

## Model Proses Kewirausahaan PD Hikmat Kabupaten Purwakarta

**Dewi Mulyani**

Program Studi Manajemen Bisnis, STIEB Perdana Mandiri, Indonesia

**Tresna Wulandari**

Program Studi Manajemen Bisnis, STIEB Perdana Mandiri, Indonesia

**Penulis Korespondensi**

**Dewi Mulyani**

[dewimulyani.ppm@gmail.com](mailto:dewimulyani.ppm@gmail.com)

### Article Info

*Article History :*

*Received 06 Feb - 2023*

*Accepted 19 Feb - 2024*

*Available Online*

*20 Mar – 2024*

### Abstract

*This study uses qualitative and descriptive methods and aims to determine the entrepreneurial process of PD Hikmat owner who has 37 years of business experience, starting from the beginning of establishment, development, to the stage of business growth, along with the factors that influence it, as well as the obstacles and challenges faced by owner during entrepreneurship. The owner of PD Hikmat started his business because he wanted to improve the family's income and there were business opportunities in Purwakarta where there were not many competitors. PD Hikmat began to develop when observing new opportunities to collaborate with catering entrepreneurs. PD Hikmat experienced business growth when the owner began to imitate the modernization of similar entrepreneurs. PD Hikmat found business challenges and obstacles during the rainy season and rising raw material prices. PD Hikmat has competitive advantages, personal qualifications of the owner, distinctive product taste, adequate product inventory, employee loyalty, good relations with stakeholders. The current challenges and opportunities for PD Hikmat are marketing and packaging products creatively, and meet consumer preferences for healthier and more natural processed food products.*

**Keyword:** *Initial Entrepreneurship Process, Entrepreneurship Development Process, Entrepreneurship Growth Process*

## 1. PENDAHULUAN

PD Hikmat adalah pabrik yang memproduksi kerupuk sebagai bahan pangan pelengkap lauk-pauk, yang berlokasi di Kp. Cibaragalan RT 07/02 Desa Ciwangi Kecamatan Bungursari Kabupaten Purwakarta. PD Hikmat merupakan usaha kecil yang didirikan H Muhtar pada tahun 1986, dan saat ini memiliki 27 orang karyawan laki-laki. PD Hikmat memasarkan produknya kepada konsumen masyarakat maupun usaha *catering* pabrik selaku konsumen bisnis.

Merujuk berbagai sumber, diperoleh informasi bahwa terdapat beberapa kendala

yang dihadapi pabrik kerupuk pada umumnya, seperti: musim hujan yang bisa berdampak terhadap penjualan produk kerupuk, keterbatasan bahan baku, permintaan yang fluktuatif, keterbatasan jumlah tenaga kerja, kendala manajemen; dan teknologi.

Beberapa tantangan lainnya yang dihadapi industri kerupuk adalah permasalahan bahan baku tapioka yang masih impor, peralatan industri skala UMKM yang masih sederhana, preferensi konsumen pada produk makanan olahan yang sehat dan alami, serta kreativitas pengemasan dan pemasaran. Hingga saat ini sebagian besar bahan baku tepung tapioka

untuk industri kerupuk masih harus dipenuhi dari impor. Hal ini tentu saja akan mempengaruhi keberlangsungan produksi dan harga jual kerupuk. Dari sisi peralatan produksi, UMKM juga masih sangat mengandalkan dana pemerintah untuk bisa mendapatkan peralatan produksi yang modern (<https://bkperdag.kemendag.go.id>).

Tantangan besar lainnya yang dihadapi adalah persaingan bisnis itu sendiri. Selain PD Hikmat, pabrik kerupuk di Kabupaten Purwakarta sendiri juga cukuplah banyak dan tersebar di beberapa kecamatan, diantaranya: Pabrik Kerupuk Sari Udang, Pabrik Kerupuk RO (Dorokdok), Pabrik Kerupuk Langgeng, Pabrik Kerupuk Maju Jaya, CV. Dua Saudara Kerupuk Kulit Sapi Asli, Pabrik Kerupuk RO, Pabrik Kerupuk Kulit Sapi Sinar Rahayu, Pabrik Kerupuk Kulit Srikandi, Kerupuk Kulit Sapi Aroma, dan Pabrik Kerupuk Sari Raos.

