


Sebuah jawaban mengapa sebagian entrepreneur menuai kesuksesan luar biasa, dan yang lain mengalami kegagalan. Pastikan bahwa Anda membaca dan memahami buku ini sebelum terjun berulang kali ke dunia entrepreneurship dan mengalami kegagalan. Jadilah seorang entrepreneur yang menjalankan bisnis seperti layaknya seorang MBA.

Entrepreneurial MBA

Lingga Wardhana, ST, MBA



Belajar sesuatu yang baru memang
'menyakitkan' tetapi memberikan
kepuasan apabila telah memahaminya.
Oleh sebab itu ilmu sebaiknya di share
supaya bermanfaat juga bagi orang lain.
Inshaallah

Lingga Wardhana. Facebook. 19.02.2011



Entrepreneurial MBA
Penulis : Lingga Wardhana, ST, MBA
Hak cipta© 2014 pada penulis
Desain Cover : Lingga Wardhana
Penerbit : www.nulisbuku.com
ILP Center Lt. 3-01 Jl. Raya Pasar Minggu No. 39A Pancoran,
Jakarta Selatan 12780

Jangan bisnis Gorengan Lagi!

Sepulang dari sebuah acara di Bandung penulis mendengar cerita dari seorang teman bahwa Unilever akan mengakuisisi Kopi Kapal Api. OMG perusahaan yang sebagian besar sahamnya dimiliki asing ini akan membesar lagi. Penulis salut sekaligus agak miris hatinya. Mengingat hampir 24 jam kebutuhan sehari-hari kita semuanya sudah ada di lini produk perusahaan raksasa ini.

PT Unilever Indonesia Tbk. mendaftarkan 15% dari sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya pada tahun 1981. Dan yang lainnya kemungkinan dimiliki oleh asing (kantor pusat Unilever di London, Inggris dan Rotterdam, Belanda). Penulis sendiri tidak akan menyalahkan Unilever karena banyak teman-teman yang hidup dan berpenghasilan dari perusahaan, ini juga ribuan karyawan Unilever Indonesia lainnya. Toh kalau tidak ada Unilever, Procter & Gamble (P&G) yang berasal dari Amerika dengan senang hati akan memenuhi pasar Indonesia.

Penulis teringat sebuah BBM Message yang pernah diterima berjudul "Mana punya indo?" (dengan perbaikan agar tidak salah informasi)

Bangun tidur anda minum apa? Aqua? 74% sahamnya milik Danone (Perancis) atau Teh Sariwangi (100% saham milik Unilever, Inggris dan Belanda). Minum susu SGM (milik Sari Husada yang sahamnya dikuasai oleh Danone juga). Lalu mandi memakai Lux dan Pepsodent (Unilever). Santai sehabis makan rokoknya Sampoerna (97,95% saham milik Philip Morris, Amerika). Keluar rumah naik motor/mobil buatan Jepang, Eropa dan Amerika tinggal pilih. Kalau naik busway juga bikin Korea (Daewoo dan Hyundai). Sampai kantor nyalain AC buatan Korea (LG dan Samsung), dan

China. Menggunakan komputer buatan Amerika (Dell, HP dan Apple) dan Taiwan (Asus), Operator seluler Indosat, XL, Three semuanya milik Qatar, Malaysia dan Hong Kong. Yuk belanja ke Carrefour, punya Perancis (tapi 100% sekarang sudah dimiliki oleh CT Corp). Malam-malam iseng ke Circle K dari Amerika. Bangun rumah pake semen Tiga Roda Indocement sekarang milik HeidelbergCement AG, Jerman (65,14%). Semen Cibinong sekarang punyanya Holcim, Swiss (77,33%). Masih banyak lagi kalo mau diterusin. Btw Blackberry Anda pun buatan China atau Canada. Lalu yang produk indonesia apa ya ?

