

**IDENTIFIKASI KARAKTERISTIK WIRUSAHA DALAM MENGHADAPI  
PERSAINGAN  
(Studi Kasus Rendi Maulana, Owner Koren Denim Bandung 2014)**

**IDENTIFICATION OF ENTREPRENEURIAL CHARACTERISTICS TOWARD OF  
COMPETITION  
(Case Study Rendi Maulana, Owner of Koren Denim Bandung 2014)**

**Dr. Ir. Ratna L. Nugroho, MM  
Yudha Wirabuana**

Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Telkom  
[wirabuana23@gmail.com](mailto:wirabuana23@gmail.com)

**Abstrak**

Koren Denim merupakan unit usaha mikro yang bergerak di bidang konveksi celana jeans/denim. Koren Denim adalah brand denim Indonesia asal Bandung, yang dimiliki oleh Rendi Maulana. Pada 2011, Rendi terpilih menjadi pemenang *business plan* Wirausaha Muda Mandiri. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui karakteristik apa yang dimiliki seorang Rendi Maulana sebagai seorang wirausaha. Variabel yang diamati adalah *Desire for responsibility, Preference for moderate risk, Confidence in their ability to success, Desire for immediate feedback, High level of energy, Future orientation, Skill of organizing, dan Value of achievement over money*. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan Rendi Maulana memiliki kedelapan variabel karakteristik wirausaha tersebut.

**Kata Kunci:** *industri fashion, karakteristik wirausaha, wirausahawan, entrepreneurship*

**Abstract**

*Koren Denim is micro business unit are engaged in the convection jeans/denim. Koren Denim is denim brand from Bandung, Indonesia, owned by Rendi Maulana. In 2011, Rendi became a winner of the "Wirausaha Muda Mandiri" business plan. This research was conducted to find out what characteristics possessed by Rendi Maulana as an entrepreneur. The observed variables are the Desire for responsibility, Preference for moderate risk, Confidence in their ability to success, Desire for immediate feedback, High level of energy, Future orientation, Skill of the organizing, and the Value of achievement over money. The method used is descriptive qualitative. The results showed Rendi Maulana own all of eights of these entrepreneurial characteristics variables.*

**Keywords:** Fashion Industry, Entrepreneurial Characteristic, Entrepreneurship, Entrepreneur

**1. Pendahuluan**

Perkembangan aktivitas kreatif yang semakin marak digulirkan di berbagai wilayah disertai dengan semakin antusiasnya berbagai kota dan daerah untuk menjadi kota kreatif turut mengindikasikan bahwa ekonomi kreatif telah mengambil peran dalam aktifitas perekonomian nasional. Hasil pemetaan terhadap lapangan usaha ekonomi kreatif menunjukkan bahwa terdapat 15 subsektor yang termasuk dalam industri kreatif, yaitu: Periklanan; Penerbitan dan Percetakan; TV dan Radio; Film, Video dan Fotografi; Musik; Seni Pertunjukan; Arsitektur; Desain; Fashion; Kerajinan; Pasar Barang Seni; Kuliner; Permainan Interaktif; Layanan Komputer dan Piranti Lunak; Riset dan Pengembangan. Berdasarkan sumber Indonesia kreatif, fashion menjadi subsector ekonomikreatif nomor dua terbesar setelah kuliner dengan persentase 27%. (sumber: indonesiaikreatif:2014).

Pada tahun 2007, Bandung terpilih sebagai *pilot project* kota kreatif se-Asia Timur di Yokohama, Jepang. Guna mendukung misi tersebut, maka terciptalah slogan *Bandung Creative City*. Selain itu, survei yang dilakukan oleh salah satu media di Singapura yakni Channel News Asia menyatakan Bandung sebagai Kota Kreatif Se-Asia Pasifik. Salah satu faktor yang mendukung terbentuknya kota Bandung menjadi *Bandung Creative City* ialah industri

*fashion*. Keberhasilan *creative fashion* di Bandung tidak terlepas dari inovasi pada produknya dan keunikan pendistribusiannya yaitu melalui FO dan Distro. (sumber: apeksi.or.id:2014).

