



# PROFESIONALISME KEWIRAUSAHAAN



Editor:  
Rosida Tiurma Manurung

# PROFESIONALISME KEWIRAUSAHAAN

Ahmad Naufal Dzaky Arifin, Robby Yussac Tallar, Alifahmi Nugraha, Seriwati Ginting, Ananda Shafa Ayudhira, Elizabeth Wianto, Andreas Wisnugroho Pramauliate, Yolla Margaretha, Angelica Liebby Christian, Olga Catherina Pattipawaej, Annisa Nurrahma Fitriani, Vivi Arisandhy, Billy Tjakradipura, Cindrawaty Lesmana, Daffa Rizqia Putra, Cindrawaty Lesmana, Della Agustini, SeTin, Derryl Nathania, Miki Tjandra, Dwi Rangga Putra, Erwin Ardianto Halim, Excel Novel Wijaya, Maya Malinda, Feri Petrus, Asni Harianti, Ferry Octaviana, Raden Roro Christina, Grace Venesia, Asni Harianti, Ivana Abigael T, Maya Malinda, Jason Nathanael Thedja, Monica Hartanti, Jessica Santosa Wijaya, Cindrawaty Lesmana, Johannes Dimas, Yolla Margaretha, Jonathan Dharmawan Salim, Maya Malinda, Laurencia Meggie Siagan, Noek Sulandari, Leonardo Rich, Krismanto Kusbiantoro, Lia Emilia, Vivi Arisandhy, Maya Malinda, Noek Sulandari, Mikhael Tambalean, Henky Lisan Suwarno, Muchammad Rizky Ilham R, Nela Puspitasari Gunawan, Raden Roro Christina, Revo Rayhan Khadaffi, Tan Ming Kuang, Serli Oftaviani, Stefany, Tarisya Apriliana, Rudy Gunawan, Erwin Ardianto Halim

## **PROFESIONALISME KEWIRAUSAHAAN**

### **Penulis**

Ahmad Naufal Dzaky Arifin, Robby Yussac Tallar, Alifahmi Nugraha, Seriwati Ginting, Ananda Shafa Ayudhira, Elizabeth Wianto, Andreas Wisnugroho Pramauliate, Yolla Margaretha, Angelica Liebby Christian, Olga Catherina Pattipawaej, Annisa Nurrahma Fitriani, Vivi Arisandhy, Billy Tjakradipura, Cindrawaty Lesmana, Daffa Rizqia Putra, Cindrawaty Lesmana, Della Agustini, SeTin, Derryl Nathania, Miki Tjandra, Dwi Rangga Putra, Erwin Ardianto Halim, Excel Novel Wijaya, Maya Malinda, Feri Petrus, Asni Harianti, Ferry Octaviana, Raden Roro Christina, Grace Venesia, Asni Harianti, Ivana Abigail T, Maya Malinda, Jason Nathanael Thedja, Monica Hartanti, Jessica Santosa Wijaya, Cindrawaty Lesmana, Johannes Dimas, Yolla Margaretha, Jonathan Dharmawan Salim, Maya Malinda, Laurencia Meggie Siagan, Noek Sulandari, Leonardo Rich, Krismanto Kusbiantoro, Lia Emilia, Vivi Arisandhy, Maya Malinda, Noek Sulandari, Mikhael Tambalean, Henky Lisan Suwarno, Muchammad Rizky Ilham R, Nela Puspitasari Gunawan, Raden Roro Christina, Revo Rayhan Khadaffi, Tan Ming Kuang, Serli Oftaviani, Stefany, Tarisyaa Apriliana, Rudy Gunawan, Erwin Ardianto Halim

### **Tata Letak**

Ulfa

### **Desain Sampul**

Zulkarizki

15.5 x 23 cm, xii + 331 hlm.

Cetakan I, Januari 2022

**ISBN:** 978-623-5705-71-2

Diterbitkan oleh:

### **ZAHIR PUBLISHING**

Kadisoka RT. 05 RW. 02, Purwomartani,

Kalasan, Sleman, Yogyakarta 55571

e-mail : zahirpublishing@gmail.com

Anggota IKAPI D.I. Yogyakarta

No. 132/DIY/2020

### **Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.**

Dilarang mengutip atau memperbanyak

sebagian atau seluruh isi buku ini

tanpa izin tertulis dari penerbit.