Maksud penulis dengan judul diatas apabila mau terjun ke entrepreneur janganlah berbondong-bondong untuk berjualan Gorengan, Nasi Uduk, Pecel Lele, Nasi Bebek, Nasi Goreng, Roti bakar yang kebanyakan menggunakan tempat ilegal sehingga membuat macet, mengotori lingkungan dll.

Sedangkan di tingkat korporasi perusahaan-perusahaan asing yang memiliki modal, kemampuan finansial, marketing, operasional dan manajerial yang sangat baik sudah menguasai produk sehari-hari kita.

It's fine jika Anda memulai usaha gorengan atau yang lainnya tetapi memiliki differensiasi produk, memiliki strategi marketing dan memiliki rencana untuk besar dengan ribuan cabang seperti KFC, McDonald's dan waralaba lainnya. Kalau tidak usaha Anda hanya akan memenuhi jalanan dengan kaki lima.

Solusinya adalah jangan meremehkan bangku pembelajaran ketika Anda memulai bisnis. Belajarlah cara-cara marketing yang baik, cara mengelola keuangan, manajemen operasional dan juga strategi manajemen. Banyak pengusaha yang meremehkan ini akibatnya usahanya ya setingkat kaki lima dan tidak berkembang. Dengan kondisi yang ada saat ini persiapkan diri Anda untuk menjadi entrepreneur yang sukses secara global dan bermimpilah untuk mengakuisisi balik perusahaan-perusahaan di luar negeri. Jadilah seorang entrepreneur yang menjalani bisnis seperti layaknya seorang MBA.

Daftar Isi

<u>JANGAN BISNIS GORENGAN LAGI!</u>	4
<u>DAFTAR ISI</u>	6
<u>TENTANG PENULIS</u>	11
<u>1. DIBUTUHKAN SEGERA! SEORANG ENTREPRENEUR</u>	13
1.1 DEFINISI ENTREPRENEUR	16
1.2 ADVANTAGE MEMILIKI SEBUAH START UP	17
1.2 DISADVANTAGE MEMILIKI SEBUAH START UP	18
1.3 KENAPA PERLU TULISAN INI ?	22
1.4 APAKAH SEBENARNYA TUJUAN MEMBUAT STARTUP	22
1.5 BAGAIMANA SAYA MEMULAI SEBAGAI ENTREPRENEUR	23
<u>2. MEMILIKI IMPIAN BESAR</u>	25
<u>3. MENCIPTAKAN PRODUK DAN MENGGALI CERUK PASAR</u>	28
3.1 INOVASI PRODUK	30
3.2 BERPARTISIPASI DALAM KOMPETISI	32
3.3 STUDI KASUS : BUSINESS INCUBATOR	40
3.3.1 <i>LINK AND MATCH</i> ANTARA UNIVERSITAS DAN INDUSTRI	42
3.3.2 HAMBATAN INDUSTRI YANG TERATASI	43
3.3.3 POTENSI DAMPAK INOVASI	44
3.3.4 PERSIAPAN PIHAK UNIVERSITAS	45
3.3.5 SOLUSI BUSINESS INCUBATOR	46
3.3.6 KOLABORASI RISET	55
3.3.7 BAHAN DISKUSI	58