Salah satu industri *fashion* yang memiliki potensi cukup besar adalah celana jeans/denim. Celana jeans merupakan pakaian kasual yang sangat populer di seluruh dunia dan juga di Indonesia. Di Indonesia, berdasarkan hasil wawancara dengan Rendi Maulana, pemilik Koren Denim pada tanggal 8 Agustus 2014, hampir 60% masyarakat melakukan kegiatan sehari-hari dengan menggunakan celana Jeans. Jadi potensi daya beli masyarakat Indonesia terhadap celana jeans sangatlah besar

Dengan dunia persaingan yang ketat di bidang *fashion*, khususnya denim menuntut para pengusaha untuk selalu mengembangkan dan meningkatkan kreatifitas dalam merebut pangsa pasar. Hal ini dapat menarik dukungan perusahaan untuk membantu pengembangan produk tersebut, seperti yang dilakukan oleh Bank Mandiri yang membuat program Wirausaha Muda Mandiri untuk membantu perkembangan industri kreatif.

Rendi Maulana merupakan pemilik bisnis denim di Kota Bandung yang diberi nama Koren Denim. Koren Denim memiliki inovasi pada produknya yaitu bahan anti air. Karena inovasi ini mengantarkan Rendi Maulana menjadi pemenang dalam Wirausaha Muda Mandiri 2011 di bidang *business plan*.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seperti apa penerapan 8 variabel karakteristik wirausaha yaitu, *Desire for responsibility, Preference for moderate risk, Confidence in their ability to success, Desire for immediate feedback, High level of energy, Future orientation, Skill of organizing, dan Value of achievement over money* pada seorang Rendi Maulana. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pemilik usaha untuk meningkatkan jiwa wirausaha dan sebagai masukan kepada pengusaha yang mengelola usaha sejenis. Narasumber dalam penelitian ini adalah *Owner* dari Koren Denim sendiri, yaitu Rendi Maulana.

## 2. Dasar Teori dan Metodologi

### 2.1 Tinjauan Pustaka

#### [1] Konsep dasar Wirausaha

Menurut Bygrave dalam Suryana (2008:17) wirausaha adalah orang yang memperoleh peluang dan menciptakan organisasi untuk mengejar peluang tersebut. Terdapat beberapa definisi mengenai wirausaha satu diantaranya dikemukakan Scarborough dan Zimmerer (Suryana, 2008:15) *entrepreneur* adalah seseorang yang menciptakan suatu bisnis baru dalam menghadapi resiko dan ketidakpastian yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dan perkembangan dengan mengidentifikasi peluang-peluang dan menggunakan sumber daya sebagai modal untuk memasuki peluang tersebut. Menurut Kristanto (2009:1) kewirausahaan merupakan ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup (usaha).

#### [2] Kewirausahaan

Menurut Thomas W. Zimmerer dalam Suryana (2008:14), kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan upaya memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari (*applying creativity and innovation to solve the problem and to exploit opportunities that people face everyday*). Sementara itu, Drucker dalam Suryana (2008:2) menyatakan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.

Dalam konteks bisnis, Suryana (2008:3) yang mengutip pernyataan Zimmerer yang menyatakan bahwa kewirausahaan adalah proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan mencari peluang yang dihadapi setiap orang dalam setiap hari. Menurut Hamdani (2010:43) wirausaha adalah seseorang yang bebas dan memiliki kemampuan untuk dapat hidup mandiri dalam menjalankan aktivitas bisnisnya.

#### [3] Karakteristik Entrepreneurship

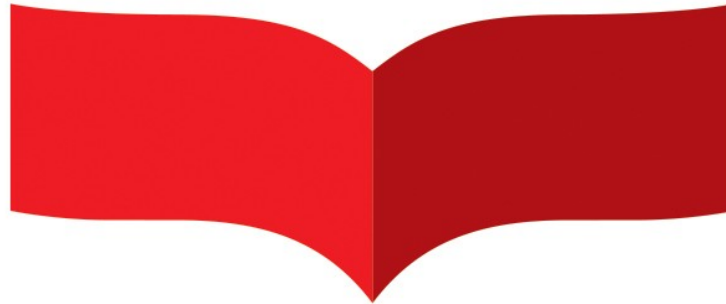
Para ahli mengemukakan karakteristik wirausahawan dengan konsep yang berbeda-beda. Scarborough dan Zimmerer (Suryana, 2008:24), mengemukakan delapan karakteristik wirausaha sebagai berikut :

