


Hal Apa yang Perlu Dimiliki dalam Berbisnis?

Details

Written by Yunita Fitriani dan Gita Widya Laksmini Soerjoatmodjo

Category: [Vol. 5 No. 13 Juli 2019 \(/index.php/daftar-artikel\)](#)

 Published: 07 July 2019

ISSN 2477-1686

Vol.5 No. 13 Juli 2019

Hal Apa yang Perlu Dimiliki dalam Berbisnis?

Oleh

Yunita Fitriani dan Gita Widya Laksmini Soerjoatmodjo

Program Studi Psikologi Fakultas Humaniora dan Bisnis Universitas Pembangunan Jaya

Sekarang ini banyak orang yang ingin membuka bisnis baru sebagai salah satu mata pencaharian. Ketahuilah bahwa membuka sebuah bisnis baru tidaklah mudah. Banyak hal yang perlu dipertimbangkan dan dipikirkan secara matang. Tidak boleh hanya asal membuka bisnis baru tanpa tahu dasar-dasarnya. Oleh karena itu, dasar-dasar untuk membuka bisnis baru akan dibahas di sini.

Startup bisnis di Indonesia menunjukkan sinyal pasar yang baik, bahkan menjanjikan dan menjadi angin segar bagi industri kreatif di Indonesia yang diminati oleh berbagai kalangan, terutama kaum muda. Seperti yang dilansir dalam *Shift Indonesia* ciri-ciri perusahaan *startup* adalah perusahaannya berdiri kurang dari tiga tahun dengan jumlah pegawai kurang dari 20 orang serta pendapatan kurang dari 1 milyar per tahun karena perusahaan tersebut masih dalam tahap pengembangan.

Ada dua hal utama yang dibutuhkan dalam memulai bisnis baru. Yang pertama adalah *categorical thinking*. Macrae dan Bodenhausen (dalam Baum, Frese, & Baron, 2007) *categorical thinking* adalah cara berpikir seorang pengusaha yang dibuat berkategori atau terstruktur dan tidak tercampur-campur. Dalam hal ini seorang pengusaha yang ingin membuka bisnis baru dapat melihat dan menemukan perusahaan-perusahaan atau orang-orang yang akan menjadi *potential partners* dalam mengembangkan usahanya nanti. Jadi, para perintis *startup* harus melakukan ini agar pikirannya tidak tercampur, dapat memilah-milah serta memprioritaskan bagian mana yang harus dilakukan terlebih dahulu. Oleh karena itu, pada saat perusahaannya sudah berkembang, pengusaha tersebut sudah terbiasa melakukan hal dengan terstruktur serta tidak mencampurkan satu hal ke hal yang lainnya.

Selain *categorical thinking*, hal utama lain yang perlu diketahui adalah *dynamic capabilities*. *Dynamic capabilities* adalah kemampuan perusahaan menyesuaikan sumber daya mereka untuk menyesuaikan diri dalam lingkungan yang berubah dengan cepat (Teece, Rumelt, Dosi, & Winter, dalam Kristinawati & Tjakraatmadja, 2018). Jadi, *dynamic capabilities* adalah kemampuan pengusaha untuk dapat menyesuaikan diri dengan pasar dan jika ada tuntutan pasar yang berubah maka pengusaha tersebut harus mengikuti pasar tersebut.

Baum, Frese, dan Baron (2007) menjelaskan ada dua cara yang harus dilakukan pengusaha ketika usaha mereka sedang berkembang. Dua cara tersebut adalah *strategic market theory* dan fokus pada *service*, yang dapat dilakukan untuk perusahaan yang sedang berkembang. *Strategic market theory*, pengusaha harus melihat keadaan pasar dan perusahaan-perusahaan lain yang bergerak di pasar yang sama untuk memikirkan cara membuat masa depan perusahaannya menjadi lebih baik lagi. Yang kedua adalah fokus pada *service*, ketika perusahaannya sudah berkembang maka permintaan pasar semakin dapat diprediksi sehingga pengusaha harus fokus pada *service* agar masyarakat tetap menjadi pelanggan setia.

Dapat disimpulkan bahwa *categorical thinking* dan *dynamic capabilities* memang diperlukan tetapi bukan dalam waktu yang bersamaan

dan harus seimbang sehingga tidak betumpang tindih. *Categorical thinking* diperlukan ketika memulai bisnis dan *dynamic capabilities* diperlukan ketika perusahaannya sudah berkembang agar stabil.