4. MARKETING PRODUK	59
4.1 PENTINGNYA WEBSITE BAGI START UP	85
4.1.1 MENETAPKAN KEHADIRAN ANDA DI INTERNET	86
4.1.2 MENUNJUKAN GAMBAR WEBSITE	86
4.1.3 BERHUBUNGAN LANGSUNG DENGAN PELANGGAN MELALUI WEBSITE	86
4.1.4 INTERAKSI DENGAN KOMUNITAS ANDA DENGAN PEMASARAN GRATIS	86
4.1.5 MENINGKATKAN PENDAPATAN DENGAN PERDAGANGAN DI INTERNET	87
4.2 KOMUNIKASI BAGI ENTREPRENEUR	90
4.2.1 MEDIA KOMUNIKASI	91
4.2.2 PERIKLANAN VERSUS HUBUNGAN MASYARAKAT	91
4.3 MEMBENTUK KOMUNITAS ATAU AKTIF DALAM KOMUNITAS	92
4.4 STRATEGI <i>MASS CUSTOMIZATION</i> UNTUK MENGHADAPI PERSAINGAN MEMBANJIRNYA PRODUK CHINA	98
4.4.1 HUBUNGAN PERDAGANGAN DAN POLITIK INDONESIA - CHINA	98
4.4.2 MEMBANJIRNYA PRODUK CHINA DI INDONESIA	100
4.4.3 BAGAIMANA DENGAN EKSPOR INDONESIA KE CHINA ?	100
4.4.4 STRATEGI <i>MASS CUSTOMIZATION</i>	101
4.4.5 KESIMPULAN	102
4.5 STUDI KASUS : MEMBANGUN BRANDING PRODUK-PRODUK ASIA	103
4.5.1 DILEMA BRANDING	104
4.5.2 ASIA SEBAGAI PUSAT INDUSTRI MANUFaktur DUNIA	105
4.5.3 KOMODITAS DAN MARGIN YANG RENDAH	105
4.5.4 MOTIVASI MELAKUKAN BRANDING	106
4.5.5 BRAND ASIA	106
4.5.6 JALAN MENUJU SUKSES DI BRANDING	107
4.5.7 MEREKA YANG SUKSES DAN TIDAK	109
4.5.8 MENGATASI TANTANGAN BRANDING	110
4.5.9 KONDISI INDONESIA	112
4.5.10 BAHAN DISKUSI	113
4.6 STUDI KASUS : KAMPUS DAN BRANDING PRODUK LOKAL	114

4.6.1 LOCAL WISDOM PADA KAMPUS	115
4.6.2 STRATEGI	116
4.6.3 RESISTENSI	117
4.6.4 IMPLEMENTASI	118
4.7 DISTRIBUSIKAN PRODUK ANDA	119
4.7.1 METODE TECHNOLOGY PUSH	119
4.7.2 METODE MARKET PULL	119
4.7.3 DIRECT SELLING	120
4.8 ENTREPRENEUR IN ACTION : NULISBUKU.COM	121
<u>5. PENGETAHUAN FINANCE BAGI ENTREPRENEUR</u>	<u>124</u>
5.1 ANGEL INVESTOR	127
5.2 PEMODAL VENTURA	128
5.3 FINANCING MELALUI BANK	136
5.4 AKUTANSI BAGI ENTREPRENEUR	138
5.5 PENGETAHUAN MENGENAI SAHAM	141
5.5.1 PERUSAHAAN TERTUTUP	141
5.5.2 PERUSAHAAN TERBUKA	142
<u>THE COMPANY MEN</u>	<u>145</u>
<u>THE PURSUIT OF HAPPYNESS</u>	<u>147</u>
<u>3 IDIOTS DAN REALITAS SISTEM PENDIDIKAN</u>	<u>149</u>
<u>6. PENGETAHUAN HUKUM BAGI ENTREPRENEUR</u>	<u>152</u>
6.1 JASA HUKUM	152
6.1.1 SUMBER DAYA MANUSIA	153
6.1.2 PERPAJAKAN	153
6.1.3 HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL	154
6.1.4 PERSYARATAN HUKUM LINGKUNGAN	154
6.1.5 JASA HUKUM YANG Mendukung Akses Pembiayaan	154