## KATA PENGANTAR

Dalam perkembangan profesi di dunia dan termasuk di Indonesia, profesi dalam bidang kewirausahaan pun berkembang pesat, yang dikenal dalam Profesionalisme Kewirausahaan. Profesionalisme kewirausahaan membahas *soft-skill*, *hard-skill* dan *practice-skill* yang dibutuhkan seseorang dalam menjalankan profesinya. *Soft-skill* yang dimaksud adalah jiwa Profesionalisme Kewirausahaan. *Hard-skill* yang dimaksud adalah pengetahuan dan pemahaman mengenai pilihan seseorang dalam profesinya masing masing yang mengandalkan kemampuan dan jiwa kewirausahaan. *Practice-skill* yang dimaksud adalah kemampuan praktis yang didapat dari pengalaman mengenai para profesional dan juga merefleksi diri untuk menjadi profesional tertentu.

Melihat pentingnya pembahasan mengenai profesionalisme kewirausahaan ini, maka perguruan tinggi perlu ambil bagian dalam pengembangan mahasiswa dalam memahami profesionalisme kewirausahaan dan juga menginspirasi mahasiswa dan alumni menjadi ambil bagian dalam profesionalisme kewirausahaan

Adapun jenis profesionalisme kewirausahaan mencakup pengertian dan fungsi profesionalisme kewirausahaan, sikap profesionalisme kewirausahaan, *entrepreneur intrapreneur*, *sosiopreneur*, *edupreneur/ academicpreneur*, *technopreneur*, *Governmentpreneur* dan *preneur* lainnya.

Manfaat pembuatan *book chapter* profesionalisme kewirausahaan bagi mahasiswa antara lain: mahasiswa mengetahui langkah langkah dan juga proses penulisan *book chapter*, dan melatih mahasiswa dalam menulis ilmiah sesuai kaidah yang baik. Mahasiswa mengenal lebih jauh tokoh profesionalisme kewirausahaan dari alumni dan juga civitas Universitas Kristen Maranatha, Bandung Indonesia. Mahasiswa memiliki kebanggaan pada almamaternya. Mahasiswa

terinspirasi pada karya para tokoh profesionalisme Kewirausahaan dan juga inspirasi untuk menjadi salah satu tokoh penerus.

Manfaat bagi dosen antara lain: Dosen sebagai pendamping dalam proses pembuatan *book chapter* ini mendapat kesempatan mengenal para tokoh profesionalisme dari alumni dan civitas akademika Universitas Kristen Maranatha. Dosen menjadi penulis kedua dan sekaligus mereview dari tulisan *book chapter* profesionalisme kewirausahaan.

Manfaat bagi Universitas Kristen Maranatha, antara lain: membudayakan kebiasaan baik pada mahasiswa dan dosen dalam menghasilkan karya ilmiah yang baik. Memperkenalkan para tokoh profesionalisme kewirausahaan dari alumni dan civitas akademika Universitas Kristen Maranatha, Bandung.

Akhir kata, kami berharap *book chapter* ini dapat memberikan inspirasi bagi mahasiswa dan alumni serta civitas akademika di UK Maranatha dan pendidikan tinggi lainnya untuk terus mengembangkan profesionalisme Kewirausahaan yang berdampak positif bagi masyarakat, bangsa dan Negara Indonesia.

Maya Malinda

*Dosen Koordinator Mata Kuliah  
Profesionalisme Kewirausahaan*

## **SAMBUTAN PENGURUS PUSAT IKATAN ALUMNI UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA**

Alumni UKM menghargai dan mendukung penerbitan *Book Chapter* ini sebagai suatu karya ilmiah yang akan bermanfaat untuk :

1. Memberikan inspirasi, ide-ide dan semangat.
2. Memperkenalkan bisnis dan profesi yang sebelumnya tidak/ kurang dikenal.
3. Membangun relasi antara mahasiswa, dosen, nara sumber/ tokoh dan pembaca lainnya, yang bisa berlanjut baik dalam bisnis maupun sosial.
4. Pembaca bisa belajar dari dua sisi, kegagalan dan keberhasilan.

Dengan penerbitan *Book Chapter* ini, Perguruan Tinggi juga bisa menangkap apa saja yang ada di dunia industri, kemudian mengadakan pembaharuan terus menerus sehingga dunia akademik dengan dunia industri dapat berjalan beriringan dan bersinergi.

Kegiatan ini juga membuka jalan lain untuk Perguruan Tinggi dengan pelaku usaha dan profesional dapat berkolaborasi untuk kemajuan bersama.

