BAB I
MEMPEROLEH SUMBER-SUMBER DAYA YANG LANGKA

Karyawan, Suplier (pemasok), Teknologi, Lambaga Keuangan merupakan sumberdaya-sumberdaya yang langka, yang biasanya kurang tersedia, namun sebagai seorang Wirausaha yang sukses kita harus bisa memanfaatkan dengan sebaik-baiknya.
Karena itu seorang Wirausaha harus melakukan :
- *Menemukan dan mempertahankan karyawan yang baik mutlak bagi suatu kesuksesan .*
- *Bekerja sama yang baik dengan Suplier (pemasok)*
- *Mencari uang dan mengalokasikan uang sebaik-baiknya.*

Dan untuk memulai atau meluaskan bisnis dapat dipermudah dengan menggunakan sebuah rencana bisnis yang komprehensif/menyeluruh.

A. Memperoleh SDM

Dalam memperoleh SDM atau karyawan yang baik kita harus melakukan berbagai hal :

1. Mencari & Menempatkan Sumberdaya Manusia (Karyawan)

Karyawan merupakan harta penting dalam bisnis manapun, Jika bisnis kecil, maka semua karyawan anda adalah karyawan inti.
Karyawan itu penting karena melalui karyawan wirausaha mencapai tujuan.

Memilih karyawan inti (karyawan untuk tingkat atas/Middle Manajemen/Manager) adalah merupakan salah satu tugas yang paling penting, sebagai seorang wirausaha. Dilakukan dengan Cara:

a. Secara Intern

yaitu Dengan Mengadakan promosi dari dalam (jenjang karir).
Cara ini baik karena hal ini akan menjadi motivasi bagi karyawan untuk melaksanakan pekerjaan dengan baik.
Memberikan tanggungjawab tambahan karyawan disamping tugas-tugasnya sekarang, dinamakan “pemerkayaan pekerjaan” dan merupakan suatu prosedur yang baik untuk menentukan kemampuan karyawan untuk menerima tangungjawab yang lebih tinggi.

b. Secara Ekstern

yaitu Dengan mencari karyawan yang berada di luar bisnis yang dapat menjadi karyawan inti.
Dalam mencari karyawan inti di luar perusahaan, harus menyesuaikan kemampuan dari orang tersebut dengan syarat-syarat pekerjaan sebanyak mungkin. Mencari personalia inti mahal, tetapi membawa hasil-hasil (produktivitas) yang baik

Secara Ekstern karyawan tersebut berasal dari:

1) Lulusan lembaga-lembaga pendidikan
   Apabila karyawan berasal dari Mahasiswa lulusan sekolah bisnis, mereka mempunyai latar belakang pendidikan, perhatian dan motivasi untuk menjadi karyawan inti, namun pengalaman bisnis mereka terbatas, Namun Semakin banyak lulusan sekolah bisnis mencari pekerjaan di dalam bisnis kecil, karena mereka akan mendapat lebih banyak kesempatan untuk terlibat dalam semua aspek operasi bisnis.
   Sewaktu mewawancarai lulusan sekolah bisnis, hendaknya menekankan keuntungan karir yang dapat diperoleh dengan bekerja dalam perusahaan kecil.
   Pengalaman belajar yang luas ini biasanya hanya didapat pada bisnis kecil tidak terdapat di perusahaan-perusahaan besar.

2) Karyawan inti dari perusahaan pesaing
   Sedangkan Karyawan yang ditarik dari perusahaan pesaing biasanya untuk Karyawan pada tingkat manajemen puncak. Karena mereka bekerja dalam jenis industri yang sama, maka mereka sudah biasa dengan banyak prosedur dan operasi dari bisnis yang dijalankan, sehingga diharapkan mereka dapat produktif sejak hari pertama pekerjaannya

3) Karyawan yang berasal dari perusahaan di dalam industri lain
   Apabila mengambil Karyawan inti dari industri yang tidak ada hubungannya dengan industri kita.
   Tentu saja penting bagi wirausaha untuk menaksir apakah calon itu dapat menyesuaikan pengetahuan umumnya dan keterampilannya dengan bisnis kita, namun seorang manajer yang baik berkemungkinan memiliki keterampilan yang dituntut oleh kebanyakan tipe bisnis yang berbeda-beda.

4) Organisasi di sektor umum.
   Karyawan potensial dapat diperoleh juga dari organisasi pemerintah atau umum. (Hampir di semua negara terdapat orang-orang dari kalangan pemerintah yang berpengalaman yang memiliki kemampuan manajemen puncak).

Selain dengan cara diatas, Sumber-sumber berikut ini juga dapat digunakan dalam mencari karyawan baru untuk segala tingkat (Middle Manajemen dan Lower Manajemen), yaitu :

a. Badan-badan tenaga kerja
b. Rekomendasi dari atasan sekarang maupun yang sebelumnya.
c. Lamaran dari orang yang menaruh minat
d. Persatuan dagang
e. Semua jenis badan pendidikan
f. Iklan-iklan dalam surat kabar dan majalah

Komunikasi kebutuhan wirausaha akan karyawan secara luas, karena wirausaha tidak pernah tahu kapan dan dimana wirausaha akan dapat berhubungan dengan karyawan potensial, yang memiliki kemampuan luar biasa.
Semakin banyak calon yang dapat wirausaha seleksi, semakin baik pilihan wirausaha tersebut.

Pada saat mewawancarai seorang calon, pertanyaan berikut akan membantu wirausaha dalam mengevaluasi potensial dari calon :

a. Pengalaman masa lampau manakah yang anda rasa akan menguntungkan dalam pekerjaan ini ?
b. Apakah tiga kekuatan utama (kelebihan) anda ?
c. Apakah yang merupakan kelemahan utama anda ?
d. Bukti apakah yang anda dapat anda berikan untuk menyatakan kemampuan anda ?
e. Mengapa anda ingin pindah pekerjaan dan memasuki perusahaan kami ?
f. Siapakah tiga orang yang anda dapat memberikan referensi bagi anda ?
g. Bersediakah anda menjalani suatu pemeriksaan fisik ?
h. Manakah informasi lain yang dapat anda berikan untuk membantu kami mengevaluasi kualifikasi anda ?

Selain pertanyaan diatas lalu siapkan sebuah daftar pertanyaan yang panjang untuk mengetahui sebanyak mungkin tentang setiap calon.
Dan setelah wirausaha menerima karyawan tersebut serta mempekerjakannya, sebagai seorang wirausaha lakukanlah segala hal yang mungkin untuk membantu karyawan baru itu menyesuaikan dirinya dengan pekerjaannya.

> *Mempekerjakan orang merupakan suatu kegiatan yang penting. Luangkan waktu sebanyak mungkin untuk memilih calon-calon yang terbaik. Mereka akan menjadi orang yang akan memberikan sumbangan terbesar bagi keberhasilan kita sebagai seorang wirausaha.*

2. Menggunakan & Melatih Sumberdaya Manusia (Karyawan)

Sukses dari bisnis ditentukan oleh prestasi dan efektifitas karyawan.
Selain memberikan perhatian pada kemampuan pada orang yang menjadi karyawan, wirausaha juga harus memberikan pelatihan, pengalaman dan motivasi mereka termasuk pengembangan karyawan.

Terdapat banyak program di luar perusahaan untuk melatih Sumberdaya Manusia (Karyawan)
selain melatih karyawan di dalam perusahaan juga dengan meminta bantuan luar.

Jika mempertimbangkan bantuan pelatihan dari luar, maka wirausaha harus mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut:

a. Apakah sasaran-sasaran dari program pelatihan itu sesuai dengan kebutuhan wirausaha.

b. Apakah karyawan atau Sumberdaya Manusia tersebut mempunyai latar belakang yang sesuai sehingga keuntungan dapat diperoleh dari program latihan.
c. Wirausaha harus bisa mengukur hasil dari program pelatihan yang dilaksanakan.
d. Program pelatihan berguna bagi para manajer dan semua karyawan agar hasil pekerjaan bisa lebih baik

Karena Bantuan Pelatihan dari luar mempunyai manfaat:
a. Meningkatkan keterampilan dan kemampuan dari karyawan
b. Menghasilkan produktivitas yang lebih tinggi.
c. Prestasi kerja yang lebih baik
d. Moral kerja yang lebih baik
e. Pergantian staf yang berkurang atau keluar masuknya karyawan suatu wirausaha bisa berkurang.

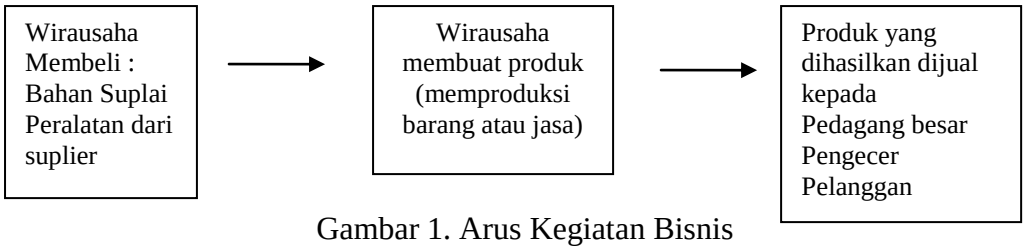
Jika karyawan meningkat efisiensinya sebagai akibat dari pelatihan, maka bisnis akan memperoleh keuntungan.
Mengetahui kapan, di mana, dan bagaimana menggunakan pelatihan dari luar, merupakan pertanyaan-pertanyaan yang penting yang harus dijawab oleh seorang wirauasaha.

B. Menjalin Hubungan Dengan Pembekal (Pensuplai)

Banyak sekali sumberdaya-sumberdaya yang bisa kita manfaatkan salah satunya adalah Pembekal (Pensuplai) atau yang dikenal pula dengan suplier.

Hal-hal yang harus dipertimbangkan oleh seorang wirausaha sebelum menjalin kerjasama dengan suplier atau pemasok.
1. Bahan-bahan apa yang merupakan bagian yang besar dan terus-menerus dibutuhkan dari suatu biaya untuk menjalankan bisnis.
2. Sejauh mana keandalan atau kelebihan para pembekal yang memberikan barang-barang yang sangat penting bagi wirausaha (baik dari segi harga maupun kualitas)

Manfaat Menjalin Hubungan Baik dengan Suplier adalah:
a. Suplier merupakan tempat untuk seorang wirausaha membeli peralatan, perbekalan dan bahan-bahan dalam suatu pasar sehingga wirausaha bisa menjual produk-produknya setelah barang itu diproduksi (diolah) ke pasar yang lain/pasar berikutnya baik Kekonsumen akhir/Pelanggan atau kepemakai Organisasional/pedagang besar/Pengecer
   Proses arus bisnis digambarkan dalam Gambar 1.



Gambar 1. Arus Kegiatan Bisnis

b. Untuk menjamin bahwa operasi bisnis selalu berjalan lancar dan untuk itu selain memelihara hubungan baik dengan suplier kita juga memelihara hubungan baik dengan orang di kedua pasar tersebut (Kekonsumen akhir/Pelanggan atau kepemakai Organisasional/Pedagang besar/Pengecer)

c. Wirausaha menjalin hubungan yang baik dengan suplier agar mampu membeli bahan dalam jumlah yang dapat menjamin berlangsungnya produksi barang dan jasa secara kontinu dan menguntungkan.

d. Wirausaha menjalin hubungan yang baik dengan suplier agar tidak selalu terjadi perubahan dalam biaya bahan.
Karena perubahan dalam biaya bahan akan mengakibatkan perubahan dalam laba atau harga. Dalam banyak hal, pelbagai bisnis bersaing untuk memperoleh bahan-bahan tertentu.
Selain itu bisnis/wirausaha yang membeli bahan-bahan dalam jumlah yang besar akan memperoleh perhatian istimewa dan potongan harga dari para pembekal/suplier.
Karena itu untuk menentukan berapa harga yang ditetapkan, sangatlah tergantung dari Biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan-bahan produksi & Laba yang diinginkan dirumuskan dengan:

BIAYA + LABA = HARGA

Dari Rumus diatas terlihat bisnis bukan hanya bersaing dalam penjualan barang-barang dan jasa. Namun, persaingan juga terdapat dalam pembelian bahan untuk pembuatan barang dan jasa.

Karena itu Wirausaha Harus melakukan :

Selalu mencari sumber bahan yang dapat diandalkan dalam pembekalan bahan kebutuhan. Agar dapat bersaing, maka haruslah sama pintarnya dalam membeli seperti dalam menjual karena harga pada saat wirausaha membeli suatu Bahan menjadi harga Modal pada saat kita wirausaha menjual barang.

e. Agar tidak terjadi kekurangan bahan, yang sering terjadi pada bisnis kecil.
Selain membina hubungan baik dengan suplier Agar Bisnis Kecil tidak terjadi kekurangan bahan untuk memproduksi wirausaha harus melakukan pula :

1) Menganalisa setiap perubahan-perubahan dalam kesediaan bahan.
2) Mengumpulkan informasi mengenai kecenderungan perubahan di masa depan yang akan mempengaruhi kesediaan bahan.

f. Suplier atau pemasok menjadi sumber informasi yang sangat baik mengenai pesaing, baik dalam hubungan mengenai harga, produk, problem dan teknologi baru.
   Karena itu wirausaha harus selalu memperoleh informasi mengenai perkembangan produk baru dari Para pembekal atau suplier tersebut
   Selain itu menggunakan bahan dan komponen yang lebih berkualitas akan membuat produk yang dihasilkan lebih menarik bagi para pelanggan/konsumen.

Cara Menjalin hubungan baik dengan para pembekal atau suplier ialah
a. Menjalin komunikasi yang baik.
b. Kenalilah para pembekal secara pribadi.
c. Jika bahan-bahan sedang dalam kekurangan, maka hubungan baik wirausaha dengan para pembekal akan membantu wirausaha untuk mendapatkan bahan-bahan, sementara perusahaan lain mengalami kesukaran.
d. Usahakan memperoleh dua atau lebih pembekal untuk bahan-bahan yang persediaannya banyak.
e. Jika para pembekal mengetahui bahwa wirausaha mungkin membeli dari orang lain, mereka lebih cenderung untuk memberikan pelayanan yang baik, serta penyerahan yang lebih cepat, dengan harga yang pantas.
f. Tunjukkan aspek positif bisnis dari kita pada para pembekal, karena wirausaha mungkin membeli persediaan dan bahan-bahan secara kredit.
g. Semakin positif pandangan para pembekal terhadap bisnis wirausaha, semakin banyak kredit yang dapat wirausaha peroleh.
   Semakin banyak perusahaan menggunakan kredit dalam operasinya, semakin baik keadaan keuangannya.

C. Menjadi Suplier Atau Pemasok Untuk Perusahaan Sendiri

Komponen produk atau bahan-bahan pemasok merupakan bagian besar dari biaya yang harus dikeluarkan oleh wirausaha sehingga wirausaha dapat menempuh jalan dengan membuat barang pasokan itu sendiri (menjadi penyedia barang suplai untuk kebutuhan sendiri).

Manfaat wirausaha Menjadi Suplier untuk diri sendiri :
a. Biaya akan menjadi lebih rendah/lebih murah, maka harga jual dari barang atau jasa yang dihasilkan oleh wirausaha tersebutpun akan lebih rendah/ lebih murah pula.
b. Menghasilkan bahan suplier untuk diri sendiri memungkinkan wirausaha mengendalikan kualitas/mutu dari bahan yang dipergunakan dan persediaan akan selalu lebih terjamin dari segi jumlah yang tersedia akan lebih baik karena wirausaha lebih mengetahui kualitas dan persediaan yang dibutuhkan.

Contoh :

Jika wirausaha memiliki sebuah perusahaan pencucian mobil atau motor, wirausaha dapat mempertimbangkan untuk membuat sabun sendiri untuk usaha tersebut.

Sehingga biaya sabun cuci menjadi lebih rendah karena sabun cuci tersebut dihasilkan sendiri, hal tersebut akan menempatkan wirausaha tersebut pada posisi yang lebih kuat dalam persaingan karena tarif yang akan dikenakan pada pengguna jasa pencucian mobil atau motor akan lebih murah dibandingkan para pesaingnya.

D. Memanfaatkan Teknologi

Teknologi selalu merubah permintaan pelanggan. Bisnis harus menggunakan perkembangan-perkembangan teknologi yang baru/termutakhir untuk memproduksi produk dan jasa baru, dan wirausaha haruslah menyadari bahwa perkembangan teknologi baru akan mempengaruhi operasi bisnis mereka.