7. MEMBANGUN TIM YANG HANDAL	156
7.1 MENCIPTAKAN KETERATURAN DENGAN MEMBANGUN SISTEM	162
7.2 PENERAPAN MANAGEMENT CONTROL SYSTEM PADA STARTUP COMPANY	163
7.3 PERILAKU ORGANISASI	168
7.4 CHANGE MANAGEMENT	169
7.5 ENTREPRENEUR IN ACTION : ANDAL SOFTWARE YANG TERUS MELAKUKAN PERUBAHAN	171
7.5.1 TURN AROUND	173
8. PENGUKURAN KINERJA PADA PERUSAHAAN STARTUP	176
8.1 TENTANG PERFORMANCE MEASUREMENT SYSTEMS (PMS)	177
8.2 PERSYARATAN PERFORMANCE MEASUREMENT SYSTEM (PMS)	177
8.3 MENDESAIN PERFORMANCE MEASUREMENT SYSTEM (PMS)	178
8.4 SISTEM KELAS DALAM PMS	178
8.5 BERIKUT CIRI-CIRI DARI PMS YANG BAGUS	180
9. SCALABILITY DAN SUSTAINABILITY	183
9.1 BEBERAPA KESALAHAN UMUM YANG DILAKUKAN OLEH ENTREPRENEUR	184
9.2 MENJAGA START UP ANDA TETAP BERJALAN	185
9.3 STRATEGI KORPORASI VS STRATEGI BISNIS UNIT	187
9.4 STRATEGI UNTUK MENCAPAI <i>SUSTAINABILITY BUSINESS</i> BAGI <i>FAMILY BUSINESS</i> DI INDONESIA	188
9.4.1 PERMASALAHAN YANG MUNCUL DALAM <i>FAMILY BUSINESS</i>	188
9.4.2 SKENARIO SUKSESI	190
9.5 ENTREPRENEUR IN ACTION : PERUSAHAAN KORPORASI YANG BERASAL DARI STARTUP	191
9.5.1 BLUE BIRD GROUP	191
9.5.2 SAMPOERNA	192
9.5.3 BAKRIE	194

9.5.4 KESIMPULAN	195
<u>10. BUSINESS ENVIRONMENT</u>	<u>198</u>
10.1 SOCIAL ENVIRONMENT	199
10.1.1 FAKTOR POLITIK	200
10.1.2 FAKTOR BUDAYA	201
10.1.3 FAKTOR SOSIAL	202
10.1.4 SOLUSI	203
10.1.5 KESIMPULAN	205
10.2 ECONOMIC DEVELOPMENT	205
10.2.1 ANALISA	207
10.2.2 KESIMPULAN	213
10.3 DEMOGRAPHIC ENVIRONMENT	216
10.3.1 HAMBATAN PERKEMBANGAN ENTREPRENEURSHIP DI PROPINSI- PROPINSI DI LUAR PULAU JAWA	217
10.3.2 KESIMPULAN	227
<u>11. KONSULTASIKAN BISNIS ANDA MELALUI DRAWBIZ</u>	<u>230</u>
11.1 LATAR BELAKANG	230
11.2 PROGRAM DETAIL : <i>BUSINESS PLAN</i>	231
11.3 PROGRAM DETAIL : <i>ENTREPRENEURIAL MBA TRAINING</i>	231
11.4 PROGRAM DETAIL : <i>COMPREHENSIVE COACHING</i>	232
11.5 PROGRAM DETAIL : <i>ONE ON ONE BUSINESS COACHING</i>	232
11.6 OUTPUT PROGRAM	233
11.7 PROFIL KONSULTAN	233
11.8 CONTACT DRAWBIZ	236
<u>ACTION</u>	<u>236</u>
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>	<u>238</u>


Tentang Penulis

Lingga Wardhana, ST, MBA

Keinginan berinovasi dan berkarya sudah ada di benak penulis semenjak kuliah. Penulis yang menggemari kegiatan elektronika pada saat kuliah ini pernah memenangi beberapa kompetisi antara lain Lembaga Cipta Elektronik Nasional tahun 2004 di ITS Surabaya, Indosat Telco Project Competition 2005 di Regional Jawa Tengah, Pekan Karya Mahasiswa tahun 2005, juga pernah terpikirkan untuk mengembangkan industri elektronika sendiri berdasarkan produk-produk inovasi yang telah diciptakan.