Beberapa masalah yang terjadi pada UMKM umumnya di Indonesia yang dikemukakan berbagai sumber diantaranya adalah keterbatasan modal; tidak adanya izin usaha resmi, lebih dari 50% bersifat informal; kurangnya inovasi pemasaran dan produk; gagap teknologi; tidak memiliki pengetahuan yang luas mengenai bisnis; kurang memanfaatkan pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan; belum mengetahui cara mengembangkan bisnis; tidak melakukan branding; komunikasi bisnis yang kurang efektif; pembukuan yang masih manual; kesulitan dalam promosi, distribusi, dan pemasaran produk; belum didukung dengan iklim usaha yang baik; kurangnya layanan finansial; kesulitan naik kelas karena usaha makro lebih mendominasi, sulitnya menembus pasar global, serta belum produktif.

Faktor penyebab atau kelemahan lainnya dari UMKM di Indonesia, sehingga mereka sulit berkembang, yakni kapasitas dalam bentuk daya saing bisnis/usaha di tengah maraknya para pesaing bisnis daring maupun luring, serta para pesaing instan atau pelaku usaha yang mudah meniru produk yang sedang populer, bahkan kalah bersaing dengan produk yang skalanya sudah bukan UMKM lagi. Selain itu, masalah lemahnya daya saing produk; walaupun berkembang, tidaklah signifikan atau stagnan ([antaranews.com](http://antaranews.com)).

Berdasarkan paparan di atas, terlihat bahwa beragam permasalahan UMKM tersebut, dihadapi selama para pelaku bisnis melewati proses berwirausaha. Bygrave (Dewi, 2017:12)

mengatakan, ‘Salah satu pembahasan penting dalam kewirausahaan adalah proses kewirausahaan, yaitu suatu proses yang melibatkan seluruh fungsi, tindakan, dan kegiatan yang berhubungan dengan peluang dan penciptaan organisasi’.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses kewirausahaan pemilik PD Hikmat yang telah memiliki 37 tahun pengalaman bisnis, mulai dari awal pendirian, perkembangan, hingga tahap pertumbuhan usaha, beserta faktor-faktor yang mempengaruhinya, juga kendala dan tantangan yang dihadapi pemilik selama berwirausaha.

## 2. KAJIAN PUSTAKA DAN PEGEMBANGAN HIPOTESIS

### 2.1. Definisi Proses Kewirausahaan

Proses kewirausahaan merupakan proses penciptaan usaha baru yang sangat kompleks dalam konteks kewirausahaan (Hisrich dan Baron dalam Dewi, 2017:12). Pendapat lain diungkapkan Soedjono dan Ropke dalam Wahyuni, dkk; 2022:47), ‘Proses kewirausahaan merupakan fungsi dari kapabilitas dan kemampuan berwirausaha, disamping hak kepemilikan, intensif, dan lingkungan eksternal’.

Proses kewirausahaan didefinisikan sebagai suatu rangkaian tindakan yang melibatkan semua fungsi, kegiatan, dan tindakan yang terkait dengan mengidentifikasi dan mengevaluasi kesempatan yang dirasakan, dan menyatukan sumber daya yang diperlukan untuk suksesnya pembentukan perusahaan baru untuk mengejar dan menangkap peluang tersebut (Bygrave dalam Wahyuni, dkk; 2022:47). Hisrich, et.al (Wahyuni, dkk; 2022:47) menambahkan, ‘Proses kewirausahaan adalah upaya menciptakan sesuatu yang berbeda, yang memiliki nilai tambah melalui pengorbanan waktu dan tenaga dengan berbagai resiko finansial, psikis, dan sosial, serta mendapat penghargaan berupa keuntungan dan kepuasan pribadi atas hasil yang diperoleh’.

### 2.2. Proses Awal Kewirausahaan

Mamduh M. Hanafi (Hamali dan Budihastuti, 2017:9) memaparkan proses awal kewirausahaan sebagai berikut:

