

MODUL PLPG
KEWIRAUSAHAAN



KONSORSIUM SERTIFIKASI GURU
dan
UNIVERSITAS NEGERI MALANG
Panitia Sertifikasi Guru (PSG) Rayon 115
2013

KATA PENGANTAR

Buku ajar dalam bentuk modul yang relatif singkat tetapi komprehensif ini diterbitkan untuk membantu para peserta dan instruktur dalam melaksanakan kegiatan Pendidikan dan Latihan Profesi Guru (PLPG). Mengingat cakupan dari setiap bidang atau materi pokok PLPG juga luas, maka sajian dalam buku ini diupayakan dapat membekali para peserta PLPG untuk menjadi guru yang profesional. Buku ajar ini disusun oleh para pakar sesuai dengan bidangnya. Dengan memperhatikan kedalaman, cakupan kajian, dan keterbatasan yang ada, dari waktu ke waktu buku ajar ini telah dikaji dan dicermati oleh pakar lain yang relevan. Hasil kajian itu selanjutnya digunakan sebagai bahan perbaikan demi semakin sempurnanya buku ajar ini.

Sesuai dengan kebijakan BPSDMP-PMP, pada tahun 2013 buku ajar yang digunakan dalam PLPG distandarkan secara nasional. Buku ajar yang digunakan di Rayon 115 UM diambil dari buku ajar yang telah distandarkan secara nasional tersebut, dan sebelumnya telah dilakukan proses *review*. Disamping itu, buku ajar tersebut diunggah di laman PSG Rayon 115 UM agar dapat diakses oleh para peserta PLPG dengan relatif lebih cepat.

Akhirnya, kepada para peserta dan instruktur, kami sampaikan ucapan selamat melaksanakan kegiatan Pendidikan dan Latihan Profesi Guru. Semoga tugas dan pengabdian ini dapat mencapai sasaran, yakni meningkatkan kompetensi guru agar menjadi guru dan pendidik yang profesional. Kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran pelaksanaan PLPG PSG Rayon 115 Universitas Negeri Malang, kami menyampaikan banyak terima kasih.

Malang, Juli 2013
Ketua Pelaksana PSG Rayon 115

Prof. Dr. Hendyat Soetopo, M. Pd
NIP 19541006 198003 1 001

**MODUL PENGEMBANGAN MATERI
BIDANG STUDI
BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN SMK**



Oleh:
Prof. Dr. F. Danardana Murwani, M.M.

**UNIVERSITAS NEGERI MALANG
PANITIA SERTIFIKASI GURU RAYON 15
JULI 2011**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan berkat sehingga Modul Pengembangan Materi Bidang Studi Bisnis dan Kewirausahaan SMK dapat diselesaikan.

Modul ini ditulis untuk digunakan sebagai bahan ajar pada Pendidikan dan Latihan Profesi Guru (PLPG) yang diselenggarakan oleh Panitia Sertifikasi Guru (PSG) Rayon 15 Universitas Negeri Malang.

Modul ini merupakan edisi revisi dari bahan ajar yang digunakan pada PLPG sebelumnya.

Akhirnya, karena tiada gading yang tidak retak, tegur sapa dari para pembaca sangat penulis hargai demi perbaikan bahan ajar ini di masa datang. Semoga bahan ajar ini bermanfaat.

Malang, Juli 2011
Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR DAFTAR ISI

1. Tujuan Pembelajaran.....	1
2. Paparan Materi	1
2.1 Bisnis.....	2
2.2 Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan	4
2.3 Kewirausahaan	6
2.4 Sikap dan Perilaku Wirausahawan.....	7
2.5 Sikap dan Perilaku Wirausahawan berdasarkan Teori Perilaku Terencana.....	8
3. Kegiatan Belajar (sebagai Latihan Pendalaman Materi Bidang Studi).....	11
3.1 Pengantar Kegiatan Belajar.....	11
3.2 Kegiatan Belajar 1.....	11
3.3 Kegiatan Belajar 2.....	15
3.4 Kegiatan Belajar 3.....	18
3.5 Kegiatan Belajar 4.....	27
3.6 Kegiatan Belajar 5.....	31
4. Evaluasi	35
5. Praktik Pengembangan Materi Bidang Studi (<i>Workshop</i> Pengembangan Silabus dan Bahan Ajar).....	35
5.1 <i>Workshop</i> Pengembangan Silabus	35
5.2 <i>Workshop</i> Pengembangan Bahan Ajar.....	44
6. Daftar Rujukan	45

1. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari modul ini dan mengikuti *workshop*, peserta PLPG diharapkan dapat:

1. Menganalisis isi materi pelajaran dalam bidang studi bisnis dan manajemen SMK;
2. Menganalisis isi materi pelajaran kewirausahaan SMK;
3. Mengembangkan silabus mata pelajaran dalam bidang studi bisnis dan manajemen SMK;
4. Mengembangkan silabus mata pelajaran kewirausahaan SMK;
5. Mengembangkan bahan ajar mata pelajaran dalam bidang studi bisnis dan manajemen SMK;
6. Mengembangkan bahan ajar mata pelajaran kewirausahaan SMK.

2. Paparan Materi

Paparan materi terdiri atas dua bagian yakni bisnis dan kewirausahaan. Materi bisnis difokuskan pada SK-KD tertentu bidang studi bisnis dan manajemen, berdasarkan Permendiknas Nomor 28 Tahun 2009 tentang Standar Kompetensi Kejuruan SMK/MAK. Untuk kompetensi keahlian administrasi perkantoran (SK = memberikan pelayanan kepada pelanggan; KD = mendeskripsikan pelayanan prima), kompetensi keahlian perbankan (SK = memahami etika dan pelayanan nasabah; KD = memahami pentingnya pelayanan nasabah dan menjelaskan kaitan pelayanan nasabah dengan kepuasan nasabah), dan kompetensi keahlian pemasaran (SK = melaksanakan pelayanan prima; KD = melaksanakan standar penampilan pribadi, menerapkan prinsip-prinsip pelayanan prima, memberikan bantuan kepada pelanggan, dan melakukan komunikasi dengan pelanggan). Materi bisnis yang difokuskan pada SK-KD dimaksud adalah kualitas layanan dan kepuasan pelanggan (bagian 2.2). Dalam rangka melengkapi materi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan disajikan pula seluk beluk bisnis secara ringkas (bagian 2.1).

Materi kewirausahaan juga difokuskan pada SK-KD tertentu (SK = mengaktualisasikan sikap dan perilaku wirausaha; KD = mengidentifikasi sikap dan perilaku wirausahawan). Materi kewirausahaan yang difokuskan pada SK-KD dimaksud adalah sikap dan perilaku wirausahawan (bagian 2.4), serta sikap dan perilaku wirausahawan berdasarkan teori perilaku terencana (bagian 2.5). Dalam rangka melengkapi materi itu disajikan pula konsep kewirausahaan secara ringkas (bagian 2.3).

Materi bisnis dan kewirausahaan diperdalam pada bagian selanjutnya (bagian 3), yakni latihan pendalaman materi bidang studi.

2.1 Bisnis

Secara sederhana, bisnis dapat didefinisikan sebagai suatu sistem yang memproduksi barang-barang (*goods*) dan jasa-jasa (*services*) dalam rangka memuaskan kebutuhan masyarakat (konsumen, termasuk pelanggan), dengan tetap berorientasi pada laba (Huat, 1994a: 3). Orientasi pada laba tetap dibutuhkan dalam rangka keberlangsungan bisnis itu sendiri, termasuk memperluas aktivitas (operasi) bisnis di kemudian hari (Huat, 1994a: 3).

Dikaitkan dengan manajemen, bisnis adalah “penerapan manajemen dalam upaya menghasilkan nilai tambah, yang tidak terbatas pada nilai komersial, tetapi juga pada nilai-nilai sosial” (Wiryo, 2008: 4). Sedangkan manajemen adalah “the art of getting work done through other people” (Huat, 1994d: 219).

Sebagai suatu sistem, bisnis menerima sejumlah input dari lingkungannya, memproses sejumlah input tersebut seefisien mungkin menjadi barang dan jasa. Bisnis sebagai suatu sistem dapat dinyatakan sebagaimana Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Bisnis sebagai Suatu Sistem

Sumber: diadaptasi dari Huat (1994a: 4).

Aktivitas bisnis mempunyai cakupan yang sangat luas. Pada prinsipnya, aktivitas bisnis mencakup produksi (*production*), distribusi (*distribution*), dan konsumsi (*consumption*) (Huat, 1994a: 5). Produksi merujuk pada segala aktivitas untuk mentransformasi sejumlah input menjadi barang dan jasa (Salvatore, 2001). Produksi mencakup ekstraksi sumberdaya alam (misalnya penggalian bahan-bahan tambang), penggunaan sumberdaya alam untuk memproduksi hasil alam (misalnya penggunaan lahan untuk ditanami padi dan palawija), transformasi sumberdaya alam menjadi barang (misalnya transformasi kayu menjadi perabotan rumah

tangga), dan penyediaan jasa-jasa bagi masyarakat (misalnya jasa perbankan, jasa transportasi, dan jasa telekomunikasi). Selanjutnya, distribusi merujuk pada perpindahan barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, termasuk perpindahan material dari pemasok menuju ke lini produksi (Huat, 1994a: 7). Akhirnya, konsumsi merefleksikan tingkat permintaan barang dan jasa. Tingkat konsumsi yang tinggi dapat dicapai jika konsumen mempunyai daya beli (*purchasing power*) yang cukup, di mana daya beli dipengaruhi oleh pendapatan dan pola konsumsi dari konsumen (Huat, 1994a: 8). Ketiga aktivitas bisnis dapat disarikan sebagaimana nampak pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2 Tiga Aktivitas Bisnis

Sumber: diadaptasi dari Huat (1994a: 9).

Sebagaimana pada Gambar 2.1, bisnis menerima sejumlah input dan beraktivitas (beroperasi) dalam pengaruh lingkungan bisnis (fisik, ekonomi, teknologi, politik, legal, dan sosial). Lingkungan bisnis merujuk pada semua kondisi eksternal yang mempengaruhi aktivitas bisnis (Huat, 1994b: 92). Secara lebih detail, pengertian dan contoh masing-masing lingkungan bisnis dipaparkan pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1 Macam-Macam Lingkungan Bisnis

Lingkungan Bisnis	Pengertian	Contoh
Fisik	Kenampakan alam termasuk prasarana yang tersedia.	Luas wilayah, iklim, topografi, prasarana transportasi dan komunikasi, serta pasokan listrik, air, bahan bakar.
Ekonomi	Karakteristik perekonomian di mana perusahaan bisnis beroperasi.	Pertumbuhan ekonomi, kebijakan ekonomi, dan insentif untuk memacu pembangunan ekonomi.
Teknologi	Keahlian teknis yang tersedia termasuk kecanggihan teknologi dalam memproduksi barang dan jasa.	Otomatisasi dalam operasi pabrik, teknologi informasi untuk transaksi bisnis (misalnya <i>internet banking</i> , <i>mobile banking</i> , dan <i>online system</i>).