Niat tersebut diurungkan karena masih minimnya pengetahuan di dunia bisnis dan manajemen padahal pesanan datang membanjiri. Sempat berkerja di perusahaan multinasional dan menjadi konsultan jaringan seluler di beberapa perusahaan. Saat bekerja kegiatan inovasi penulis pun tidak henti dilakukan. Diantaranya penulis juara 1 di event Indosat Wireless Innovation Contest (IWIC) 2007 dan juara 3 di European Satellite Navigation Competititon 2009 untuk region Gipuzkoa/Spain (www.galileo-masters.eu) dengan idenya yang berjudul "Traffic Management Solution."

Setelah empat tahun bekerja sebagai profesional penulis akhirnya memutuskan untuk mendirikan perusahaan sendiri dengan nama PT Floatway Systems. Perusahaan tersebut ia dirikan bersama tiga orang lainnya yang berlatar belakang sama yaitu Teknik Elektro. Penulis meyakini latar belakang yang sama bukanlah hal yang baik untuk bisa membuat perusahaan yang baik haruslah ada orang yang fokus di di bidang Marketing, Finance, Human Resource, Strategic dan Operational. Dengan latar belakang inilah penulis melanjutkan kuliah lagi bukan di bidang teknik tetapi di bidang manajemen. Buku ini adalah buku ketujuhnya dan rangkuman dari pengalaman berwirausaha serta pembelajaran di program MBA di Universitas Gadjah Mada.



Banyak teman yang tanya : "Enak dong sekarang ya jadi entrepreneur tidak ada yang mem-push lagi baik dari atasan atau perusahaan?" Kalau saya bilang bahwa porsi pikiran kita hanya berubah fungsi saja. Kalau dulu pikiran kita banyak untuk memikirkan tekanan dari atasan atau dari tempat kita bekerja sekarang berubah menjadi bagaimana untuk mengembangkan dan menjaga keberlangsungan perusahaan. Dan itu adalah pilihan bagaimana Anda menjalankan hidup.

Lingga Wardhana. Facebook. 08.10.2012




1. Dibutuhkan Segera! Seorang Entrepreneur

Menurut tulisan metrotvnews.com Indonesia membutuhkan sedikitnya 4,07 juta wirausaha untuk mendukung optimalnya pertumbuhan ekonomi di Tanah Air. Dikatakan satu Negara bisa tumbuh dengan baik perekonomiannya apabila dua persen penduduknya adalah entrepreneur. Setidaknya dibutuhkan 4,07 juta entrepreneur apabila jumlah penduduk Indonesia sekitar 231 juta atau 238 juta versi sementara BPS dengan penduduk usia kerja adalah 169,33 juta dan jumlah wirausaha yang tercatat adalah sebanyak 564.240 unit (0,24 persen dari seluruh penduduk).

Di negara-negara lain entrepreneurship sudah jauh lebih berkembang. Sebagai contoh di Amerika Serikat jumlah wirausaha sudah mencapai 11,5 sampai 12 persen dari seluruh jumlah penduduk, di Singapura 7 persen, China dan Jepang 10 persen, India 7 persen, dan Malaysia 3 persen.

Tercatat juga angka pengangguran sarjana di Indonesia terus merangkak naik di mana pada 2006 sebanyak 375.000 orang, pada 2007 menjadi 400.000 orang, meningkat pada 2008 menjadi 626.000 meski sempat turun pada Agustus 2008, tetapi kembali merangkak naik pada 2009 menjadi 626.621 orang. Sementara pengangguran lulusan diplomasi/akademi sebanyak 486.399. Angka total pengangguran pada 2009 mencapai 8,96 juta.