- a. *Desire for responsibility*, yaitu rasa memiliki tanggung jawab usaha-usaha yang dilakukannya. Seseorang yang memiliki rasa tanggung jawab akan selalu mawas diri.
- b. *Preference for moderate risk*, yaitu lebih memilih risiko yang moderat, artinya selalu menghindari risiko, baik yang terlalu rendah maupun yang terlalu tinggi.
- c. *Confidence in their ability to succes*, yaitu memiliki kepercayaan diri untuk meraih kesuksesan.
- d. *Desire for immediate feedback*, yaitu selalu menghendaki umpan balik dengan segera.
- e. *High level of energy*, yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
- f. *Future orientation*, yaitu berorientasi serta memiliki perspektif dan wawasan jauh ke depan.

- g. *Skill of organizing*, yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menghasilkan nilai tambah.
- h. *Value of achievement over money*, yaitu lebih menghargai prestasi daripada uang.

[4] Proses Kewirausahaan

Menurut Hisrich dalam Wijatno (2009: 11) seorang *entrepreneur* harus mencari, mengevaluasi, dan mengembangkan peluang dengan mengatasi kekuatan-kekuatan yang menghalangi proses kreasi sesuatu yang baru. Proses tersebut mencakup empat fase, seperti yang akan disajikan pada Gambar 2.1



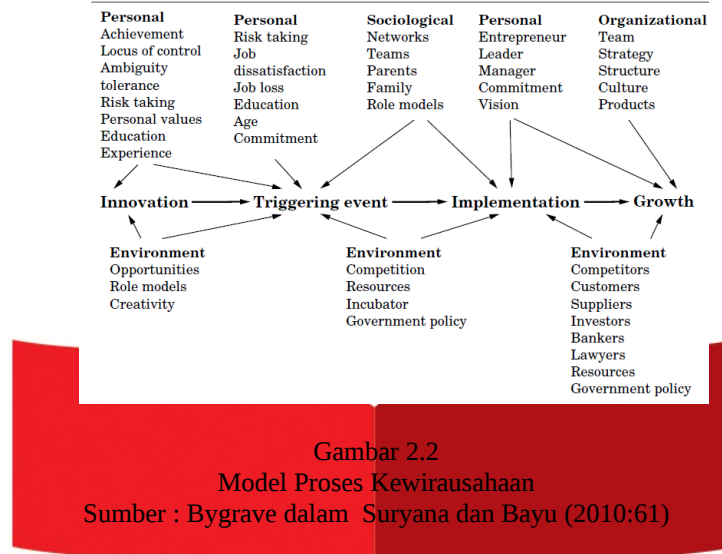
Gambar 2.1  
Proses *Entrepreneurial*  
Sumber : Hisrich dalam Wijatno (2009:12)

[5] Model Proses Kewirausahaan

Carol Moore dalam Suryana (2008:63) mengatakan proses kewirausahaan diawali dengan adanya inovasi. Inovasi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari internal maupun eksternal setiap individu, seperti pendidikan, sosiologi, organisasi, kebudayaan dan lingkungan. Faktor-faktor tersebut membentuk *locus of control*, kreativitas, keinovasian, implementasi, dan pertumbuhan yang kemudian berkembang menjadi wirausaha yang besar. Secara internal, keinovasian dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari individu, seperti *locus of control*, toleransi, nilai-nilai, pendidikan, pengalaman. Sedangkan faktor yang berasal dari lingkungan yang mempengaruhi diantaranya model peran, aktivitas, dan peluang. Oleh karena itu, inovasi berkembang menjadi kewirausahaan melalui proses yang dipengaruhi lingkungan, organisasi dan keluarga.