1. Kesempatan dan ide

- Kesempatan dan ide datang dari perubahan dalam lingkungan.
2. Rencana bisnis formal  
Rencana bisnis ini meliputi dokumen untuk mendirikan bisnis.
  3. Halangan untuk masuk  
Halangan yang dimaksud diantaranya meliputi: ide tidak cukup praktis, kurangnya pengetahuan pasar, cara memasarkan kurang efektif, kurang informasi dan jaringan kerja pendukung, tidak menemukan SDM terampil, kurang modal, halangan peraturan pemerintah, wirausaha dipandang memiliki status sosial yang rendah.
  4. Strategi  
Strategi yang dimaksud adalah apakah membangun perusahaan baru, atau membeli perusahaan yang telah ada, atau waralaba/*franchising*.
  5. Bentuk organisasi  
Bentuk organisasi yang dipilih dapat berupa usaha perorangan, firma atau kemitraan, atau perseroan.
  6. Faktor penentu keberhasilan  
Faktor tersebut meliputi diantaranya: modal, peralatan dan metode, pengendalian persediaan dan kredit, catatan akuntansi, perencanaan bisnis, kemampuan mendeteksi perubahan pasar dan kondisi ekonomi, kesiapan untuk situasi darurat, perencanaan kebutuhan keuangan, kualifikasi pribadi, pengetahuan bisnis, kerja keras, delegasi tugas dan wewenang, serta hubungan baik dengan konsumen.
  7. Memelihara semangat kewirausahaan  
Hal ini perlu dikembangkan melalui *intrapreneurship*, diantaranya melakukan tugas dengan kreatif.  
Suryana (2013:98-99) mengungkapkan proses awal kewirausahaan sebagai berikut:
    1. Tantangan  
Kekurangan, ketidaksempurnaan, kesulitan, ketinggalan, ketiadaan kesempatan (peluang), ketidakpuasan, dan persaingan, merupakan tantangan dalam hidup yang pasti muncul kapan pun dan dimanapun. Dengan adanya tantangan tersebut, seseorang akan berpikir kreatif untuk melahirkan ide-ide, gagasan, khayalan, dan dorongan untuk berinisiatif. Semua tantangan pasti memiliki resiko, yaitu kemungkinan berhasil atau tidak berhasil. Wirausaha adalah orang yang berani menghadapi risiko dan menyukai tantangan.
    2. Produktif

Orang yang berpikir kreatif dan bertindak inovatif adalah orang yang produktif. Proses kreatif didefinisikan sebagai berpikir sesuatu yang baru (*thinking new things*). Hasil berpikir kreatif adalah gagasan, khayalan, imajinasi, dan ide-ide, yang kemudian diimplementasikan dalam bentuk tindakan nyata (inovasi), yaitu melakukan sesuatu yang baru (*doing new things*). Kreativitas dan inovasi dilakukan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda, yang dikenal dengan nilai tambah (*added value*).

3. Keunggulan  
Nilai tambah tersebut akan menghasilkan daya saing dan daya saing ini akan menghasilkan peluang. Nilai tambah memproyeksikan kualitas, dan kualitas memproyeksikan keunggulan. Keunggulan menghasilkan daya saing.
4. Sukses  
Orang yang sukses adalah orang yang suka tantangan, kreatif dan inovatif, produktif, menghasilkan nilai tambah, berkualitas, unggul, memiliki daya saing, dan memiliki banyak peluang.  
Aspek-aspek proses awal kewirausahaan tersebut dilengkapi oleh Hisrich, Peters, Shepherd (2008:14) sebagai berikut:
  1. Identifikasi dan Evaluasi Peluang
    - a. Penilaian peluang
      - 1) Deskripsi produk
      - 2) Penilaian peluang
      - 3) Penilaian pengusaha dan tim
      - 4) Spesifikasi aktivitas dan sumber daya yang dibutuhkan untuk menerjemahkan peluang ke dalam bentuk bisnis yang nyata
      - 5) Sumber modal untuk mendanai usaha baru dan pertumbuhannya
    - b. Penciptaan dan jarak peluang
    - c. Nilai peluang yang riil dan diketahui
    - d. Risiko dan pengembalian dari peluang
    - e. Peluang versus keterampilan personal dan tujuan personal
    - f. Lingkungan persaingan
  2. Pengembangan Rencana Bisnis  
Dokumen Rencana Bisnis terdiri dari:
    - a. Halaman judul
    - b. Daftar isi
    - c. Ringkasan eksekutif
    - d. Bagian utama (Deskripsi Bisnis, Deskripsi Industri, Rencana Teknologi, Rencana Pemasaran, Rencana Keuangan, Rencana Produksi, Rencana