Kami berharap penerbitan ini juga dapat mendorong peningkatan jumlah wirausaha di Indonesia dimana saat ini rasionya baru mencapai 3,47%, masih di bawah beberapa negara lain di Asia Tenggara.

Terima kasih untuk semua pihak yang terlibat dalam penerbitan ini dan selamat membaca.

Bandung, 10 Desember 2021  
Pengurus Pusat Ikatan Alumni  
Universitas Kristen Maranatha

Slamet Taslim  
Ketua Umum



## **SAMBUTAN REKTOR UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA**

Pembaca yang budiman,

Syukur kepada Tuhan, *book chapter* "Profesionalisme Kewirausahaan" telah terbit dan siap didistribusikan kepada masyarakat. Kita tahu bahwa penulis adalah orang yang telah dianugerahi kemampuan oleh Tuhan Yang Maha Esa untuk menuliskan gagasan, hasil penelitian, konsep, dan pemikiran yang orisinal untuk mengembangkan keilmuan dan dapat diterapkan oleh masyarakat untuk menyelesaikan permasalahan. Kehadiran *book chapter* ini diharapkan dapat menginspirasi dan memotivasi masyarakat untuk meningkatkan kreativitas dan produktivitas terutama dalam bidang kewirausahaan.

*Book chapter* ini merupakan kumpulan tulisan ilmiah yang dibuat oleh para mahasiswa dari berbagai fakultas di Universitas Kristen Maranatha yang didampingi oleh dosen pembimbing. Kita mengetahui bahwa lulusan pada era ini dituntut agar tidak mudah menyerah dalam mencapai tujuan, memiliki sikap *entrepreneur* dalam mengelola usahanya, siap memilih suatu tantangan yang memiliki probabilitas untuk berhasil, mempunyai kemampuan untuk berhubungan dengan sesuatu yang tidak dapat diprediksi, dapat menciptakan barang dan jasa yang baru, dan memiliki percaya diri yang tinggi akan keberhasilan usahanya.

Semoga keberadaan *book chapter* ini bermanfaat dan dapat mencerahkan wawasan kita tentang konsep dan praktik kewirausahaan.

Akhir kata, saya tutup dengan pesan “Jangan takut gagal dan jangan berputus asa dalam berusaha. Raihlah kesuksesan dengan potensi yang ada dalam diri kita yang Tuhan telah karuniakan”.

Sekian dan terima kasih.

Bandung, 21 Desember 2021  
Rektor Universitas Kristen Maranatha

**Prof. Ir. Sri Widiyantoro, M.Sc., Ph.D.**

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	iii
SAMBUTAN PENGURUS PUSAT IKATAN ALUMNI UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA .....	v
SAMBUTAN REKTOR UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
KARAKTER, INTEGRITAS, DAN KEJUJURAN DALAM DUNIA BISNIS	
Ahmad Naufal Dzaky Arifin , Robby Yussac Tallar .....	1
ENTREPRENEUR ADAPTIF PENUH INSPIRATIF Alifahmi Nugraha, Seriwati Ginting.....	13
DILECTUM: MEMBERI YANG TERBAIK KARENA KASIH Ananda Shafa Ayudhira, Elizabeth Wianto.....	25
DI BALIK KISAH SUKSES AYAM KEPRABON Andreas Wisnugroho Pramauliate, Yolla Margaretha.....	33
PROFESIONALISME ENTREPRENEUR HAFSAH FITRI MARDYAH DALAM MEMBANGUN BISNIS KONSTRUKSI Angelica Liebby Christian, Olga Catherina Pattipawaej.....	41
PENGARUH KREATIVITAS DALAM PERKEMBANGAN AGROBISNIS DI MASA MENDATANG Annisa Nurrahma Fitriani, Vivi Arisandhy .....	53
MENJADI SEORANG INTRAPRENEUR BERMULAI DARI SALES . Billy Tjakradipura dan Cindrawaty Lesmana.....	66
RELASI PENTING UNTUK MASA DEPAN Daffa Rizqia Putra, Cindrawaty Lesmana .....	78
ENTREPRENEUR YANG MENGUTAMAKAN LOYALITAS PELANGGAN Della Agustini, SeTin .....	88
MENGGALI KEUNIKAN DARI KREASI PUDDING LUKIS Derryl Nathania , Miki Tjandra .....	96