Selain perbandingan yang tidak seimbang antara jumlah angkatan kerja dengan lapangan kerja yang tersedia. Angka



pengangguran yang masih melambung tinggi tersebut, juga menunjukkan masih rendahnya jiwa entrepreneurship atau wirausaha pada masyarakat kita. Akibatnya, potensi sumber daya alam (SDA) yang melimpah ruah di negeri ini kurang mampu kita olah demi kesejahteraan bangsa dan negara. Ironisnya lagi, kita hanya sebagai penonton saja, dimana kekayaan negeri diolah dan memberikan keuntungan bagi orang asing. Oleh sebab itu dalam buku ini dipaparkan bagaimana seorang entrepreneur dapat membangun usaha yang tidak hanya menguntungkan tetapi menguntungkan secara berkelanjutan (*sustainability profit*).

Jika kita menilik kondisi di masyarakat Indonesia pada saat ini, sebenarnya negara ini memang sedang merindukan munculnya entrepreneur-entrepreneur andal yang bisa mengubah nasib bangsa secara luas. Hanya terdapat sedikit sekali entrepreneur dari populasi Indonesia yang demikian besar ini. Sementara di sisi lain terdapat kenyataan pahit bahwa lulusan sekolah menengah, diploma, dan sarjana adalah penyumbang 50 persen lebih angka pengangguran di Indonesia.

Berangkat dari kenyataan di atas, calon entrepreneur hendaknya melihat besarnya kebutuhan dan peluang untuk membuka usaha di Indonesia. Di samping potensi penghasilan tak terbatas yang bisa diraih, berikut ini adalah beberapa alasan yang bisa kita tanamkan di benak kita sebagai landasan untuk memulai berwirausaha:

1. Kemandirian dan kebebasan pribadi dalam menentukan nasib
2. Membantu percepatan pembangunan dan kemajuan negara secara menyeluruh.
3. Mengurangi beban negara dalam menyediakan lapangan kerja.

4. Meminimalisir *brain drain* sebagai akibat tidak terserapnya sumber daya manusia unggul di dalam negeri sehingga mereka lari ke luar negeri.
5. Menjembatani ranah ilmiah dan ranah praktik dengan melakukan inovasi.

Kita boleh bangga karena akhir-akhir ini marak sekali gerakan untuk menjadi entrepreneur dan gerakan untuk mendirikan *Startup Company*, perusahaan yang baru didirikan dengan struktur organisasi yang sederhana dan berada dalam fase pengembangan bisnis model dan pengembangan pasar bagi produknya. Tapi sayangnya beberapa *Startup Company* Indonesia bukanlah perusahaan yang menghasilkan produk dengan *value added* seperti yang marak bermunculan di Amerika Serikat.

Contohnya banyak entrepreneur yang menggeluti bisnis di level kaki lima, bukan bisnis professional. Memang bisnis kaki lima banyak menyelamatkan ekonomi keluarga pada tahun 1998 dikarenakan banyaknya PHK yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar. Tetapi berapa banyak juga kaki lima yang akhirnya tergusur oleh satpol PP atau bangkrut karena ketatnya persaingan dan tidak dapat berkembang. Banyak lulusan S1 dan S2 dengan pengalaman kerja puluhan tahun akhirnya terjun ke jualan bakso dan pecel lele. Yang menurut penulis tidak perlu bersekolah tinggi-tinggi untuk menjadi penjual bakso dan pecel lele. Perbedaan antara penjual bakso zaman dahulu adalah lulusan SD dan penjual bakso sekarang adalah lulusan S2. Penulis tidak mengancam bagi mereka yang berjualan kaki lima tetapi siapa lagi yang akan mengambil peranan akan bisnis teknologi, bisnis yang memajukan hasil-hasil riset bangsa Indonesia dan juga bidang-bidang professional lainnya ?

Kenyataan yang terjadi adalah orang terkaya di Amerika Serikat adalah pengusaha IT dan orang terkaya di Indonesia adalah pengusaha rokok. Sama halnya di sektor pertambangan, semua kekayaan tambang di Indonesia di keruk begitu saja tanpa pengolahan yang bisa memberikan *value added*. Hasilnya margin yang dihasilkan tipis tetapi kekayaan alam kita habis.