Karena wirausaha tidak dapat selalu sadar akan sifat dan akibat dari semua teknologi yang baru. Maka wirausaha harus menentukan :

Perkembangan teknologi yang paling terbaik yang akan mempunyai dampak paling besar atas sasaran perusahaan seorang wirausaha.

Sebuah bisnis kecil dalam hal memanfaatkan teknologi akan lebih bersifat :

Fleksibel (cepat melakukan perubahan) karena keputusan untuk memperbaharui serta memperkenalkan produk-produk baru berada pada keputusan wirausaha tersebut.

Namun, bisnis kecil mempunyai kelemahan :

Tidak mempunyai keahlian, waktu dan modal untuk mengembangkan dan memasarkan sebuah produk baru dari pengaruh teknologi tersebut.

Kelemahan yang dihadapi oleh seorang Wirausaha di Lapangan karena adanya pengaruh teknologi yang baru adalah:

1) Personalia, sumberdaya dan modal yang diperlukan untuk memasarkan suatu produk mungkin diluar kemampuan bisnis.
2) Biaya-biaya mengembangkan suatu pasar selalu lebih tinggi daripada yang diharapkan;

Langkah yang ditempuh wirausaha agar bisa memanfaatkan teknologi yang baru adalah:

1) Bisnis kecil harus menarik perusahaan-perusahaan yang lebih besar untuk memasuki pasar dengan produk serupa, Perusahaan-perusahaan yang lebih kecil harus mengembalikan pasar-pasar tempat mereka mendapatkan kesempatan sukses dan bersaing.

2) Karena Bisnis kecil mengalami kelemahan dalam sumberdaya modal, kita harus dapat secara cepat pada perubahan-perubahan di pasar dan mengenai kebutuhan-kebutuhan masa depan yang diinginkan oleh para pelanggan.

3) Wirausaha Harus Melakukan perencanaan dan peramalan, agar dapat memperkirakan beberapa perubahan teknologi yang mungkin mempengaruhi penjualan-penjualan produk yang sekarang dan potensi untuk mengembangkan produk-produk baru.

4) Mengembangkan teknologi-teknologi baru mencakup suatu keterikatan sumberdaya jangka panjang yang tidak dimiliki perusahaan-perusahaan yang amat kecil.

5) Karena masalah-masalah operasi atau kegiatan Operasional berubah dari hari ke hari, wirausaha harus melakukan perencanaan jangka panjang karena teknologi-teknologi baru akan mempunyai dampak besar pada bisnis di masa yang akan datang.

Sejauh mana wirausaha harus memanfaatkan teknologi baru dengan mempertimbangkan Faktor-faktor sebagai berikut :
1) Manfaat Teknologi akan mempengaruhi posisi perusahaan dalam industri.
2) Pengaruh Teknologi akan mempengaruhi laba pada jangka pendek dan jangka panjang.
3) Kecepatan pertumbuhan manakah yang dikehendaki bagi bisnis dalam bidang personalia, pasar, dan seterusnya; dan bagaimanakah teknologi baru itu akan mempengaruhi kecepatan pertumbuhan.

Ketergantungan kepada teknologi akan ditentukan oleh lingkungan operasi perusahaan.

Sukses akan tergantung kepada teknologi dalam kaitan dengan :
a. Produk itu sendiri
b. Metode pembikinan
c. Strategi pemasaran

Penerimaan terhadap teknologi baru juga akan tergantung pada sifat dan keagresifan para pesaing, ukuran dari industri seluruhnya, dan kecepatan pertumbuhannya.

Sumber-Sumber Informasi Mengenai Teknologi Baru bisa didapatkan dari :
1) Pameran dagang
Pameran dagang bermanfaat sebagai sumber informasi perkembangan produk baru dan perkembangan bisnis yang baru.
Pameran dagang ini seharusnya dapat merangsang pikiran tentang masa depan perusahaan wirausaha dan bagaimana produk-produk baru ini dapat mempengaruhi operasi bisnis wirausaha.
Pameran dagang memungkinkan wirausaha berembuk dengan para ahli dan menerima informasi mutakhir tentang produk baru dan perkembangan dalam industri-industri lain yang dapat memberikan ide-ide dan berdampak pada bisnis wirausaha.

2) Asosiasi Dagang
Dengan menjadi anggota dari suatu suatu asosiasi dagang, memungkinkan dapat menggunakan terbitan-terbitan, laporan-laporan dan nasehat khusus mengenai teknologi baru.
Bacaan terbitan-terbitan dari asosiasi dagang yang berkaitan, karena ide-ide dari asosiasi dagang lain dapat diterapkan pada industri wirausaha.

3) Sumber Bacaan/Literatur
Beberapa terbitan/majalah populer yang memberikan informasi mengenai barang dan teknologi baru adalah *Popular Science, Popular Mechanics, Wireless World, Flight, Habitation, Micro-Systems, Decoration, Elector* dan *Consumers Reports.*
publikasi ini dan yang lain-lain membantu kita untuk melahirkan ide-ide baru, kecenderungan usaha yang dilakukan terus berkembang dan mengalami kemajuan.

Kemampuan memadukan informasi pasar, akan membantu meraih sukses di masa depan dengan lebih pasti.

Teknologi baru merupakan pengaruh penting dalam industri.
Dan berguna menumbuhkan inovasi-inovasi yang akan
menguntungkan perusahaan di masa depan.

E. Memanfaatkan Sumberdaya Keuangan

Dalam Memanfaatkan Sumberdaya Keuangan, wirausaha harus mengetahui dua hal yang harus dilakukan dalam memanajemen keuangan yaitu:
1. Raising Of Fund (Bagaimana Mencari Sumber-sumber Uang sebanyak-banyaknya)
2. Allocation Of Fund (Bagaimana mengalokasikan Sumber-sumber Uang yang diperoleh dengan sebaik-baiknya)

1. Raising Of Fund (Mencari Sumber-sumber Uang Sebanyak-banyaknya)

- Meminjam Kepada Lembaga Keuangan
Langkah-langkah yang harus dilakukan wirausaha pada saat meminjam kepada Lembaga Keuangan :
1) Kembangkanlah rencana jangka panjang untuk meminjam, berdasarkan kebutuhan akan dana untuk maksud-maksud khusus, apakah hanya berbentuk hutang dagang atau hutang jangka pendek atau hutang jangka panjang.

2) Menentukan pemakaian khusus untuk dana akan mencegah menggunakan dana untuk tujuan-tujuan lain.
Menggunakan dana operasi untuk tujuan jangka panjang, akhirnya akan memerlukan pinjaman jangka pendek; untuk memperbaiki keadaan ini, akhirnya diperlukan pula dana tetap.

3) Menyiapkan laporan rugi-laba untuk mencerminkan kualitas manajemen sebuah perusahaan.
   Sampai di mana sukses wirausaha, akan terbaca dari laporan rugi-laba wirausaha tersebut.

Hal-hal yang akan dipertimbangkan pada saat sebuah Lembaga Keuangan Untuk memberikan Pinjaman kepada seorang wirausaha :
Dengan melihat Volume Penjualan (perputaran barang dan jasa yang dihasilkan), Strategi Pemasaran yang dijalankan (Mencakup Bauran Pemasaran/7 P: Produk, Harga, Distribusi, Promosi, Orang-orang, Proses, Wujud fisik), dan laba bersih dari usaha wirausaha tersebut.

> *Jangan menciptakan persoalan tambahan dengan meminjam, setelah mengalami krisis keuangan dan membutuhkan uang dengan segera. Tingkat bunga akan tinggi dan syarat-syarat pembayaran akan kurang menguntungka, karena itu harus mengembangkan rencana pinjaman jangka panjang.*

- Jenis-Jenis Bentuk peminjaman kepada Lembaga Keuangan
Dalam bisnis membutuhkan empat macam Bentuk peminjaman kepada Lembaga Keuangan, yaitu:

1) *Hutang Dagang.*
   Hutang Dagang Merupakan Hutang yang terjadi karena wirausaha membeli suatu barang namun pembayarannya dilakukan dalam bentuk kredit atau pembayaran dilakukan bukan secara tunai namum dengan menggunakan jangka waktu yang disepakati bersama antara penjual dan wirausaha yang dalam hal ini sebagai pembeli.
   Ini adalah uang yang terhutang dari pembekal atau yang memberikan pinjaman, yang telah memberikan sediaan atas kredit.
   Usahakan untuk membayar para pembekal pada waktunya.
   Pengalaman kredit yang lancar merupakan bukti kemampuan membayar hutang.
   Bank atau lembaga kredit lainnya mungkin akan mencek pada beberapa pembekal atau yang memberikan pinjaman apakah wirausaha selalu membayar hutang Dagang secara lancar.

2) *Hutang Jangka Pendek.*
   Lembaga hutang menyediakan bentuk kredit ini bagi wirausaha untuk pembelian-pembelian tertentu karena alasan tertentu, seperti membeli barang dalam jumlah besar dengan mendapat potongan harga.
   Pinjaman demikian akan cair dengan sendirinya, karena mereka telah merancang untuk menghasilkan hasil dengan segera.
   Hutang jangka pendek biasanya dibayarkan kembali dalam setahun.

3) *Hutang Jangka Panjang.*
   Kredit jenis ini diberikan untuk jangka waktu lebih setahun dan dapat dipakai untuk perluasan atau modernisasi bisnis.
   Pinjaman ini dibayar kembali dari laba yang telah terakumulasi.
   Untuk perusahaan kecil, pinjaman jenis ini mungkin merupakan hipotek dan promes, dengan persyaratan khusus.

4) *Dana Ekuitas.*
   Diperoleh dengan menjual saham dari perusahaan anda.
   Para penanam modal ikut memperoleh laba sebagai ganti uangnya yang anda gunakan.

Uang yang dipinjam untuk tujuan jangka pendek harus di pakai di bidang yang menghasilkan laba, dan harus dibayar kembali dari penjualan yang dilakukan sedangkan dana ekuitas merupakan bagian dari perusahaan dan menambah nilai laba bersihnya.

Faktor yang harus dipertimbangkan wirausaha pada saat melakukan peminjaman

Pastikan wirausaha agar mempunyai uang kas atau dana untuk memenuhi kewajiban membayar hutang, dan uang tunai yang dibutuhkan untuk modal kerja tidak terserap oleh usaha kita dalam bidang ekuitas lainnya sehingga bisa terhindar terjadi likuiditas (ketidakmampuan suatu perusahaan dalam membayar hutang jangka pendek) dan Leverage (ketidakmampuan suatu perusahaan dalam membayar hutang jangka panjang).

Kemampuan wirausaha untuk meminjam dana, ketika membutuhkannya, merupakan suatu harta yang penting.
Kreditor lebih bersedia meminjamkan uang kepada wirausaha, jika bisnis menguntungkan, keuangannya mantap, dan mempunyai potensi untuk tumbuh.

Data keuangan yang harus tersedia pada saat peminjaman adalah

Informasi mengenai penjualan, piutang, inventaris, harta tetap, hutang jangka pendek, hutang jangka panjang, dan informasi mengenai Laporan Laba Rugi selama dua atau tiga tahun terakhir.

Para kreditor akan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berikut mengenai pembiayaan bisnis. Wirausaha harus memberikan jawaban yang benar dan menyediakan bukti yang dapat menguatkan jawaban tersebut.

Pertanyaan yang akan diajukan oleh kreditor kepada seorang wirausaha pada saat melakukan peminjaman :
a) Mengenai Penjualan
   1) Volume penjualan wirausaha pada tahun yang lalu
   2) Pengaruh pinjaman atas penjualan wirausaha, dalam tahun mendatang
   3) Target/ proyeksi penjualan atas laba yang akan diperoleh .

b) Mengenai Piutang

1) Jumlah piutang wirausaha dalam 12 bulan/1 tahun terakhir
2) Tinggi Rendahnya bila dibanding dengan tahun sebelumnya
3) Volume penjualan kredit wirausaha.
4) Presentase dari piutang yang belum di bayar; dua bulan, tiga bulan ? atau lebih dari tiga bulan ?
5) Stategi yang dijalankan atau Langkah-langkah yang akan ditempuh seorang wirausaha untuk menarik piutang yang belum dibayar

c) Mengenai Laba

1) Meneliti titik-impas atau pulang pokok dari usaha
2) Meneliti marjin atau keuntungan dari laba wirausaha pada tahun yang lalu
3) Menganalisis cara seorang wirausaha untuk menambah marjin laba.
4) Menganalisis cara seorang wirausaha untuk mengurangi biaya dan meningkatkan laba.
5) Menganalisis cara seorang wirausaha untuk memperluasan pasar atas marjin laba.

d) Mengenai Pembayaran Kembali Pinjaman

1) Menganalisis laporan rugi laba seorang wirausaha yang akan diproyeksi
2) Menganalisis jadwal/jangka waktu pembayaran yang wirausaha janjikan apakah sesuai dengan keadaan keuangan wirausaha tersebut.

- Menyiapkan Perencanaan pada Saat Peminjaman

1) Menyiapkan permohonan pinjaman

Sebuah permohonan pinjaman dapat ditolak karena si calon peminjam tidak menyiapkan permintaan pinjamannya dengan seksama.

Permintaan pinjaman itu mencerminkan wirausaha, dan seharusnya tersusun secara jelas, logik dan teratur dengan baik.

Hal ini akan menunjukkan kepada si kreditor bahwa kita mempunyai rencana masa depan yang baik, mengetahui berapa banyak uang yang wirausaha butuhkan, dan mampu mengatahui dengan jelas kebutuhan uang tunai yang dibutuhkan dan mempunyai suatu rencana yang realistik untuk membayar kembali pinjaman itu.

2) Memilih kreditor dengan cermat.

Hendaknya lembaga kredit yang wirausaha pilih mempunyai reputasi dalam bantuan pada investasi bisnis kecil.

Hendaknya wirausaha sedini mungkin mengadakan hubungan yang sebaik-baiknya dengan kreditor; hal ini berarti memberikan perincian sepenuhnya mengenai operasi bisnis, sehingga wirausaha bisa menilai status kredit, kekayaan bersih dan potensi secara keseluruhan.

3) Begitu wirausaha merasa membutuhkan dana tambahan, mulailah meminjam dan diusahakan membayar kembali pinjaman itu sebelum jatuh tempo.

Sangatlah penting bahwa anda membangun sebuah reputasi yang menyatakan kemampuan wirausaha sebagai manajer.

Dan integrasi serta keterandalan dan dalam membayar kembali hutang sebelum atau ketika tiba waktunya.
Sebagai bagian dari strategi meminjam, pinjamlah dan bayar kembali sebelum jatuh tempo; pinjam lagi dan bayar kembali lebih dini lagi; pinjam lagi lebih banyak dari semula dan bayar lagi sedini mungkin, tetapi tentu pada waktunya. Strateginya adalah mulai dengan jumlah yang relatif kecil dan jagalah reputasi meminjam dan membayar kembali yang baik, sambil selalu menambah jumlah pinjaman.

- Lembaga Peminjaman

Dua lembaga keuangan yang menyediakan dana bagi bisnis adalah bank dan perusahaan *Ventura Capital.*

1) Bank

Sebagian besar dari pendanaan jangka menengah dan jangka panjang akan berasal dari bank.
Petugas kredit bank akan membutuhkan informasi yang banyak tentang wirausaha dan perusahaan wirausaha, sebelum memberikan pinjaman.

Petugas kredit menginginkan wirausaha menyiapkan sebuah rencana bisnis yang terperinci atau proyeksi-proyeksi yang menunjukkan bagaimana dana itu akan dipakai dan sebuah usul jadwal pembayaran kembali.
Proyeksi haruslah menunjukkan bagaimana dana yang dipinjam itu akan menguntungkan bisnis dan menambah laba.

Bank akan mencek pada sumber lain untuk menentukan kemampuan perusahaan, dalam membayar kembali pinjaman itu.

Petugas yang meminjamkan akan menentukan karakter dengan bertanya kepada orang-orang yang tahu tentang kita dengan pertanyaan-pertanyaan berikut :

a) Menganalisis Bagaimana wirausaha memanajemeni bisnis.
b) Menganalisis pembayaran kembali hutang-hutang wirausaha yang lalu.
c) Menganalisis apakah wirausaha pada dasarnya adalah seorang yang jujur.
d) Menganalisis sejauh mana orang-orang lain mempercayai wirausaha tersebut.
e) Menganalisis sejauh mana wirausaha menepati janji-janji .
f) Menganalisis sejauh mana kondisi umum dari perusahaan wirausaha tersebut.

