

Willy Arafah

A central collage of black and white images. It features a woman in a hijab holding a mobile phone, a man in a suit looking at a laptop, and another woman with a laptop. The collage is overlaid on architectural line drawings of buildings and a tower, possibly the Eiffel Tower. The overall composition is layered and geometric.

# **ESENSI LINGKUNGAN BISNIS & ENTREPRENEURSHIP**

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| Kata Pengantar .....  | v    |
| Sambutan .....  | vii  |
| Daftar Isi .....  | ix   |
| Daftar Gambar .....   | xiii |
| Daftar Tabel .....  | xv   |
| <br>  |      |
| ✓ BAB I PERKEMBANGAN TEORI <i>ENTREPRENEURSHIP</i> .....                          | 1 ✓  |
| Perkembangan <i>Entrepreneurship</i> .....  | 2    |
| Periode Awal ( <i>Earlist Period</i> ) .....                                      | 4    |
| Periode Abad Pertengahan ( <i>Midle Ages</i> ) .....                              | 5    |
| Periode Abad ke 17 ( <i>17<sup>th</sup> Century</i> ) .....                       | 5    |
| Periode Abad ke 18 ( <i>18<sup>th</sup> Century</i> ) .....                       | 6    |
| Periode Abad ke 19 ( <i>19<sup>th</sup> and 20<sup>th</sup> Centuries</i> ) ..... | 6    |
| Definisi dari <i>Entrepreneurship</i> .....                                       | 7    |
| Aliran-Aliran dalam <i>Entrepreneurship</i> .....                                 | 9    |
| Trend Menjadi <i>Entrepreneur</i> .....   | 10   |
| Sepuluh Kesalahan <i>Entrepreneur</i> .....                                       | 10   |
| <i>Entrepreneur</i> dan <i>Invertor</i> .....                                     | 11   |
| Kepribadian <i>Entrepreneur</i> .....   | 12   |
| Aspek Kognitif <i>Entrepreneur</i> .....  | 14   |
| Peran <i>Entrepreneur</i> dalam Perekonomian .....                                | 14   |
| Etika dan Tanggung Jawab Sosial <i>Entrepreneur</i> .....                         | 16   |
| Masa Depan <i>Entrepreneurship</i> .....  | 16   |
| <br>  |      |
| ✓ BAB II <i>ENTREPRENEURSHIP</i> PROSES .....                                     | 19 ✓ |
| <i>Entrepreneurial</i> Proses .....   | 20   |
| Aspek dari <i>Entrepreneurial</i> Proses .....                                    | 21   |

|  |      |
|--|------|
| Penekanan dalam <i>Entrepreneurial</i> Proses .....                                      | 23   |
| <i>Entrepreneurial Strategy</i> .....  | 25   |
| <i>Managerial</i> versus <i>Entrepreneurial</i> Proses<br><i>Decision Making</i> . ..... | 26   |
| Karakteristik dan Latar Belakang Seorang<br><i>Entrepreneur</i> .....                    | 27   |
| <i>Role Models</i> dan <i>Support System Entrepreneur</i> .....                          | 28   |
| Perbedaan antara <i>Entrepreneur</i> Laki-Laki dan Wanita ..                             | 29   |
| ✓ BAB III PROSES KREATIVITAS .....   | 31 ✓ |
| Pendahuluan .....  | 31   |
| Bagaimana Meningkatkan Kreativitas .....   | 37   |
| Proses Kreativitas .....   | 41   |
| Teknik Mengembangkan Proses Kreatif .....  | 46   |
| Perlindungan Terhadap Ide .....  | 50   |
| ✗ BAB IV PERENCANAAN DAN PERTUMBUHAN BISNIS .....  | 53   |
| Pendahuluan .....  | 53   |
| Mengapa Harus Membuat <i>Business Plan</i> .....   | 55   |
| Siapa yang Harus Mempersiapkan <i>Business Plan</i> .....                                | 58   |
| <i>Outline Business Plan</i> .....   | 58   |
| Pertumbuhan Bisnis .....   | 60   |
| ✓ BAB V PEMASARAN <i>ENTREPRENEUR</i> .....  | 65 ✓ |
| Pendahuluan .....  | 65   |
| Fungsi Pemasaran <i>Entrepreneur</i> .....   | 66   |
| Memahami Keuntungan dan Kerugian Membeli Bisnis<br>Orang Lain .....                      | 73   |
| Mendefenisikan Langkah-Langkah Strategis Pembelian<br>Bisnis Orang Lain .....            | 74   |