Dalam suatu bagan, seperti pada Gambar 2.2, Bygrave mengemukakan faktor-faktor pemicu kewirausahaan dan model proses kewirausahaan sebagai berikut:

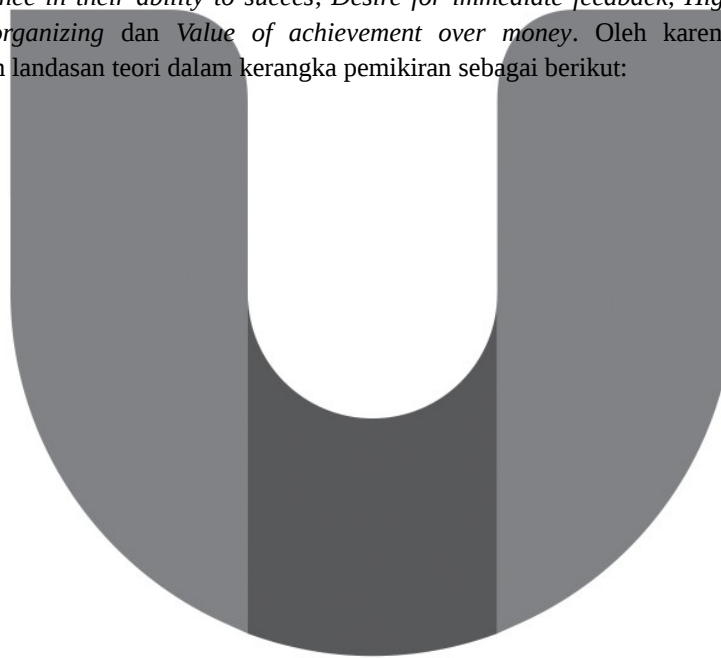
EXHIBIT 1.1 A model of the entrepreneurial process.



Gambar 2.2  
Model Proses Kewirausahaan  
Sumber : Bygrave dalam Suryana dan Bayu (2010:61)

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Menurut Scarborough dan Zimmerer dalam Suryana (2008:24) terdapat beberapa karakteristik wirausahawan yang menjadikan seorang pribadi sebagai pengusaha, yaitu: *Desire for responsibility, Preference for moderate risk, Confidence in their ability to succes, Desire for immediate feedback, High level of energy, Future orientation, Skill of organizing* dan *Value of achievement over money*. Oleh karena itu, teori karakteristik wirausahawan dijadikan landasan teori dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.4  
Kerangka Pemikiran

### 2.3 Metode Penelitian

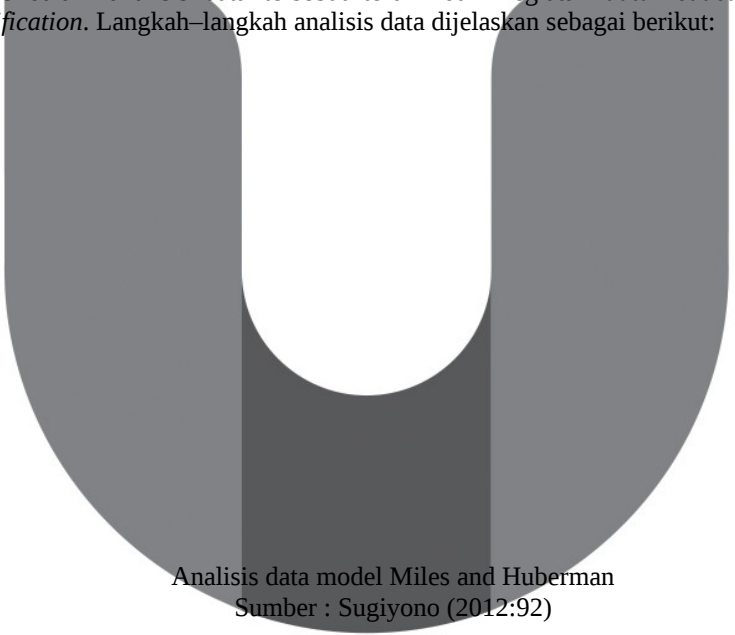
Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif. Menurut Sanusi (2011:13) penelitian deskriptif adalah desain penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian. Metodologi yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metodologi penelitian kualitatif.