Politik	Sistem politik yang dijalankan di mana perusahaan bisnis beroperasi.	Sistem ketatanegaraan, pemerintah, dan stabilitas politik. bersambung
Lingkungan Bisnis	Pengertian	Contoh
Legal	Sistem legal yang berlaku di mana perusahaan bisnis beroperasi.	Produk hukum, termasuk peraturan perundangan yang berlaku untuk mengatur operasi perusahaan bisnis.
Sosial	Karakteristik sosial di mana perusahaan bisnis beroperasi. Pengetahuan mengenai karakteristik sosial akan membantu perusahaan bisnis untuk mengidentifikasi konsumen potensial, daya beli dan perilaku berbelanja konsumen.	Jumlah penduduk, distribusi penduduk (misalnya menurut usia dan jenis kelamin), standar hidup penduduk, dan pendidikan.

Sumber: diolah dari Huat (1994b, 1994c).

2.2 Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan (disarikan dan direvisi dari Murwani, 2004)

Kualitas layanan terbentuk dari dua konsep, yaitu layanan (*service*) dan kualitas (*quality*). Kotler (2003) mendefinisikan layanan sebagai setiap tindakan atau kinerja di mana satu pihak dapat menawarkan kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud, dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, serta produksinya mungkin berkaitan atau tidak berkaitan dengan produk fisik. Sementara itu, Ho (1999) dan American Society for Quality Control (dalam Darian *et al.*, 2001; Kotler, 2003) mengemukakan definisi kualitas yang dianut di seluruh dunia, bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan baik yang dinyatakan ataupun yang tersirat. Kebutuhan yang dinyatakan merupakan kebutuhan yang secara eksplisit dikatakan oleh pelanggan kepada penjual, sedangkan kebutuhan yang tersirat mencerminkan harapan pelanggan (Kotler, 2003). Harapan pelanggan merujuk pada apa yang pelanggan yakini dan seharusnya disediakan oleh penjual (Chen *et al.*, 1994), dan merupakan standar untuk dijadikan acuan dalam menilai kinerja aktual layanan (Liljander & Strandvik, 1993). Penjual disebut memberikan kualitas jika produk penjual memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan (Chen *et al.*, 1994; Kotler, 2003).

Dengan mensintesakan definisi layanan dan kualitas di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan merujuk pada kinerja aktual atribut-atribut layanan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Oleh karena itu, seperti dikemukakan oleh PZB (1988) bahwa ada dua unsur yang menentukan kualitas layanan, yaitu layanan yang diterima atau dirasakan

(*perceived service*) dan layanan yang diharapkan (*expected service*) oleh pelanggan. Layanan yang dirasakan pelanggan merupakan kinerja aktual atribut-atribut layanan, sedangkan layanan yang diharapkan merupakan harapan pelanggan atas atribut-atribut layanan tersebut.

Mengacu pada PZB (1988), Liljander dan Strandvik (1993), Chen *et al.* (1994), dan Kotler (2003) di atas secara singkat dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah hasil perbandingan antara kinerja aktual atribut-atribut layanan yang dirasakan dengan atribut-atribut layanan yang diharapkan pelanggan. Jika kinerja aktual atribut-atribut layanan yang dipersepsi terletak di bawah atribut-atribut layanan yang diharapkan, maka kualitas layanan dinilai pelanggan sebagai buruk. Selanjutnya, jika kinerja aktual atribut-atribut layanan yang diterima memenuhi atau sesuai dengan atribut-atribut layanan yang diharapkan, maka kualitas layanan dinyatakan oleh pelanggan sebagai baik. Akhirnya, jika kinerja aktual atribut-atribut layanan yang diterima berada di atas atau bahkan melebihi atribut-atribut layanan yang diharapkan, maka kualitas layanan dinyatakan oleh pelanggan sebagai sangat baik atau unggul (*excellence*). Oleh karenanya, kunci tercapainya kualitas layanan yang baik atau unggul adalah pemenuhan harapan pelanggan secara konsisten.

Layanan pada dasarnya tidak berwujud (Kotler, 2003), sehingga untuk menilai atau mengukur kualitasnya diperlukan identifikasi atribut-atribut layanan. Dengan kata lain, atribut-atribut layanan merupakan ukuran untuk mengukur kualitas layanan (PZB, 1988). Melalui serangkaian studi pada sektor jasa, PZB (1988) berhasil mengidentifikasi 22 atribut layanan. Keduapuluh dua atribut di atas merupakan seperangkat indikator yang dipergunakan untuk mengukur kualitas layanan. Keduapuluh dua atribut tersebut dikelompokkan menjadi lima dimensi, yang disebut dimensi kualitas layanan. Kelima dimensi kualitas layanan itu mencakup: (1) bukti fisik (*tangibles*), yaitu atribut-atribut yang secara fisik dapat diamati oleh pelanggan, berupa fasilitas fisik, peralatan, personil, dan sarana komunikasi; (2) kehandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan dapat dipercaya; (3) daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan secara tanggap; (4) jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan, serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan kepada pelanggan, termasuk jaminan terhindar dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan; dan (5) empati (*empathy*), yaitu kesediaan untuk peduli dan memberi perhatian pribadi kepada pelanggan yang mencakup kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan (PZB, 1988).

Kepuasan pelanggan adalah tingkat (derajat) perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya (Darian *et al.*, 2001; Kotler, 2003). Kepuasan pelanggan juga diartikan sebagai evaluasi purna-pembelian (*post-purchase*) terhadap produk dengan melibatkan harapan saat pra-pembelian (*pre-purchase*) (Sivadas & Baker-Prewitt, 2000; Keh & Teo, 2001). Dengan demikian, jika produknya berupa layanan, maka kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara layanan yang dirasakan dengan layanan yang diharapkan.

Mengacu pada definisi kualitas layanan di atas, dapat diketahui bahwa hasil perbandingan antara layanan yang diterima dengan layanan yang diharapkan tersebut merupakan kualitas layanan. Oleh karena itu, secara singkat dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan (seberapa puas) pelanggan terhadap kualitas layanan. Pengukuran kepuasan pelanggan didasarkan atas seberapa puas pelanggan terhadap atribut-atribut layanan, mulai *range* sangat puas hingga sangat tidak puas, mencakup sangat puas, puas, cukup puas, tidak puas, dan sangat tidak puas.

2.3 Kewirausahaan

Pakar manajemen Peter F. Drucker (Drucker, 1985) mengatakan bahwa kata “*entrepreneur*” telah diperkenalkan oleh ekonom Perancis J.B. Say sekitar tahun 1800, yang bermakna “*shifts economic resources out of an area of lower and into an area of higher productivity and greater yield*”. Menurut Drucker (1985), makna kata “*entrepreneur*” tersebut belum dapat membedakan antara wirausahawan (*entrepreneur*) dengan kewirausahaan (*entrepreneurship*).

Kewirausahaan merujuk pada pengambilan risiko (*risk-taking*) oleh pemilik perusahaan bisnis untuk menjalankan bisnisnya (Huat, 1994a: 7). Kewirausahaan juga dapat diartikan sebagai pepaduan sumberdaya untuk menghasilkan produk (barang dan jasa) baik yang baru maupun yang dikembangkan (Schiller, 1997: 9). Sedangkan wirausahawan adalah orang yang mengelola sendiri perusahaan bisnisnya, atau untuk perusahaan bisnis yang besar, ia mempekerjakan manajer profesional untuk menjalankan perusahaan bisnis atas namanya (Huat, 1994a: 7). Wirausahawan juga dapat diartikan sebagai orang yang senantiasa menangkap peluang bagi produk baru atau produk yang lebih baik bersama-sama dengan sumberdaya yang diperlukan untuk memproduksi produk tersebut (Schiller, 1997: 9).

Diilustrasikan oleh Drucker (1985) bahwa apa yang dilakukan oleh McDonald adalah kewirausahaan. McDonald tidak melakukan *invention*, karena produk yang dijual adalah sebagaimana yang dijual oleh restoran-restoran Amerika bertahun-tahun yang lalu. Namun dengan menerapkan konsep dan teknik manajemen, seperti memberikan nilai kepada pelanggan, mengadakan standarisasi produk, merancang alat dan proses produksi, dan melakukan pelatihan, pendek kata memadukan sumberdaya, McDonald sukses menciptakan baik pasar baru maupun pelanggan baru. Schiller (1997: 9) juga memberikan ilustrasi bahwa tanpa kewirausahaan, nelayan akan tetap menggunakan alat pancing sederhana untuk menangkap ikan. Dengan kewirausahaan, nelayan tidak hanya menangkap ikan dengan peralatan modern. Lebih dari itu ia juga akan berhasil mendirikan perusahaan pengalangan ikan; dus menciptakan lapangan kerja baru.

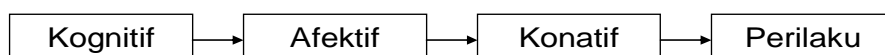
Mengapa McDonald sukses menciptakan pasar baru dan pelanggan baru? Mengapa nelayan di atas pada akhirnya bisa mendirikan perusahaan pengalangan ikan? Jawab yang mendasar adalah bahwa nelayan itu adalah orang yang berani mengambil risiko. Ciri berani mengambil risiko hendaknya disikapi secara hati-hati. Risiko yang dimaksud adalah risiko yang telah memperhitungkan kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman. Pengambilan risiko itu juga berkaitan dengan kreativitas, inovasi, kepercayaan diri, dan kemampuan diri sendiri. Pakar motivasi David McClelland memperkenalkan konsep “risiko yang moderat” (*moderate risk*), yakni risiko yang telah mempertimbangkan semua aspek dalam pencapaian tujuan tertentu. Maksudnya bahwa risiko itu harus terukur.

2.4 Sikap dan Perilaku Wirausahawan

”Sikap (*attitude*) adalah pernyataan evaluatif – baik yang menyenangkan maupun tidak menyenangkan – terhadap objek, individu, atau peristiwa” (Robbins & Judge, 2007: 92). ”Sikap tersusun atas tiga komponen, yaitu: (1) komponen kognitif (*cognitive component*), yakni segmen opini atau keyakinan dari sikap, (2) komponen afektif (*affective component*), yakni segmen emosional atau perasaan dari sikap, dan (3) komponen perilaku (*behavioral component*) dari sebuah sikap, yakni suatu niat untuk berperilaku dengan cara tertentu terhadap seseorang atau sesuatu” (Robbins & Judge, 2007: 93). Dengan demikian, sikap wirausahawan adalah pernyataan atau pertimbangan evaluatif wirausahawan terhadap kewirausahaan itu sendiri. Seseorang yang mempunyai pernyataan atau pertimbangan evaluatif positif (bersikap positif) terhadap

kewirausahaan akan memiliki kecenderungan untuk mengarahkan dirinya menjadi seorang wirausahawan, demikian pula sebaliknya.