- Organisasi, Rencana Operasi, dan Rangkuman)
- e. Lampiran (Tampilan)
- 3. Kebutuhan Sumber Daya
  - a. Menentukan sumber daya yang dibutuhkan.
  - b. Menentukan sumber daya yang ada.
  - c. Mengidentifikasi kesenjangan sumber daya dengan pemasok yang tersedia.
  - d. Mengembangkan akses terhadap sumber daya yang dibutuhkan.
- 4. Pengelolaan Perusahaan
  - a. Mengembangkan gaya manajemen
  - b. Memahami variabel kunci untuk sukses
  - c. Mengidentifikasi masalah dan potensi masalah
  - d. Menerapkan sistem kendali
  - e. Mengembangkan strategi pertumbuhan

### 2.3. Proses Perkembangan Kewirausahaan

Carol Noore seperti dikutip Bygrave (Dewi, 2017:13-15) dan Suryana (2013:101) menguraikan proses perkembangan kewirausahaan berikut faktor-faktor yang mempengaruhinya sebagai berikut:

1. Inovasi
 

Faktor personal yang mendorong inovasi adalah:

  - a. Keinginan/motivasi berprestasi, meliputi perilaku:
    - 1) Cenderung menghabiskan waktu untuk mencoba melakukan pekerjaan yang lebih baik atau mencoba untuk mencapai sesuatu yang penting.
    - 2) Cenderung gemar mengambil tanggung jawab untuk menemukan solusi atas masalah.
    - 3) Cenderung menyukai umpan balik/tanggapan tentang kinerjanya untuk mengetahui apakah telah mengalami progress/perkembangan.
    - 4) Cenderung ingin mencapai target yang menantang, tetapi bukan target yang melebihi kemampuan.
    - 5) Cenderung ingin mendirikan usaha baru.
    - 6) Cenderung ingin memiliki budaya organisasi yang lebih kompetitif dan proaktif.
    - 7) Cenderung menganggap serius tugas-tugas yang berorientasi pada tujuan di masa depan. (Suwatno, 2021:32)
  - b. *Locus of control*

- 1) Percaya bahwa keberhasilan atau kegagalan yang diperoleh dikarenakan tindakan sendiri. Percaya bahwa diri sendirilah yang mengendalikan nasibnya, sehingga ingin menciptakan budaya organisasi yang kompetitif yang didorong ide kreatif dan inovatif dari diri sendiri (*Locus of Control Internal*). (Suwatno, 2021:33)
  - 2) Percaya bahwa takdir memiliki pengaruh yang kuat atas kehidupan diri sendiri. Percaya bahwa kejadian yang dialami adalah hasil dari faktor lingkungan eksternal, sehingga menghalangi pembelajaran dan cenderung tidak mengambil risiko untuk memulai usaha/bisnis baru (*Locus of Control External*). (Suwatno, 2021:34)
  - c. *Ambiguity tolerance*: merasa bahwa usaha yang dilakukan bukanlah hal yang pasti (mungkin saja mengalami keuntungan atau kerugian), sehingga tumbuh sikap pekerja keras dan tahan banting.
  - d. *Risk taking*: kesanggupan menanggung risiko
  - e. Personal *values*/nilai pribadi, misalnya kreatif, perhatian pada kualitas produk, jujur, fleksibel, melayani konsumen, memegang teguh etika bisnis (Wijayanto, 2102:30).
  - f. Pendidikan/*education*
  - g. Pengalaman/*experience*
  - h. *Opportunity recognition*/pengakuan kesempatan/menyadari adanya peluang: menjalankan ide yang memiliki kegunaan, menjadi suatu peluang untuk memperoleh keuntungan.
- Faktor lingkungan yang mendorong inovasi:
- a. *Opportunities*: Adanya peluang bisnis dari luar organisasi, mampu mendorong wirausaha untuk memikirkan ide-ide kreatif dan inovatif (Nurjanna dan Sahabuddin, 2022:139).
  - b. *Role model*: meliputi inspirasi dan motivasi, meningkatkan efikasi diri dan pembelajaran dengan contoh dan dukungan. *Role Model* memberikan bimbingan dan dukungan, baik dari orang tua, guru, atau wirausahawan lainnya. Individu membutuhkan support dalam merintis usahanya. *Role Model* berperan sebagai mentor untuk setiap

individu dan individu dapat meniru perilaku Role Model (Suryana dalam Nurjanna dan Sahabuddin, 2022:141).

- c. *Creativity*: kreativitas berarti berpikir sesuatu yang baru; sebagai suatu kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan menghadapi peluang. Kreativitas merupakan sumber penting dalam penciptaan daya saing untuk semua organisasi yang peduli terhadap pertumbuhan dan perubahan (Khatuddin dan Muhammad, 2021:13).