KEKUATAN DETAIL DESAIN DALAM KARYA ADRIAN HARTANTO Dwi Rangga Putra, Erwin Ardianto Halim.....	108
PROFESIONALISME KEWIRAUSAHAAN DARI TOKOH INSPIRATIF SYUMEIRATY RASHANDO "JANGAN TAKUT GAGAL DAN JANGAN PUTUS ASA" Excel Novel Wijaya, Maya Malinda .....	118
SOPAN SANTUN, TATA KRAMA, DAN HATI NURANI MERUPAKAN MODAL AWAL MENJADI SEORANG INTRAPRENEUR Feri Petrus, Asni Harianti .....	128
KETEKUNAN DAN INOVASI PENGUSAHA NASI BISTIK Ferry Octaviana, Raden Roro Christina.....	137
INOVASI BISNIS DENGAN UNSUR KEBUDAYAAN NUSANTARA Grace Venesia, Asni Harianti .....	146
PASSION DAN IMPIAN MENGANTARKAN STROBERI ACCESSORIES MENJADI 'THE LEADING OF ACCESSORIES BRAND DI INDONESIA' Helen Remyvone pendiri Stroberi Aksesoris Ivana Abigael T, Maya Malinda .....	155
ELLIATI DJAKARIA SOSOK ENTREPRENEUR ASESORIS UNIK YANG BERKARYA DAN BERDAMPAK BAGI MASYARAKAT Jason Nathanael Thedja, Monica Hartanti .....	163
ENTREPRENEUR: MENGANDALKAN TUHAN DALAM SEGALA HAL Jessica Santosa Wijaya, Cindrawaty Lesmana.....	170
MERINTIS USAHA MAKANAN SUNDA SERTA MENERAPKAN KREATIFITAS DI DALAMNYA Johannes Dimas, Yolla Margaretha.....	182
NILAI ENTREPRENEUR: INTEGRITY, CARE, DAN EXCELLENCE Jonathan Dharmawan Salim, Maya Malinda .....	194
KEJUJURAN BERKOMUNIKASI DENGAN PERUSAHAAN Laurencia Meggie Siagan, Noek Sulandari .....	206

SOCIOPRENEUR TIDAK HANYA SEKADAR BERBAGI, TETAPI MEMBERIKAN KESEMPATAN HIDUP YANG LEBIH BAIK Leonardo Rich, Krismanto Kusbiantoro.....	218
SEBUAH HOBI YANG MEMBAWA KESUKSESAN ENTREPRENUR PADA BIDANG KULINER Lia Emilia, Vivi Arisandhy.....	229
MENDULANG “EMAS” PROFESIONALISME KEWIRAUSAHAAN DARI TOKOH INSPIRATIF LIM SU WEN Maya Malinda, Noek Sulandari.....	240
PROFESIONALISME KEWIRAUSAHAAN DALAM BIDANG PERBANKAN Mikhael Tambalean, Henky Lisan Suwarno.....	250
MUSICGEAR BANDUNG Muchammad Rizky Ilham R, Seriwati Ginting.....	261
KISAH DI BALIK SUKSESNYA SEORANG SEAFOOD ENTREPRENEUR Nela Puspitasari Gunawan, Raden Roro Christina.....	270
PENGUSAHA SUKSES BERBISNIS BUAH STRAWBERRY Revo Rayhan Khadaffi; Tan Ming Kuang.....	281
KEJUJURAN KUNCI KEBERHASILAN RILON TESABUDHI SEBAGAI GOVERNMENTPRENEUR Serli Oftaviani, Olga Catherina Pattipawaej.....	292
MENJADI SEORANG INTRAPRENEUR ADALAH PEMBERIAN DAN ANUGERAH DARI TUHAN Stefany, Maya Malinda.....	300
PERKEMBANGAN TEKNOLOGI DALAM DUNIA PENDIDIKAN Tarisyia Apriliana, Seriwati Ginting.....	312
MANAJEMEN WAKTU KUNCI KESUKSESAN CHRISTOPHER ARDHIAN Rudy Gunawan, Erwin Ardianto Halim.....	322

# KISAH DI BALIK SUKSESNYA SEORANG SEAFOOD ENTREPRENEUR

Nela Puspitasari Gunawan, Raden Roro Christina  
1952049@eco.maranatha.edu, christina@eng.maranatha.edu

## PENDAHULUAN

Wong Hok Sen, alumni angkatan tahun 2000, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha, lahir di Sumedang pada tanggal 18 Desember 1981. Beliau merupakan salah satu tokoh *entrepreneur* yang bergerak di bidang kuliner. Usaha yang dimiliki adalah restoran *seafood* "King Crab", yang berlokasi di Jalan Sudirman, Bandung, tepatnya di lokasi *foodcourt* Sudirman Street.