Oliver (1999) memperkenalkan komponen konatif (*conative*) atau niat (*intention*) sebagai pengganti komponen perilaku dari suatu sikap, sehingga sikap dan perilaku dapat dirinci menjadi empat fase sebagaimana nampak pada Gambar 2.3.



Gambar 2.3 Fase Sikap dan Perilaku

Sumber: diadopsi dari Oliver (1999).

Adapun contoh-contoh pernyataan atau pertimbangan evaluatif pada fase sikap (kognitif, afektif, dan konatif) adalah sebagaimana dipaparkan pada Tabel 2.2.

Tabel 2.2 Pengertian dan Contoh Pernyataan Evaluatif pada Fase Sikap

Fase Sikap	Pengertian	Contoh Pernyataan Evaluatif
Kognitif	Apa yang diyakini.	Seorang wirausahawan mempunyai status sosial yang terhormat di masyarakat.
Afektif	Apa yang dirasakan.	Saya merasa lebih menyukai menciptakan lapangan pekerjaan dibandingkan bersaing memperebutkan pekerjaan.
Konatif	Niat untuk berperilaku dalam cara tertentu.	Saya akan magang kerja secara intensif untuk mengasah ketrampilan saya menjadi seorang wirausahawan.

Sumber: diolah kembali berdasarkan Oliver (1999) serta Robbins dan Judge (2007).

Sementara itu pada fase keempat (perilaku) dapat ditunjukkan oleh sejumlah perilaku yang mencerminkan seorang wirausahawan. Siagian dan Asfagani (1995) telah mengemukakan ciri-ciri wirausahawan yang tangguh, di mana ciri-ciri itu dapat dijadikan sebagai indikator perilaku seorang wirausahawan, yaitu: “(1) selalu berpikir dan bertindak strategis serta adaptif terhadap perubahan, (2) selalu berusaha mencari peluang keuntungan termasuk yang mengandung risiko, (3) selalu berusaha mendapatkan keuntungan melalui berbagai keunggulan dalam memuaskan pelanggan, (4) selalu berusaha mengenal dan mengendalikan kekuatan dan kelemahan perusahaan, dan (5) selalu berusaha meningkatkan kemampuan dan ketangguhan perusahaan terutama dengan pembinaan motivasi dan semangat kerja serta pemupukan permodalan”.

2.5 Sikap dan Perilaku Wirausahawan berdasarkan Teori Perilaku Terencana (disarikan dan direvisi dari Murwani, 2003; Murwani & Soetjipto, 2003)

Melengkapi fase sikap dari Oliver (1999) yang bermuara pada konatif (niat), berikut ini diuraikan mengenai model niat berwirausaha yang diambil dari Murwani (2003) serta Murwani dan Soetjipto (2003). Model niat berwirausaha tersebut dilandasi oleh teori perilaku terencana yang dikembangkan oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein, di mana teori ini berusaha memprediksi perilaku seseorang dari niatnya (Murwani, 2003; Murwani & Soetjipto, 2003).

“Perhatian utama teori ini adalah pada niat seseorang untuk berperilaku, karena niat merupakan variabel antara yang menyebabkan terjadinya perilaku dari suatu sikap maupun variabel lainnya. Ada empat hal yang perlu diperhatikan pada variabel niat ini yaitu: (1) niat dianggap sebagai “penangkap” atau perantara faktor-faktor motivasional yang mempunyai dampak pada perilaku, (2) niat menunjukkan seberapa keras seseorang berani mencoba, (3) niat menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk dilakukan, dan (4) niat adalah paling dekat berhubungan dengan perilaku selanjutnya” (Dharmmesta, 1998).

Niat berwirausaha diprediksi dari tiga determinan, yaitu: (1) sikap terhadap perilaku berwirausaha, (2) norma subjektif, dan (3) kontrol keperilakuan yang dirasakan (Murwani, 2003; Murwani & Soetjipto, 2003). Masing-masing determinan dijelaskan seperti berikut ini.

“Sikap terhadap perilaku berwirausaha (SP) menunjukkan kecenderungan wirausahawan dalam meyakini dan mengevaluasi konsekuensi dari perilaku berwirausaha yang mencakup: laba, kontribusi kepada masyarakat, stres kerja, alokasi waktu untuk keluarga, tuntutan keseimbangan antara kerja dan keluarga. SP terbentuk dari keyakinan bahwa perilaku berwirausaha mempunyai konsekuensi i (k_i) dan evaluasi atas konsekuensi i yang muncul dari perilaku yang diyakininya (e_i)” (Murwani, 2003; Murwani & Soetjipto, 2003). SP dihitung dengan rumus berikut ini (Murwani, 2003; Murwani & Soetjipto, 2003),

$$SP = \sum k_i \times e_i$$

“Norma subjektif (NS) menunjukkan kecenderungan wirausahawan dalam meyakini dan mengikuti saran dari individu atau kelompok referensi yang terdiri atas: keluarga, famili, teman, dan pemberi kredit. NS terbentuk dari keyakinan normatif yang diperoleh dari individu atau kelompok referensi i (kn_i) dan motivasi untuk mengikuti saran dari individu atau kelompok referensi i (m_i)” (Murwani, 2003; Murwani & Soetjipto, 2003). NS dihitung dengan rumus berikut ini (Murwani, 2003; Murwani & Soetjipto, 2003),

$$NS = \sum kn_i \times m_i$$

“Kontrol berperilaku yang dirasakan wirausahawan (KK) menunjukkan kecenderungan wirausahawan dalam mempersepsi faktor-faktor penunjang berwirausaha dan peluang untuk memperolehnya yang mencakup: ketersediaan modal, ketersediaan staf yang kompeten, ketersediaan dukungan administratif, dan ketersediaan waktu. KK terbentuk dari persepsi wirausahawan terhadap pentingnya faktor-faktor yang menunjang tindakan i (c_i) dan peluang untuk memperoleh faktor-faktor yang menunjang tindakan i (p_i)” (Murwani, 2003; Murwani & Soetjipto, 2003). KK dihitung dengan rumus berikut ini (Murwani, 2003; Murwani & Soetjipto, 2003),

$$KK = \sum c_i \times p_i$$

“Dari ketiga determinan tersebut dapat dikatakan bahwa semakin baik sikap dan norma subyektif terhadap suatu perilaku berwirausaha, dan semakin besar kontrol berperilaku yang dirasakan, maka semakin kuat niat wirausahawan untuk melaksanakan perilaku berwirausaha. Selanjutnya, niat berwirausaha dipandang sebagai variabel penentu bagi perilaku yang sesungguhnya. Artinya semakin kuat niat berwirausaha, semakin besar keberhasilan prediksi perilaku atau tujuan berperilaku tersebut terjadi. Dalam berwirausaha, yang menjadi tujuan berperilaku tentu saja adalah sukses berwirausaha” (Murwani, 2003; Murwani & Soetjipto, 2003).

Pendek kata, niat berwirausaha (NB) adalah kecenderungan wirausahawan untuk berperilaku berdasarkan SP, NS, dan KK, dan secara matematis dinyatakan pada persamaan (1) dan (2) berikut ini (Murwani, 2003; Murwani & Soetjipto, 2003),

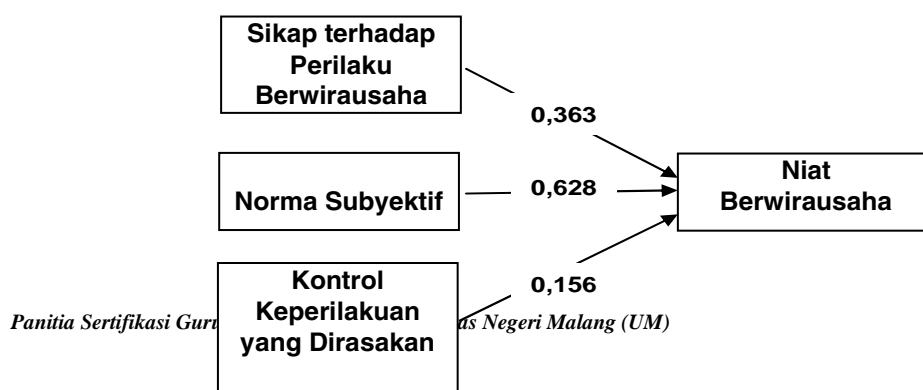
$$NB = f(SP, NS, KK) \dots\dots\dots (1)$$

$$NB = w_1SP + w_2NS + w_3KK \dots\dots\dots (2)$$

di mana W_i adalah bobot regresional SP, NS, dan KK.

Model niat berwirausaha berdasarkan penelitian Murwani (2003) dinyatakan pada persamaan (3) dan Gambar 2.4 berikut ini.

$$NB = 0,363 SP + 0,628 NS + 0,156 KK \dots\dots\dots (3)$$



Gambar 2.4 Model Empiris Niat Berwirausaha

Sumber: diadopsi dari Murwani (2003).

Berdasarkan model empiris niat berwirausaha di atas dapat diketahui bahwa SP, NS, dan KK terbukti menjadi penentu NB, di mana NS merupakan penentu yang dominan dibandingkan SP dan KK.

3. Kegiatan Belajar (sebagai Latihan Pendalaman Materi Bidang Studi)

3.1 Pengantar Kegiatan Belajar

Sebagaimana telah disampaikan pada bagian paparan materi, kegiatan belajar 1 hingga kegiatan belajar 3 diperuntukkan sebagai latihan pendalaman materi bidang studi bisnis dan manajemen untuk kompetensi keahlian administrasi perkantoran (SK = memberikan pelayanan kepada pelanggan; KD = mendeskripsikan pelayanan prima), kompetensi keahlian perbankan (SK = memahami etika dan pelayanan nasabah; KD = memahami pentingnya pelayanan nasabah dan menjelaskan kaitan pelayanan nasabah dengan kepuasan nasabah), dan kompetensi keahlian pemasaran (SK = melaksanakan pelayanan prima; KD = melaksanakan standar penampilan pribadi, menerapkan prinsip-prinsip pelayanan prima, memberikan bantuan kepada pelanggan, dan melakukan komunikasi dengan pelanggan).

Topik pelayanan prima sebagaimana kegiatan belajar 1 hingga kegiatan belajar 3 adalah dalam konteks toko swalayan. Untuk itu, kegiatan belajar dapat dimodifikasi/dikembangkan bagi konteks yang lain seperti hotel, restoran, bank, rumah sakit, bandara, *airline*, kantor pelayanan publik, serta UKM dan koperasi. Kegiatan belajar juga dapat dimodifikasi/dikembangkan dalam konteks kewirausahaan yang berkepentingan dalam penyediaan layanan prima. Dalam modifikasi/pengembangan sangat dimungkinkan dilakukan identifikasi ulang terhadap atribut-atribut layanan beserta dimensinya.