## 2. Pemicu (*triggering events*)

Beberapa faktor personal yang menjadi pemicu atau yang memaksa seseorang untuk terjun ke dunia bisnis adalah:

- a. Keberanian menanggung risiko.
- b. Adanya ketidakpuasan terhadap pekerjaan yang sekarang.
- c. Adanya pemutusan hubungan kerja (PHK).
- d. Tidak ada pekerjaan lain.
- e. Pendidikan
- f. Dorongan karena faktor usia.
- g. Komitmen dan minat tinggi terhadap bisnis.

Faktor-faktor sosial yang menjadi pemicu bisnis adalah:

- a. *Networks*: adanya relasi dengan orang lain
- b. *Teams*: adanya tim yang saling bekerjasama dalam bisnis.
- c. *Parents*: adanya dorongan pihak orang tua.
- d. *Family*: adanya dorongan pihak keluarga dekat untuk memulai usaha.
- e. *Role models*: adanya panutan dalam berbisnis.

Faktor-faktor lingkungan yang menjadi pemicu bisnis adalah:

- a. Kompetisi/persaingan dalam keseharian
- b. Sumber-sumber yang bisa dimanfaatkan, misalnya tabungan, modal, warisan, memiliki bangunan yang strategis, atau asset lainnya yang bisa dimanfaatkan.
- c. Mengikuti latihan-latihan atau kursus bisnis.
- d. Kebijakan pemerintah yang memberikan kemudahan pengurusan administrasi usaha, seperti pengurusan izin usaha atau ketersediaan fasilitas kredit.

## 3. Pelaksanaan (*implementation*)

Beberapa faktor personal yang mendorong pelaksanaan dari sebuah bisnis adalah:

- a. *Entrepreneur*: siap fisik dan mental secara total dan memiliki jiwa kewirausahaan lainnya.
- b. *Leader*: adanya pimpinan sebagai tangan kanan.
- c. *Manager*: adanya manajer pelaksana sebagai tangan kanan atau pembantu utama.
- d. *Commitment*: adanya komitmen yang tinggi terhadap bisnis.
- e. *Vision*: adanya visi atau pandangan yang jauh ke depan guna mencapai keberhasilan.

## 4. Proses pertumbuhan (*growth*)

Faktor organisasi pembentuk pertumbuhan bisnis adalah:

- a. *Team*: adanya tim yang kompak dalam menjalankan usaha, sehingga semua rencana dan pelaksanaan operasional berjalan produktif.
- b. *Strategy*: adanya strategi yang mantap sebagai produk dari tim yang kompak.
- c. *Structure*: adanya struktur organisasi/ pembagian tugas.
- d. *Culture*: adanya budaya organisasi.
- e. *Products*: adanya produk yang dibanggakan atau keistimewaan yang dimiliki, misalnya kualitas makanan, lokasi usaha, manajemen, personalia, dan sebagainya.

Faktor lingkungan pembentuk pertumbuhan bisnis adalah:

- a. *Competitors*: adanya para pesaing bisnis.
- b. *Customers*: adanya konsumen/pangsa pasar.
- c. *Suppliers*: adanya para pemasok barang yang kontinu.
- d. *Investors*: adanya para penanam modal atau pihak yang memberikan fasilitas keuangan.
- e. *Bankers*: adanya pihak bank sebagai pihak ke-3 yang berperan sebagai perantara dalam proses bisnis maupun sebagai kreditur.
- f. *Lawyers*: adanya pihak yang memberikan layanan aspek hukum bisnis.
- g. *Resources*: adanya berbagai sumber daya bisnis, meliputi: modal, SDM, metode bisnis, material/bahan baku, mesin/perlengkapan dan peralatan, market, sistem informasi dan komunikasi, teknologi, HAKI.

- h. *Government policy*: adanya kebijakan pemerintah yang menunjang bisnis, berupa peraturan bidang ekonomi yang menguntungkan.