Petugas yang meminjamkan juga ingin tahu kapasitas untuk mengembalikan pinjaman. Meskipun kemampuan manajemen menentukan apakah mampu memperluas bisnis, modal yang telah diinvestasikan secara pribadi dalam bisnis akan menunjukkan kemauan untuk mengambil resiko/rugi secara pribadi.
Jumlah yang telah diinvestasikan secara pribadi akan menunjukkan kepada orang lain sejauh mana anda percaya atas keberhasilan masa depan bisnis anda.

> *Usahakan pengembangan tata hubungan jangka panjang dengan bankir.*

Jika ia mengenal dan mempercayai akan lebih mungkin menerima pinjaman kapan saja membutuhkannya.

2) Perusahaan-Perusahaan Ventura Capital

Di samping ada bank, para wirausaha mungkin mendapatkan dana dari sebuah perusahaan *ventura capital.*

Sebuah bank terutama memandang kemampuan sebuah perusahaan untuk membalikkan suatu pinjaman, tetapi sebuah perusahaan *ventura capital* memandang masa depan perusahaan jangka panjang.

Perusahaan-perusahaan *ventura capital* menjadi pemilik dan membeli sediaan di perusahaan yang bersangkutan.

Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan tadi tertarik pada produk-produk sekarang dan masa depan dari suatu bisnis dan ukuran pasar sekarang dan pasar potensial.

Perusahaan-perusahaan *ventura capital* pada pokoknya tertarik dalam bisnis-bisnis yang memiliki potensi besar untuk memperoleh laba yang besar.

Sebagaimana umumnya, perusahaan–perusahaan itu mencari tiga sampai empat kali investasi mereka dalam enam tahun.

Cara memperoleh Dana pada perusahaan *ventura capital:*

Untuk memperoleh dana dari suatu perusahaan *ventura capital,* harus mulai dengan mengajukan sebuah rencana bisnis yang didokumentasikan dengan baik dan diorganisasi dengan baik.

Rencana itu mewakili wirausaha. Rencana ini hendaknya berisikan prestasi-prestasi masa lalu wirausaha dan menunjukkan bagaimana perusahaan telah berkembang. Meskipun rencana bisnis wirausaha berisikan sejarah perusahaan, rencana ini juga mengandung rencana-rencana masa depan.

Ventura Capital menganalisis Sebuah Rencana Bisnis dengan Cara:

Para capitalis ventura menganalisis rencana bisnis secara seksama sekali, untuk dapat mengenali peluang investasi yang terbaik.

Dari setiap 100 usulan proyek yang disampaikan oleh wirausaha untuk pendanaan, hanyalah delapan atau sepuluh usulan yang diberi perhatian seksama, dan hanya satu atau dua yang disetujui.

Wirausaha harus menyiapkan rencana bisnis itu jangan terburu-buru agar informasi yang penting justru tidak terlewatkan.

Hal-hal yang harus diketahui wirausaha pada saat meminjam ke perusahaan *ventura capital*

a) perusahaan *ventura capital* lebih suka menanam modal dalam bisnis yang termasuk dalam industri khusus yang sedang tumbuh, karena akan lebih gampang bagi mereka untuk menjual hak-hak mereka dalam perusahaan dengan laba. Karena itu wirausaha harus menarik perhatian mereka sehingga perusahaan *ventura capital* tertarik untuk menanam modal dalam jenis industri wirausaha kita.

b) Jika para penanam modal tertarik kepada industri wirausaha, mereka akan mempelajari usulan. Usulan hendaknya menerangkan posisi perusahaan sepenuhnya di dalam industri, persaingan dan rencana untuk menambah bagian pasar wirausaha.
c) Usulan hendaknya merangsang perhatian dari investor. Di antara syarat keuangan dari penjualan, dimasukan hal-hal berikut :
   - Jumlah ekuitas dan hutang dalam perusahaan wirausaha, kalau dijual.
   - Pembayaran untuk penjualan sebagian pembelian.
   - Jenis-jenis kepemilikan (saham umum, saham istimewa, hutang langsung, dan lain-lain)
   - Penilaian total dari perusahaan wirausaha, setelah dana diperoleh.
d) Calon investor ingin mengetahui kualitas dari manajemen kita, terutama kualifikasi (kemampuan anda) sebagai pemilik, demikian pula dewan komisaris, investor yang ada, dan para profesional yang berkaitan dengan perusahaan, harus juga dikenal.
e) Para investor hendaknya memperoleh banyak informasi mengenai aspek-aspek dari perusahaan dengan membaca neraca dan laporan rugi laba. Jagalah kecermatan informasi ini.
f) Karena usulan hanya salah satu yang diterima oleh para usahawan penanam modal, maka sorotilah segi-segi yang menarik dari usulan.

Para investor mencari usulan yang paling menguntungkan dan hendaknya sadar dari nilai total yang dikorbankan untuk ganti dana itu.

Para investor akan meminta sebanyak mungkin yang dapat diberikan oleh perusahaan ventura kapital dalam bentuk :
- Bunga atas dana yang ditanamkan
- Suatu kedudukan yang lebih menguntungkan daripada yang dinikmati para pemegang saham yang sekarang, jika perusahaan dilikuidasi.
- Keuntungan modal yang besar jika perusahaan menguntungkan.

Wirausaha harus menilai para investor potensial secara seksama sebagaimana mereka menyelidiki wirausaha.
Kemampuan untuk memperoleh dana adalah faktor yang penting dalam menentukan jenis bisnis yang dimasuki serta ukuran potensialnya.
Kemampuan bernegosiasi dengan para investor akan menentukan sukses dalam memperoleh dana dengan biaya yang pantas.

Isi Rencana Bisnis Pada Proposal Untuk Peminjaman Pada Perusahaan Ventura Capital
Isi rencana bisnis haruslah diorganisasi dan didokumentasi dengan baik.
Cantumkan informasi, yang menurut anggapan, perlu diketahui oleh perusahaan penanam modal agar dapat menilai peluang-peluang investasi bagi perusahaan.

Rencana bisnis itu sebaiknya mencantumkan informasi yang berikut :
a) *Pandangan Umum* (Ringkasan satu halaman).

Menyusun ide proyek, tujuan dan sasaran utama, serta syarat-syarat keuangan. diKemukakan fakta utama dari tahun yang lalu seperti penjualan tahunan, laba bersih, jumlah karyawan, bagian pasar, dan lokasi geografis.

b) *Sejarah Masa Lampau.*
Siapkan keterangan mengenai perkembangan di masa lampau dari bisnis, termasuk perkembangan produk, sumber keuangan, dan perubahan-perubahan organisasi.

c) *Gambarkan Produk.*
Siapkan keterangan lengkap tentang produk-produk sekarang (termasuk biaya dan harga penjualan).
Kemukakan ciri-ciri khusus yang membuat produk kita unik.
Kemukakan rencana peningkatan produk sekarang dan perkembangan produk baru.
Terangkan kebijakan harga untuk produk, termasuk harga untuk penyalur dan harga-harga mereka untuk konsumen.
Tunjukkan bagaimana harga bila dibanding dengan harga pesaing utama, dan bagaimana produk berbeda dari produk pesaing.

d) *Informasi Harga Pasar.*
Siapkanlah suatu keterangan tentang panda pasar yang sekarang dan yang potensial, ciri-ciri unik dari pasar, daftar para pesaing, dan strategi untuk peningkatan pangsa pasar.
Kemukakan tujuan dan sasaran pemasaran, termasuk data riset pasar. Masukkanlah analisis penjualan (menurut jumlah satuan dan uang) dari produk-produk yang dijual, selama beberapa tahun yang lalu dan menurut daerah geografis.

e) *Pelanggan.*
Berikan angka-angka penjualan tahunan, perincian dari kontrak penjualan istimewa dan informasi penunjang lainnya. Masukkan juga mengenai pelanggan utama, jika penjualan tergantung kepada jumlah pelanggan yang relatif sedikit.

f) *Persaingan Industri.*
Terangkan status industri sekarang serta potensi masa depannya.
Kemukakan faktor-faktor pertumbuhandari industri dan susunlah daftar dari pesaing utama.
Tunjukkan kelebihan a dari para pesaing dan sebaliknya.
Tunjukkan juga bagian pasar a dan rencana perluasannya.
Kemukakan potensi dari pengembangan produk baru serta identifikasikan kecenderungan dalam industri, yang mungkin mempunyai pengaruh positif atau negatif atas perusahaan.

g) *Harta Tetap.*
Terangkan mengenai gedung-gedung, peralatan dan harta tetap perusahaan, termasuk umur dan depresiasi.

h) *Data Personalia.*
Berikanlah keterangan umum mengenai jumlah karyawan, presentasi tenaga kerja dalam harga pokok penjualan, keahlian dan keterampilan khusus dan gaji, moral karyawan serta pengaruh serikat buruh.
Masukkan bagan organisasi, yang menunjukkan hubungan karyawan inti dengan bidang pekerjaan.

i) *Keterlibatan Dalam Riset.*
Berikan pembiayaan dan hasil-hasil dari riset dan pengembangan selama lima tahun terakhir, serta rencana masa sekarang dan masa depan.

j) *Kekuatan Bisnis.*
Tunjukkan aspek-aspek khusus dari bisnis anda, yang akan menarik bagi calon investigator.

k) *Kelemahan Bisnis.*
Perlihatkan juga hutang-hutang, kelemahan-kelemahan yang mungkin, persoalan hukum yang sedang menunggu, dan persoalan lain, yang mungkin dapat mempengaruhi operasi bisnis.

l) *Bidang Keuangan.*
Keadaan keuangan dari bisnis akan diteliti dengan seksama oleh semua calon investor.
Masukkan perbandingan neraca serta laporan rugi laba dari tahun-tahun sebelumnya serta proyeksi keuangan untuk lima tahun yang akan datang. Masukkan tabel dan bagan penjualan, biaya tenaga kerja, dan biaya administrasi untuk menggambarkan kecenderungan dalam perusahaan.

m) *Kebutuhan Pembiayaan.*
Nyatakanlah jumlah uang yang dibutuhkan, sejak dari permulaan sampai akhir proyek yang diusulkan itu; bagaimana uang itu akan dipakai dan kerangka perjanjian keuangan.
Sekiranya permintaan merupakan bagian dari sutau paket keuangan yang lebih besar, hendaknya menerangkan juga pembiayaan lain.

Para calon investor ingin mengetahui sebanyak mungkin tentang perusahaan. Karena itu wirausaha harus mengembangkan suatu rencana bisnis haruslah:

Lengkap, bisa dikembangkan dengan baik, diorganisasi secara logis dan dihidangkan secara menarik.

2. Allocation Of Fund (Bagaimana mengalokasikan Sumber-sumber Uang yang diperoleh dengan sebaik-baiknya)

Setelah wirausaha mendapatkan dana, Wirausaha harus bisa memanfaatkan dan mengalokasikan Sumber-sumber Uang yang diperoleh dengan sebaik-baiknya, harus ada perincian tentang berapa dana yang dibutuhkan untuk suatu stregi perusahaan baik mengenai strategi Produk, Harga, Distribusi, Promosi, Orang-orang, Proses, Wujud fisik.
Jangan sampai terjadi adanya pengalokasian yang salah (Terlalu besar untuk satu strategi atau terlalu kecil) sehingga tujuan yang dicapai dari strategi tersebut tidak tercapai.

Tugas

1. Buatlah Suatu Kegiatan Bisnis dimana Bisnis yang dijalankan sangat menunjukan adanya penghematan dalam menggunakan Sumber Daya!.
2. Buatlah rencana Bisnis sehubungan dengan usaha yang akan dijalani dan disusun seolah-olah akan meminjam ke suatu Lembaga Keuangan !

BAB II
MENILAI PELUANG PASAR

A. Riset Pasar

Para wirausaha selalu membutuhkan informasi dan pengetahuan tentang pasar mereka. Tujuan dari pemasaran adalah memenuhi permintaan pelanggan, karena itu perlu dilakukan Riset pasar. Riset pasar dapat membuat keputusan pemasaran yang lebih baik.

Riset pasar adalah :
pengumpulan, pencatatan dan analisis secara sistematik, atas informasi yang berkaitan dengan pemasaran dan jasa.

Riset pasar berusaha menilai pasar secara ilmiah dengan cara :
mengumpulkan data pemasaran secara teratur dan obyektif, akan mampu mengetahui lebih banyak dan lebih baik tentang pasar-pasar.

Riset pasar *secara umum* dapat berguna untuk :
1. Menemukan pasar yang menguntungkan
2. Memilih produk yang dapat dijual
3. Menentukan perubahan dalam perilaku konsumen
4. Meningkatkan teknik-teknik pemasaran
5. Merencanakan sasaran-sasaran yang realistik
6. Riset pasar akan membantu menemukan pasar baru yang dapat dimasuki, dan menemukan pelanggan baru dalam pasar yang sekarang, dan mengetahui tentang produk baru yang mempunyai potensi masa depan.
7. Menghindari wirausaha membuat kesalahan, karena membuat keputusan berdasarkan pada perasaan dan pendapatnya sendiri

Riset pasar menyediakan data dan informasi pasar, yang dibutuhkan pada waktunya sehingga *secara khusus* berguna untuk :
1. Mengurangi resiko bisnis
2. Mengenali persoalan dan problem potensial pada pasar sekarang
3. Mengenali peluang pasar yang baru
4. Memperoleh informasi dan fakta tentang pasar untuk membantu dalam membuat keputusan yang lebih baik dan membuat rencana tindakan.

Karena Tujuan dari riset pasar adalah
Mengumpulkan informasi untuk pengambilan keputusan.

Melaksanakan riset pasar akan membantu menjadi lebih berhasil atas pertanyaan-pertanyaan berikut :
1. Apakah yang merupakan kebutuhan sekarang dan potensial dari pelanggan ?
2. Pasar-pasar tambahan mana yang dapat dijelajahi ?
3. Bagaimana ciri-ciri khusus pelanggan ?
4. Apakah keistimewaan produk atau jasa dari yang dipunyai para pesaing ?
5. Sampai di mana keefektifan kegiatan promosi ?

Bisnis besar mungkin dapat menggaji ahli pemasaran.
Namun haruslah mengetahui pelanggan dan mampu mempelajari apa yang disukai dan tidak disukai serta pola konsumsi mereka, yang selalu berubah-ubah.

Hanya dengan memperhatikan hal-hal tersebut, dapat belajar banyak tentang pelanggan.
Bagaimana mereka berpakaian? Berapa umur mereka? Bagaimana status perkawinan mereka? Berapa yang mempunyai anak? Pertanyaan-pertanyaan ini jelas, dan banyak pemilik dapat memperoleh suatu kepekaan tentang pelanggan mereka, dengan memperhatikan pertanyaan-pertanyaan itu dapat mengetahui tentang pelanggan.

> *Banyak perusahaan kecil menitik beratkan perbaikan metode produksi mereka. Namun, melaksanakan riset pasar untuk meningkatkan pemasaran produk , akan membawa keuntungan yang lebih besar.*

Melaksanakan Riset Pasar
Riset pasar berguna dalam kegiatan manajemen rutin, yaitu
1. Memeriksa barang yang dikembalikan, untuk mengetahui sebabnya.
2. Menanyakan pelanggan lama, mengapa mereka berhenti membeli.
3. Mempelajari iklan pesaing, untuk mengetahui bagaimana upaya mereka menjual produk.

Riset pasar membuat proses ini lebih teratur menyediakan suatu kerangka, yang memungkinkan menilai arti informasi tentang pasar-pasar, yang dikumpulkan secara obyektif.

Langkah-langkah berikut melukiskan proses riset pemasaran :
1. Merumuskan persoalan
2. Melakukan penelitian pendahuluan
3. Merencanakan risetnya
4. Memanfaatkan dan menggunakan sumberdaya sendiri
5. Memanfaatkan dan menggunakan sumber-sumber dari luar
6. Menafsirkan data
7. Membuat Suatu keputusan
8. Menerapkan dan meninjau kembali keputusan.

Diuraikan sebagai berikut :
1. Merumuskan persoalan
   Harus dapat mengidentifikasi permasalahan umum secara jelas dulu, sebelum menentukan masalah pemasaran yang khusus ditentukan, merumuskan pertanyaan riset, dan menentukan tipe-tipe pemecahan secara umum.

2. Melakukan penelitian pendahuluan
   Sebuah penelitian pendahuluan akan membantu untuk merumuskan persoalan. Pengkajian selanjutnya mungkin dapat mengidentifikasikan pemecahan potensial lainnya.