1.1 Definisi Entrepreneur

Menurut O.C Ferrel, Geoffrey A. Hirt dan Linda Ferrell dalam bukunya *Business A Changing World*. "Entrepreneur didefinisikan sebagai seseorang yang mengorbankan kesejahteraannya, waktunya dan jerih payahnya untuk membangun produk yang memiliki nilai inovasi atau cara untuk mengerjakan sesuatu yang memberikan keuntungan".

Anggaplah seperti seorang karyawan yang bekerja pada perusahaan semakin banyak pengalamannya maka semakin tinggi dia dibayar karena pengalamannya. Sama seperti seorang entrepreneur pengalaman dalam menjalankan usaha adalah hal yang tidak bisa didapatkan dari bangku kuliah formal ataupun buku-buku. Sehingga harapannya setelah membaca tulisan ini pembaca langsung tergerak untuk langsung melakukan tindakan dan mengevaluasi dari tindakan yang dilakukan.

Mengutip dari tulisan saya sebelumnya di buku berjudul "Technopreneur" terbitan Elexmedia Komputindo, "Jiwa entrepreneur seharusnya dibangun semenjak kuliah atau lebih awal dimana tingkat kelulusan berpendidikan semakin besar tetapi di lain sisi lowongan pekerjaan yang memadai semakin kecil."

"Pernyataan ekonomi sewaktu bangku SMP dimana ciri dari perusahaan pribadi memiliki tanggung jawab sampai kekayaan pribadi membuat momok negatif bagi jiwa-jiwa



entrepreneur muda. Tetapi bagi seorang pengusaha sebuah keuntungan tak terbatas bisa diperoleh. Dan membuka lapangan kerja adalah yang sebenarnya yang dibutuhkan oleh bangsa ini untuk maju.”

Bahwa seorang entrepreneur membutuhkan kemampuan yang lebih kompleks tidak hanya secara teknikal atas bidang usaha yang dijalankan saja yang dibutuhkan tetapi juga kemampuan manajerial. Bahkan kemampuan teknikal dan manajerial belum cukup tetapi seorang entrepreneur juga harus memiliki visi dan misi yang jelas sehingga dapat menggerakkan semangat perusahaan ke visi dan misi tersebut.

Berwirausaha pada dasarnya sekaligus menanamkan semangat kepemimpinan yang berorientasi tindakan. Kewajiban seseorang yang memutuskan untuk menjadi entrepreneur adalah pertama-tama menjadikan dirinya pemimpin. Dengan berbisnis kita diharapkan untuk bisa menerapkan dasar-dasar kepemimpinan yaitu mengeksekusi, mempengaruhi, menjalin hubungan, dan berpikir strategis. Dengan berwirausaha kita sekaligus membina diri kita untuk menjadi seseorang yang bisa terbiasa untuk mewujudkan ide menjadi kenyataan, mencapai prestasi, fokus terhadap tujuan, mengatur, berdisiplin, dan bertanggung jawab.

1.2 Advantage memiliki sebuah Start Up

Independen - Entrepreneur bersifat independen bukan berarti tidak dapat bekerja sama dengan orang lain tetapi secara bebas dapat menentukan waktu, tempat dan memilih partner untuk bekerja. Dan biasanya mengalami kekecewaan dengan birokrasi korporasi yang panjang dan tidak acuh terhadap ide besarnya.

Biaya Rendah - Sebuah Start Up (perusahaan yang didirikan oleh entrepreneur) membutuhkan biaya yang lebih kecil untuk bergerak dan berubah dibandingkan dengan perusahaan besar dengan ribuan karyawan.

Fleksibel - Sebuah Start Up biasanya lebih fleksibel dan dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan kebutuhan pasar. Hanya satu layer manajemen yang terdapat disana yaitu "Si Owner." Bandingkan dengan sebuah korporasi besar untuk mengeluarkan produk baru harus melewati beberapa layer direktur dan manajer.