#### 2.4. Proses Pertumbuhan Kewirausahaan

Suryana (2013:103) mengungkapkan proses pertumbuhan kewirausahaan meliputi:

1. Tahap imitasi dan duplikasi  
Para wirausahawan mulai meniru ide dari orang lain, misalnya menciptakan jenis produk yang sudah ada, baik dari segi produksi, desain, pemrosesan, organisasi usaha, maupun pola pemasarannya. Keterampilan ini diperoleh melalui pengamatan dan pengalaman pribadi, baik dari lingkungan keluarga maupun orang lain.
2. Tahap duplikasi dan pengembangan  
Para wirausahawan mulai mengembangkan ide-ide barunya melalui diversifikasi dan diferensiasi dengan desain sendiri, begitupun dengan kegiatan organisasi usaha dan pemasaran. Meskipun pada tahap ini terjadi perkembangan yang lambat dan cenderung kurang dinamis, namun sudah ada sedikit perubahan, misalnya desain dan teknik yang cenderung monoton, mungkin berubah 3-5 tahun sekali. Ada juga yang mengikuti model pemasaran dan cenderung berperan sebagai pengikut pasar dan beberapa perusahaan lain mengikuti kehendak pedagang pengumpul. Pada tahap ini, ada yang gagal dan hanya mampu berimitasi dan kurang menghasilkan nilai tambah.
3. Tahap dalam penciptaan sendiri terhadap barang dan jasa baru yang berbeda.  
Melalui ide sendiri, mereka menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda sampai terus berkembang. Pada tahap ini, wirausahawan biasanya merasakan kebosanan dengan proses produksi yang ada, keingintahuan dan ketidakpuasan terhadap hasil yang telah ada, mulai timbul, sehingga tercipta semangat dan keinginan untuk mencapai hasil yang lebih unggul. Organisasi diperluas, penciptaan produk berdasarkan pengamatan pasar dan kebutuhan konsumen serta adanya keinginan untuk menjadi penantang, bahkan pemimpin pasar.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan sampel/narasumber Bapak H Muhtar, pemilik PD Hikmat. Selain itu, menggunakan metode penelitian deskriptif, sebagaimana dikemukakan Sugiyono (2018:16,29, 61,62), “Penelitian deskriptif meliputi rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap nilai variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel mandiri adalah variabel yang berdiri sendiri, bukan variabel independen karena jika variabel independen, selalu dipasangkan dengan variabel dependen). Pada statistik deskriptif ini, akan dikemukakan cara-cara penyajian data dengan tabel maupun distribusi frekuensi, grafik garis maupun batang, diagram lingkaran, pictogram, penjelasan kelompok melalui modus, median, mean, dan variasi kelompok melalui rentang dan simpangan baku”.

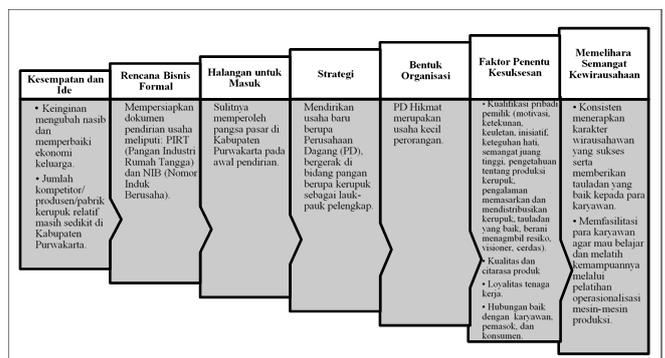
Adapun populasi penelitian ini adalah pemilik PD Hikmat. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, pengamatan, dan dokumentasi.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Proses Awal Kewirausahaan

Berikut ini model proses awal kewirausahaan H Muhtar PD Hikmat yang diadopsi dari teori Mamduh M Hanafi (Hamali dan Budihastuti, 2017:9):

**Gambar 1**  
**Model Proses Awal Kewirausahaan M. Muhtar PD Hikmat**



Jika digambarkan melalui sebuah model, proses awal kewirausahaan H Muhtar PD Hikmat, diadopsi dari teori Suryana (2013:98-99) adalah sebagai berikut:

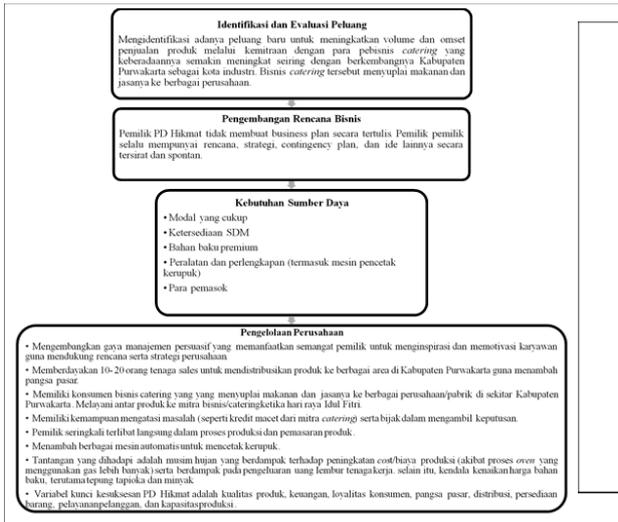
**Gambar 2.**  
**Model Proses Awal Kewirausahaan M. Muhtar PD Hikmat**