Gambar 1 Wong Hok Sen  
Sumber : Pribadi Wong Hok Sen

Sebelum merintis usahanya di bidang kuliner ini, banyak pengalaman yang telah Wong Hok Sen miliki, yang membantunya

untuk membangun jiwa kewirausahaan. Tahun 1997 beliau magang di salah satu rental DVD, beliau mendapatkan upah Rp 10.000 selama 3 jam bekerja di rental DVD. Saat beliau masih kuliah, beliau juga sudah sering berjualan di kampus. Barang-barang yang ditawarkan bersifat *seasonal* seperti kartu ucapan natal dan lebaran, serta kue lebaran. Bahkan berjualan sarung di luar kampus pun pernah dilakoninya.

Pada tahun 2003 Wong Hok Sen mulai merintis usaha di bidang percetakan, untuk pangsa pasarnya yaitu di kampus. Mulai dari mendapatkan omset Rp. 500, hingga bisa membeli 1 mesin percetakan setiap tahunnya. Selama 10 tahun menjalani usaha ini beliau bisa memiliki sampai 14 mesin percetakan. Sempat juga berkecimpung di bidang asuransi pada tahun 2006 selama 7 tahun. Tahun 2013 beliau bertemu banyak orang dari industri properti, dan dari sini beliau mulai menggeluti industri properti hingga saat ini.

Tahun 2016 Wong Hok Sen memutuskan untuk membuka usaha di bidang kuliner, usaha yang dilakoninya hingga saat ini.



Gambar 2 Keluarga Wong Hok Sen  
Sumber : Pribadi Wong Hok Sen

Gambar 2 merupakan foto dari keluarga bapak Wong Hok Sen. Pada bagian kanan berbaju putih merupakan beliau, di sisi kiri berbaju pink merupakan istri dari beliau serta dibagian belakang merupakan kedua anak beliau yaitu Aldrich Wong yang merupakan anak pertama dan Ellena Victoria Wong anak kedua.

### **Kewirausahaan dan Karakteristik Seorang Pengusaha**

Kewirausahaan atau *entrepreneur* berasal dari bahasa perancis *entreprendre* yang artinya melakukan. Kata ini memiliki makna orang-orang yang mengambil resiko pada perusahaan baru yang diciptakan. Kata kewirausahaan telah muncul pada abad ke-20 karena pada waktu itu para wirausahawan dianggap sebagai pahlawan karena menggunakan inovasi dan kreativitas dalam membangun perusahaan (Purnomo, 2020). Secara terminologi, kewirausahaan terdiri dari kata, wira yaitu berani, dan usaha yaitu upaya. Sehingga makna kewirausahaan merupakan sikap atau kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berguna bagi dirinya dan orang lain (Hastuti et al, 2020; Sari et al, 2020; Siregar et al, 2020) dalam (Watrianthos, R. et.al 2020). Seorang wirausahawan merupakan orang-orang yang mampu melihat kesempatan bisnis, mengumpulkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan, serta memiliki kemauan dan gagasan yang inovatif untuk meraih kesuksesan dalam segi pendapatan. Menurut Thornberry (Thornberry, 2006) *entrepreneur* adalah seseorang yang memiliki ide yang inovatif, dapat melihat peluang yang ada di pasar dan merubah mimpi mereka menjadi kenyataan.

Karakteristik yang harus dimiliki oleh seorang wirausahaan, menurut Longnecker (Longnecker, 2001), adalah:

1. Berorientasi kepada kesuksesan

Seorang wirausahaan rata-rata adalah orang yang ingin sukses dibandingkan orang lain pada umumnya. Beberapa ciri-ciri yang menyertai diantaranya keinginan kuat untuk berprestasi, pekerja keras, sangat bertanggung jawab, berorientasi profit, dan optimis (Aliaras, 2006).

2. Keinginan untuk mengambil risiko

Keinginan kuat untuk sukses membuat seorang wirausahawan harus berani mengambil resiko. Karakter ini cenderung untuk memilih sendiri situasi yang dapat dikendalikan oleh wirausahawan dibandingkan hanya bergantung pada kesempatan yang ada.