3. Merencanakan risetnya
   Menjelang memulai perencanaan riset tersebut, harus sudah mempunyai pemahaman yang baik atas persoalannya dan fakta yang berpengaruh, yang dapat diperoleh. Teknik-teknik pengumpulan data meliputi daftar pertanyaan survei, teknik kuantitatif khusus dan pengukuran pasar.

4. Memanfaatkan dan menggunakan sumberdaya sendiri
   Sebelum mempertimbangkan sebuah riset pasar, perhatikan dulu informasi yang tersedia.
   Catatan dan files mengenai pelanggan dapat menolong.
   Pelajarilah catatan penjualan, penerimaan, daftar keluhan dan catatan kumulatif lainnya.
   Informasi ini dapat membentu dalam mengetahui dimana pelanggan tinggal dan bekerja, pola konsumen mereka, apa yang mereka beli, bagaimana mereka membeli, kapan mereka membeli dan di mana mereka membeli.
   Seorang karyawan tempat kita bekerja mungkin juga mempunyai informasi berharga tentang sikap-sikap dan pendapat-pendapat pelanggan.
   Berbicara dengan karyawan tentang hubungan mereka sehari-hari dengan pelanggan dapat memberikan perspektif yang berbeda tentang prosedur pemasaran.

5. Memanfaatkan dan menggunakan sumber-sumber dari luar
   Terdapat sejumlah terbitan mengenai riset pasar, termasuk artikel, publikasi survei, majalah, laporan dan buku, yang semuanya dinamakan “rujukan tak langsung”. Rujukan tak langsung dapat diperoleh dari perpustakaan, badan-badan pemerintah, lembaga-lembaga pendidikan, penjual buku dan penerbit.

   Informasi yang dikumpulkan dari rujukan tak langsung seharusnya dapat membantu dalam mengorganisasi proyek riset pasar yang sesungguhnya.
   Proyek ini dapat menghasilkan riset langsung, yang bentuknya sederhana seperti memberikan kuesioner pada semua pelanggan yang datang dan kemudian meringkaskan hasilnya.

6. Menafsirkan data
   Meskipun mengumpulkan data adalah sebagian dari kegiatan riset pasar, pemecahan yang efektif atas suatu persoalan pemasaran ditentukan oleh penafsiran datanya. Penting mengetahui arti data, dan bagaimana data itu dapat dipakai untuk membuat keputusan yang dilandasi oleh informasi.

7. Membuat Suatu keputusan
   Keputusan dipengaruhi oleh penafsiran, namun memperhitungkan semua faktor, dan pendapat tentang pengkajian riset tergantung pada kita, Jika sudah sesuai dengan penafsiran data, maka akan lebih yakin dengan keputusan yang diambil.
   Jika pendapat berbeda dari penafsiran data, maka diperlukan analisis lebih lanjut.

8. Menerapkan dan meninjau kembali keputusan.
   Langkah terakhir dalam melaksanakan sebuah riset pasar, adalah menerapkan keputusan dan meninjau hasilnya.
   Hanya dengan cara inilah, dapat secara tepat menentukan hasil keputusannya.

Data penilaian dapat digunakan untuk melaksanakan pengkajian pemasaran yang lain. Dalam penelaahan riset pemasaran, mungkin ingin menanyakan pertanyaan berikut pada diri wirausaha :
1. Apakah sasaran-sasaran bisnis wirausaha ?
2. Bagaimana gambaran pelanggan wirausaha?
3. Bagaimana pandangan pelanggan wirausaha tentang bisnis wirausaha ?
4. Bagaimana pandangan wirausaha tentang pesaingnya ?
5. Bagaimana strategi produk wirausaha ?
6. Bagaimanakah strategi harga wirausaha?
7. Bagaimanakah strategi promosi wirausaha ?
8. Apakah lokasi bisnis wirausaha dapat dibenarkan dalam rangka melayani pelanggan ?

Salah satu keputusan yang penting terdapat dalam pemilihan barang-barang dan jasa-jasa yang akan dijual.
Bisnis kecil dimulai karena adanya suatu kebutuhan yang terpenuhi.

> *Dalam melihat potensi bisnis, lakukan suatu riset pemasaran, untuk memilih produk atau jasa yang essensial bagi pelanggan; dan untuk mengetahui terdapat kebutuhan real yang relatif dapat dikembangkan dengan mudah.*

B. Memperkenalkan Produk-Produk Baru

Menilai potensi keberhasilan dari suatu barang baru merupakan suatu kegiatan yang sukar, tetapi perlu.
Pertanyaan-pertanyaan berikut akan membantu mengenali peluang-peluang pasar akan suatu produk tertentu :
1. Apakah produk itu terdapat pada suatu industri yang bertumbuh ?
2. Apakah permintaan produk itu di masa depan akan bertumbuh, tetap atau berkurang ?
3. Bagaimanakah sifat bersaing anda ?
4. Sampai dimanakah tergantung kepada para pembekal dan bisnis yang berhubungan dengan itu ?
5. Apakah cukup memiliki dana, untuk membiayai pengeluaran yang diperlukan untuk memperkenalkan produk baru itu untuk paling sedikit selama setahun ?
6. Apakah kelemahan-kelemahan khusus itu serupa dengan atau berbeda dari produk para pesaing ?
7. Bagaimanakah dapat meluaskan daerah pemasaran produk ?
8. Sampai dimanakah sumbangan pemasaran terhadap sukses produk ?

Pada hakekatnya, fungsi dasar dari bisnis adalah memuaskan kebutuhan manusia. Melalui riset dan pengembangan produklah bisnis mengenal kebutuhan-kebutuhan, dan barang dan jasa dapat dijual untuk memperoleh jasa.

C. Data Sensus

Kebanyakan pemerintah menerbitkan statistik mengenai perekonomian negara. Sumber ini tidak digunakan secara efektif oleh kebanyakan wirausaha.
Namun, data ini akan membuat lebih kaya informasi.

Informasi tentang pasar perlu sekali dalam mengoperasikan suatu bisnis kecil dan menghadapi persaingan dari bisnis yang lebih besar.
Sensus memberikan masukan statistik untuk memecahkan problem-problem yang akan membantu dalam mengambil keputusan guna meningkatkan efektivitas kegiatan pemasaran.

Statistik sensus itu lengkap dan terperici; dan harus ditafsirkan.
Menyatakan kebutuhan akan informasi dalam bentuk pertanyaan mengenai calon pelanggan merupakan suatu cara yang baik untuk menata pikiran para wirausaha.

Sebuah contoh pertanyaan mungkin berbunyi seperti berikut : Daerah geografis mana yang memberikan peluang paling baik untuk memperoleh pelanggan baru ? dalam mengusahakan jawaban atas pertanyaan ini, informasi yang ditarik dari tabel-tabel sensus dapat langsung bermanfaat seperti perhitungan penduduk, pendapatan, besarnya keluarga, dan pekerjaan.
Daerah penjualan dapat ditentukan dengan data sensus itu. Sekali daerah penjualan ditentukan, maka data sensus dapat mempermudah dalam menentukan kuota penjualan yang sepadan.
Sebuah pengkajian laporan sensus yang terperinci dari tingkat penyerapan tenaga kerja, pendapatan dan kepadatan penduduk di setiap wilayah dari setiap anggota staf penjualan, dapat menjadi petunjuk untuk mengukur potensi penjualan.

Beberapa produk termasuk dalam sensus itu.
Umpamanya, sensus perumahan mungkin mengandung statistik tentang peralatan rumah, seperti mesin cuci dan lemari pendingin.

Dalam memperkenalkan produk-produk baru, pewirausaha dapat menggunakan data sensus dengan dua cara.

Pertama-tama, bisa timbul saran-saran akan produk-produk baru, karena statistik mencerminkan *gaya hidup* dari pelanggan.
Kedua, statistik dapat digunakan untuk dalam hubungan dengan test pemasaran. Dari sensus kita dapat mengetahui karakteristik demografis seperti umur, jenis kelamin, kebangsaan, dan status perkawinan; yang semuanya bisa membantu dalam memilih kota-kota untuk test pasar.

Pengalaman dari suatu pabrik pengepakan daging memberikan contoh dari penggunaan data sensus dalam pengembangan produk baru.
Pemiliknya mendapat informasi bahwa statistik untuk daerah penjualannya menunjukkan sejumlah pendingin rumah *(home frezers)* yang amat besar.
Ini dilihatnya sebagai suatu pasar baru; potongan daging yang di jual dalam jumlah besar untuk disimpan dalam pendingin rumah.

D. Kegunaan Data Sensus

Data sensus dapat membatu para wirausaha menjawab pertanyaan-pertanyaan tentang prosedur pemasaran :

1. Bagaimanakah kondisi ekonomi dan bisnis dalam suatu daerah geografis tertentu ?
2. Kota-kota manakah yang paling cocok untuk melaksanakan survai pemasaran?
3. Manakah daerah pemasaran utama untuk produk-produk tertentu ?
4. Bagaimanakah pendapatan, pola konsumsi dan produk yang digemari orang-orang dalam suatu lokasi tertentu ?
5. Faktor-faktor manakah yang menentukan daerah pemasaran ?
6. Tempat manakah yang terbaik untuk lokasi bisnis ?
7. Bagaimanakah status dan pekerjaan penduduk dari suatu daerah tertentu ?
8. Bagaimanakah ciri-ciri dari pendapatan dan kebiasaan berbelanja orang-orang ini ?

Data sensus mungkin mengandung informasi terperinci dari pemasaran untuk daerah eceran, perdagangan besar dan jasa.
Informasi ini mungkin mengandung juga data tentang penjualan, penyerapan tenaga kerja dan pembayaran gaji.

E. Lokasi Usaha

Lokasi penting bagi bisnis tertentu, seperti toko pakaian atau toko bahan makanan; tetapi tidak begitu penting bagi toko barang-barang antik, atau bengkel mobil.

Pertanyaan-pertanyaan utama dalam hubungan dengan lokasi meliputi :

1. Di bagian wilayah mana ?
2. Di kota apa ?
3. Di bagian kota manakah ?
4. Di lokasi khusu mana dari bagian kota ini ?

Pentingnya faktor-faktor lokasi berbeda-beda sesuai dengan sifat perusahaan. Umumnya lokasi perusahaan akan ditentukan oleh :

1. Kedekatan dengan pasar
2. Hubungan dengan pelanggan
3. Tersedianya staf yang mampu
4. Tersedianya bahan-bahan mentah

Semakin luas daerah pasar, semakin kurang penting lokasi bisnis.
Namun, sebagai pedoman umum, bisnis haruslah terletak sedemikian rupa sehingga dekat dan mudah mencapai pelanggan, dan demikian sebaliknya.

Hendaknya berkonsultasi dengan pihak-pihak berikut, sebelum mengambil keputusan tentang lokasi bisnis :

1. *Bankir*. Biasanya mereka mempunyai pengertian yang baik tentang kondisi bisnis serta latar belakang dari kebanyakan lokasi bisnis, dalam suatu masyarakat/komunitas.
2. *Kamar Dagang Setempat.* Badan ini dapat membantu merekomendasikan lokasi yang baik, tergantung kepada jenis bisnis yang dijalankan.
3. *Pedagang Besar, Pembikin dan Pembekal.* Mereka mempunyai pengetahuan yang luas mengenai lokasi-lokasi dalam daerah pasar tertentu.
4. *Asosiasi Dagang.* Mereka mempunyai informasi tentang kondisi ekonomi dan pasar-pasar dalam suatu daerah tertentu.
5. *Badan Pemerintah.* Badan-badan yang mempromosikan pengembangan bisnis akan mampu memberikan bantuan tambahan.
6. *Sumber-Sumber Lain.* Ini meliputi daerah pengembangan industri, perusahaan listrik, perusahaan pengangkutan kereta api, perusahaan real estate, kantor penempatan tenaga kerja dan para wirausaha setempat.

Dalam mengambil keputusan terakhir, mungkin akan memerlukan perbandingan dari pelbagai tempat lokasi.
Dasar perbandingan yang dapat dipakai adalah berapa besar biaya untuk memiliki dan menjalankan usaha di lokasi tertentu.
Formulir analisis biaya akan membantu untuk meringkaskan informasi, yang dibutuhkan untuk mengambil keputusan yang baik.
Bentuk yang lengkap, dengan peta kota dan daerah serta statistik mengenai populasi dan pendapatan.

Formulir Analisis Biaya

Pertimbangan Biaya	Lokasi 1	Lokasi 2	Lokasi 3	Lokasi 4
Biaya Pembelian Tanah Bangunan				
Biaya Operasi Tenaga kerja Mesin Asuransi Lain-lain				
Pajak Pajak kekayaan Pajak pendapatan Pajak atas gaji Pajak daerah				
Transportasi Dari pensuplai Untuk pelanggan				
Lain-lain _____ _____				
Lain-lain _____ _____				

Tugas

Wawancarailah para pemilik dari satu atau lebih bisnis berskala kecil bagaimana langkah dan Analisis mereka dalam menentukan lokasi, Laporkan temuan anda didalam kelas.

BAB III
MEMASARKAN BARANG ATAU JASA

Dalam memasarkan Barang atau jasa seorang wirausaha harus melakukan dua hal yaitu

A. Memuaskan keinginan dan kebutuhan Pelanggan (Strategi Defensif/mempertahankan pelanggan yang sudah ada)
B. Menarik pelanggan Baru (Strategi Offensif/mencari pelanggan baru)

A. Memuaskan keinginan dan kebutuhan Pelanggan (*Strategi Defensif* / Mempertahankan Pelanggan Yang Sudah Ada)

Adanya bisnis adalah untuk memuaskan pelanggan; barang-barang atau jasa-jasa harus dapat memuaskan kebutuhan pelanggan secara lebih baik dari produk atau jasa para pesaing.

Cara memuaskan kebutuhan pelanggan yaitu:
Pertama-tama harus mengenal kebutuhan pelanggan dan kemudian mengembangkan produk atau jasa guna memenuhi kebutuhan-kebutuhan tertentu itu.
Karena kecilnya, bisnis kecil tidak mungkin mengeluarkan uang dalam jumlah besar untuk mengembangkan pasar bagi produk mereka.
Produk atau jasa hendaknya mampu memberikan cara yang lebih baik dalam melakukan sesuatu kepada pelanggan.
Karena ukuran bisnisnya bisnis kecil yang baru dijalankan, maka tidak dapat menjual kepada semua orang.
Untuk itu haruslah mengidentifikasi dan memusat pada suatu pangsa pasar tertentu dari pasar keseluruhan.

Pangsa pasar dapat digolongkan menurut : pendapatan, daerah geografis, jenis kelamin, mode atau minat.
Karena bisnis sepenuhnya tergantung kepada pelanggan, harus mengusahakan segala sesuatunya untuk melayani keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Kecenderungan berikut akan membantu untuk mengenal perubahan-perubahan dalam kelakuan pelanggan.

1. Penjualan kepada pelanggan merupakan petunjuk sukses yang berharga. Bandingkan penjualan tahun ini dengan penjualan tahun yang lampau. Perhatikan penjualan yang berkurang selama jangka waktu dua atau tiga bulan. Hal itu mungkin merupakan awal suatu kecenderungan negatif.

2. Periksa apakah ada penurunan dalam penjualan kredit oleh para pelanggan tetap atau penurunan dalam jumlah pelanggan baru.
   Ambillah tindakan dan bicaralah dengan karyawan dan pelanggan untuk mengetahui sikap mereka terhadap produk atau jasa.

3. Menambah kontak dengan pelanggan mungkin tidak akan mempengaruhi penjualan, staf penjualan adalah yang harus menentukan di mana terletak kesalahan.

4. Pengembalian pembelian oleh para pelanggan mungkin bertambah. Selidikilah pada pelanggan dan karyawan untuk mengetahui mengapa hal ini terjadi.

Kekuatan bisnis kecil adalah

Kelenturan mereka utuk menyesuaikan diri dengan situasi pasar yang baru.
Kelenturan dalam usaha-usaha pemasaran akan membantu anda dalam menanggapi permintaan pelanggan yang berubah.

Cara membina hubungan baik dengan pelanggan adalah:

Dalam memilih pasar tertentu, haruslah bersikap selektif.
Dikembangkan hubungan yang baik dengan pelanggan dan ketahuilah alasan-alasan mengapa mereka menjadi pelanggan.

Memperkenalkan suatu produk atau jasa baru adalah di luar kemampuan bisnis kecil.
Namun, bisnis kecil dapat bersaing dalam inovasi-inovasi pada produksi atau distribusi.