Sedangkan kegiatan belajar 4 dan kegiatan belajar 5 diperuntukkan sebagai latihan pendalaman materi mata pelajaran kewirausahaan (SK = mengaktualisasikan sikap dan perilaku wirausaha; KD = mengidentifikasi sikap dan perilaku wirausahawan).

3.2 Kegiatan Belajar 1

Petunjuk:

1. Bentuk kelompok yang beranggotakan 5 (lima) orang.
2. Beri nama kelompok 1, kelompok 2, dan seterusnya.
3. Cermati atribut-atribut layanan beserta dimensinya sebagaimana nampak pada Tabel 3.1.1.
4. Pikir dan diskusikan dengan teman satu kelompok dan/atau kelompok lain contoh konkrit setiap atribut layanan untuk konteks toko swalayan.
5. Tulis contoh konkrit tersebut pada Tabel 3.1.2a hingga Tabel 3.1.2e (jika ruang untuk mengisi tidak mencukupi, dapat menuliskannya pada kertas yang lain).

Tabel 3.1.1

No.	Atribut-atribut Layanan	Dimensi Atribut Layanan
1.	Peralatan yang nampak modern.	Bukti Fisik
2.	Fasilitas fisik yang nampak menarik.	
3.	Penampilan petugas yang rapi dan nampak meyakinkan.	
4.	Fasilitas terkait dengan layanan yang nampak menarik dan jelas terlihat.	
5.	Penyediaan layanan sebagaimana dijanjikan kepada pembeli.	Kehandalan
6.	Kesungguhan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pembeli sehubungan dengan layanan yang disediakan.	
7.	Penyediaan layanan secara benar sejak pertama kali.	
8.	Penyediaan layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.	
9.	Perekaman data secara akurat/bebas kesalahan.	
10.	Penginformasian layanan secara tepat kepada pembeli.	Daya Tanggap
11.	Pemberian layanan sesegera mungkin kepada pembeli.	
12.	Kesediaan karyawan dalam membantu pembeli.	
13.	Karyawan tidak menjadi terlalu sibuk dalam merespons permintaan pembeli.	
14.	Rasa percaya pembeli yang mampu dibangkitkan oleh karyawan.	Jaminan
15.	Rasa aman pembeli terhadap transaksi yang dilakukan.	
16.	Sikap sopan karyawan.	
17.	Pengetahuan karyawan yang cukup dalam memberikan layanan.	
18.	Perhatian secara individu kepada pembeli.	Empati
19.	Kesesuaian waktu layanan dengan kondisi pembeli.	
20.	Interaksi karyawan secara penuh perhatian kepada pembeli.	
21.	Perhatian terhadap kepentingan terbaik pembeli.	
22.	Pemahaman karyawan terhadap apa yang dibutuhkan pembeli.	

Catatan: kata “pembeli” bisa diganti dengan “pelanggan/nasabah/pengguna jasa” atau kata-kata lain yang relevan dengan konteksnya.

Sumber: diadopsi dari PZB (1988); Murwani (2004, 2007a, 2007b).

Tabel 3.1.2a

No.	Atribut-atribut layanan pada dimensi layanan bukti fisik	Contoh konkrit untuk konteks toko swalayan
1	Peralatan yang nampak modern.	
2	Fasilitas fisik yang nampak menarik.	
3	Penampilan petugas yang rapi dan nampak meyakinkan.	
4	Fasilitas terkait dengan layanan yang nampak menarik dan jelas terlihat.	

Tabel 3.1.2b

No.	Atribut-atribut layanan pada dimensi layanan kehandalan	Contoh konkrit untuk konteks toko swalayan
5	Penyediaan layanan sebagaimana dijanjikan kepada pembeli.	
6	Kesungguhan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pembeli sehubungan dengan layanan yang disediakan.	
7	Penyediaan layanan secara benar sejak pertama kali.	
8	Penyediaan layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.	
9	Perekaman data secara akurat/bebas kesalahan.	

Tabel 3.1.2c

No.	Atribut-atribut layanan pada dimensi layanan daya tanggap	Contoh konkrit untuk konteks toko swalayan
10	Penginformasian layanan secara tepat kepada pembeli.	
11	Pemberian layanan sesegera mungkin kepada pembeli.	

12	Kesediaan karyawan dalam membantu pembeli.	
13	Karyawan tidak menjadi terlalu sibuk dalam merespons permintaan pembeli.	

Tabel 3.1.2d

No.	Atribut-atribut layanan pada dimensi layanan jaminan	Contoh konkrit untuk konteks toko swalayan
14	Rasa percaya pembeli yang mampu dibangkitkan oleh karyawan.	
15	Rasa aman pembeli terhadap transaksi yang dilakukan.	
16	Sikap sopan karyawan.	
17	Pengetahuan karyawan yang cukup dalam memberikan layanan.	

Tabel 3.1.2e

No.	Atribut-atribut layanan pada dimensi layanan empati	Contoh konkrit untuk konteks toko swalayan
18	Perhatian secara individu kepada pembeli.	
19	Kesesuaian waktu layanan dengan kondisi pembeli.	
20	Interaksi karyawan secara penuh perhatian kepada pembeli.	
21	Perhatian terhadap kepentingan terbaik pembeli.	

22	Pemahaman karyawan terhadap apa yang dibutuhkan pembeli.	

3.3 Kegiatan Belajar 2

Petunjuk:

1. Kelompok dan anggota kelompok tetap sebagaimana kegiatan belajar 1.
2. Untuk setiap kelompok, pilih 1 (satu) toko swalayan di mana setiap anggota kelompok pernah menjadi pembeli di toko itu, setidaknya selama 2 (dua) kali dalam 1 (satu) bulan terakhir. Toko swalayan yang dipilih harus berbeda antara satu kelompok dengan kelompok lainnya.
3. Ganti nama kelompok sebelumnya dengan nama toko swalayan sebagai nama kelompok.
4. Isilah kuesioner kualitas layanan yang diadopsi dari PZB (1988) dan Murwani (2007a) berikut ini, dengan mengacu pada petunjuk pengisian kuesioner. Kuesioner diisi oleh setiap anggota kelompok.

KUESIONER KUALITAS LAYANAN

(diadopsi dari PZB, 1988; Murwani, 2007a)

Nama dan alamat toko swalayan:

Petunjuk pengisian kuesioner:

- a. Anda sebagai pembeli di toko swalayan tersebut diminta untuk menilai kualitas layanannya.
- b. Penilaian Anda didasarkan atas 22 atribut layanan yang dikembangkan oleh PZB (1988).
- c. Dalam menilai, Anda diminta memilih satu jawaban yang Anda anggap paling tepat dari lima alternatif jawaban yang tersedia, yakni:
 - SS = sangat setuju
 - S = setuju
 - N = netral
 - TS = tidak setuju
 - STS = sangat tidak setuju
- d. Anda bebas memilih jawaban karena tidak ada jawaban benar dan jawaban salah.

Pernyataan-pernyataan	Alternatif Jawaban
1. Toko swalayan _____ mempunyai peralatan yang terlihat modern.	SS S N TS STS
2. Fasilitas fisik (misalnya gedung dan penataan/dekorasi ruangan) di toko swalayan _____ tampak menarik.	SS S N TS STS
3. Petugas toko swalayan _____ berpenampilan rapi dan tampak meyakinkan.	SS S N TS STS

4. Fasilitas terkait dengan layanan (misalnya tas belanja/troli, brosur, dan spanduk/papan informasi) di toko swalayan _____ tampak menarik dan jelas terlihat.	SS S N TS STS
5. Jika toko swalayan _____ berjanji untuk memberikan layanan kepada pembeli pada waktu tertentu, maka toko swalayan _____ menepati janjinya.	SS S N TS STS
6. Toko swalayan _____ bersungguh-sungguh dalam memecahkan masalah yang dihadapi pembeli sehubungan dengan layanan yang diberikan.	SS S N TS STS
7. Toko swalayan _____ memberikan layanan secara benar sejak pertama kali.	SS S N TS STS
8. Toko swalayan _____ memberikan layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.	SS S N TS STS
Pernyataan-pernyataan	Alternatif Jawaban
9. Toko swalayan _____ melakukan perekaman data (misalnya informasi harga dan transaksi penjualan) secara akurat/ bebas kesalahan.	SS S N TS STS
10. Petugas toko swalayan _____ mampu memberikan informasi secara tepat kepada pembeli mengenai layanan yang diberikan.	SS S N TS STS
11. Petugas toko swalayan _____ memberikan layanan sesegera mungkin kepada pembeli.	SS S N TS STS
12. Petugas toko swalayan _____ senantiasa bersedia membantu pembeli.	SS S N TS STS
13. Petugas toko swalayan _____ tidak pernah menjadi terlalu sibuk dalam menanggapi permintaan pembeli.	SS S N TS STS
14. Petugas toko swalayan _____ mampu membangkitkan kepercayaan pembeli.	SS S N TS STS
15. Pembeli merasa aman dalam bertransaksi dengan toko swalayan _____.	SS S N TS STS
16. Petugas toko swalayan _____ senantiasa bersikap sopan kepada pembeli.	SS S N TS STS
17. Petugas toko swalayan _____ mempunyai pengetahuan yang cukup dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh pembeli.	SS S N TS STS
18. Toko swalayan _____ memberikan perhatian individu kepada pembeli.	SS S N TS STS
19. Jam buka toko swalayan _____ sesuai dengan kondisi pembeli.	SS S N TS STS

20. Petugas toko swalayan ____ berinteraksi dengan pembeli secara penuh perhatian.	SS	S	N	TS	STS
21. Toko swalayan ____ memberikan apa yang menjadi kepentingan terbaik pembeli.	SS	S	N	TS	STS
22. Petugas toko swalayan ____ memahami apa yang dibutuhkan pembeli.	SS	S	N	TS	STS

Malang, _____
 Pengisi kuesioner,

3.4 Kegiatan Belajar 3

Petunjuk:

1. Kelompok dan anggota kelompok tetap sebagaimana kegiatan belajar 1.
2. Untuk setiap kelompok, talis isian setiap anggota kelompok pada Tabel 3.3.1a hingga Tabel 3.3.1e.

Tabel 3.3.1a

Nomor pernyataan dalam kuesioner	Atribut-atribut layanan pada dimensi layanan bukti fisik	Talis setiap alternatif jawaban				
		SS (skor = 5)	S (skor = 4)	N (skor = 3)	TS (skor = 2)	STS (skor = 1)
1	Peralatan yang nampak modern.					
2	Fasilitas fisik yang nampak menarik.					
3	Penampilan petugas yang rapi dan nampak meyakinkan.					
4	Fasilitas terkait dengan layanan yang nampak menarik dan jelas terlihat.					