3. Percaya diri

Karakter lainnya adalah percaya diri, yaitu seorang wirausahawan memiliki keyakinan terhadap dirinya sendiri dan memiliki kemampuan dalam mengatasi masalah.

4. Keinginan yang kuat untuk berbisnis

Seorang wirausahawan harus memiliki keinginan kuat untuk berbisnis. Keinginan yang kuat ini juga dibarengi visi dalam mewujudkan impiannya, tegas dalam mengambil keputusan, sangat detail memperhatikan hal-hal teknis, memiliki tekad dan dedikasi, serta berorientasi kepada keuntungan.

5. Memiliki minat dalam berwirausaha

Ini merupakan karakter yang penting karena keinginan, ketertarikan, dan kesadaran untuk bekerja dan berkemauan keras tanpa takut menghadapi resiko adalah modal utama wirausahawan.

## **METODE PENGUMPULAN DATA**

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara, yang merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur dan bisa dilakukan dengan cara tatap muka atau secara langsung (Sugiyono, 2010).

Neuman menjabarkan langkah-langkah wawancara yang terdiri dari pembukaan, proses dan penutup (Neuman, 2000), di mana:

1. Pembukaan

Berisi mengenai pengenalan dan penjelasan tujuan wawancara oleh *interviewer* kepada *interviewee*.

## 2. Proses

Merupakan pelaksanaan wawancara, di mana terjadi kegiatan tanya jawab antar *interviewer* dengan *interviewee*, dengan tujuan memberikan dan menerima informasi. Selama pelaksanaan wawancara, *interviewer* perlu melakukan *probing* (penyelidikan) untuk memperjelas makna jawaban yang diberikan oleh *interviewee*. Mencatat hasil wawancara juga perlu dilakukan oleh *interviewer* karena daya ingat yang terbatas sehingga tidak mungkin mengingat seluruh isi pembicaraan dengan *interviewee*.

## 3. Penutupan

Wawancara yang ideal dilakukan jika *interviewer* menyimpulkan isi wawancara dan kemudian mengucapkan terimakasih kepada *interviewee*.

### **Kisah di Balik Suksesnya Seorang *Seafood Entrepreneur***

Wong Hok Sen. merupakan lulusan S1 Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha, Bandung. Beliau merupakan seorang *entrepreneur* di bidang kuliner. Awal mula terjun di bidang kuliner berawal dari hobinya makan *seafood* bersama sang istri tercinta. Melalui hobinya itu beliau mencoba memasak dan meracik bumbu untuk menu-menu yang akan disajikan. Pada akhirnya di tahun 2016 tepatnya di bulan Oktober, beliau memutuskan untuk mencoba membuka restoran yang bernama King Crab Bandung, berlokasi di Jalan Sudirman, tepatnya di lokasi *foodcourt* Sudirman Street, Bandung.

King Crab Bandung merupakan restoran yang menawarkan berbagai jenis makanan *seafood*, dengan menu utama kepiting, King Crab Bandung memiliki 12 jenis kepiting baik lokal maupun impor serta menyajikan berbagai jenis saus dengan cita rasa lokal dan barat. King Crab Bandung mengeluarkan menu yang berbalut saus King Crab dan mengusung tema "*Louisiana Style*" dimana makan *seafood* "*no spoon no plate*". Makanan disajikan langsung di atas meja menggunakan alas khusus dan cara makannya menggunakan

tangan. Hal ini sangat unik sehingga para konsumen bisa merasakan sensasi makan *seafood* yang berbeda. Tujuan dari tema yang dibuat ini adalah untuk menciptakan *quality time* bersama keluarga maupun orang-orang terdekat saat mereka makan.

Lazimnya, saat seseorang baru memulai bisnis, mereka akan mengajak dan menawarkan kepada saudara, teman-teman dan orang terdekat terlebih dahulu untuk mencobanya. Cara ini juga yang dilakukan oleh Wong Hok Sen saat membuka King Crab Bandung, sampai dengan 3 bulan pertama.