B. Menarik Pelanggan Baru (Strategi Offensif / Mencari Pelanggan Baru)

Pada umumnya pengusaha kecil tidak perlu mengeluarkan anggaran besar untuk iklan, karena penjualan mereka umumnya adalah hasil dari kontak pribadi dalam lingkungan masyarakat mereka.

Cara Menarik Pelanggan Baru, Yaitu:

a. Mintalah kepada pelanggan yang puas agar mereka merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, atau memberikan kepada perusahaan nama-nama dari orang lain yang mungkin mau mempergunakan barang atau jasa perusahaan tersebut.

b. Perusahaan hendaknya mempunyai suatu logo yang memberi ciri pada perusahaan dan tertera pada semua tanda perusahaan, kartu nama perusahaan, faktur dan mobil, vans atau truk perusahaan dan pada semua surat-surat perusahaan.

c. Wirausaha akan memperoleh kontak yang berharga dengan pelanggan baru dengan ikut aktif dalam kegiatan kemasyarakatan. Orang menghargai pekerjaan apapun yang dilakukan untuk kepentingan masyarakat, dan mungkin akan memperlihatkan penghargaan mereka dengan menjadi pelanggan.

d. Periklanan melalui media untuk mencapai calon pelanggan, karena mahal dan hasilnya tidak sesuai dengan biayanya. Karena itu Mengiklankan melalui radio atau surat kabar hendaknya dilakukan secara kecil-kecilan. Hasil dari iklan, yang tercermin dalam tambahan jumlah penjualan, akan menentukan apakah biaya periklanan dapat dipertanggungjawabkan.

e. *Handbills* (selebaran-selebaran) merupakan cara untuk menyampaikan pesan kepada suatu kelompok khusus orang.

f. Mengirim bahan iklan tercetak melalui pos juga merupakan suatu cara efektif dalam menghubungi pelanggan potensial tertentu. Semua barang cetak yang mengiklankan barang atau jasa haruslah disiapkan secara menarik iklan tercetak mewakili perusahaan dalam menyampaikan bisnis apa yang dijalankan.

Janganlah sampai pelanggan yang datang; keluarlah dan carilah mereka.

Selain Kedua Strategi tersebut dalam memasarkan barang atau jasa, wirausaha juga harus melakukan:

1. Menetapkan Harga yang sesuai

Yang harus diperhatikan dalam Menetapkan Harga yang sesuai adalah:

a. Penetapan harga haruslah dilakukan sedemikian rupa sehingga menutup biaya dan masih ada marjin untuk laba. Namun, ada pertimbangan-pertimbangan lain yang harus diperhitungkan. Umpamanya, menetapkan harga produk atau jasa akan menjadi persoalan yang sukar kalau tingkat persaingan kecil atau kalau menjual barang dan jasa yang unik. Dalam banyak hal persaingan akan membatasi kemampuan untuk menentukan harga.

b. Harga merupakan faktor utama, kalau produk atau jasa yang dikeluarkan mirip dengan produk dan jasa pesaing. Cobalah usahakan agar harga didasarkan pada ciri khusus dari produk sendiri.

c. Harga bukanlah faktor satu-satunya dalam menentukan penjualan. Memberikan pelbagai pelayanan kepada pelanggan – seperti perhatian pribadi, pengiriman gratis, dan kredit dan mempunyai barang beraneka ragam, dapat memberikan kelebihan atas pesaing.

Pastikan agar semua bagian dari bisnis dan semua karyawan benar-benar berkiblat pada pelanggan.

Secara periodik, hendaknya mengevaluasi hubungan dengan pelanggan untuk dapat menemukan cara-cara khusus guna meningkatkan hubungan, yang mengakibatkan naiknya penjualan.

2. Mempromosikan Bisnis

Seorang wirausaha adalah orang yang memegang kunci dalam kegiatan promosi manapun dan yang memegang tanggungjawab utama dalam mengembangkan hubungan positif antara perusahaan dengan masyarakat umum. Reputasi dari sebuah bisnis kecil biasanya langsung berhubungan dengan kepribadian dan tindakan-tindakan dari pemiliknya si wirausaha.

Untuk mempromosikan bisnis secara sepantasnya, haruslah memahami pasar yang ingin dicapai.

Ketahuilah ciri-ciri pelanggan, seperti : pendapatan, pekerjaan, golongan umur, dan minat-minat khusus mereka.

Ketahuilah ciri-ciri pelanggan, dari mana asalnya, kapan mereka membeli, dan mengapa mereka tidak membeli ketempat yang lain.

Ketahuilah besarnya bagian pasar yang sekarang dari pasar seluruhnya. Buatlah promosi penjualan berbeda dari pada promosi pesaing.

Amatilah promosi yang berhasil dari para pesaing dan oleh bisnis dalam bidang usaha lain yang sangat efektif.

Promosi hendaknya didasarkan atas kebutuhan sesungguhnya dari pelanggan.

Setelah merumuskan pasar, perlu menentukan jenis promosi penjualan yang ingin dikembangkan. Dalam memutuskan faktor-faktor yang akan dipromosikan, ingatlah akan motivasi pokok dari pelanggan dalam membeli.

Orang membeli karena :

a. Mereka mempunyai kebutuhan dasar (makanan, rumah tinggal)
b. Mereka menginginkan status (pakaian menurut mode terakhir)
c. Mereka menginginkan barang mewah atau yang tidak mendasar (seperti televisi, kosmetik)
d. Mereka ingin menggunakan produk untuk tujuan bisnis (mesin tulis, kereta pengangkut, meja tulis)

Jenis serta sampai sejauh mana kegiatan promosi penjualan akan ditentukan oleh jawaban-jawaban atas pertanyaan-pertanyaan berikut :

a. Apakah kebijakan pemasarannya ?
b. Di manakah pasar potensialnya ?
c. Siapakah kelompok target penjualannya ?
d. Media periklanan apakah yang sebaiknya dipakai ?
e. Apakah tersedia cukup uang untuk melaksanakan promosi penjualan yang berhasil ?
f. Kapankah promosi penjualan itu akan dimulai ?
g. Bagaimanakah mengevaluasi hasil dari promosi penjualan ?
h. Bagaimanakah promosi penjualan yang khusus berbeda dari yang rutin ?
i. Bagaimanakah keterlibatan karyawan perusahaan dalam promosi penjualan ?
j. Apakah promosi juga “menjual” bisnisnya di samping produk atau jasa khusus itu?
k. Bagaimanakah perusahaan dapat mengukur efektivitas promosinya ?

Beberapa faktor tertentu tentang bisnis haruslah di pertimbangkan, jika ingin memutuskan berapa banyak promosi penjualan dibutuhkan.
Umpamanya, semakin lama perusahaan itu berkecimpung dalam bisnis, dan semakin berhasil perusahaan tersebut, semakin kurang kebutuhan akan promosi penjualan khusus.
Bisnis baru atau bisnis yang telah pindah lokasi membutuhkan promosi untuk menyadarkan pelanggan potensial akan eksistensi mereka.

Jenis promosi akan ditentukan juga oleh produk yang dihasilkan (semakin khusus produk itu, semakin penting promosi penjualan); dan oleh lokasi tempat usaha (semakin jauh lokasi bisnis dari tempat pelanggan, semakin perlu mengadakan promosi).

Bentuk-bentuk Promosi:

a. Promosi penjualan

Merupakan upaya khusus utuk meningkatkan penjualan. Sebuah promosi penjualan dapat berupa tawaran perkenalan khusus, potongan harga, demonstrasi, peragaan khusus, contoh-contoh gratis atau iklan khusus.

Hasil dari promosi penjualan yang sekarang harus dibandingkan dengan hasil dari promosi yang lampau.

Dengan memonitor penjualan sebelum, selama dan setelah promosi penjualan, perusahaan akan mampu mengukur keberhasilannya.
Perbandingan angka-angka penjualan ini dengan angka-angka dari tahun yang lampau akan memberikan informasi tambahan bagi perusahaan.

Bagan Promosi Penjualan

Jenis Promosi	**Biaya Promosi**	**Tanggal Promosi**	**Penjualan selama promosi**	**Penjualan dari tahun lalu**
1				
2				
3				

b. Periklanan

Iklan akan menarik pelanggan dan mendorong mereka membeli produk atau jasa yang dihasilkan.
Namun, mutu produk atau jasa akan menetukan apakah mereka menjadi pelanggan tetap atau tidak.

Kebanyakan penjualan dari perusahaan adalah kepada pelanggan tetap, dan tujuan dari iklan tidak saja untuk menarik pelanggan baru; tetapi juga untuk mempertahankan pelanggan lama, Iklan merupakan suatu cara untuk mengingatkan pelanggan lama dan pelanggan potensial akan produk dan jasa yang dihasilkan.

1. Jenis-Jenis Periklanan
   Karena banyak iklan dalam bentuk cetak, maka perlu mengetahui ciri-ciri dari jenis iklan ini.
   1) Iklan ini haruslah unik dan punya ciri khas
   2) Harus sederhana dan mudah dimengerti
   3) Biasanya harus mengandung informasi faktual, yang menyorot satu ciri utama.
   4) Harus mencerminkan citra yang sangat positif dari perusahaan.

   Kebanyakan bisnis kecil tidak menggunakan biro iklan untuk menyiapkan iklan mereka; tetapi mempercayakannya pada personalia mereka untuk mengembangkan ide-ide dan menyiapkan teks iklan.
   Ingatlah, iklan produk haruslah sederhana dan langsung menuju sasaran.

   Banyak orang membaca surat kabar untuk memperoleh informasi mengenai penjualan khusus; karena itu surat kabar lokal merupakan suatu media pengiklanan yang baik bagi bisnis kecil.

   Surat kabar atau pemancar radio yang diusulkan untuk iklan mungkin mampu membantu menyiapkan iklan yang baik.
   Iklan di dalam buku telepon resmi mungkin tidak mahal tetapi efektif.

2. Mengevaluasi Iklan
   Iklan sangat mahal dan haruslah digunakan secara selektif oleh perusahaan kecil agar mencapai hasil-hasil terbaik.
   Evaluasi atas efektifnya suatu iklan dapat ditentukan oleh riset.
   Agar biaya iklan “seminim” mungkin, pilihlah suatu kelompok sasaran khusus dan gunakanlah suatu media iklan yang khusus.
   Berapa banyak yang dikeluarkan sebuah bisnis untuk iklan tidaklah sepenting caranya uang itu dikeluarkan.
   Iklan yang berhasil harus meningkatkan pendapatan penjualan, yang melebihi biaya iklan tersebut.
   Di samping mempromosikan suatu produk atau jasa tertentu, iklan juga menciptakan citra perusahaan.

3. Bantuan pihak-pihak lain untuk mendukung Pengiklanan
   Banyak perusahaan tidak mengiklankan produk mereka, karena mereka tidak memiliki waktu atau keterampilan untuk melaksanakan kampanye periklanan yang berhasil. Karena perusahaan tersebut mungkin lebih baik dalam hal produksi dari pada dalam pemasaran, maka perusahaan tersebut mungkin membutuhkan bantuan luar untuk mengembangkan program periklanannya

   Pihak-pihak lain untuk mendukung Pengiklanan adalah:
   1) Seniman grafis
   2) Penulis teks iklan
   3) Desainer dan spesialis periklanan menawarkan jasa-jasa mereka berdasarkan suatu tarif.

4) Sebuah biro periklanan luar yang dapat memikul seluruh tanggung jawab atas periklanan perusahaan.
   Biro tersebut haruslah dapat mengkonsep, merencanakan, mengorganisasi, mengembangkan, melaksanakan dan menilai seluruh kampanye periklanan.
   Pakailah biro periklanan yang bekerja dalam bidang pemasaran khusus dibidang produknya, apakah itu barang konsumsi, perdagangan besar atau barang industri. Mintalah biro tersebut untuk menyiapkan sebuah garis besar rencana pengiklanan yang diproyeksikannya dan memberikan taksiran biaya terperinci.

Banyak biro iklan, yang mempunyai ikatan khusus dengan surat kabar dan atau pemancar radio, dan menerima potongan harga jika mereka memasang iklan.
Dengan semakin besarnya program periklanan, mungkin perusahaan ingin mempertimbangkan untuk mempunyai seorang spesialis iklan sendiri dalam stafnya.

Dengan cara begini perusahaan dapat mengendalikan program periklanan secara langsung.

> *Pengiklanan dapat menarik calon-calon pelanggan pada bisnis yang dijalankan namun, tergantung kepada pimpinan perusahaan dan stafnya untuk membuat penjualan dan menjadikan mereka pelanggan tetap.*

3. Pentingnya Hak Guna Paten

Hak-Guna Paten *(Franchising)* merupakan suatu sistem mendistribusikan produk atau jasa melalui saluran-saluran yang dimiliki oleh seorang yang memiliki hak-guna paten dan merupakan suatu bidang kegiatan bisnis yang paling cepat bertumbuh.
Si pemilik paten mengijinkan si pemegang kuasa untuk memasarkan produk-produk atau jasa-jasa tertentu dengan suatu cap *(brand name)* menurut syarat-syarat tertentu.

Suatu cara mengembangkan bisnis adalah dengan menjual hak paten.
Dalam mempertimbangkan metode distribusi ini baiklah sipemilik hak paten menawarkan jasa-jasa berikut kepada orang yang membeli hak paten :

a Pemilihan dan pembelian lokasi.
b Pendirian gedungnya.
c Akses pada keuangan.
d Prosedur standar untuk semua aspek operasional seperti pembukuan manajemen, periklanan dan produksi.

Orang-orang, yang berminat membeli suatu hak-guna paten dari dari suatu perusahaan, akan ingin mengetahui apa sebabnya mengapa hak-guna paten akan lebih menguntungkan dari pada memulai bisnis mereka sendiri.

Perusahaan haruslah mampu menjawab secara memuaskan pertanyaan-pertanyaan berikut :

a. Pertimbangan Atas Produk

- Bagaimanakah pasar sekarang dan proyeksi produknya ?
- Siapakah pesaingnya dan bagaimanakah produknya, jika dibandingkan dengan produk yang sama atau mirip ?
- Apakah produk tergantung mode atau apakah permintaan akan berkelanjutan?

b. Kontrak Hak-Guna Paten

- Apakah kontrak bersifat adil bagi kedua pihak ?
- Apakah produk itu lengkap dan apakah meliputi semua aspek ?
- Apakah syarat-syarat khusus dalam kontrak itu pantas, terutama yang berhubungan dengan : (a) pembayaran tetap; (b) perjanjian pembelian barang; (c) kuota penjualan; (d) hak-hak ekslusif atas wilayah; (e) syarat-syarat pembelian kembali; (f) pengakhiran perjanjian hak-guna paten; (g) biaya hak-guna paten ?

c. Bantuan Bagi Pemegang Hak-Guna Paten

- Pelatihan macam apakah yang disediakan bagi manajemen dan pegawai ?
- Prosedur khusus apakah yang tersedia untuk pengendalian sediaan ?
- Survei pasar manakah yang telah dilaksanakan ?
- Bagaimanakah syarat bagi periklanan dan promosi penjualan ?
- Bantuan keuangan mana yang tersedia ?

d. Daerah Pasar

- Berapa besarkah daerah hak-guna paten ?
- Apakah daerah itu cukup besar untuk menyokong hak-guna paten ?
- Bagaimanakah pengalaman laba dari pemegang paten lain di daerah itu berhasil ?
- Apakah laporan keuangan menunjukkan bahwa pemegang paten itu berhasil ?
- Apakah terdapat laporan tentang proyeksi penjualan, biaya operasi dan pendapatan bersih ?

Hak-guna paten merupakan teknik yang digunakan, jika telah mengembangkan suatu produk; tetapi tidak mempunyai dana untuk memasarkannya secara berhasil. Perjanjian hak-guna paten hendaknya meliputi suatu jangka waktu tertentu.
Sekiranya pemegang hak-guna paten itu tidak berhasil, hendaknya mempunyai pilihan untuk mengakhiri perjanjian itu.

> *Hati-hatilah, agar perusahaan menjual hak-guna patennya kepada orang yang bermutu, karena sukses perusahaan tergantung kepada sukses mereka.*

4. Melakukan kegiatan Ekspor dan Impor
Sebagian besar perusahaan ekspor itu kecil dan jenis kegiatan ini dapat menciptakan pasar baru untuk perusahaannya.
Mengekspor itu sukar, karena harus memahami hukum, peraturan, pasar dan kebiasaan bisnis dari negara lain.