**4.2. Proses Perkembangan Kewirausahaan**

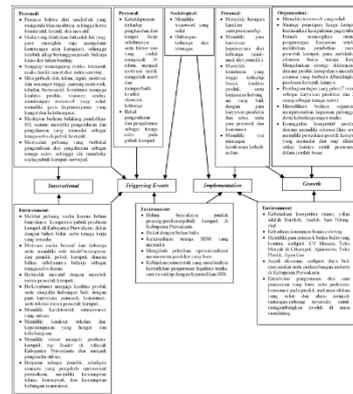
Berikut ini model proses perkembangan kewirausahaan H Muhtar PD Hikmat yang diadopsi dari teori Hisrich, Peters, Shepherd (2008:14):

**Gambar 3**  
**Model Proses Perkembangan Kewirausahaan M. Muhtar PD Hikmat**



Jika digambarkan melalui sebuah model, proses awal kewirausahaan H Muhtar PD Hikmat, diadopsi dari teori Carol Noore seperti dikutip Bygrave (Dewi, 2017:13-15):

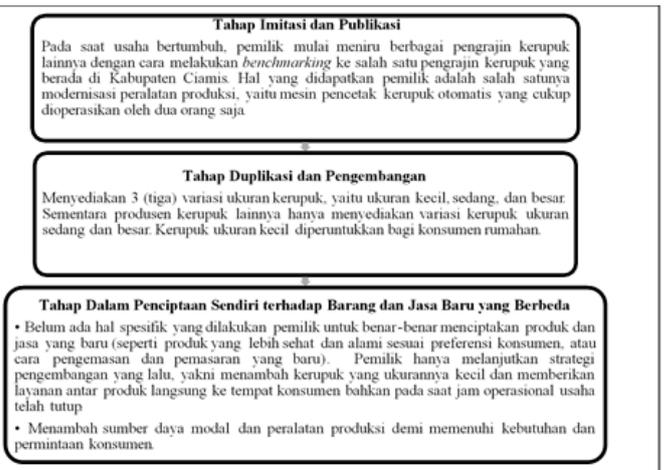
**Gambar 4**  
**Model Proses Perkembangan Kewirausahaan M. Muhtar PD Hikmat**



**4.3. Proses Pertumbuhan Kewirausahaan**

Berikut ini proses pertumbuhan kewirausahaan H Muhtar PD Hikmat yang diadopsi dari teori Suryana (2013:103):

**Gambar 5**  
**Model Proses Pertumbuhan Kewirausahaan M. Muhtar PD Hikmat**



**5. KESIMPULAN**

Berdasarkan uraian pembahasan yang telah dipaparkan di atas, maka kesimpulan penelitian ini sebagai berikut:

Proses awal kewirausahaan PD Hikmat diawali dengan keinginan memperbaiki ekonomi keluarga serta peluang usaha di Kabupaten Purwakarta yang masih belum banyak dimasuki produsen kerupuk. Selanjutnya pemilik mempersiapkan dokumen pendirian usaha kecilnya (PIRT dan NIB) berupa Perusahaan Dagang yang bergerak pada produksi pangan/kerupuk. Tantangan dan resiko yang dihadapi adalah berhenti dari tempat kerja sebelumnya, membuka usaha di

lokasi yang baru di luar kota sehingga kesulitan meraih pangsa pasar, peralatan yang masih manual, serta musibah kebakaran. Selama proses produksi di awal pendirian usaha, pemilik lebih berhati-hati dalam menyimpan bahan-bahan yang mudah terbakar serta mengubah layout pabrik, menambah peralatan penunjang produksi, dan menambah bahan baku premium. Keunggulan dan faktor penentu kesuksesan di awal berwirausaha adalah kualifikasi/nilai pribadi yang unggul, citarasa kerupuk yang khas, persediaan produk memadai untuk memenuhi permintaan dalam jumlah besar. Selain itu, pengalaman, loyalitas tenaga kerja, serta hubungan baik dengan karyawan, konsumen, dan pemasok. Pemilik konsisten menerapkan jiwa kerirausahaannya dan memfasilitasi pelatihan bagi karyawan.