Dalam membuka suatu bisnis tentulah tidak semudah yang dibayangkan. Banyak lika liku yang harus dilewati baik itu manis maupun pahit, dan apapun resikonya mau tidak mau harus diterima. Hal ini pula yang dialami ketika usaha menginjak bulan ke-6, dimana saat itu terdapat proyek Pemerintah Kota Bandung di Jalan Cibadak dan Jalan Sudirman. Jalan-jalan tersebut diperbaiki sehingga harus ditutup dan tidak terdapat tempat untuk mobil parkir. Hal ini sangat berdampak sekali pada usaha beliau, karena lokasi King Crab Bandung berada di *food court* sehingga menyulitkan akses para konsumen yang ingin makan di restoran tersebut. Kejadian ini membuat usahanya merugi, dalam satu hari biaya yang dikeluarkan bisa mencapai Rp. 1.000.000 – Rp1.500.000 bahkan lebih. Penyebabnya yaitu dalam sehari 3-7 kg kepiting lokal maupun impor terbuang karena mati.

Dalam kurun waktu 6 bulan itu merupakan waktu terberat yang dihadapi. Sampai sempat terpikirkan bahwa beliau tidak cocok di bidang kuliner dan memutuskan ingin berhenti menjalankan usaha ini.

Sebuah ide cemerlang muncul untuk dalam usahanya mempertahankan usahanya. Beliau menghubungi teman-teman lamanya untuk main dan makan di restorannya dengan gratis, namun ada dua syarat yang harus dipenuhi, yaitu hari dan tempat duduk mereka ditentukan si empunya restoran. Cara ini mulai membawa hasil, walau jumlah orang yang datang belum terlalu banyak. Cara ini dicoba pula di akhir minggu, yaitu Sabtu dan Minggu. Cara ini

seperti efek bola salju yang bergulir, ketika setiap minggunya makin banyak orang berdatangan untuk mencoba *seafood* di King Crab Bandung dan banyak juga orang yang *memposting* di media sosial seperti Instagram.

Dari media sosial ini Wong Hok Sen melihat peluang untuk lebih mempromosikan usahanya. Beliau mencoba untuk belajar cara menggunakan Instagram dan Facebook, dengan bekal pengetahuan yang minim. Ketekunannya untuk mencoba hal baru ini membuahkan hasil. Yang semula hanya memiliki 20 *followers* belakangan menjadi 15.000 *followers*.

Pelajaran lain yang Wong Hok Sen dapatkan dari dunia *entrepreneur* ini adalah sebagai wirausahawan harus memiliki manajemen yang kuat. Kejadian tersebut terjadi pada tahun 2017, dimana beliau terlalu cepat mengambil keputusan untuk membuka cabang. King Crab Bandung sudah membuka cabangnya yang pertama hanya dalam waktu tiga bulan, dan cabang kedua menyusul tiga bulan berikutnya. Dengan kapasitas manajemen yang belum terlalu mumpuni, mengakibatkan kedua cabang tersebut harus tutup dalam waktu yang cepat.

Pengalaman ini membuat Wong Hok Sen memetik hikmahnya untuk harus melakukan perhitungan dengan matang dalam mengambil keputusan dan memantapkan pula kemampuan manajemennya. Hal ini pulalah yang menginsipiasi beliau untuk mencoba untuk mengubah manajemen King Crab Bandung.

Di tahun 2018 King Crab Bandung memanfaatkan 99% pemasaran usahanya pada media sosial, dan ternyata 99% orang yang datang ke King Crab Bandung merupakan pelanggan yang melihat unggahan dari media sosial. Tahun 2019 penjualan King Crab Bandung mengalami peningkatan jika dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, bahkan King Crab Bandung mendapatkan dukungan dari Facebook berkat iklan yang sering diunggahnya di media sosial tersebut. Promosi King Crab Bandung tidak hanya menasar pelanggan di dalam negeri saja tetapi juga luar negeri.

Promosi juga dilakukan juga di Singapore, Brunei, Philippines dan Malaysia. Banyak turis-turis dari negara tersebut yang melakukan reservasi seminggu sebelum datang ke Bandung untuk menikmati lezatnya makan *seafood* di King Crab Bandung, dan fakta yang membuat decak kagum adalah bahwa 100% orang yang sudah reservasi pasti datang.

Kondisi ini membuat Wong Hok Sen semakin yakin bahwa pangsa pasar King Crab Bandung tidak hanya dari lokal saja tetapi juga dari luar negeri.