Pemerintah-pemerintah di semua negara menyokong kegiatan ekspor, karena hal itu membantu neraca pembayaran mereka.
Ada badan-badan pemerintah di negara yang dapat membantu untuk menemukan pasar dan agen penjulan di negara-negara lain, Jika sebaliknya, mendirikan perusahaan impor, dapat minta bantuan dari badan-badan pemerintah dan eksportir di negara lain. Dalam keadaan-keadaan tertentu, pertolongan demikian dapat meliputi bantuan keuangan.

Jika merencanakan meluaskan bisnis sampai mengekspor, pertama-tama harus menentukan kemantapan produksi potensial.
Perbedaan antara produksi sekarang dan kapasitas pabrik merupakan kapasitas produksi potensial, yang tersedia untuk ekspor.
Banyak prosedur bisnis di dalam pasar domestik dan pasar luar negeri mirip satu sama lain.
Problem yang terbesar mungkin akan timbul melalui peraturan pemerintah, bahasa dan jarak fisik antara perusahaan dan pelanggan baru.

> *Mengekspor mungkin dapat memberikan pasar baru untuk produk atau jasa. Mintalah nasehat dari badan-badan pemerintah mengenai peluang-peluang itu.*

5. Persaingan
Persaingan berlangsung di antara bisnis-bisnis yang menjual produk yang mirip dan juga bisnis lain yang bersaing untuk pelanggan yang sama.
Seorang pemilik restoran tidak saja bersaing dengan restoran-restoran lain; tetapi juga dengan stand-stand tempat orang dapat makan secara cepat, toko dan pasar-pasar terbuka.
Yang diperebutkan adalah uang yang akan dibelanjakan pelanggan untuk makan.

Pelanggan dan calon pelangan mempunyai pilihan dan para wirausaha hendaknya merasa pasti alasan baik mereka yang membeli dari tempat langganan mereka.
Akan menguntungkan lagi bila ide-ide si pengusaha yang terbaik dengan ide-ide yang terbaik dari pesaing digabungkan.
Pewirausaha dapat belajar dari sukses pesaing–pesaingnya dan menghindari kesalahan-kesalahan mereka.
Seorang pengusaha haruslah siap untuk perubahan, yang selalu ada.

Suatu kesalahan tunggal dapat merupakan malapetaka bagi suatu bisnis.
Seorang pengusaha haruslah sadar apa yang sedang dilakukan para pesaingnya. Mengenali pesaingnya membantu untuk mengerti seluruh lingkungan bisnis tempat beroperasinya usaha.

Terdapat pelbagai cara untuk memperoleh informasi mengenai pesaing.

a. Para pembekal mempunyai informasi tentang pembelian bahan mentah atau bahan setengah jadi, atau bahan-bahan lain, yang dipakai oleh pesaing.
   Bertindak sebagai calon pelanggan akan memungkinkan untuk mendiskusikan para pesaingnya dengan pembekal.

b. Perincian-perincian keuangan tertentu tentang bisnis yang sudah merupakan pengetahuan umum. meliputi pinjaman khusus dari pemerintah kepada bisnis-bisnis kecil, pajak kekayaan, atau perusahaan-perusahaan umum yang harus memasukkan formulir-formulir tertentu, yang memberikan data keuangan.

c. Karyawan dari pesaing-pesaing mungkin dapat memberikan informasi mengenai operasi dan kegiatan-kegiatan mereka, yang mungkin berguna.

d. Beberapa kesempatan untuk memperoleh informasi timbul dalam pertemuan-pertemuan asosiasi atau dewan perdagangan; ketika mewawancarai para calon karyawan, dalam kesempatan-kesempatan sosial, dan yang mirip dengan itu.

   Namun, para pesaing bisnis juga berusaha memperoleh informasi tentang para pebisnis lainnya.
   Mengetahui informasi mana yang berharga bagi pesaingnya dan mengembangkan prosedur yang menjaga agar informasi ini tetap terjaga kerahasiaannya, haruslah merupakan praktek standar dalam perusahaan.

e. Menghadiri pertemuan profesional, di mana wirausaha lain mungkin menerangkan inovasi tertentu atau teknik manajemen baru.
   Berikan perhatian khusus kepada pemilik yang berhasil. Merakalah orang-orang yang paling mungkin memberikan informasi dan nasehat seperti itu.

Merebut bisnis dari pesaing adalah suatu cara untuk mencapai pertumbuhan. Namun, situasi ini dapat menciptakan problem bagi seluruh industri.
Umumnya para pesaing seorang pengusaha akan bereaksi cepat, jika mereka kehilangan bisnis dari pesainya dan hal ini akan menciptakan suatu situasi tidak stabil, yang dapat menimbulkan pelbagai persoalan.

Jika bersaing dalam suatu pasar, yang di situ terdapat banyak bisnis kecil, seperti restoran, atau pompa bensin, seorang pengusaha dapat tumbuh dengan memperkenalkan sesuatu yang baru, yang membuat bisnisnya berbeda dari yang lain.

Macam persaingan lainnya adalah
Penguasaan pasar oleh perusahaan besar. Menghadapi hal ini, hindarilah persaingan langsung.
Yang harus di lakukan adalah mengembangkan produk atau jasa, yang bersifat pelengkap dari produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan besar.
Tidak tertutup kemungkinan usaha kecil dapat bersaing dengan perusahaan besar, dengan cara memberikan pelayanan dan perhatian pribadi kepada para pelanggannya. Yang penting disini adalah memusatkan kegiatan pada segi-segi

yang tidak mungkin dilakukan oleh pengusaha besar dan dapat melakukannya dengan lebih baik.

6. Meningkatkan Mutu

Cara mencapai pertumbuhan yang lebih baik adalah dengan meluaskan pasar.
Dari pada melawan pesaing-pesaing kelompok pelanggan yang sama, lebih baik memusatkan perhatian atas usaha memperoleh pelangan baru.

Dengan cara:

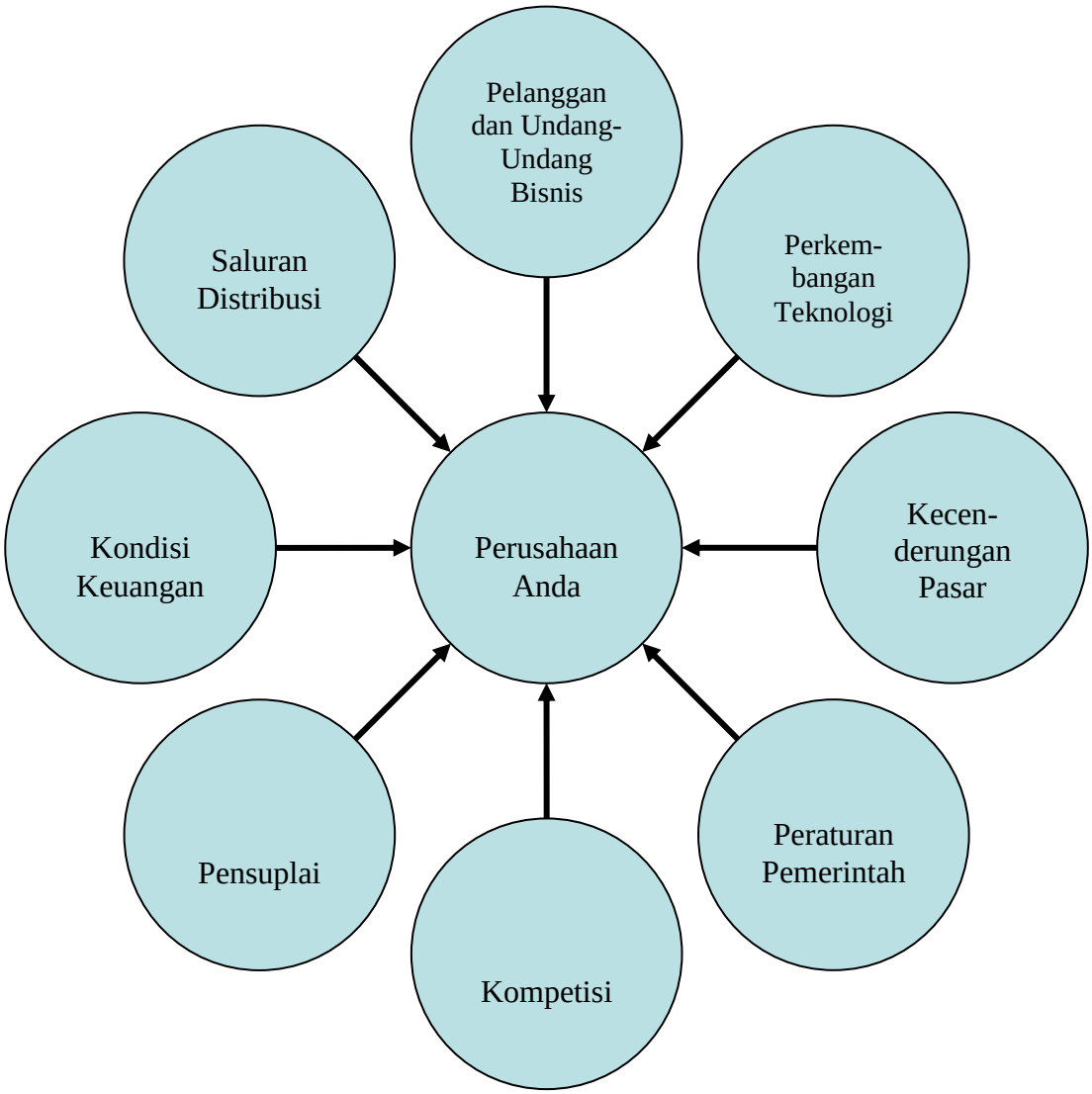
a. Menyesuaikan desain produk dan strategi pemasarannya, bila ingin memperluas bisnis agar dapat melayani pasar yang lebih luas.
b. Mengembangkan produk-produk lain yang berkaitan atau variasi-variasi model dalam lini produknya.

Mungkin pula ingin meningkatkan mutu produk-produknya. Dengan cara ini, penjualan kepada pelanggan yang sudah ada mungkin dapat meningkat; atau dapat menarik pelanggan-pelanggan baru.
Sipengusaha dapat mempertimbangkan cara menghindari persaingan, dengan memperkenalkan produk baru yang tidak ada kaitannya dengan lini produknya.

> *Sebagai suatu prinsip umum dapat dinyatakan bahwa seorang pengusaha akan lebih produktif, jika memusatkan perhatian pada perluasan pasarnya daripada memperebutkan porsi bisnis yang sama dengan pesaing. Hindarilah konflik dengan pesaing; karena kesukaran yang ditimbulkan olehnya tidak sepadan dengan hasilnya.*

7. Faktor Luar yang mempengaruhi Wirausaha

Operasi bisnis dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu dari luar. Faktor-faktor ini mungkin tidak dapat kendalikan, namun pasti akan mempengaruhi strategi perencanaan.
Faktor-faktor luar, seperti terlihat pada gambar, hendaknya dapat diramalkan pengaruhnya secara tepat.



Gambar 2.Faktor-Faktor Luar

Pengaruh dari Faktor luar berbeda-beda, seperti:

a. Undang-undang yang dibuat untuk melindungi kepentingan konsumen dan menghindari praktek-prektek perusahaan, yang bertentangan dengan hukum.

b. Teknologi baru dapat menimbulkan persoalan,
Kalau seorang pengusaha sudah menginvestasikan permesinan dan peralatan yang menjadi usang.
Bersiap-siaplah terus untuk memetik manfaat dari teknologi baru yang dapat di jangkau, agar kedudukannya dalam persaingan makin kuat.

c. Statistik dan informasi mutakhir mengenai kecenderungan pasar dapat diperoleh dari badan-badan pemerintah.
   Asosiasi bisnis dan majalah-majalah untuk dunia bisnis mungkin dapat di gunakan. Seorang pengusaha harus memahami bagaimana pengaruh peraturan-peraturan pemerintah yang baru terhadap bisnisnya.

   Peta kompetisi akan berubah kalau ada perusahaan-perusahaan yang tidak melakukan bisnis itu lagi, atau kalau ada perusahaan-perusahaan baru yang mencoba merebut pelanggan.
   Persaingan itu meliputi baik bahan-bahan yang di beli maupun produk-produk yang di jual.
   Yang menjadi persoalan kebanyakan para wirausaha adalah bagaimana dapat memperoleh jumlah bahan yang pas dengan harga yang tepat.

d. Perubahan keadaan perekonomian juga akan mempengaruhi bisnis anda.
   Situasi keuangan perusahaan anda akan dipengaruhi oleh kondisi perekonomian pada umumnya, mudah tidaknya memperoleh dana dan suku bunga bank.

   Mungkin si pengusaha juga menginginkan memakai lebih dari satu saluran pemasaran untuk menjual produknya sendiri.
   Saluran-saluran ini selalu dapat berkembang atau menciut, tergantung dari sejumlah faktor-faktor luar.

   Keberhasilan perusahaan kecil dapat dipengaruhi oleh pelbagai faktor, yang diluar jangkauan pengendalian pemilik.
   Sebagai seorang wirausaha, harus tanggap terhadap faktor-faktor tadi.
   Mungkin tidak mampu menghindari pengaruhnya. Tetapi dapat mengurangi dampaknya, kalau si pengusaha tersebut bertindak gesit dan efektif.

Tugas

1. Isilah Kolom Bagan Promosi Penjualan dengan melakukan riset pada suatu perusahaan.
2. Analisislah suatu perusahaan bagaimana cara mereka dalam mempertahankan dan meraih pelanggan

BAB VI
MENGGUNAKAN SUMBERDAYA LUAR

Seorang pengusaha tidak pernah tahu kapan informasi, yang didengar atau yang dibacanya, dapat membantu bisnisnya. Informasi pada umumnya, gratis, namun haruslah cukup pintar untuk mengetahui dimana mencarinya. Dalam beberapa hal mungkin harus membayar orang-orang profesional untuk bantuan pertolongannya. Usahakan agar bantuan profesional itu sepadan dengan biaya yang dikeluarkan

Tingkat kegagalan bisnis kecil sangatlah tinggi; dan kebanyakan gagal pada tahun-tahun pertama.
Sebagai wirausaha, akan menghadapi banyak problem, yang mungkin dapat mematikan bisnisnya.
Seorang wirausaha akan membuat keputusan-keputusan, atas dasar informasi dan pengertian yang terbatas tentang problem-problem khusus.
Sebenarnya ada banyak informasi dan bantuan yang tersedia, namun mungkin tidak mempunyai waktu untuk mempelajarinya, atau tidak mau memanfaatkannya.

6.1 Mengapa Mencari Bantuan ?

Wirausaha mementingkan kemandirian atau kebebasan untuk membuat keputusannya sendiri.
Sebaiknya keputusan itu diambil setelah semua informasi relevan dipertimbangkan. Itulah sebabnya, sumber luar harus digunakan.

Sumber daya luar penting karena alasan-alasan berikut :

a. Informasi dan gagasan dapat datang dari pelbagai sumber yang berbeda-beda. Orang memandang problem secara berbeda-beda, tergantung kepada posisinya, latar belakangnya, dan pengalamannya.
b. Sumbangan informasi dari beraneka sumber seharusnya meningkatkan kemampuan seorang pengusaha untuk mengambil keputusan.
c. Sekali mengetahui bahwa sumber-sumber informasi dan bantuan tertentu dapat menolong. Semakin besar pula kemungkinan untuk menggunakan sumber-sumber yang berbeda ini di masa depan.
d. Sekali menunjukkan perhatian atas ide dan saran orang lain, semakin besar kemungkinan bahwa mereka akan berusaha keras untuk memberikan nasehat dan bantuan tambahan.
e. Jika sadar bahwa tidak mempunyai semua jawaban yang benar, semakin besar kemungkinan mendengarkan ide dan pendapat-pendapat orang lain. Kebanyakan wirausaha akan meningkatkan efektivitasnya, jika keterampilan mendengarkan ditingkatkannya.

Salah satu tugas terpenting dari wirausaha adalah mengambil keputusan. Pada perusahaan kecil, wirausalah yang biasanya mengambil keputusan-keputusan yang penting. Keputusan-keputusan yang mantap harus didasarkan atas iformasi yang tepat. Semakin penting keputusan itu,

semakin besar kemungkinan bahwa informasi tersebut tidak terdapat diperusahaan. Karena itu perlu menyadari akan adanya banyak sumber-sumber luar, yang dapat memberikan informasi mendasar untuk pengambilan keputusan. Semakin jauh kaitan sebuah keputusan dengan operasi bisnis sehari-hari, semakin besar kebutuhan mencari informasi dari sumber-sumber di luar perusahaan.