|   |       |
|---|-------|
| BAB VI SUMBER PEMBIAYAAN <i>ENTREPRENEUR</i> .....                                  | 79    |
| Pendahuluan .....   | 79    |
| Perencanaan Kebutuhan Modal .....   | 83    |
| <i>Equity Capital vs Debt Capital</i> .....   | 84    |
| Beberapa Strategi Investasi dan Kebijakan dari <i>Venture Capital Company</i> ..... | 85    |
| <i>Initial Public Offerings (IPOS)</i> .....  | 86    |
| Sumber-Sumber Pembiayaan yang Berasal dari Utang .....                              | 87    |
| Metode-Metode Pembiayaan Internal .....   | 89    |
| <br>  |       |
| BAB VII EKSPANSI BISNIS DAN PENETAPAN HARGA .....                                   | 91    |
| Pendahuluan .....   | 91    |
| Strategi Penetapan Harga .....  | 93    |
| Strategi Memasarkan Produk dan Jasa .....   | 97    |
| Strategi dan Metode Penetapan Harga untuk Ritel ...                                 | 101   |
| Formula Harga dan Biaya Langsung .....  | 103   |
| Menghitung Harga Jual <i>Break-Even</i> .....                                       | 105   |
| <br>  |       |
| ✓ BAB VIII RISET PASAR BAGI <i>ENTREPRENEUR</i> .....                               | 107 ✓ |
| Pendahuluan .....   | 107   |
| Langkah-Langkah dalam Melakukan Riset Pasar .....                                   | 109   |
| <br>  |       |
| BAB IX STRATEGI MEMASUKI PASAR GLOBAL .....   | 113   |
| Memahami Perkembangan Pasar Global .....  | 113   |
| Mengidentifikasi Kriteria Pasar Luar Negeri .....                                   | 114   |
| Memahami Strategi Memasuki Pasar yang Berbeda .                                     | 115   |
| Strategi Memasuki Pasar Mancanegara .....   | 115   |
| Bisnis Internasional dan <i>Entrepreneur</i> .....                                  | 118   |
| <br>  |       |
| BAB X <i>E-COMMERCE</i> DAN <i>ENTREPRENEURSHIP</i> .....                           | 121   |
| <i>E-Commerce</i> .....   | 121   |

|   |     |
|---|-----|
| Mitos dalam Bisnis <i>E-Commerce</i> .....                  | 125 |
| Mendesain <i>Killer Website</i> .....                       | 126 |
| Teknik untuk Melacak Hasil <i>Website</i> yang Dibuat ..... | 127 |
| Biodata .....   | 131 |

## DAFTAR GAMBAR

|             |  |    |
|-------------|--|----|
| Gambar 2.1. | <i>Entrepreneurial Process</i> .....   | 24 |
| Gambar 2.2. | Tension in the <i>Entrepreneurial Process</i> .....                              | 24 |
| Gambar 2.3. | <i>Entrepreneurial Strategy</i> .....  | 26 |
| Gambar 4.1. | Strategi Pertumbuhan yang didasarkan Atas<br>Pengetahuan Produk atau Pasar ..... | 64 |
| Gambar 4.2. | Perspektif Pertumbuhan <i>Entrepreneur</i> .....                                 | 65 |

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 2.1. Aspek dari <i>Entrepreneurial Process</i> .....                                      | 22 |
| Tabel 2.2. Perbedaan Antara <i>Entrepreneurial</i> Manajemen<br>Dan Tradisional Manajemen ..... | 27 |
| Tabel 2.3. Perbedaan Antara <i>Entrepreneurial</i> Laki-Laki dan<br>Wanita .....                | 30 |

---

**ESENSI LINGKUNGAN BISNIS &  
ENTREPRENEURSHIP**

---



### **Hak Cipta Dilindungi oleh Undang-Undang**

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian maupun keseluruhan isi buku ini dalam bentuk apapun, tanpa izin tertulis dari penerbit.

Judul Buku : Esensi Lingkungan Bisnis & Entrepreneurship  
Penulis : Willy Arafah  
Diterbitkan oleh : Penerbit Universitas Trisakti, Jakarta  
Cetakan pertama : April 2010  
ISBN : 978-979-26-8961-7

### **Sanksi Pelanggaran :**

Pasal 72 Undang-Undang No. 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan atau dengan paling sedikit Rp.1.000.000,- (satu juta rupiah) atau penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan atau denda paling banyak Rp. 5.000.000.000,- (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak terkait sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), dipidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan atau denda paling banyak Rp.500.000.000,- (lima ratus juta rupiah).

---

# **ESENSI LINGKUNGAN BISNIS & ENTREPRENEURSHIP**

---

**Willy Arafah**



Penerbit Universitas Trisakti

**Willy Arafah**

Esensi lingkungan bisnis & entrepreneurship / Willy  
Arafah --- Jakarta : Penerbit Universitas Trisakti, 2010,  
xv, 132 hlm.; 15,5 x 23 cm

ISBN 978-979-26-8961-7

1. Bisnis    2. Kewiraswastaan    I. Judul

650

## KATA PENGANTAR

**P**uji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, shalawat dan salam juga penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Karena rahmat dan karuniaNYA penulis dapat menyelesaikan buku yang masih jauh dari kesempurnaan ini dengan judul *Esensi Lingkungan Bisnis & Entrepreneurship*. Diharapkan dengan terbitnya buku ini dapat memberikan pemahaman dan pencerahan kepada pembaca yang budiman baik secara teori dan konseptual mengenai lingkungan bisnis dan perubahannya serta esensi dasar dari *Entrepreneurship* itu sendiri.