Proses perkembangan kewirausahaan PD Hikmat dimulai ketika pemilik mengidentifikasi adanya peluang baru untuk meningkatkan volume dan omset penjualan produk melalui kemitraan dengan para pebisnis catering yang keberadaannya semakin meningkat seiring dengan berkembangnya Kabupaten Purwakarta sebagai kota industri. Bisnis catering tersebut menyuplai makanan dan jasanya ke berbagai perusahaan. meskipun tidak memiliki rencana pengembangan bisnis secara tertulis, pemilik selalu mempunyai rencana, strategi, *contingency plan*, dan ide lainnya secara tersirat dan spontan. Pemilik mengidentifikasi sumber daya yang dibutuhkan (tambahan modal dan membeli mesin pencetak kerupuk). Pemilik memberdayakan tenaga sales ke seluruh kecamatan di Kabupaten Purwakarta, hingga memiliki konsumen bisnis catering. Tantangan yang dihadapi adalah musim hujan dan kenaikan harga bahan baku.

Proses pertumbuhan kewirausahaan PD Hikmat dimulai ketika pemilik meniru modernisasi pengrajin kerupuk lainnya. Belum ada hal spesifik yang dilakukan pemilik untuk benar-benar menciptakan produk dan jasa yang baru, selain melanjutkan strategi pengembangan yang lalu, yakni menambah kerupuk yang ukurannya kecil dan memberikan layanan antar produk langsung ke tempat konsumen bahkan pada saat jam operasional usaha telah tutup. Pemilik menambah sumber daya modal dan peralatan produksi demi memenuhi kebutuhan dan permintaan

konsumen. Pada masa bertumbuh, pesaing makin banyak bermunculan, dan empat diantaranya adalah pesaing utama PD Hikmat. Kreativitas pengemasan dan cara pemasaran yang baru, serta preferensi konsumen pada produk makanan olahan yang sehat dan alami menjadi tantangan/peluang tersendiri untuk mengembangkan produk di masa mendatang.

## 6. REFERENSI

- Dewi, Sayu Ketut Sutrisna. 2017. Konsep dan Pengembangan Kewirausahaan di Indonesia. Yogyakarta: Deepublish.
- Hamali, Arif Yusuf dan Eka Sari Budihastuti. 2017. Memahami Kewirausahaan Strategi Mengubah Pola Pikir Orang Kantoran Menuju Pola Pikir Wirausahawan Sukses. Jakarta: Kencana.
- Hisrich, Robert D; Michael P. Peters; dan Dean A. Shepherd. 2008. Entrepreneurship Kewirausahaan. Jakarta: Salemba Empat.
- Khiatuddin, Maulida dan Muhammad. 2021. Pemikiran Rancangan dan Kanvas Model Usaha untuk Sukses Berwirausaha. Bandar Lampung: UPPM Universitas Malahayati.
- Muhtar. Wawancara mengenai Proses Kewirausahaan PD Hikmat di Kp. Cibaragalan RT 07/02 Desa Ciwangi Kecamatan Bungursari Kabupaten Purwakarta.
- Nurjanna dan Romansyah Sahabuddin. 2022. Keputusan Berwirausaha Kalangan Wanita di Kota Makassar. Yogyakarta: Nas Media Pustaka.
- Suryana. 2013. Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat.
- Suwatno. 2021. Manajemen Kewirausahaan Panduan Menghadapi Disrupsi Bisnis. Jakarta: Kencana.
- Wahyuni, Putu Ika; A A Gede Sumanjaya; dan Sri Gusty. 2022. Teori dan Profil Kewirausahaan Bidang Teknik Sipil. CV Tohar Media: Gowa.
- Wijayanto, Dian. 2012. Pengantar Manajemen, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- 15 Juni 2022. Renyahnya Ekspor Kerupuk Indonesia. [Online]. Tersedia: <https://bkperdag.kemendag.go.id>
- 16 Mei 2023. Pakar Ungkap Masalah dalam Pengembangan UMKM di Sumbar. [Online]. Tersedia: <https://www.antaraneews.com/>.