Menurut Satori dan Komariah (2012:25) menyatakan metode penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang mengungkap situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan dan analisis data yang relevan yang diperoleh dari situasi yang alamiah. Dengan berbagai karakteristik khas yang dimiliki, penelitian kualitatif memiliki keunikan tersendiri sehingga berbeda dengan penelitian kuantitatif (Satori dan Komariah, 2012:23-24). Pendekatan pada penelitian kualitatif mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan dan analisis data yang relevan yang diperoleh dari situasi alamiah.

Analisis data kualitatif menurut Sugiyono (2012:89) adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara dengan mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami diri sendiri maupun orang lain.

Analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi asumsi-asumsi (perkiraan sementara). Berdasarkan asumsi yang dirumuskan berdasarkan data tersebut, selanjutnya dicarikan data lagi secara berulang-ulang sehingga dapat disimpulkan secara berulang-ulang dengan teknik triangulasi, ternyata asumsi dapat diterima, maka asumsi tersebut dapat berkembang menjadi teori.

Dalam penelitian ini, proses analisis data dilakukan sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Namun dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih difokuskan selama proses di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data. Menurut Miles dan Huberman (Sugiyono, 2012:91) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktivitas dalam analisis data tersebut terdiri dari kegiatan *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*. Langkah-langkah analisis data dijelaskan sebagai berikut:



Analisis data model Miles and Huberman  
 Sumber : Sugiyono (2012:92)

### 3. Pembahasan

#### 3.1 Penerapan Dimensi *Desire of Responsibility*

*Desire for responsibility*, yaitu rasa memiliki tanggung jawab usaha-usaha yang dilakukannya. Seseorang yang memiliki rasa tanggung jawab akan selalu mawas diri (Scarborough dan Zimmerer dalam Suryana, 2008:24).

Dalam perjalanan Koren Denim dimulai pada tahun 2011 sampai sekarang tidak selalu mulus. Rendi sebagai pemilik usaha menjalankan bisnisnya dengan penuh tanggung jawab. Karena menurutnya, kalau tidak bertanggung jawab bisnis ini mungkin sudah ditinggalkan.

Sebelum menjalankan bisnisnya, Rendi Maulana sebagai *owner* dari Koren Denim mengkonsep sendiri kemana arah dan tujuan dari bisnis ini. Rendi membuat suatu pedoman dengan tujuan bisnisnya berjalan dengan lancar dan bersistematis.

Menurut Rendi dalam mengantisipasi apa yang akan terjadi, sebuah usaha harus memiliki target jangka pendek, menengah dan jangka panjang, begitu juga dengan resiko nya yaitu resiko jangka pendek, menengah dan resiko jangka panjang. Rendi juga selalu menyempatkan untuk datang ke *store* Koren Denim Bandung.

### 3.2 Penerapan Dimensi *Preference for moderate risk*

*Preference for moderate risk*, yaitu lebih memilih risiko yang moderat, artinya selalu menghindari risiko, baik yang terlalu rendah maupun yang terlalu tinggi (Scarborough dan Zimmerer dalam Suryana, 2008:24).

Dari awal menjalankan bisnis ini, Rendi selalu menanamkan di dalam dirinya sendiri bahwa segala bentuk resiko harus dihadapi. Beberapa cara yang dilakukan Rendi dalam menghindari resiko antara lain menambah modal dari bantuan orang lain dalam menghindari resiko kekurangan modal, selalu memberikan motivasi kepada para karyawan agar karyawan tidak patah semangat dalam bekerja dan melakukan berbagai macam trik marketing untuk menambah daya penjualan produk Koren Denim.

Rendi Maulana menggunakan premi asuransi untuk meminimalisir resiko yang akan terjadi di dalam usahanya. Rendi juga terbantu dengan adanya program BPJS dari pemerintah untuk membantu para karyawannya mendapatkan asuransi kesehatan.

### 3.3 Penerapan Dimensi *Confidence in their Ability to Success*

*Confidence in their Ability to Success*, yaitu memiliki kepercayaan diri untuk meraih kesuksesan (Scarborough dan Zimmerer dalam Suryana, 2008:24).

Sebagai *leader* sikap percaya diri sangat penting bagi Rendi Maulana. Sikap percaya diri ini dibutuhkan oleh seorang pemimpin usaha untuk menggerakkan para karyawannya. Selain itu, Rendi dan manajemen juga selalu meyakini bahwa penjualan akan terus meningkat dari waktu ke waktu sehingga semangat para karyawan dalam menjalankan pekerjaannya akan tetap terjaga.