Fokus - Seorang Entrepreneur biasanya menysasar pada *niche market* yang melayani sekelompok customer kecil. Korporasi besar mentargetkan pada pasar-pasar yang besar dan segmentasi pasar yang luas sedangkan seorang entrepreneur dengan Start Up-nya memenuhi kebutuhan pasar yang tidak dilirik oleh perusahaan-perusahaan besar.

Reputasi - Seorang Entrepreneur dengan Start Up-nya yang fokus pada *niche market* membangun reputasi dan kualitas dengan layanan yang baik.


1.2 Disadvantage memiliki sebuah Start Up

Tingkat stress yang tinggi - Entrepreneur sebagai owner perusahaan Start Up tidak hanya memikirkan bagaimana untuk membiayai dirinya tetapi juga bagaimana agar memenangkan kompetisi, menangani karyawan, mencari market, menjual, melakukan inovasi dan melakukan penghematan pada biaya operasional. Oleh sebab itu tidak sedikit entrepreneur yang bertindak sebagai manajer, sales, pencatat keuangan, HRD dan pengurus kerumahtanggaan dalam perusahaan. Multitasking semacam ini kadang melelahkan bagi sang Owner. Banyak orang kreatif yang

gagal bukan karena konsep bisnis yang kurang baik, tetapi lebih kepada kurangnya kemampuan untuk menangani bisnis secara lebih baik.

Tingkat kegagalan yang tinggi – Banyak bisnis baru yang berjatuh di lima tahun pertama. Banyak bisnis konsep yang gagal dikarenakan banyak yang menjalankan bisnis tanpa melakukan riset pasar apakah pasar benar-benar membutuhkan produk atau jasa tersebut. Secara umum berikut adalah tiga penyebab kegagalan utama bagi Entrepreneur :

- *Tidak cukup pembiayaan pada awal-awal tahun perusahaan Start Up*
Beberapa entrepreneur mengira dengan modal secukupnya dapat mendirikan Start Up dan mendapatkan cash flow dari hasil penjualan di bulan-bulan berikutnya. Kenyataannya tidak demikian. Sedikit sekali Start Up yang dapat menghasilkan *cash flow* dari awal berdirinya dan kalaupun ada belum tentu dapat menutupi biaya operasional yang dikeluarkan. Di sisi lain pihak perbankan belum mau mengambil resiko untuk pembiayaan bagi Start Up. Tanpa pembiayaan yang memadai Start Up akan susah bertahan di awal 2 sampai 3 tahun pertama.
- *Kurangnya kemampuan dan pengalaman manajerial*
Banyak entrepreneur yang memiliki kemampuan bagus untuk membuat produk dan memasarkannya tetapi lemah di sisi manajerial. Manajer bertindak sebagai penggerak untuk mencapai visi dan misi perusahaan, melakukan keputusan manajemen yang baik, bernegosiasi dan melakukan fungsi kontrol. Hal ini akan banyak dialami oleh lulusan perguruan tinggi yang terjun langsung ke dunia entrepreneur tanpa memiliki pengalaman sebagai manajer dalam sebuah perusahaan.
- *Tidak dapat menangani perkembangan perusahaan dengan baik*



Advantage yang dimiliki oleh seorang Entrepreneur dapat menjadi disadvantage. Sebuah Start Up tidak dapat menjadi Start Up selamanya. Ini adalah hal yang tidak diinginkan oleh Sang Entrepreneur. Pertanyaannya siapkah si Owner menghadapinya. Semakin besar sebuah perusahaan maka semakin besar pula kebutuhan keahlian khusus pada sisi manajemen, salah satunya seperti kredit analis atau digital marketing yang tidak mungkin ditangani oleh seorang entrepreneur. Beberapa korporasi besar yang berawal dari Start Up juga mengalami hal-hal yang berat saat tumbuh berkembang. Kebanyakan juga mempekerjakan manajer-manajer profesional dan berpengalaman untuk bisa survive.