Tabel 3.3.1b

Nomor pernyataan dalam kuesioner	Atribut-atribut layanan pada dimensi layanan kehandalan	Talis setiap alternatif jawaban				
		SS (skor = 5)	S (skor = 4)	N (skor = 3)	TS (skor = 2)	STS (skor = 1)
5	Penyediaan layanan sebagaimana dijanjikan kepada pembeli.					
6	Kesungguhan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pembeli sehubungan dengan layanan yang disediakan.					

7	Penyediaan layanan secara benar sejak pertama kali.					
8	Penyediaan layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.					
9	Perekaman data secara akurat/bebas kesalahan.					

Tabel 3.3.1c

Nomor pernyataan dalam kuesioner	Atribut-atribut layanan pada dimensi layanan daya tanggap	Talis setiap alternatif jawaban				
		SS (skor = 5)	S (skor = 4)	N (skor = 3)	TS (skor = 2)	STS (skor = 1)
10	Penginformasian layanan secara tepat kepada pembeli.					
11	Pemberian layanan sesegera mungkin kepada pembeli.					
12	Kesediaan karyawan dalam membantu pembeli.					
13	Karyawan tidak menjadi terlalu sibuk dalam merespons permintaan pembeli.					

Tabel 3.3.1d

Nomor pernyataan dalam kuesioner	Atribut-atribut layanan pada dimensi layanan jaminan	Talis setiap alternatif jawaban				
		SS (skor = 5)	S (skor = 4)	N (skor = 3)	TS (skor = 2)	STS (skor = 1)
14	Rasa percaya pembeli yang mampu dibangkitkan oleh karyawan.					
15	Rasa aman pembeli terhadap transaksi yang dilakukan.					
16	Sikap sopan karyawan.					
17	Pengetahuan karyawan yang cukup dalam memberikan layanan.					

Tabel 3.3.1e

Nomor pernyataan dalam kuesioner	Atribut-atribut layanan pada dimensi layanan empati	Talis setiap alternatif jawaban				
		SS (skor = 5)	S (skor = 4)	N (skor = 3)	TS (skor = 2)	STS (skor = 1)
18	Perhatian secara individu kepada pembeli.					
19	Kesesuaian waktu layanan dengan kondisi pembeli.					
20	Interaksi karyawan secara penuh perhatian kepada pembeli.					
21	Perhatian terhadap kepentingan terbaik pembeli.					
22	Pemahaman karyawan terhadap apa yang					

	dibutuhkan pembeli.					
--	---------------------	--	--	--	--	--

3. Hitung persentase talis setiap alternatif jawaban yang ada pada Tabel 3.3.1a hingga Tabel 3.3.1e. Kemudian tulis hasil hitungannya pada Tabel 3.3.2a hingga Tabel 3.3.2e.

Tabel 3.3.2a

Nomor pernyataan dalam kuesioner	Atribut-atribut layanan pada dimensi layanan bukti fisik	Persentase talis setiap alternatif jawaban				
		SS (skor = 5)	S (skor = 4)	N (skor = 3)	TS (skor = 2)	STS (skor = 1)
1	Peralatan yang nampak modern.					
2	Fasilitas fisik yang nampak menarik.					
3	Penampilan petugas yang rapi dan nampak meyakinkan.					
4	Fasilitas terkait dengan layanan yang nampak menarik dan jelas terlihat.					

Tabel 3.3.2b

Nomor pernyataan dalam kuesioner	Atribut-atribut layanan pada dimensi layanan kehandalan	Persentase talis setiap alternatif jawaban				
		SS (skor = 5)	S (skor = 4)	N (skor = 3)	TS (skor = 2)	STS (skor = 1)
5	Penyediaan layanan sebagaimana dijanjikan kepada pembeli.					
6	Kesungguhan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pembeli sehubungan dengan layanan yang disediakan.					
7	Penyediaan layanan secara benar sejak pertama kali.					
8	Penyediaan layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.					
9	Perekaman data secara akurat/bebas kesalahan.					

Tabel 3.3.2c

Nomor pernyataan dalam kuesioner	Atribut-atribut layanan pada dimensi layanan daya tanggap	Persentase talis setiap alternatif jawaban				
		SS (skor = 5)	S (skor = 4)	N (skor = 3)	TS (skor = 2)	STS (skor = 1)
10	Penginformasian layanan secara tepat kepada					

	pembeli.					
11	Pemberian layanan sesegera mungkin kepada pembeli.					
12	Kesediaan karyawan dalam membantu pembeli.					
13	Karyawan tidak menjadi terlalu sibuk dalam merespons permintaan pembeli.					

Tabel 3.3.2d

Nomor pernyataan dalam kuesioner	Atribut-atribut layanan pada dimensi layanan jaminan	Persentase talis setiap alternatif jawaban				
		SS (skor = 5)	S (skor = 4)	N (skor = 3)	TS (skor = 2)	STS (skor = 1)
14	Rasa percaya pembeli yang mampu dibangkitkan oleh karyawan.					
15	Rasa aman pembeli terhadap transaksi yang dilakukan.					
16	Sikap sopan karyawan.					
17	Pengetahuan karyawan yang cukup dalam memberikan layanan.					

Tabel 3.3.2e

Nomor pernyataan dalam kuesioner	Atribut-atribut layanan pada dimensi layanan empati	Persentase talis setiap alternatif jawaban				
		SS (skor = 5)	S (skor = 4)	N (skor = 3)	TS (skor = 2)	STS (skor = 1)
18	Perhatian secara individu kepada pembeli.					
19	Kesesuaian waktu layanan dengan kondisi pembeli.					
20	Interaksi karyawan secara penuh perhatian kepada pembeli.					
21	Perhatian terhadap kepentingan terbaik pembeli.					
22	Pemahaman karyawan terhadap apa yang dibutuhkan pembeli.					

4. Jumlahkan persentase talis SS dan S, serta TS dan STS (persentase talis N tetap) setiap atribut layanan yang ada pada Tabel 3.3.2a hingga Tabel 3.3.2e. Kemudian tulis hasil hitungannya pada Tabel 3.3.3a hingga Tabel 3.3.3e.

Tabel 3.3.3a

Nomor	Kategori Atribut Layanan
-------	--------------------------

pernyataan dalam kuesioner	Atribut-atribut layanan pada dimensi layanan bukti fisik	Baik (penjumlahan persentase talis SS dan S)	Cukup (persentase talis N)	Kurang (penjumlahan persentase talis TS dan STS)
1	Peralatan yang nampak modern.			
2	Fasilitas fisik yang nampak menarik.			
3	Penampilan petugas yang rapi dan nampak meyakinkan.			
4	Fasilitas terkait dengan layanan yang nampak menarik dan jelas terlihat.			

Tabel 3.3.3b

Nomor pernyataan dalam kuesioner	Atribut-atribut layanan pada dimensi layanan kehandalan	Kategori Atribut Layanan		
		Baik (penjumlahan persentase talis SS dan S)	Cukup (persentase talis N)	Kurang (penjumlahan persentase talis TS dan STS)
5	Penyediaan layanan sebagaimana dijanjikan kepada pembeli.			
6	Kesungguhan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pembeli sehubungan dengan layanan yang disediakan.			
7	Penyediaan layanan secara benar sejak pertama kali.			
8	Penyediaan layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.			
9	Perekaman data secara akurat/bebas kesalahan.			

Tabel 3.3.3c

Nomor pernyataan dalam	Atribut-atribut layanan pada dimensi layanan daya tanggap	Kategori Atribut Layanan		
		Baik (penjumlahan persentase talis	Cukup (persentase talis N)	Kurang (penjumlahan persentase talis

kuesioner		SS dan S)		TS dan STS)
10	Penginformasian layanan secara tepat kepada pembeli.			
11	Pemberian layanan sesegera mungkin kepada pembeli.			
12	Kesediaan karyawan dalam membantu pembeli.			
13	Karyawan tidak menjadi terlalu sibuk dalam merespons permintaan pembeli.			

Tabel 3.3.3d

Nomor pernyataan dalam kuesioner	Atribut-atribut layanan pada dimensi layanan jaminan	Kategori Atribut Layanan		
		Baik (penjumlahan persentase talis SS dan S)	Cukup (persentase talis N)	Kurang (penjumlahan persentase talis TS dan STS)
14	Rasa percaya pembeli yang mampu dibangkitkan oleh karyawan.			
15	Rasa aman pembeli terhadap transaksi yang dilakukan.			
16	Sikap sopan karyawan.			
17	Pengetahuan karyawan yang cukup dalam memberikan layanan.			

Tabel 3.3.3e

Nomor pernyataan dalam kuesioner	Atribut-atribut layanan pada dimensi layanan empati	Kategori Atribut Layanan		
		Baik (penjumlahan persentase talis SS dan S)	Cukup (persentase talis N)	Kurang (penjumlahan persentase talis TS dan STS)
18	Perhatian secara individu kepada pembeli.			
19	Kesesuaian waktu layanan dengan kondisi pembeli.			
20	Interaksi karyawan secara penuh perhatian kepada pembeli.			
21	Perhatian terhadap kepentingan terbaik pembeli.			
22	Pemahaman karyawan terhadap apa yang dibutuhkan pembeli.			

5. Amati persentase talis kategori “baik”, “cukup”, dan “kurang” setiap atribut layanan yang ada pada Tabel 3.3.3a hingga Tabel 3.3.3e. Kemudian tentukan kategori apa yang dominan (apakah baik atau cukup atau kurang) berdasarkan persentase terbesar. Tulis kategori itu pada Tabel 3.3.4a hingga Tabel 3.3.4e.

6. Jika kategori “baik” yang dominan, berikan saran-saran untuk mempertahankan bahkan meningkatkan layanan terkait dengan atribut layanan itu. Demikian pula jika kategori “cukup” atau “kurang” yang dominan, berikan saran-saran untuk memperbaiki layanan terkait dengan atribut layanan itu. Tulis saran-saran itu pada Tabel 3.3.4a hingga Tabel 3.3.4e (jika ruang untuk mengisi tidak mencukupi, dapat menuliskannya pada kertas yang lain).

Tabel 3.3.4a

Nomor pernyataan dalam kuesioner	Atribut-atribut layanan pada dimensi layanan bukti fisik	Kategori yang dominan (baik/cukup/kurang)	Saran-saran
1	Peralatan yang nampak modern.		
2	Fasilitas fisik yang nampak menarik.		
3	Penampilan petugas yang rapi dan nampak meyakinkan.		
4	Fasilitas terkait dengan layanan yang nampak menarik dan jelas terlihat.		

Tabel 3.3.4b

Nomor pernyataan	Atribut-atribut layanan pada dimensi	Kategori yang	Saran-saran
------------------	--------------------------------------	---------------	-------------

dalam kuesioner	layanan kehandalan	dominan (baik/cukup/kurang)	
5	Penyediaan layanan sebagaimana dijanjikan kepada pembeli.		
6	Kesungguhan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pembeli sehubungan dengan layanan yang disediakan.		
7	Penyediaan layanan secara benar sejak pertama kali.		
8	Penyediaan layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.		
9	Perekaman data secara akurat/bebas kesalahan.		