4.2 Bantuan Gratis Atau Bantuan Dengan Pembayaran Fee

A. Beberapa Bentuk-bentuk Bantuan Sumber Daya Luar

1. Para Karyawan

   Orang yang bekerja untuk sebuah perusahaan dapat memberikan jawaban atas pertanyaan tertentu mengenai bisnis itu.

   Umpamanya, meminta saran dan bantuan dari karyawan mengenai barang-barang yang laku, atau mengenai sediaan untuk peragaan, atau sikap para pelanggan.

2. Pelanggan

   Para pelanggan dapat memberikan informasi yang khusus sekali tentang produk dan jasa yang mereka beli.

   Seharusnya menanyakan pendapat para pelanggan, karena mereka merupakan sumber informasi yang baik sekali mengenai kekuatan dan kelemahan dari operasi suatu bisnisnya, dibandingkan dengan yang lain.

3. Para Pembekal

   Banyak pembekal mampu memberi saran manajemen yang sehat karena mereka dapat menerangkan bagaimana perusahaan-perusahaan lain yang berhasil.

   Mereka dapat memberikan saran cara-cara untuk meningkatkan bisnis.

4. Para Wirausaha Lain

   Beberapa problem sangat umum bagi kebanyakan perusahaan, dan para wirausaha biasanya bersedia mendiskusikan problem mereka satu sama lain.

   Kadang-kadang, persaingan di antara mereka dapat mencegah suatu pertukaran pendapat yang jujur.

   Jika bisnis mereka tidak berkaitan dan tidak bersaing untuk pelanggan yang sama, para pemilik biasanya bersedia saling berbagi ide-ide untuk menemukan pemecahan-pemecahan terhadap problem-problem yang sama.

5. Sumber-Sumber Lain

   Disamping orang-orang yang secara langsung dapat membantu, terdapat banyak lagi sumber-sumber informasi yang dapat membantu dalam meningkatkan bisnis.

   Sukses atau kegagalan dalam menggunakan sumber-sumber luar tergantung kepada kemampuan seorang pengusaha menerapkan saran dan informasi tadi dalam mengambil keputusan-keputusan efektif.

Pengetahuan dan ide dan info baru akan menjadi harta yang berharga. Mengikuti perubahan, yang dapat mempengaruhi pertumbuhan bisnis, tidaklah gampang. Hal-hal yang berikut ini merupakan cara-cara, yang memungkinkan untuk mengikuti perubahan:

a. Data Industri
   Akan membantu untuk membandingkan dengan pesaing bisnis lain yang sejenis. Yang meliputi rasio-rasio seperti perputaran sediaan, potongan tunai, persentase mark-up, dan penjualan rata-rata perbulan.

b. Keanggotaan Dari Asosiasi Dagang
   Akan membantu dalam menghubungi wirausaha lain di seluruh negara.
   Jasa-jasa asosiasi dagang dapat meliputi *lobbying* politis, pelaksanaan riset, mengorganisasikan program-program pendidikan dan pelatihan, melaksanakan teknologi baru, menanggapi pertanyaan dan kebutuhan pelanggan, dan membagi-bagikan informasi melalui sirkuler berita, majalah dan laporan-laporan khusus.

c. Berlangganan Majalah dan Surat Kabar Niaga
   Dianjurkan untuk meluangkan waktu untuk membaca hal-hal yang penting untuk memahami kecenderungan dan perkembangan baru, yang berpengaruh pada perusahaan yang sedang dijalankan.

d. Program-Program Pendidikan
   Akan membantu menigkatkan keterampilan dan manajemen. Banyak lembaga, badan-badan dan asosiasi telah merancang kursus-kursus pelatihan dan program-program pendidikan orang dewasa yang telah dirancangkan bagi wirausaha.

e. Perpustakaan seharusnya menjadi salah satu sumber informasi yang utama. Pemerintah menerbitkan pelbagai majalah yang mungkin dapat menolong. Beberapa fakultas dari universitas mempunyai perpustakaan rujukan, yang terbuka untuk umum.

Orang-orang yang berhubungan dengan perusahaan merupakan sumber-sumber informasi yang utama bagi perusahaan.
Perhatikanlah pendapat, saran dan komentar dari keluarga anda, karyawan, pelanggan dan pembekal serta wirausaha lain.
Informasi dan data tersetak dapat diperoleh dari asosiasi dagang, badan-badan pemerintah, perpustakaan, buku-buku, surat kabar, dan majalah.
Dengan menggunakan sumber-sumber informasi ini, kemampuan seorang pengusaha dalam mengambil keputusan akan bertambah.

B. Beberapa Sumber Bantuan Dengan Pembayaran

1. Pengacara

Karena bisnis kecil harus tunduk pada hukum dan peraturan ruwet, mungkin seorang pengusaha membutuhkan seorang ahli hukum untuk membantu dalam persoalan-persoalan hukum.

Meskipun hukum dan peraturan seyogyanya melancarkan bisnis, sayangnya, mereka juga menimbulkan banyak persoalan bagi sebagian besar wirausaha.

Ahli hukum itu seharusnya dapat memberikan pelbagai alternatif dalam menghadapi persoalan hukum dan mampu menerangkan serta membenarkan rekomendasi alternatif yang terbaik.

Dari semua sumber luar, mungkin pengacara yang telah dipilih yang bersikap paling negatif terhadap rencana dan ususl-usul yang telah diberikan.

Umumnya, ahli hukum sangat hati-hati dan tidak mau mengambil resiko.

Pembayaran honorarium pengacara mungkin dapat diganti dengan pemberian saham.

Pilihan ini mungkin membuat pengacara yang telah dipilih akan memberikan perhatian yang lebih pribadi kepada kegiatan-kegiatan bisnis kliennya.

Hubungilah Seorang Pengacara jika :

a. Menandatangani sebuah kontrak jangka panjang
b. Seorang pengacara lain, yang mewakili sebuah perusahaan lain, untuk mengenai suatu problem.
c. Merencanakan akan mengeluarkan sejumlah besar uang.
d. Tidak dapat mencapai kompromi yang pantas mengenai sesuatu problem bisnis.
e. Mengambil keputusan di bidang perpajakan
f. Menafsirkan peraturan hukum dan undang-undang
g. Membeli atau menjual saham, obligasi atau surat-suratberharga lainnya.
h. Jika seseorang mendakwa seorang pengusaha dan bertindak tidak pantas, tidak jujur atau bertentangan dengan hukum.

Sebagian besar persoalan hukum terjadi karena salah pengertian.

Jika ada hal-hal dalam perundingan bisnis, yang kurang dimengerti, sebaiknya hubungilah pihak lain itu dan membicarakannya kembali supaya jelas, sebelum memanggil pengacara.

Untuk mengelakkan perselisihan hukum hendaknya :

- berhubungan hanya dengan orang yang dikenal dan dipercayai
- Berusaha agar pantas dan jujur dalam semua kegiatan bisnis
- Semua perjanjian hukum yang penting hendaknya tertulis, persetujuan lisan sukar dipaksakan pelaksanaannya.

2. Akuntan

Seorang pengusaha haruslah memahami data kuantitatif, agar dapat mengambil keputusan atas dasar informasi.

Tugas secara khusus seorang akuntan adalah Mengumpulkan informasi keuangan tentang prestasi bisnis di masa lampau, menghimpun dan menyusun dalam suatu bentuk yang mudah ditafsirkan.
Prestasi bisnis di masa lampau merupakan sumber-sumber informasi yang terbaik, dalam mengambil keputusan mengenai masa depan bisnis yang sedang berjalan.

Tugas Secara Umum seorang akuntan adalah

a. Menjelaskan semua hukum dan prosedur perpajakan, salah satu memastikan agar bisnis yang dijalankan tidak melanggar undang-undang perpajakan.

b. Seorang akuntan harus membantu dalam menafsirkan laporan-laporan keuangan dan membantu mengelakkan problem-problem keuangan.

c. Akuntan tidak saja harus menyediakan informasi, melainkan juga harus mengajukan strategi-strategi alternatif untuk meningkatkan perencanaan keuangan.

d. Sebuah laporan keuangan, yang dipersiapkan seorang akuntan yang bermutu, mencerminkan pendapat atas keadaan keuangan sesuatu bisnis.

e. Jika ingin meluaskan perusahaan dan membutuhkan penanam modal, perusahaan pasti menginginkan akuntan yang terkenal untuk menyiapkan sebuah laporan keuangan, yang sudah diaudit.

f. Orang akan lebih bersedia ikut menanam modalnya dalam sebuah bisnis, jika auditnya dilaksanakan oleh sebuah perusahaan akuntan terkenal.

Beberapa perusahaan penasehat keuangan bagi wirausaha mempunyai bagian-bagian, yang mengkhususkan diri dalam menyediakan sejenis bantuan manajemen kepada bisnis kecil. Personalia dari bagian ini akan :

a. Menasehati dan membantu dalam mendirikan sebuah perusahaan kecil, termasuk pendaftarannya, membentuk kongsi, atau perseroan, memperoleh bantuan dana, dan megorganisasi sistem keuangan dari bisnis itu.
b. Merancang, memulai, dan mengembangkan seperangkat lengkap atas catatan-catatan keuangan untuk perusahaan, termasuk laporan keuangan ritun dan khusus.
c. Memberi nasehat mengenai problem keuangan yang umum dan khusus seperti arus kas.
d. Mengembangkan dan memonitor sistem kredit.
e. Memberi nasehat mengenai pengendalian biaya dan penetapan harga.
f. Memberikan bimbingan mengenai soal-soal perpajakan.

3. Agen Asuransi
Bisnis dari suatu perusahaan perlu ditanggung dengan asuransi yang mencukupi. Asuransi menolong dalam mengurangi resiko yang amat besar; namun perusahan tidak dapat mengasuransikan *semua* resiko (misalnya, penjualan yang menurun).

Asuransi biasanya diperlukan untuk kerugian potensial yang besar saja.
Perusahaanlah yang harus menentukan berapa besar kerugian yang dapat ditanggung, tanpa akibat-akibat keuangan yang serius.
Jika bisnisnya cukup kuat, mungkin menginginkan asuransi yang minim saja terhadap kerugian.
Hindarilah asuransi yang sebenarnya tidak menawarkan keuntungan-keuntungan.

Dan Wirausaha harus memikirkan cara-cara untuk mengurangi biaya asuransi. Dengan cara:

1. Memasang sebuah sistem penyemprot atau sistem pemadam api otomatis.
   Pintu dan dinding tahan api, bel kebakaran, bel perampokan, dan perangkat-perangkat lainnya untuk mengurangi resiko dan biaya asuransi.

2. Mencari perusahaan asuransi yang mengenakan premi yang paling rendah, namun tepat memberikan perlindungan yang dibutuhkan.

Beberapa Hal yang harus diperhatikan dalam berasuransi:

1. Kebutuhan asuransi yang berubah-ubah, dengan meninjau kembali kebijakan paling sedikit sekali setahun dan mengganti-ganti hal-hal yang perlu diasuransikan.
   Ingatlah bahwa dengan berubahnya bisnis yang dijalankan, kebutuhan akan asuransi juga berubah.

2. Membeli asuransi terlalu besar sama jeleknya dengan tidak membeli asuransi yang cukup.
   Contoh: jika mengasuransikan perusahaan sebesar dua milyar rupiah sedangkan nilai sebenarnya adalah satu milyar rupiah.
   Ini merupakan suatu pemborosan. Asuransi itu akan membayar untuk kerugian yang sebenarnya diderita (sampai satu milyar) dan tidak sampai jumlah yang diasuransikan.

Sifat resiko akan berbeda-beda sesuai dengan lokasi perusahaan yang dijalankan, mesin-mesinnya, produk, jasa, pelanggan dan personalia.

Beberapa dari resiko bisnis yang paling umum meliputi hal :

a. Resiko kecelakaan seperti : (1) seorang pelanggan mengalami kecelakaan di lingkungan perusahaan, (2) kendaraan pengangkut mengalami kecelakaan lalu lintas, (3) seorang karyawan terluka sewaktu bekerja.

b. Resiko kebakaran, yang besarnya ditentukan oleh biaya gedung-gedung, jenis peralatan dan jumlah sediaan. Kebakaran dapat mengakibatkan perusahaan terpaksa tutup untuk sementara waktu, yang berarti kerugian dalam usaha atau kehilangan pelanggan.

c. Resiko penipuan dan pencurian, yang dapat dikurangi dengan mengikuti praktek bisnis yang baik. Gajilah karyawan yang bisa dipercayai dan dipastikan agar karyawan menyadari akan diperlukannya pelbagai praktek keamanan, agar semuanya dapat dikendalikan.

d. Beberapa resiko yangtidak dapat dielakkan, termasuk kerusakan karena topan, dan banjir. Dan asuransi merupakan satu-satunya jalan untuk menangani resiko ini secara efektif. Pengusaha harus mengusahakan agar bisnisnya terletak di daerah langka bencana alam.

4. Bankir

Lembaga Keuangan/Perbankan merupakan sumber bantuan yang berharga dalam hal dana seperti pinjaman, jenis-jenis kredit dan rasio-rasio operasi.

Cara memilih Lembaga Keuangan/Perbankan adalah:

1. Wirausaha harus memilih bankir dengan hati-hati.
2. Dalam mengambil keputusan, pikirkanlah seseorang tertentu yang bekerja di bank, yang dapat dipercayai dan yang mempunyai pengalaman perbankan.
3. Perusahaan atau Wirausaha dapat menyediakan rencana bisnis yang terperinci, sehingga pembahasan soal-soal keuangan akan lebih gampang.

Lembaga Keuangan/Perbankan yang telah dipilih merupakan sumber informasi yang baik sekali mengenai kondisi-kondisi ekonomi dan kecenderungan dalam bisnis.

Kegunaan Lembaga Keuangan/Perbankan adalah

Memberikan banyak informasi dengan biaya sedikit atau tanpa biaya sama sekali; jadi memelihara hubungan baik dengan bankir itu penting untuk perusahaan.

Mungkin seorang pengusaha telah meminjam uang untuk memulai bisnisnya. Jika bisnis telah tumbuh, maka demikan juga kebutuhan akan bantuan dana tambahan. Bankir meluangkan banyak waktu untuk menasehati pelanggan-pelanggan mereka mengenai pelbagai persoalan, yang sebagian besar berhubungan dengan penggunaan uang secara efektif.

Penilaian oleh bankir tentang kekuatan dan kelemahan bisnis akan membantu dalam merencanakan bisnis dimasa depan.

5. Konsultan Bisnis

Terdapat tiga tipe persoalan bisnis yang besar, yang memerlukan konsultan :

a. Suatu problem yang terjadi sekali saja, misalnya merancang sistem produksi yang baru atau melaksanakan sebuah survai pasar.
b. Peninjaun kembali atas praktek-prajtek bisnis di masa lampau seperti peninjauan bisnis sekali setahun.
c. Telaah kelayakan, seperti lokasi suatu toko baru atau pengkajian mengenai penerimaan konsumen terhadap produk baru.

Konsultan Berguna untuk:

Menganalisis dan memecahkan pelbagai persoalan manajemen, operasi dan teknis, yang tidak anda kuasai sepenuhnya.

Istilah "konsultan bisnis" dipakai untuk orang-orang yang memberikan jasa berdasarkan honorarium dalam bidang-bidang seperti:

Akutansi, periklanan, pemrosesan data, ekspor dan telaah kelayakan, pengendalian keuangan, perancangan industri, sistem informasi, tata letak pabrik, organisasi, pemasaran, motivasi staf, pelatihan dan perekrutan, keamanan dan keuangan.

Sebelum memilih seorang konsultan, hendaknya seorang Wirausaha :

a. Mengetahui secara tepat tugas-tugas khusus mana yang harus mereka selesaikan.
b. Mengumpulkan informasi mengenai jasa-jasa yang ditawarkan dan reputasi pelbagai konsultan, dari kenalan-kenalan bisnis. Minartalah referensi mutakhir dari konsultan itu.
c. Mengetahui bidang-bidang bisnis khusus, yang dikuasai masing-masing konsultan.
d. Memastikan agar berbicara dengan orang yang akan ditugaskan, bila berhubungan dengan perusahaan konsultan yang besar.
e. Meminta setiap konsultan sebuah usulan tertulis, yang menunjukkan tugasnya, bagaimana tugas itu akan di selesaikan, berapa lama waktu yang diperlukan untuk menyelesaikannya; sebuah kerangka dari laporan tertulis akhir; dan sebuah taksiran dari biaya total untuk menyelesaikan tugas itu.