Salah satu contoh perusahaan yang menggunakan *categorical thinking* dan *dynamic capabilities* adalah *Puyo Desserts*. *Puyo Desserts* adalah salah satu *brand* makanan penutup terkenal yang bergerak dalam bidang *Food & Beverage*. Pasha (2018) mengatakan bahwa *Puyo Desserts* adalah salah satu perusahaan *startup* milik generasi millennial yang hingga sekarang bisnisnya semakin sukses. Seperti yang dilansir dalam *website* resmi *Puyo Desserts*, pada awalnya dua bersaudara ini melakukan kolaborasi, Adrian Agus dan Eugenie Patricia. Agus berbulan-bulan melakukan percobaan menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi dan mengembangkan dua produk yaitu *Silky Desserts* dan Minuman *Silky*. Dengan tekstur yang ringan dan halus, *Puyo Desserts* juga terbukti rendah kalori dan sumber serat yang baik. Selanjutnya, *Puyo Desserts* dibuat tanpa pengawet tambahan dan tanpa lemak. Telah disebutkan bahwa sebelum memulai bisnis mereka menggunakan *categorical thinking*. Jadi, mereka memulai bisnis secara terstruktur, melakukan percobaan terlebih dahulu setelah itu melanjutkannya dengan membuat produk yang semakin banyak manfaatnya dari waktu ke waktu. Hal-hal tersebut adalah sesuatu yang tidak bisa untuk dijadikan satu dan tercampur-campur.

Puyo Desserts juga menggunakan *dynamic capabilities* ketika bisnisnya sudah berkembang. Seiring dengan berjalannya waktu *Puyo Desserts* melakukan *service* yang baik kepada pelanggan mereka dengan menyediakan produk-produk berkualitas tinggi. Selanjutnya, “Puyo Peduli” memberikan dampak positif bagi masyarakat. Puyo Peduli adalah program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan tujuan untuk berbagi kebahagiaan. Hal-hal tersebut menunjukkan bahwa *Puyo Desserts* menggunakan *dynamic capabilities* untuk tetap membuat perusahaan mereka stabil dan berkembang. *Puyo Desserts* memberi pelanggan mereka *service* yang baik serta sekarang menambahkan pilihan pada menu untuk tetap membuat pelanggan tetap setia pada mereka.

Dalam tulisan Widyatmoko dan Soerjoatmodjo (2018) tentang inovasi dan kewirausahaan, inovasi melibatkan kreativitas dan eksperimen agar dapat menghasilkan produk, layanan maupun proses teknologi baru dan/atau lebih baik. Inovasi seperti yang dilakukan oleh Puyo membutuhkan *categorical thinking* dan *dynamic capabilities*. Dapat disimpulkan bahwa kedua hal ini mendukung tumbuhnya kewirausahaan.

Referensi:

Baum, J. R., Frese, M., & Baron, R. (2007). *The psychology of entrepreneurship*. New Jersey: Lawrence Erlbaum.

Kristinawati, D., & Tjakraatmadja, J. H. (2018). Bagaimana kapabilitas dinamis dan manajemen pengetahuan berpengaruh kepada kinerja perusahaan? sebuah bangunan model konseptual. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 12(2). Diakses pada tanggal 10 Maret 2019 melalui <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jmbk/article/view/38038/25316> (<https://ojs.unud.ac.id/index.php/jmbk/article/view/38038/25316>).

Pasha, A. R. (2018). 17 *startup* sukses milik generasi millennial Indonesia ini punya 5 tips yang bisa ditiru. *Cermati.com*. Diakses pada tanggal 11 Maret 2019 melalui <https://www.cermati.com/artikel/17-startup-sukses-milik-generasi-millennial-indonesia-ini-punya-5-tips-yang-bisa-ditiru> (<https://www.cermati.com/artikel/17-startup-sukses-milik-generasi-millennial-indonesia-ini-punya-5-tips-yang-bisa-ditiru>).

Redaksi. (2018). Transformasi lean dalam *startup*. *Shiftindonesia.com*. Diakses pada tanggal 11 Maret 2019 melalui <http://shiftindonesia.com/transformasi-lean-dalam-startup/> (<http://shiftindonesia.com/transformasi-lean-dalam-startup/>).

Widyatmoko, G. P. & Soerjoatmodjo, G.W.L. (2018). *Inovasi dalam Berwirausaha*. Info Bintaro <http://www.infobintaro.com/inovasi-dalam-berwirausaha/> (<http://www.infobintaro.com/inovasi-dalam-berwirausaha/>)