Tabel 3.3.4c

Nomor pernyataan dalam kuesioner	Atribut-atribut layanan pada dimensi layanan daya tanggap	Kategori yang dominan (baik/cukup/kurang)	Saran-saran
10	Penginformasian layanan secara tepat kepada pembeli.		
11	Pemberian layanan sesegera mungkin kepada pembeli.		
12	Kesediaan karyawan dalam membantu pembeli.		
13	Karyawan tidak menjadi terlalu sibuk dalam merespons permintaan pembeli.		

Tabel 3.3.4d

Nomor pernyataan	Atribut-atribut layanan pada dimensi	Kategori yang	Saran-saran
------------------	--------------------------------------	---------------	-------------

dalam kuesioner	layanan jaminan	dominan (baik/cukup/kurang)	
14	Rasa percaya pembeli yang mampu dibangkitkan oleh karyawan.		
15	Rasa aman pembeli terhadap transaksi yang dilakukan.		
16	Sikap sopan karyawan.		
17	Pengetahuan karyawan yang cukup dalam memberikan layanan.		

Tabel 3.3.4e

Nomor pernyataan dalam kuesioner	Atribut-atribut layanan pada dimensi layanan empati	Kategori yang dominan (baik/cukup/kurang)	Saran-saran
18	Perhatian secara individu kepada pembeli.		
19	Kesesuaian waktu layanan dengan kondisi pembeli.		
20	Interaksi karyawan secara penuh perhatian kepada pembeli.		
21	Perhatian terhadap kepentingan terbaik pembeli.		
22	Pemahaman karyawan terhadap apa yang dibutuhkan pembeli.		

3.5 Kegiatan Belajar 4

Petunjuk:

1. Bentuk kelompok yang beranggotakan 3 (tiga) orang.
2. Beri nama kelompok 1, kelompok 2, dan seterusnya.
3. Isilah kuesioner niat berwirausaha yang diadopsi dari Murwani dan Soetjipto (2003) berikut ini, dengan mengacu pada petunjuk pengisian kuesioner. Kuesioner diisi oleh setiap anggota kelompok.
4. Sebelum mengisi kuesioner, bacalah uraian ringkas mengenai kuesioner niat berwirausaha. Uraian ringkas itu dimaksudkan untuk memberikan informasi mengenai isi (item-item) kuesioner tersebut.

Uraian ringkas mengenai kuesioner niat berwirausaha:

Item-item kuesioner ditujukan untuk mengidentifikasi niat berwirausaha seorang wirausahawan. Item-item kuesioner dikembangkan oleh Murwani dan Soetjipto (2003) berdasarkan teori perilaku terencana (*theory of planned behavior*) yang dicetuskan oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein (Murwani, 2003; Murwani & Soetjipto, 2003).

Teori perilaku terencana menyebutkan bahwa perilaku seseorang (dalam hal ini perilaku berwirausaha) dapat diprediksi melalui niatnya (dalam hal ini niat berwirausaha), di mana niat berwirausaha mempunyai tiga dimensi/unsur, yakni sikap terhadap perilaku berwirausaha, norma subjektif, dan kontrol keperilakuan yang dirasakan (Murwani, 2003; Murwani & Soetjipto, 2003). Menurut Robbins dan Judge (2007: 93), niat merupakan salah satu komponen utama dari sikap. Dengan demikian, item-item kuesioner niat berwirausaha terarah pada identifikasi sikap dan perilaku wirausahawan (periksa pengantar kegiatan belajar/bagian 3.a di atas).

KUESIONER NIAT BERWIRAUSAHA

(diadopsi dari Murwani dan Soetjipto, 2003)

Petunjuk pengisian kuesioner:

- a. Jawab pertanyaan ini: apakah Anda telah menjadi seorang wirausahawan yang menggeluti suatu usaha tertentu?
 - Jika menjawab “ya”, teruskan ke petunjuk b.
 - Jika menjawab “tidak”, Anda diminta berimajinasi bahwa Anda telah menjadi seorang wirausahawan yang menggeluti suatu usaha tertentu, setelah itu teruskan ke petunjuk b.
- b. Anda diminta memilih satu jawaban yang Anda anggap paling tepat dari lima alternatif jawaban yang tersedia, yakni:
 - SS = sangat setuju
 - S = setuju
 - N = netral
 - TS = tidak setuju
 - STS = sangat tidak setuju
- c. Anda bebas memilih jawaban karena tidak ada jawaban benar dan jawaban salah.

Pernyataan-pernyataan	Alternatif Jawaban
Sikap terhadap Perilaku Berwirausaha	
1a. Saya yakin bahwa usaha yang saya geluti ini akan menghasilkan laba	SS S N TS STS

yang tinggi.	
1b. Bagi saya, laba yang tinggi merupakan sesuatu yang penting.	SS S N TS STS
2a. Saya yakin bahwa keberadaan usaha yang saya geluti ini memberikan sumbangan yang amat berarti bagi masyarakat (misalnya penyediaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat).	SS S N TS STS
2b. Keberadaan setiap usaha (bisnis) yang memberikan sumbangan yang amat berarti bagi masyarakat adalah penting.	SS S N TS STS
3a. Saya yakin bahwa dengan menggeluti usaha (bisnis) ini, saya akan mengalami stres kerja.	SS S N TS STS
3b. Stres kerja merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindari dalam menjalankan setiap usaha (bisnis).	SS S N TS STS
4a. Saya yakin bahwa dengan menggeluti usaha (bisnis) ini akan mengurangi waktu saya untuk keluarga.	SS S N TS STS
4b. Pengalokasian waktu untuk keluarga ditengah-tengah kesibukan menjalankan usaha (bisnis) merupakan sesuatu yang penting.	SS S N TS STS
Pernyataan-pernyataan	Alternatif Jawaban
5a. Saya yakin bahwa dengan menggeluti usaha (bisnis) ini, saya akan dituntut untuk menyeimbangkan antara kepentingan kerja dengan kepentingan keluarga.	SS S N TS STS
5b. Penyeimbangan antara kepentingan kerja dengan kepentingan keluarga merupakan sesuatu yang mutlak dilakukan ditengah-tengah kesibukan menjalankan usaha (bisnis).	SS S N TS STS
Norma Subjektif	
6a. Saya yakin bahwa keluarga saya berpikir "sebaiknya saya menggeluti usaha saya ini".	SS S N TS STS
6b. Saya ingin menuruti apa yang dipikirkan keluarga saya mengenai usaha yang saya geluti ini.	SS S N TS STS
7a. Saya yakin bahwa famili saya (paman/bibi/sepupu, dsb.) berpikir "sebaiknya saya menggeluti usaha saya ini".	SS S N TS STS
7b. Saya ingin menuruti apa yang dipikirkan famili saya (paman/bibi/sepupu, dsb.) mengenai usaha yang saya geluti ini.	SS S N TS STS

8a. Saya yakin bahwa teman saya (teman kantor/rumah/organisasi) berpikir "sebaiknya saya menggeluti usaha saya ini".	SS S N TS STS
8b. Saya ingin menuruti apa yang dipikirkan teman saya (teman kantor/rumah/organisasi) mengenai usaha yang saya geluti ini.	SS S N TS STS
9a. Saya yakin bahwa pemberi kredit (perbankan dan/atau pemasok) berpikir "sebaiknya saya menggeluti usaha saya ini".	SS S N TS STS
9b. Saya ingin menuruti apa yang dipikirkan pemberi kredit (perbankan dan/atau pemasok) mengenai usaha yang saya geluti ini.	SS S N TS STS
Kontrol Keperilakuan yang Dirasakan	
10a. Saya berpendapat bahwa saya dapat menjalankan usaha saya ini secara lebih mudah jika tersedia modal yang memadai.	SS S N TS STS
10b. Telah tersedia modal yang memadai bagi usaha yang saya geluti ini.	SS S N TS STS
Pernyataan-pernyataan	Alternatif Jawaban
11a. Saya berpendapat bahwa usaha yang saya geluti ini dapat berjalan secara lebih mudah jika tersedia karyawan/staf yang kompeten.	SS S N TS STS
11b. Telah tersedia karyawan/staf yang kompeten bagi usaha yang saya geluti ini.	SS S N TS STS
12a. Menurut saya, dukungan administratif (perizinan, akses informasi, rekomendasi) yang memadai menyebabkan usaha yang saya geluti ini menjadi mudah untuk dilaksanakan.	SS S N TS STS
12b. Telah tersedia dukungan administratif (perizinan, akses informasi, rekomendasi) yang memadai bagi usaha yang saya geluti ini.	SS S N TS STS
13a. Menurut saya, harus disediakan waktu yang cukup untuk menjalankan usaha yang saya geluti ini agar dapat berjalan lancar.	SS S N TS STS
13b. Waktu untuk menjalankan usaha yang saya geluti ini telah tersedia secara cukup.	SS S N TS STS

Malang, _____
 Pengisi kuesioner,

3.6 Kegiatan Belajar 5

Petunjuk:

1. Kelompok dan anggota kelompok tetap sebagaimana kegiatan belajar 4.
2. Untuk setiap anggota kelompok, tulis isian kuesioner dan skor isiannya pada Tabel 3.5.1.

Skor isian adalah sebagai berikut:

- SS = 5
- S = 4
- N = 3
- TS = 2
- STS = 1

Tabel 3.5.1

Dimensi Niat Berwirausaha	Nomor pernyataan dalam kuesioner	Isian pada kuesioner (SS/S/N/TS/STS)	Skor isian (5/4/3/2/1)
Sikap terhadap Perilaku Berwirausaha (SP)	1a.		
	1b.		
	2a.		
	2b.		
	3a.		

	3b.		
	4a.		
	4b.		
	5a.		
	5b.		
Norma Subjektif (NS)	6a.		
	6b.		
	7a.		
	7b.		
	8a.		
	8b.		
	9a.		
	9b.		
Kontrol Keperilakuan yang Dirasakan (KK)	10a.		
	10b.		
	11a.		
	11b.		
	12a.		
	12b.		
	13a.		
	13b.		

3. Untuk setiap anggota kelompok, lengkapi Tabel 3.5.2 dengan cara: (a) menulis kembali skor isian yang ada di Tabel 3.5.1 pada kolom skor nomor pernyataan a dan skor nomor pernyataan b; (b) mengalikan skor nomor pernyataan a dan skor nomor pernyataan b; serta (c) menjumlahkan hasil perkalian itu dan merata-ratanya.