Setiap kegiatan di atas menghendaki konsultan bisnis yang berbeda. Namun, tidak banyak wirausaha menggunakan konsultan bisnis.

AlasanWirausaha tidak menggunakan konsultan bisnis:

a. Anggapan bahwa tarif konsultan sangat tinggi.
b. Ketakutan bahwa konsultan akan memberi informasi rahasia tentang bisnis mereka kepada orang lain.
c. Kepercayaan dari para pemilik bahwa hanya merekalah orang-orang yang dapat mengenali dan memecahkan persoalan-persoalan mereka sendiri.
d. Keberatan untuk mengumpulkan informasi, yang dibutuhkan oleh konsultan, dalam melaksanakan pekerjaan sebagaimana seharusnya.

Jasa dari seorang konsultan manajemen harus dianggap sebagai investasi di masa depan.
Melakukan perbaikan-perbaikan dalam dua atau tiga bidang dalam bisnis dapat menghasilkan penghematan atau laba yang berarti di masa depan.

Jasa seorang konsultan merupakan keharusan dalam membantu wirausaha memecahkan problem sekarang dan memecahkan problem potensial, dengan mengidentifikasikan dan menghapuskan sebab-sebabnya.

Waktu, staf dan keuangan dari pemilik bisnis kecil itu terbatas. Namun, kebutuhan akan informasi dan nasehat bersifat kontinu.
Carilah informasi dan nasehat dari pelbagai sumber di luar perusahaan; bankir, pengacara, akuntan, agen asuransi, konsultan, pembekal dan pelanggan.
Jadilah seorang pendengar yang baik dan carilah secara aktif nasehat dari orang-orang.
Seorang pengusaha tidak harus mengikuti nasehat mereka, tetapi akan memperoleh pengertian yang lebih baik dari situasi bisnis.
Bantuan luar akan dapat membantu dalam memecahkan problem-problem yang potensial.

Tugas

Analisislah satu perusahaan yang menggunakan Konsultan Bisnis dan satu perusahaan yang tidak menggunakan Konsultan Bisnis, Bandingkan perbedaan antara kedua perusahaan tersebut bila dihubungkan dengan kemajuan perusahaan mereka.

BAB V
BERHUBUNGAN DENGAN BADAN-BADAN PEMERINTAH DAN BENTUK-BENTUK KEPEMILIKAN USAHA

Badan Pemerintah berperan mengatur, mengawasi dan menawarkan bantuan untuk bisnis kecil.
Mengetahui hak dan kewajiban hukum akan membantu untuk memaksimumkan keuntungan-keuntungan yang dapat diperoleh dari badan-badan pemerintah serta memperkecil kewajiban terhadap mereka.

A. Badan-Badan Pemerintah

Badan-Badan Pemerintah semakin tertarik untuk membantu sektor-sektor usaha kecil (bisnis kecil), Bantuan yang diberikan berupa:

Bantuan dana, teknik, dan manajerial.

Peranan Pemerintah :

Pembeli tunggal terbesar dalam suatu negara, dan dapat mengatur agar bisnis kecil diberi jatah dalam pesanan pembelian barang tertentu.

Dan selain itu sekian persen dari pembelian barang atau jasa tertentu diberikan untuk pengusaha kecil.

Perusahaan-perusahaan kecil dapat bergabung untuk memperoleh tender dari kontrak pemerintah.
Pemerintah sadar bahwa perusahaan kecil harus mampu bersaing dengan perusahaan besar.

Perusahaan kecil haruslah menunjukkan perhatiannya pada pemerintah, sebelum pemerintah dapat memberikan simpati atas kebutuhan mereka.
Namun, para pengusaha kecil biasanya enggan untuk mengorganisasi dan mengemukakan kebutuhan-kebutuhan mereka kepada pemerintah.

Dalam suatu departemen, misalnya Departemen Perdagangan, dapat dibentuk suatu badan yang bertugas memajukan kepentingan sektor usaha kecil.
Bertugas untuk:

Memberikan bantuan keuangan dalam bentuk pinjaman dari sumber-sumber pinjaman yang lain.

Pinjaman ini dapat digunakan untuk memulai usaha, atau meluaskan usaha.

Pinjaman ini dapat diberikan kepada kelompok-kelompok khusus atau membantu menanggulangi akibat dari bencana-bencana tertentu, yang berada diluar kekuasaan wirausaha.

Dalam banyak daerah pedesaan, pemerintah menyokong perusahaan kecil karena merekalah yang menyerap tenaga terbesar di luar sektor pertanian.

Bentuk-Bentuk Peranan Pemerintah

1. Ijin dan Pelaporan
Seorang pengusaha harus memperoleh ijin usaha pemerintah, Badan-badan pemerintah yang terlibat pada tingkat Pemda Tk.II, Pemda Tk.I, Departemen atau antar instansi pemerintah.

Walaupun Banyak wirausaha yang berpendapat bahwa urusan administratif dan perijinan ini merupakan pekerjaan yang tidak produktif sama sekali. Namun, perijinan Sangat berguna untuk:

Mencegah praktek-praktek liar, dengan jalan mengatur sistem bisnis agar beroperasi secara efektif demi kepentingan baik bisnis maupun konsumen.

Meskipun tujuan pembangunan nasional dalam kebanyakan negara dianggap seharusnya memajukan pertumbuhan perusahaan kecil, namun nyatanya peraturan-peraturan pemerintah mungkin juga dapat menghambat.
Demi hukum dan peraturan pemerintah, bisnis-bisnis harus mengisi pelbagai laporan statistik dan laporan lain mengenai kegiatan-kegiatan mereka.

Peraturan perundangan dan ketentuan daerah dan pusat yang terpenting meliputi : surat ijin usaha, batasan wilayah, ketentuan bangunan, pajak kekayaan dan pendapatan, pajak penjualan; dan retribusi kesehatan dan pengangguran.

Agar tetap dapat mengikuti perkembangan terakhir dalam peraturan baru atau yang diubah, hubungilah badan-badan pemerintah, atau carilah bantuan dari para penasehat.

2. Perpajakan
Wirausaha harus menyiapkan suatu lembaran-kerja untuk menyusun kewajiban-kewajiban pajak secara beruntun.
Karena pajak-pajak langsung harus dibayar pada waktu yang berlain-lain dalam setahun, maka lembaran kerja dapat membantu dalam mengidentifikasi problem arus kas yang potensial, yang disebabkan oleh pembayaran-pembayaran pajak.

Pada tabel dibawah ini menunjukkan pokok-pokok yang dapat dimasukkan dalam lembaran kerja mengenai kewajiban-kewajiban pajak.

Contoh Tabel Lembaran Kerja Pembayaran Pajak

Jenis Pajak	Formulir yang diperlukan	Tanggal Pembayaran	Jumlah Yang Harus Dibayar	Dibayar Kepada :	Cek No.	Hukuman Denda Yang Mungkin Karena Keterlambatan

Langkah-langkah dalam mengelola pembukuan pajak :

a. Membuat catatan tertulis dari semua transaksi keuangan. Ini akan membantu dalam menentukan kewajiban-kewajiban pajak.
b. Membayar pajak dengan cek sehingga mempunyai bukti pembayaran.
c. Menyiapkan suatu lembar kerja seperti ditunjukkan diatas.
d. Membayar pajak pada waktunya, agar tidak kena hukuman atau denda.
e. Menjaga kecermatan informasi dalam formulir pelaporan pajak.

Laksanakan kewajiban-kewajiban pajak seperti kegiatan-kegiatan bisnis lain.
Kantor pajak dapat memberikan semua informasi dan formulir yang diperlukan.
Mungkin suatu perusahaan merasa perlu menggaji seorang konsultan pajak, khusus untuk menafsirkan formulir-formulir itu dan memberikan nasehat mengenai pemenuhan kewajiban pajak dan secara sah memperkecil pembayaran pajak.

3. Perundang-Undangan Bisnis

Terdapat hukum khusus yang mempengaruhi kegiatan bisnis. Akibat-akibat dari hukum ini mungkin berbeda-beda untuk setiap negara.
Pada umumnya, peraturan-peraturan bisnis pemerintah bertambah dengan perluasan sektor bisnis.

Perundang-undangan bisnis meliputi:

a. Perundang-undangan tentang upah dan jam kerja telah diberlakukan di banyak negara.
   Ada upah minimum untuk jenis-jenis pekerjaan tertentu dan upah tambahan bagi pekerjaan lembur. Karyawan tidak mungkin dapat bekerja melebihi jumlah jam tertentu per hari atau per minggu.
b. Undang-undang ini telah diberlakukan untuk menghindari pemerasan atas para karyawan.

Perundang-undangan yang mengijinkan serikat-serikat buruh dan perjanjian kerja bersama akan mempengaruhi kegiatan-kegiatan bisnis.
Pastikan untuk memenuhi peraturan-peraturan, yang berkenaan dengan hak-hak karyawan untuk mendirikan organisasi dan serikat buruh.
Badan-badan pemerintah dapat membantu menyelesaikan perselisihan-perselisihan antara buruh dan manajemen.

Sebagai seorang pengusaha, mungkin berkewajiban untuk mengumpulkan pelbagai pajak.
Pastikan membuat pembukuan yang cermat dan menurut prosedur yang seharusnya.

Beberapa pemerintah telah melaksanakan undang-undang yang meliputi usia minimum karyawan, terutama untuk pekerjaan tertentu atau industri, yang dianggap membahayakan.
Banyak pemerintahan telah mengeluarkan undang-undang lingkungan hidup, agar bebas populasi. Perusahaan harus memenuhi peraturan-peraturan, yang berkaitan dengan air, udara, kebisingan, dan pembuangan sampah.

Meskipun hukum dan peraturan nampaknya seperti campur tangan pemerintah dari pemerintah dalam bisnis, namun hukum dan peraturan itu diterapkan demi keuntungan dan perlindungan baik terhadap bisnis maupun konsumen.

B. Bentuk-Bentuk Pemilikan

1. Pemilikan Tunggal

Pemilikan tunggal merupakan bentuk organisasi bisnis kecil yang paling umum. Perusahaan dimiliki dan dijalankan oleh satu orang. Menjadi seorang pemilik tunggal, hanya memerlukan ijin atau mendaftar, untuk bisa memulai usaha.

Keuntungan-keuntungan pemilikan tunggal :

a. Organisasi informal sudah cukup, dan kewajiban-kewajiban hukum yang harus dipenuhi hanya sedikit, dan biasanya tidak semahal seperti membentuk sebuah kongsi atau PT.
b. Pemilik tidak perlu membagi laba dengan siapa pun.
c. Tidak perlu berkonsultasi dengan sesama pemilik atau rekanan (kecuali orang yang dipercaya) sehingga seorang pemilik tunggal mempunyai kekuasaan membuat keputusan dan pengendalian sepenuhnya.
d. Pemilik dapat menanggapi kebutuhan-kebutuhan bisnis dengan cepat dalam bentuk keputusan manajemen sehari-hari.
e. Pemilikan tunggal biasanya bebas dari pengawasan pemerintah dan perpajakan khusus.

Kerugian-kerugian pemilikan tunggal :

a. Pemilik tunggal mempunyai kewajiban tidak terbatas dan bertanggung jawab atas seluruh hutang perusahaan.
b. Hal ini dapat melebihi investasi total si pemilik dalam bisnis itu.
c. Hutang-hutangnya meliputi seluruh hartanya, termasuk rumahnya dan barang-barang milik lainnya.
d. Mungkin modal yang tersedia jauh lebih kecil dibandingkan organisasi bisnis lainnya.
e. Pemilik tunggal boleh jadi sukar memperoleh pembiayaan jangka panjang. Perusahaan sangat tergantung kepada keterampilan pemilik.
f. Sebagai akibatnya perusahaan sangat tidak stabil, karena sakit atau kematian pemilik akan sangat merugikan operasi normal perusahaan.

2. Kongsi
Kongsi dapat dirumuskan sebagai sebuah asosiasi dari dua orang atau lebih, yang bertindak sebagai pemilik bersama dari sebuah bisnis. Ayat-ayat perjanjian dari kongsi biasanya dirumuskan untuk menentukan sumbangan masing-masing rekanan kepada bisnis dan peran dari setiap partner di dalamnya.

Beberapa ciri dari kongsi yang membedakannya dari bentuk organisasi lain adalah:

a. Umur terbatas dari kongsi
b. Kewajiban tak terbatas dari salah seorang rekanan
c. Kepemilikan bersama dari harta, ikut serta dalam manajemen dan pembagian laba dalam kongsi.

Keuntungan-Keuntungan Bentuk Kongsi :

a. Formalitas hukum dan pengeluaran-pengeluaran lebih sedikit dibandingkan dengan persyaratan-persyaratan dalam pendirian sebuah perseroan.
b. Para rekanan lebih bermotivasi untuk menerapkan kemampuan mereka sebaik-baiknya karena mereka ikut mendapatkan laba.
c. Pada sebuah kongsi seringkali lebih mudah mendapat modal yang lebh besar, dan mempunyai keterampilan yang lebih luas daripada sebuah pemilikan tunggal.
d. Pengambilan keputusan dalam sebuah kongsi lebih luwes daripada dalam sebuah perseroan.
e. Kongsi secara relatif lebih bebas dari pengawasan pemerintah dan pajak-pajak istimewa.

Kerugian-kerugian Sebuah Kongsi :

a. Harus terdapat kewajiban tak terbatas, paling sedikit bagi seorang rekanan.
b. Kongsi akan berakhir kapan saja seorang rekanan meninggal atau menginginkan pembubaran kongsi. Namun, kongsi dapat dilanjutkan atas dasar hak untuk tetap hidup dan kemungkinan pembentukan kongsi yang baru.
c. Kongsi relatif lebih sukar untuk memperoleh modal dalam jumlah besar, terutama untuk pembiayaan jangka panjang, dibanding dengan perseroan.
d. Rekanan merupakan agen bisnis itu dan tindakan mereka mengikat rekanan-rekanan lain maupun bisnis itu.
e. Kepentingan pribadi seorang rekanan sukar dihapuskan. Mengeluarkan rekanan dengan cara menukar uang itu sukar, jika telah diatur secara khusus dalam perjanjian kongsi secara tertulis.

3. Perseroan
Dari ketiga bentuk atau jenis organisasi bisnis, perseroan inilah yang paling rumit. Perseroan dapat dirumuskan sebagai suatu dari buatan, tidak terlihat, tidak terwujud, dan hanya ada menurut hukum. Dengan perkataan lain, Perseroan merupakan sebuah badan hukum dan mempuyai identitas yang terpisah dari para pemiliknya.

Sebuah perseroan biasanya dibentuk dengan kekuasaan sebuah badan pemerintah, dan harus menurut hukum dagang, dan peraturan-peraturan pemerintah – pusat maupun daerah – yang berbeda-beda.
Prosedur yang biasanya harus diikuti dalam mendirikan sebuah perseroan terbatas adalah:

Harus ditentukan jumlah saham dan pembagiannya dan harus dibentuk suatu organisasi sementara.

Selanjutnya, harus diperoleh persetujuan dari pemerintah. Persetujuan dari pemerintah iniharus dalam bentuk suatuakte pendirian untuk perseroan itu, yang menyatakan kekuasaandan keterbatasandari suatu perusahaan tertentu.

Keuntungan-Keuntungan Dari Sebuah Perseroan :

a. Kewajiban pemilik saham terbatas pada jumlah saham, biasanya sesuai dengan jumlah investasi sipemegang saham.
b. Pemilikan dengan mudah dapat dipindahkan dari satu orang ke orang lain.
c. Perseroan mempunyai eksistensi hukum yang terpisah.
d. Eksistensi perseroan relatif lebih stabil dan lebih permanen. Umumnya, jika pimpinan meninggal atau hlang, maka perusahaan atau perseroan dapat terus berjalan dan melaksanakan usahanya.
e. Pemilik mendelegasikan kekuasaan kepada manajer profesional, yang merupakan spesialis.
f. Perseroan sanggup menggaji spesialis.

Kerugian-Kerugian Dari Sebuah Perseroan :

a. Kegiatan-kegiatannya dibatasi oleh akte pendirian dan pelbagai hukum atau perundang-undangan.
b. Banyak peraturan pemerintah yang harus diperhatikan; dan perseroan harus membayar banyak dari labanya kepada instansi-instansi pemerintah.
c. Mendirikan sebuah perseroan memakan lebih banyak biaya dari pada membentuk kongsi.
d. Terdapat pajak-pajak yang lebih besar karena adanya pelbagai hubungan dengan instansi pemerintah.