Rendi selalu optimis baik itu saat gagal, yaitu saat Rendi tidak dapat mencapai target produksi ataupun sukses. Karena kalau tidak optimis maka *effort* dalam menjalankan pekerjaan akan menjadi kecil dan membuat kita menjadi *down* untuk menjalankan pekerjaan kita.

### 3.4 Penerapan Dimensi *Desire for immediate feedback*

*Desire for immediate feedback*, yaitu selalu menghendaki umpan balik dengan segera (Scarborough dan Zimmerer dalam Suryana, 2008:24).

Rendi sangat terbuka dan tidak pernah menghindar dari para pelanggannya. Media sosial seperti whatsapp, line, blackberry messenger dan juga email menjadi sarana bagi Rendi untuk memberikan *feedback* kepada para *customer* Koren Denim. Keterbukaan Rendi dalam menjawab kritik dan saran ini akhirnya memunculkan kedekatan kepada para konsumen dan Rendi mendapatkan konsumen yang loyal dari sikap nya yang selalu terbuka kepada para pelanggan.

Karyawan dan manajemen Koren Denim dapat saling *sharing* dalam sebuah sesi *morning discuss* yang dilakukan Rendi Maulana setiap satu atau dua minggu sekali. Hal ini bertujuan agar seluruh karyawan dan tim manajemen Koren dapat saling bertukar informasi, atau menyampaikan sampai mana *progress* bisnis telah berjalan.

### 3.5 Penerapan Dimensi *High Level of Energy*

*High Level of Energy*, yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik diri (Scarborough dan Zimmerer dalam Suryana, (2008:24).

Fokus dalam menjalankan satu bisnis merupakan hal yang penting bagi Rendi Maulana. Fokus dalam hal ini adalah konsisten di dalam menjalankan satu bisnis, tidak berganti dari satu bisnis ke bisnis yang lainnya. Dan salah satu faktor agar dapat menjalankan bisnisnya dengan fokus adalah semangat dan motivasi tinggi dari dalam diri sendiri.

Rendi memiliki sikap kerja keras yang dibarengi dengan pola pikir yang cerdas sehingga pada nantinya akan membuat pekerjaan yang dijalankannya menjadi lebih cepat dan mudah

Motivasi bagi Rendi adalah hal yang penting. Komunikasi dua arah merupakan kunci bagi Rendi dalam memotivasi para karyawan. Tujuannya adalah untuk mengetahui apa saja keluhan-keluhan dari karyawan dan memahaminya sehingga Rendi dapat memotivasi sesuai dengan apa yang terjadi di dalam intern perusahaan yang dijalankan.

### 3.6 Penerapan Dimensi *Future Orientation*

*Future Orientation*, yaitu berorientasi serta memiliki perspektif dan wawasan jauh ke depan (Scarborough dan Zimmerer dalam Suryana, 2008:24).

Koren Denim memiliki visi menjadi perusahaan konveksi yang dapat memenuhi semua kebutuhan konsumennya. Misi dari Koren Denim sendiri adalah membuat atau mewujudkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, hal ini untuk meminimalisir anggaran dari Koren Denim.

*Goal* yang telah dicapai oleh Rendi dengan Koren Denim adalah targetan Koren Denim dari tahun ke tahun telah tercapai dengan mencapai titik impas di tahun ini. Semua hutang baik itu hutang ke bank, biaya dari resiko kebakaran yang pernah dialami telah tertutup. Dan untuk *goal* yang sekarang sedang direncanakan adalah Rendi ingin membuat satu toko yang menyatu dengan tempat produksi dan juga tempat meeting point. Setelah itu Rendi berencana membuka cabang di kota-kota potensial seperti Jakarta, Surabaya dan Medan.

### 3.7 Penerapan Dimensi *Skill of Organizing*

*Skill of Organizing*, yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menghasilkan nilai tambah (Scarborough dan Zimmerer dalam Suryana, 2008:24).