Tabel 3.5.2

Dimensi Niat Berwirausaha	Nomor pernyataan dalam kuesioner	Skor nomor pernyataan a (skor a)	Nomor pernyataan dalam kuesioner	Skor nomor pernyataan b (skor b)	Hasil kali skor a dan skor b	
Sikap terhadap Perilaku Berwirausaha (SP)	1a.		1b.			
	2a.		2b.			
	3a.		3b.			
	4a.		4b.			
	5a.		5b.			
	Total hasil kali (= skor total SP)					
	Skor rata-rata SP (= skor total SP dibagi 5)					
Dimensi Niat Berwirausaha	Nomor pernyataan dalam kuesioner	Skor nomor pernyataan a (skor a)	Nomor pernyataan dalam kuesioner	Skor nomor pernyataan b (skor b)	Hasil kali skor a dan skor b	

Norma Subjektif (NS)	6a.		6b.		
	7a.		7b.		
	8a.		8b.		
	9a.		9b.		
	Total hasil kali (= skor total NS)				
	Skor rata-rata NS (= skor total NS dibagi 4)				
Dimensi Niat Berwirausaha	Nomor pernyataan dalam kuesioner	Skor nomor pernyataan a (skor a)	Nomor pernyataan dalam kuesioner	Skor nomor pernyataan b (skor b)	Hasil kali skor a dan skor b
Kontrol Keperilakuan yang Dirasakan (KK)					
	10a.		10b.		
	11a.		11b.		
	12a.		12b.		
	13a.		13b.		
	Total hasil kali (= skor total KK)				
Skor rata-rata KK (= skor total KK dibagi 4)					

4. Untuk setiap anggota kelompok, lengkapi Tabel 3.5.3 dengan cara: (a) menulis kembali skor rata-rata SP, skor rata-rata NS, dan skor rata-rata KK yang ada di Tabel 3.5.2 pada kolom skor rata-rata; serta (b) berilah ranking berdasarkan besarnya skor rata-rata.

Tabel 3.5.3

Dimensi Niat Berwirausaha	Skor rata-rata	Ranking
Sikap terhadap Perilaku Berwirausaha (SP)		
Norma Subjektif (NS)		
Kontrol Keperilakuan yang Dirasakan (KK)		

Catatan:

“Sikap terhadap perilaku berwirausaha (SP) menunjukkan kecenderungan wirausahawan dalam meyakini dan mengevaluasi konsekuensi dari perilaku berwirausaha yang mencakup: laba, kontribusi kepada masyarakat, stres kerja, alokasi waktu untuk keluarga, tuntutan keseimbangan antara kerja dan keluarga;

Norma subyektif (NS) menunjukkan kecenderungan wirausahawan dalam meyakini dan mengikuti saran dari individu atau kelompok referensi yang terdiri atas: keluarga, famili, teman, dan pemberi kredit;

Kontrol keperilakuan yang dirasakan (KK) menunjukkan kecenderungan wirausahawan dalam mempersepsi/merasakan faktor-faktor penunjang berwirausaha dan peluang untuk memperolehnya yang mencakup: ketersediaan modal, ketersediaan staf yang kompeten, ketersediaan dukungan administratif, dan ketersediaan waktu” (Murwani, 2003; Murwani & Soetjipto, 2003).

skor nomor pernyataan a sama dengan skor nomor pernyataan b, dan tulis “tidak sama” jika sebaliknya.

7. Jika “tidak sama”, pikirkan langkah-langkah yang akan Anda lakukan berkaitan dengan pernyataan dalam kuesioner tersebut. Tulis langkah-langkah tersebut pada Tabel 3.5.4 juga (jika ruang untuk mengisi tidak mencukupi, dapat menuliskannya pada kertas yang lain). Anda juga dipersilakan berdiskusi dengan teman satu kelompok dan/atau kelompok lain.

Tabel 3.5.4

Dimensi Niat Berwirausaha	Skor yang dibandingkan	“sama” atau “tidak sama”	Langkah-langkah yang akan dilakukan
Sikap terhadap Perilaku Berwirausaha (SP)	1a vs 1b		
	2a vs 2b		
	3a vs 3b		
	4a vs 4b		
	5a vs 5b		
Norma Subjektif (NS)	6a vs 6b		
	7a vs 7b		
	8a vs 8b		
	9a vs 9b		
Kontrol Keperilakuan yang dirasakan (KK)	10a vs 10b		
	11a vs 11b		
	12a vs 12b		
	13a vs 13b		

Catatan:

Pada dimensi sikap terhadap perilaku berwirausaha (SP), pernyataan bagian a adalah keyakinan bahwa perilaku berwirausaha mempunyai konsekuensi, sedangkan pernyataan bagian b adalah evaluasi terhadap konsekuensi yang muncul dari perilaku berwirausaha; Pada dimensi norma subjektif (NS), pernyataan bagian a adalah keyakinan normatif yang diperoleh dari individu/kelompok referensi, sedangkan pernyataan bagian b adalah motivasi untuk mengikuti saran dari individu/kelompok referensi;

Pada dimensi kontrol berperilaku yang dirasakan (KK), pernyataan bagian a adalah persepsi wirausahawan terhadap pentingnya faktor-faktor yang menunjang berwirausaha, sedangkan pernyataan bagian b adalah peluang untuk memperoleh faktor-faktor yang menunjang berwirausaha (diadopsi dari Murwani, 2003; Murwani & Soetjipto, 2003).

4. Evaluasi

1. Jelaskan keterkaitan antara bisnis dan manajemen.
2. Jelaskan disertai contoh penyediaan layanan dengan kualitas prima berdasarkan model PZB (1988).
3. Mengapa penyediaan layanan dengan kualitas prima dapat mendatangkan kepuasan pembeli/nasabah/pengguna jasa? Jelaskan.
4. Jelaskan tiga komponen utama dari sikap.
5. Jelaskan tiga unsur/dimensi niat berwirausaha berdasarkan teori perilaku terencana dari Icek Ajzen dan Martin Fishbein.
6. Lakukan identifikasi, langkah-langkah apa yang akan dilakukan untuk memperkuat niat berwirausaha Anda berdasarkan teori perilaku terencana.

5. Praktik Pengembangan Materi Bidang Studi (*Workshop Pengembangan Silabus dan Bahan Ajar*)

5.1 *Workshop Pengembangan Silabus*

Uraian yang disajikan pada bagian ini berdasarkan Panduan Umum Pengembangan Silabus oleh Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Atas, Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah, Departemen Pendidikan Nasional Tahun 2008 (DPSMA, Ditjen Mandikdasmen, Depdiknas, 2008).

“Silabus adalah rencana pembelajaran pada suatu dan/atau kelompok mata pelajaran/tema tertentu yang mencakup SK, KD, materi pembelajaran, kegiatan pembelajaran, indikator pencapaian kompetensi, penilaian, alokasi waktu, dan sumber belajar” (DPSMA, Ditjen Mandikdasmen, Depdiknas, 2008: 16).

Langkah-langkah pengembangan silabus mencakup 8 (delapan) langkah sebagaimana berikut ini (DPSMA, Ditjen Mandikdasmen, Depdiknas, 2008: 20–22),

1. Mengkaji standar kompetensi dan kompetensi dasar;
2. Mengidentifikasi materi pembelajaran;

3. Melakukan pemetaan kompetensi;
4. Mengembangkan kegiatan pembelajaran;
5. Merumuskan indikator pencapaian kompetensi;
6. Penentuan jenis penilaian;
7. Menentukan alokasi waktu;
8. Menentukan sumber belajar.

Berdasarkan langkah-langkah pengembangan silabus di atas, lakukan pengembangan silabus mata pelajaran dalam bidang studi bisnis dan manajemen SMK, atau silabus mata pelajaran kewirausahaan SMK. Awalilah dengan menulis identitas.

Catatan:

Setelah mencermati uraian DPSMA, Ditjen Mandikdasmen, Depdiknas (2008: 20), langkah melakukan pemetaan kompetensi dilewati karena dianggap telah tercakup pada dua langkah sebelumnya.

Identitas

Nama Sekolah :
Mata Pelajaran :
Kelas/Semester :

5.1.1 Mengkaji Standar Kompetensi dan Kompetensi Dasar

“Mengkaji SK dan KD mata pelajaran sebagaimana tercantum pada SI, dengan memperhatikan hal-hal berikut:

1. urutan berdasarkan hierarki konsep disiplin ilmu dan/atau tingkat kesulitan materi, tidak harus selalu sesuai dengan urutan yang ada di SI;
2. keterkaitan antara SK dan KD dalam mata pelajaran;
3. keterkaitan antar KD pada mata pelajaran;
4. keterkaitan antara SK dan KD antar mata pelajaran” (DPSMA, Ditjen Mandikdasmen, Depdiknas, 2008: 20).

Catatan:

”Standar Kompetensi (SK) merupakan ukuran kemampuan minimal yang mencakup pengetahuan, keterampilan dan sikap yang harus dicapai, diketahui, dan mahir dilakukan oleh peserta didik pada setiap tingkatan dari suatu materi yang diajarkan; Kompetensi Dasar (KD) merupakan penjabaran SK peserta didik yang cakupan materinya lebih sempit dibanding dengan SK peserta didik” (DPSMA, Ditjen Mandikdasmen, Depdiknas, 2008: 3).

Tulis SK dan KD di bawah ini.

Tulis alasan Anda memilih SK dan KD tersebut di bawah ini (mengacu pada prinsip-prinsip di atas).

5.1.2 Mengidentifikasi Materi Pembelajaran

“Mengidentifikasi materi pembelajaran yang menunjang pencapaian KD dengan mempertimbangkan:

1. potensi peserta didik;
2. karakteristik mata pelajaran;
3. relevansi dengan karakteristik daerah;
4. tingkat perkembangan fisik, intelektual, emosional, sosial dan spritual peserta didik;
5. kebermanfaatan bagi peserta didik;
6. struktur keilmuan;
7. aktualitas, kedalaman, dan keluasan materi pembelajaran;
8. relevansi dengan kebutuhan peserta didik dan tuntutan lingkungan; dan
9. alokasi waktu” (DPSMA, Ditjen Mandikdasmen, Depdiknas, 2008: 20).

Mengacu prinsip-prinsip tersebut, tulis pokok-pokok materi pembelajarannya berdasarkan SK-KD, di bawah ini.

Tulis alasan Anda memilih materi pembelajaran tersebut di bawah ini (mengacu pada prinsip-prinsip di atas).

5.1.3 Mengembangkan Kegiatan Pembelajaran

“Kegiatan pembelajaran dirancang untuk memberikan pengalaman belajar yang melibatkan proses mental dan fisik melalui interaksi antarpeserta didik, peserta didik dengan guru, lingkungan, dan sumber belajar lainnya dalam rangka pencapaian KD. Pengalaman belajar yang dimaksud dapat terwujud melalui penggunaan pendekatan pembelajaran yang bervariasi dan berpusat pada peserta didik. Pengalaman belajar memuat kecakapan hidup yang perlu dikuasai peserta didik” (DPSMA, Ditjen Mandikdasmen, Depdiknas, 2008: 20).