Penulis dalam hal ini menyadari dengan sepenuhnya bahwa isi dari buku ini masih jauh sekali dari kesempurnaan, tetapi penulis sudah mencoba untuk memberikan yang terbaik kepada para pembaca yang budiman untuk dipahami baik secara teori dan konseptual.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Prof. Dr. Sofyan Syafri Harahap, Ph.D yang telah bersedia memberikan kata pengantarnya pada buku ini dan kepada pihak Penerbit Universitas Trisakti yang telah membantu menerbitkan buku ini serta kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Akhirnya penulis menunggu krititik dan saran kepada semua pihak guna perbaikan selanjutnya.

Jakarta, 18 Januari 2010

Willy Arafah

## SAMBUTAN

**S**egala puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang Maha Kuasa yang telah memberikan berkat, rahmat dan anugerah serta karunia yang melimpah kepada kita semua. Buku ini memberikan pemahaman secara teoritis mengenai esensi dari lingkungan bisnis dan *entrepreneurship*, di mana para *entrepreneur* melakukan kiprahnya dalam lingkungan yang *turbulent* seperti saat ini. Memulai bisnis baru merupakan sesuatu tantangan bagi seorang *entrepreneur*, apa yang mendorong mereka untuk bekerja dengan keras tanpa adanya jaminan untuk sukses atau berhasil dan apa yang memaksa mereka untuk mengambil risiko yang besar serta membuat begitu banyak pengorbanan dalam percobaan untuk mencapai suatu idealisme yang mereka cita-citakan. Seorang *entrepreneur* dituntut dapat melakukan perubahan dengan cepat dan pasti mereka berinteraksi dengan lingkungan di mana *entrepreneur* tersebut melaksanakan aktivitas bisnisnya. Setiap *entrepreneur* harus dapat bertahan (*survive*) dan harus selalu dapat menyesuaikan terhadap perubahan-perubahan yang terjadi dengan cepat dan seorang *entrepreneur* harus dapat menjalankan kepemimpinannya dalam suatu organisasi bisnis dengan baik.

Lingkungan suatu organisasi bisnis (*business environment*) dapat diartikan sebagai kekuatan-kekuatan yang memengaruhi, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap kinerja organisasi bisnis tersebut. Keberhasilan sebuah organisasi bisnis untuk bertahan dan berkembang dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor yang bisa dikontrol oleh organisasi maupun yang tidak. Lingkungan umum merupakan lingkungan yang berpengaruh secara tidak langsung

terhadap kinerja organisasi bisnis dan hampir semua organisasi bisnis dipengaruhi oleh lingkungan tersebut, meliputi demografi, ekonomi, alam, teknologi, politik, dan budaya. Aspek lingkungan industri akan lebih mengarah pada aspek persaingan di mana organisasi bisnis berada. Hal ini mengakibatkan faktor-faktor yang memengaruhi kondisi persaingan, seperti ancaman-ancaman dan kekuatan-kekuatan yang dimiliki organisasi bisnis termasuk kondisi persaingan itu sendiri menjadi sangat perlu untuk dianalisis. Lingkungan internal suatu organisasi bisnis merupakan kekuatan-kekuatan yang ada di dalam organisasi itu sendiri dan sifatnya dapat dikontrol oleh perusahaan. Lingkungan internal berpengaruh secara langsung terhadap kompetensi atau kinerja dari sebuah organisasi bisnis. Kekuatan-kekuatan yang ada dalam lingkungan internal meliputi : pekerja, dewan, komisaris dan pemegang saham.

Strategi untuk memperluas pasar merupakan suatu strategi yang harus diperhatikan oleh *entrepreneur*, memperluas pasar bisa dengan berbagai macam cara, antara lain: memperluas pangsa pasar yang sudah ada agar bertambah lagi, meluncurkan produk baru di pasar, memasuki pasar yang baru dan mengakuisisi bisnis yang sudah berjalan dengan baik. Perluasan atau ekspansi bisnis diperlukan oleh suatu perusahaan untuk mencapai efisiensi, menjadi lebih kompetitif, serta untuk meningkatkan keuntungan atau laba perusahaan.

Semoga buku ini dapat memberikan manfaatnya kepada kita semua secara teoritis mengenai esensi dari lingkungan bisnis dan *entrepreneurship* sebagai modal dasar bagi *entrepreneur* untuk mulai berkiprah dan menciptakan lapangan kerja baru demi terciptanya pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Jakarta, 23 Januari 2010

Prof. Dr. Sofyan Syafri Harahap, Ph.D