Sayangnya, zona nyaman ini hanya sekejap dinikmati, sampai pada akhir 2019 badai pandemi Covid-19 menerpa sehingga Wong Hok Sen harus mengubah lagi strategi yang semula dianggap sudah baik. Bagi seorang *entrepreneur* kemampuan untuk mengambil keputusan dengan cepat dan tepat dalam keadaan yang genting merupakan hal yang harus dimiliki. Dalam keadaan ini Wong Hok Sen mengambil keputusan untuk mencoba melakukan penjualannya via online. Beliau memanfaatkan platform online seperti Gofood dan Grabfood. Cara ini cukup membantu usaha beliau untuk bertahan di masa pandemi.

Banyak pengorbanan yang telah Wong Hok Sen keluarkan untuk membangun usaha ini baik itu tenaga, waktu dan juga materi. Beliau juga merupakan sosok seorang pemimpin yang bisa mengayomi para King Crab Bandung kru, dengan cara memberikan teladan dan value yang baik. Beliau juga memiliki visi ke depan untuk bisa membawa King Crab Bandung menjadi sebuah *franchise*, tidak hanya di Indonesia saja tetapi juga di berbagai negara.

Wong Hok Sen adalah sosok yang sangat berpegang teguh kepada Tuhan dalam kepercayaannya. Moto hidup yang selalu dipegangnya selama ini adalah "*the best way to go up, is going down*" dan hal ini pulalah yang selalu meinspirasi untuk tekun dalam berusaha.

Di bawah ini merupakan beberapa foto-foto terkait usaha King Crab Bandung yang dijalani oleh beliau



Gambar 3 King Crab Bandung yang berlokasi di Sudirman Street  
*Day and Night Culinary Bandung.*  
Sumber : Pribadi Wong Hok Sen



Gambar 4 Japanese Snow King Crab, salah satu kepiting yang di  
gunakan untuk membuat olahan seafood  
Sumber : Pribadi Wong Hok Sen



Gambar 5 Konsumen yang sedang menikmati lezatnya *Seafood* di King Crab Bandung bersama keluarga  
Sumber : Pribadi Wong Hok Sen

## **PENUTUP**

Menjadi seorang wirausahawan tentu bukanlah hal yang mudah. Kewirausahaan merupakan proses menciptakan sesuatu yang berbeda dengan menggunakan waktu disertai dengan modal dan resiko yang mungkin dihadapinya karena tidak sedikit pula wirausahawan yang mengalami kegagalan dalam menjalankan sebuah bisnis. Tidak sedikit pula wirausahawan yang mengalami kegagalan namun berani untuk bangkit lagi dan terus mencoba.

Salah satu wirausahawan yang berani bangkit kembali setelah beberapa kali mengalami kegagalan adalah Wong Hok Sen. Kedewasaannya sebagai seorang wirausahawan ditentukan oleh seberapa tegar ia menghadapi tantangan yang datang. Ia tidak mudah putus asa meski jatuh berkali-kali. Ketika jatuh ia segera bangkit dan melihat masalah yang dihadapinya bukan sebagai batu sandungan menuju kesuksesan.

Kunci sukses menjadi seorang wirausahawan bukan terletak pada banyaknya uang yang dimiliki, tetapi terletak pada kemampuan untuk menguasai pasar, dan mampu mengatur organisasi secara efektif dan efisien.

## **REFERENSI**

- Aliaras, Wahid Mudjiarto. (2006). Membangun karakter dan kepribadian kewirausahaan. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Edi, F. (2016). Teori Wawancara Psikodignostik.(n.p): Penerbit LeutikaPrio.
- Fadhallah. (2021). WAWANCARA. (n.p.): UNJ PRESS.
- Longnecker, J.G. et.al. (2001). Kewirausahaan (Manajemen Usaha Kecil) Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Neuman, W.L. (2000).*Social Research Methods. Qualitative and Qunfitative Approaches*. Allyn and Bacon.
- Purnomo, A., Sudirman, A., Hasibuan, A., Sudarso, A., Sahir, S. H., Salmiah, Mastuti, R., Chamidah, D., Koryati, T., & Simarmata, J. (2020). Dasar-Dasar Kewirausahaan: untuk Perguruan Tinggi dan Dunia Bisnis. Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono, (2010). Metode penelitian kuantitatif kualitatif & RND. Bandung : Alfabeta
- Thornberry, Neal. (2006). *Lead like an Entrepreneur*. United States of America : The mcGraw-Hill Companies,inc.
- Watrianthos, R. et.al (2020). Kewirausahaan dan Strategi Bisnis. (n.p.): Yayasan Kita Menulis.