“Hal-hal yang harus diperhatikan dalam mengembangkan kegiatan pembelajaran adalah:

1. Disusun untuk memberikan bantuan kepada para pendidik (guru), agar dapat melaksanakan proses pembelajaran secara profesional;
2. Kegiatan pembelajaran memuat rangkaian kegiatan yang harus dilakukan oleh peserta didik secara berurutan untuk mencapai KD;
3. Penentuan urutan kegiatan pembelajaran harus sesuai dengan hierarki konsep materi pembelajaran;
4. Rumusan pernyataan dalam kegiatan pembelajaran minimal mengandung dua unsur penciri yang mencerminkan pengelolaan pengalaman belajar peserta didik, yaitu kegiatan peserta didik dan materi” (DPSMA, Ditjen Mandikdasmen, Depdiknas, 2008: 20–21).

Mengacu prinsip-prinsip tersebut, tulis kegiatan pembelajaran berdasarkan SK-KD, materi pembelajaran yang telah Anda tulis sebelumnya, di bawah ini.

5.1.4 Merumuskan Indikator Pencapaian Kompetensi

“Indikator merupakan penanda pencapaian KD yang ditandai oleh perubahan perilaku yang dapat diukur yang mencakup sikap, pengetahuan, dan keterampilan. Indikator dikembangkan sesuai dengan karakteristik peserta didik, mata pelajaran, satuan pendidikan, potensi daerah dan dirumuskan dalam kata kerja operasional yang terukur dan/atau dapat diobservasi. Indikator digunakan sebagai dasar untuk menyusun alat penilaian” (DPSMA, Ditjen Mandikdasmen, Depdiknas, 2008: 21).

Mengacu prinsip-prinsip tersebut, tulis indikator pencapaian kompetensi (mencakup pengetahuan, sikap, dan keterampilan) berdasarkan SK-KD, materi pembelajaran dan kegiatan pembelajaran yang telah Anda tulis sebelumnya, di bawah ini.

5.1.5 Penentuan Jenis Penilaian

“Penilaian merupakan serangkaian kegiatan untuk memperoleh, menganalisis, dan menafsirkan data tentang proses dan hasil belajar peserta didik yang dilakukan secara sistematis dan berkesinambungan, sehingga menjadi informasi yang bermakna dalam pengambilan keputusan” (DPSMA, Ditjen Mandikdasmen, Depdiknas, 2008: 21).

“Penilaian pencapaian KD peserta didik dilakukan berdasarkan indikator. Penilaian dilakukan dengan menggunakan tes dan non tes dalam bentuk tertulis maupun lisan, pengamatan

kinerja, pengukuran sikap, penilaian hasil karya berupa tugas, proyek dan/atau produk, penggunaan portofolio, dan penilaian diri” (DPSMA, Ditjen Mandikdasmen, Depdiknas, 2008: 21).

Mengacu prinsip-prinsip tersebut, tulis jenis penilaian (mencakup teknik penilaian dan instrumen penilaian beserta rubriknya) berdasarkan indikator yang telah Anda tulis sebelumnya, di bawah ini.

5.1.6 Menentukan Alokasi Waktu

“Penentuan alokasi waktu pada setiap KD didasarkan pada jumlah minggu efektif dan alokasi waktu mata pelajaran per minggu dengan mempertimbangkan jumlah KD, keluasan, kedalaman, tingkat kesulitan, dan tingkat kepentingan KD. Alokasi waktu yang dicantumkan dalam silabus merupakan perkiraan waktu rerata untuk menguasai KD yang dibutuhkan oleh peserta didik yang beragam” (DPSMA, Ditjen Mandikdasmen, Depdiknas, 2008: 21).

Mengacu prinsip-prinsip tersebut, tulis alokasi waktu pada setiap KD di bawah ini.

5.1.7 Menentukan Sumber Belajar

“Sumber belajar adalah rujukan, objek dan/atau bahan yang digunakan untuk kegiatan pembelajaran, yang berupa media cetak dan elektronik, nara sumber, serta lingkungan fisik, alam, sosial, dan budaya. Penulisan buku sumber harus sesuai kaidah yang berlaku dalam Bahasa Indonesia. Penentuan sumber belajar didasarkan pada SK dan KD serta materi pembelajaran, kegiatan pembelajaran, dan indikator pencapaian kompetensi” (DPSMA, Ditjen Mandikdasmen, Depdiknas, 2008: 22).

Mengacu prinsip-prinsip tersebut, tulis sumber belajar di bawah ini.

5.2 Workshop Pengembangan Bahan Ajar

Workshop pengembangan bahan ajar dilaksanakan dengan petunjuk sebagai berikut:

1. Bentuk kelompok yang beranggotakan 3 (tiga) orang.
2. Beri nama kelompok 1, kelompok 2, dan seterusnya.
3. Untuk setiap kelompok, pilih satu KD yang berbeda dengan kelompok lain.
4. Buat satu rancangan bahan ajar (*handout* atau modul atau LKS).
5. Presentasikan rancangan bahan ajar itu dalam forum diskusi kelas.

Catatan:

Yang dimaksud rancangan adalah pokok-pokok isi beserta uraian ringkasnya.

6. Daftar Rujukan

- Chen, I.J., Gupta, A. & Rom, W. 1994. A Study of Price and Quality in Service Operations. *International Journal of Service Industry Management*, 5 (2): 23–33.
- Darian, J.C., Tucci, L.A. & Wiman, A.R. 2001. Perceived Salesperson Service Attributes and Retail Patronage Intentions. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 29 (5): 205–213.
- Dharmmesta, B.S. 1998. Theory of Planned Behaviour dalam Penelitian Sikap, Niat dan Perilaku Konsumen. *Kelola Gajah Mada University Business Review*, 7 (18): 85–103.
- Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Atas, Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah, Departemen Pendidikan Nasional (DPSMA, Ditjen Mandikdasmen, Depdiknas). 2008. *Panduan Umum Pengembangan Silabus*. Jakarta: DPSMA, Ditjen Mandikdasmen, Depdiknas. *Online*, <http://akhmadsudrajat.files.wordpress.com/2008/09/panduan-pengembangan-silabus.pdf>, diakses 31 Mei 2011.
- Drucker, P.F. 1985. *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. New York: Harper and Row, Inc.
- Ho, S.K.M. 1999. Change for the Better via ISO 9000 and TQM. *Management Decision*, 37 (4): 381–385.
- Huat, T.C. 1994a. Nature of Business Activity. In Eng, C.J., Chee, L.S., Huat, T.C. & Phuong, T.H. *Management of Business* (6th ed.), pp. 2–19. Singapore: McGraw–Hill Book Co.
- Huat, T.C. 1994b. Physical, Economic and Technological Environment. In Eng, C.J., Chee, L.S., Huat, T.C. & Phuong, T.H. *Management of Business* (6th ed.), pp. 91–109. Singapore: McGraw–Hill Book Co.
- Huat, T.C. 1994c. Political, Legal and Social Environments. In Eng, C.J., Chee, L.S., Huat, T.C. & Phuong, T.H. *Management of Business* (6th ed.), pp. 110–133. Singapore: McGraw–Hill Book Co.
- Huat, T.C. 1994d. Management Concepts & Functions. In Eng, C.J., Chee, L.S., Huat, T.C. & Phuong, T.H. *Management of Business* (6th ed.), pp. 219–239. Singapore: McGraw–Hill Book Co.
- Keh, H.T. & Teo, C.W. 2001. Retail Customers as Partial Employees in Service Provision: a Conceptual Framework. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 29 (8): 370–378.
- Kotler, P. 2003. *Marketing Management* (11th ed.). Upper Saddle River, N.J.: Prentice-Hall, Inc.
- Liljander, V. & Strandvik, T. 1993. Estimating Zones of Tolerance in Perceived Service Quality and Perceived Service Value. *International Journal of Service Industry Management*, 4 (2): 6–28.

- Murwani, F.D. 2003. Kontribusi Niat Berwirausaha, Pengalaman Manajerial, dan Jenis Kelamin Wirausahawan terhadap Kinerja Keuangan Industri Kecil di Kota Malang. *Manajemen dan Usahawan Indonesia*, 32 (7, Juli): 34–44.
- Murwani, F.D. 2004. Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan sebagai Penentu Loyalitas Pelanggan: Kajian Teoretis dan Metodologis untuk Penelitian. *Ekonomi Bisnis*, 9 (2, Agustus): 396–415.
- Murwani, F.D. & Soetjipto, B.E. 2003. *Kontribusi Faktor Individu Wirausahawan, Faktor Keuangan, dan Faktor Persaingan Pasar terhadap Profitabilitas Industri Kecil di Kota Malang*. Laporan Penelitian Dosen Muda tidak diterbitkan. Malang: Lembaga Penelitian Universitas Negeri Malang.
- Murwani, F.D. 2007a. *Faktor-Faktor Penentu Loyalitas Pembeli pada Supermarket Go Publik di Kota Malang (Perbandingan Model Struktural Berdasarkan Tingkat Pengetahuan Pembeli)*. Disertasi tidak diterbitkan. Malang: PPs Universitas Negeri Malang.
- Murwani, F.D. 2007b. The Scale Validation of Service Quality Models: an Indonesian Case. *Eksekutif: Journal of Business and Management*, 4 (3): 349–358.
- Oliver, R.L. 1999. Whence Customer Loyalty?. *Journal of Marketing*, 63 (Fundamental Issues and Directions for Marketing): 33–44.
- Permendiknas Nomor 28 Tahun 2009 tentang Standar Kompetensi Kejuruan SMK/MAK. Online, http://www.kemdiknas.go.id/media/99201/permen_28_2009.pdf, diakses 31 Mei 2011.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (PZB). 1988. SERVQUAL: a Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64 (1, Spring): 12–40.
- Robbins, S.P. & Judge, T.A. 2007. *Perilaku Organisasi* (Buku 1, Edisi 12). Terjemahan Diana Angelica. 2008. Jakarta: Salemba Empat.
- Salvatore, D. 2001. *Managerial Economics in a Global Economy* (4th ed.). Fort Worth: Harcourt, Inc.
- Schiller, B.R. 1997. *The Micro Economy Today* (7th ed.). New York: McGraw–Hill, Inc.
- Siagian, S. & Asfagani. 1995. *Kewirausahaan Indonesia dengan Semangat 17 Agustus 1945*. Jakarta: Puslatkop Depkop dan PPK.
- Sivadas, E. & Baker–Prewitt, J.L. 2000. An Examination of the Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction, and Store Loyalty. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 28 (2): 73–82.

Wiryo, S.K. 2008. *Pengembangan Kurikulum Manajemen di SMB–ITB*. Bahan Tayangan disajikan dalam *Workshop* Nasional Kurikulum Jurusan Manajemen untuk Menjawab Tantangan Perkembangan Teknologi dan Globalisasi, Yogyakarta, 24 Januari.