Rendi tidak memiliki pegawai tetap. Namun, Rendi menciptakan suatu sistem SOP yang kuat dan dibakukan untuk meminimalisir kekurangan yang dijalankan oleh Koren Denim. Dengan SOP yang kuat dan dibakukan maka semua pekerja harus bertindak sesuai dengan SOP yang ada di Koren Denim.

Selama mengatur proses bisnis, Rendi sejauh ini belum pernah mengalami masalah baik di internal atau eksternal perusahaan. Rendi berkomitmen untuk selalu cepat dalam melakukan pekerjaan. Dalam produksi, sejauh ini belum ada *trouble* walaupun tenaga kerja yang dipekerjakan Rendi di bidang produksi adalah para pekerja lepas.

Dalam mengatur keuangan perusahaan, Rendi menggunakan program internet banking. Program ini dapat mencatat semua arus kas perusahaan secara online. Seluruh aktifitas keuangan, baik itu masuk atau keluar akan terekam dalam program internet banking ini sehingga memudahkan Rendi untuk mengontrol arus kas yang ada di dalam Koren Denim. Dan keuangan internal untuk kegiatan operasional perusahaan sehari-hari, Rendi menyediakan alokasi kas berupa uang *cash* yang dicatat di dalam pembukuan.

### 3.8 Penerapan Dimensi *Value of Achievement Over Money*

*Value of Achievement Over Money*, yaitu lebih menghargai prestasi daripada uang (Scarborough dan Zimmerer dalam Suryana, 2008:24).

Uang bukanlah hal yang diutamakan Rendi dalam bisnis ini. Pada awal menjalankan usaha, Rendi selalu berpikir bagaimana caranya untuk mendapatkan laba keuntungan yang besar. Menurutnya pola pikir seperti itu boleh saja namun jangan terlalu diharapkan. Konsistensi menjadi yang diutamakan Rendi dalam bisnis ini sebelum membuat suatu produk yang baik di mata konsumen. Dari konsistensi dan membuat suatu keterpercayaan konsumen dengan produk nya, datanglah prestasi yang sebelumnya tidak pernah disangka atau diharapkan oleh Rendi. Rendi mendapatkan sebuah prestasi yang membuat bisnis Koren Denim menjadi lebih besar kedepannya, yaitu memenangi program wirausaha muda mandiri tahun 2011.

Pencapaian merupakan hal yang diinginkan Rendi dalam menjalankan bisnis ini. Dari pencapaian yang Rendi dapat sebagai pemenang *business plan* wirausaha muda mandiri tahun 2011, Rendi langsung mendapatkan order dari Bank Mandiri untuk membuat seragam/uniform karyawan Bank Mandiri. Seiring berjalannya waktu, Koren Denim mendapatkan pesanan lagi dari beberapa perusahaan seperti Nutrifood, Trans Studio, perusahaan advertising dan beberapa perusahaan tambang.

## 4. Kesimpulan

Rendi Maulana sebagai pemilik bisnis Koren Denim telah memenuhi karakteristik wirausaha berdasarkan Teori Wirausaha Scarborough dan Zimmerer (Suryana, 2008:24). Rendi Maulana telah memberikan pernyataan dengan jelas dan singkat untuk tiap karakteristik wirausaha, yaitu sebagai berikut:

- a. Penerapan *Desire for responsibility* oleh Rendi Maulana, yaitu: Rendi sebagai pemilik usaha menjalankan bisnisnya dengan penuh tanggung jawab. Rendi pun mengkonsep sendiri kemana arah dan tujuan dari bisnis ini.
- b. Penerapan *Preference for Moderate Risk* oleh Rendi Maulana, yaitu: Dari awal menjalankan bisnis ini, Rendi selalu menanamkan di dalam dirinya sendiri bahwa segala bentuk resiko harus dihadapi, salah satunya dengan menggunakan asuransi dan mengaplikasikan manajemen resiko.
- c. Penerapan *Confidence in their ability to succes* oleh Rendi Maulana, yaitu: Sebagai *leader* sikap percaya diri sangat penting bagi Rendi Maulana.

- d. Penerapan *Desire for immediate feedback* oleh Rendi Maulana, yaitu: Rendi sangat terbuka dengan masukan dari para pelanggannya. Untuk internal perusahaan, Karyawan Koren Denim dapat saling *sharing* dalam sebuah sesi *morning discuss* yang dilakukan Rendi Maulana setiap satu atau dua minggu sekali.
- e. Penerapan *High level of energy* oleh Rendi Maulana, yaitu: Rendi memiliki sikap kerja keras yang membuat pekerjaan yang dijalankannya menjadi lebih cepat dan mudah. Motivasi bagi Rendi adalah hal yang penting. Komunikasi dua arah merupakan kunci bagi Rendi dalam memotivasi para karyawan.
- f. Penerapan *Future orientation* oleh Rendi Maulana, yaitu: Koren Denim memiliki visi menjadi perusahaan konveksi yang dapat memenuhi semua kebutuhan konsumennya. Namun belum ada rencana dari Rendi untuk mengembangkan bisnisnya ke pasar internasional.
- g. Penerapan *Skill of organizing* oleh Rendi Maulana, yaitu: Rendi tidak memiliki pegawai tetap dalam bisnis ini. Namun Rendi menciptakan suatu sistem SOP yang kuat dan dibakukan untuk meminimalisir kekurangan yang dijalankan oleh para pekerja lepas Koren Denim.
- h. Penerapan *Value of Achievement Over Money* oleh Rendi Maulana, yaitu: Uang bukanlah hal yang diutamakan Rendi dalam bisnis ini. Namun, dari konsistensi dan membuat suatu keterpercayaan konsumen dengan produk nya yang membuat bisnis denim ini berkembang.

### 5. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis memiliki beberapa saran sebagai berikut:

1. Perlu adanya penambahan pengetahuan kewirausahaan kepada pemilik usaha dalam pengembangan usaha, seperti seminar kewirausahaan.
2. Perlu membentuk pegawai tetap untuk meningkatkan loyalitas karyawan ke perusahaan
3. Memperluas pasar denim dan selalu aktif terhadap *event-event fashion* yang terjadi tidak hanya dalam negeri tapi juga luar negeri.

Melalui peneltian ini penulis berharap untuk penelitian yang akan datang yang tertarik melakukan penelitian dengan topik yang sama mampu mengeksplorasi lebih luas lagi tentang karakteristik-karakteristik wirausaha. Untuk penelitian yang akan datang akan lebih baik lagi jika penelitian dilakukan dengan menggunakan dimensi teori karakteristik wirausaha yang lain sehingga akan mampu memunculkan fenomena-fenomena baru yang belum diungkapkan dalam penelitian ini.

### Daftar Pustaka

- [1] Hamdani. (2010). *Entrepreneurship: Kiat Melihat & Memberdayakan Potensi Bisnis*. Yogyakarta: Starbooks.
- [2] Kristanto, Heru (2009). *Kewirausahaan Entrepreneurship*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [3] Nugroho, R.L (2012). *Studi tentang Filosofi, Kebijakan, Strategi dan Program Pendidikan Entrepreneurship untuk Menciptakan Generasi Entrepreneur Masa Depan di Institut Teknologi Bandung, Universitas Pendidikan Indonesia, Universitas Kristen Maranatha dan Institut Manajemen Telkom di Bandung*. Desertasi pada Program Studi Administrasi Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung: Tidak diterbitkan.
- [4] Sanusi, Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- [5] Satori, Djam'an & Komariah, Aan. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- [6] Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis 1 (4<sup>th</sup> Ed)*. Jakarta: Salemba Empat
- [7] Simatupang, Togar M, et all. (2008). *Analisis Kebijakan Pengembangan Industri Kreatif di Kota Bandung*. 8(1)
- [8] Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- [9] \_\_\_\_\_. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta
- [10] Suherman, Eman. (2011). *Praktik Bisnis Berbasis Entrepreneurship*. Bandung: Alfabeta.
- [11] Suryana. (2008). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat
- [12] Suryana, Yuyus & Bayu, Kartib. (2010). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Kencana
- [13] Wijatno, Serian. (2009). *Pengantar Entrepreneurship*. Jakarta: Grasindo
- [14] Zimmerer, Thomas W & Scarborough, Norman M.(2008). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil* (Edisi 5) Jakarta: Salemba Empat.