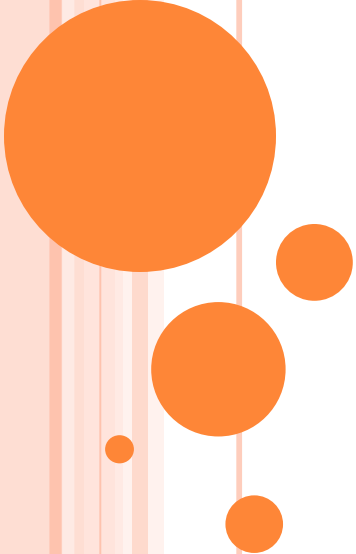


KEWIRAUSAHAAN PETERNAKAN



**Oleh
Muhammad Zaki, S.Pt, M.Si**

SIKAP MENTAL WIRAUSHA

- Sikap mental positif (seperti jujur, tepat janji, tekun, luas dan luwes dalam pergaulan) adalah kunci kesuksesan dalam berbisnis.
- Ketrampilan, pengetahuan dan wawasan lebih mudah meningkatnya dibanding sikap mental



o Sikap mental yang harus dimiliki adalah :

1. yakin dapat menggapai sukses dengan bisnis → lihat mereka yang sukses berbisnis di sekitar kita.
2. menyenangi bidang bisnis dan menerjuni bisnis dengan senang → semangat dan gairah kerja dalam menekuni bisnis. Mampu mengubah pekerjaan menjadi kegiatan yang menggairahkan, menarik dan memberi kepuasan.
3. tanamkan bahwa menciptakan pekerjaan lebih mulia daripada mencari pekerjaan, karena akan mendukung penghasilan orang banyak.



4. tekun dalam berbisnis, karena yang menggaji adalah konsumen. Jika tidak tekun, akan di-phk konsumen.
5. tidak cepat putus asa, jika mengalami hambatan
6. kemampuan memperluas dan membina relasi merupakan kunci sukses dalam berbisnis, luas dan luwes dalam pergaulan, terutama kepada pihak yang terkait dengan bisnis kita.
7. menganggap pembeli adalah raja. Sikap ramah tamah, santun dan murah senyum merupakan salah satu kunci daya tarik terhadap pembeli.



8. jeli melihat peluang bisnis → banyak mencari informasi peluang bisnis. Kejelian dapat ditingkatkan jika kreatif dan inovatif.
9. mampu melihat dan menilai kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan sukses.
10. bersikap mental positif terhadap semua peristiwa dan mencari hikmah setiap pengalaman.
11. kebiasaan baik yang telah diperoleh merupakan harta yang penting, misal kerja pagi-pagi untuk menggunakan waktu dini secara produktif.



o Syarat menjadi wirausaha :

- o Semangat kerja (kemauan, keuletan dan ketekunan).
 - Merupakan prasyarat dasar berhasilnya usaha di segala bidang.
 - Tingkat semangat kerja ditentukan oleh nilai yang didapat dari pendidikan sejak masa kanak-kanak hingga dewasa.
- o Kemampuan atau keahlian
 - Seorang calon wirausaha perlu memiliki kemampuan /keahlian mendapatkan gagasan orisinal maupun dalam memilih orang yang tepat sesuai dengan bidangnya.



○ Kesempatan

- Gagasan dan kemampuan tidak dapat dikembangkan dengan baik jika tidak ada kesempatan.

○ Disiplin

- Faktor sangat penting dalam membentuk pribadi seorang wirausaha yang tangguh.
- Disiplin bukan merupakan sesuatu yang ada dengan sendirinya dalam pribadi, namun merupakan suatu produk dari proses pendidikan yang panjang.



○ Keberanian

- didasarkan perhitungan yang matang. Keberanian membuka gagasan usaha, mengambil keputusan atau resiko

○ Merdeka lahir batin

- Tidak menggantungkan nasibnya kepada manusia. Tidak mau diikat oleh balas jasa/balas budi dengan mengorbankan harga dirinya.

○ Modal

- Modal merupakan faktor pelengkap dalam kegiatan wirausaha.



o Kunci keberhasilan Wirausaha

o Mempunyai tujuan yang jelas.

- mengarahkan kegiatan masa kini dan mendatang.
- dirumuskan secara jelas, lugas, realistis sehingga memungkinkan untuk dicapai.
- ditetapkan berdasarkan potensi yang dimiliki

o Bekerja keras.

- ulet=tidak mudah putus asa, tekun=dengan sabar ingin mencapai sesuatu sesuai tujuan



- Mengambil resiko sedang.
 - berani mengambil resiko, namun harus didasarkan pada pertimbangan masak dan dipilih resiko yang berdampak sedang.
 - Memanfaatkan peluang.
 - Sebagian besar peluang harus dicari dengan sungguh sungguh.
 - Untuk mencari peluang perlu adanya suatu kehendak untuk mencari informasi, memperluas wawasan dan berusaha berpikir kreatif.
 - Mencari dan melihat peluang tidak cukup apabila tidak disertai dengan kemampuan memanfaatkan peluang.
- 

- Mengutamakan kejujuran.
 - Kejujuran merupakan suatu hal yang mutlak dan perlu dipertahankan oleh wirausaha, karena menyangkut nama baik.
- Mempunyai motivasi tinggi dalam berprestasi.
 - Seorang bekerja atau bertindak didasarkan pada motif-motif yang ada dalam dirinya.
 - Seorang wirausaha harus mempunyai motivasi yang tinggi untuk berprestasi.



- Berfikir dan bertindak efisien.
 - merupakan kunci keberhasilan pemanfaatan sumberdaya.
 - Pencapaian tujuan diukur efektivitas dan efisiensinya.
 - Tujuan yang dicapai tidak secara efisien merupakan suatu pemborosan.



○ Berfikir optimis.

- mememandang segala sesuatu dengan positif. Berpandangan optimis dan positif akan menggerakkan orang bertindak dan mencapai tujuan, sedang berpandangan pesimis dan negatif akan menyebabkan hambatan psikologis untuk bertindak.

○ Menghargai waktu.

- Tidak banyak yang menyadari bahwa waktu merupakan sumberdaya yang paling penting, oleh karena itu manfaatkanlah dan hargailah waktu.
 - Prestasi seseorang lebih banyak ditentukan oleh sejauh mana memanfaatkan waktunya sebaik-baiknya dan tidak menyia – nyiakan.
- 

○ Mempunyai kemampuan berkomunikasi.

- Seorang wirausaha dituntut bekerja dengan orang lain, sehingga kemampuan berkomunikasi perlu ditingkatkan, baik dengan lisan, tulisan, dan juga kemampuan mendengarkan orang lain.
- Banyak konflik dalam kerjasama karena komunikasi yang kurang baik.

○ Berpandangan jauh kedepan.

- Masa lalu adalah penting sebagai pelajaran, tetapi jangan terpaku dengan masa lalu.
- Pandangan hendaknya lebih ditujukan ke masa depan yang lebih baik.
- Dengan melihat ke depan, berarti bahwa menganalisa apa kira-kira yang akan terjadi dan atas dasar hasil analisis ini kemudian dibuatkan suatu rencana.



○ Membiasakan bekerja rapi dan sistematis.

- Bekerja dengan rapi berarti selalu berusaha bekerja dengan terorganisir.
- Membiasakan bekerja dengan rapi dan sistematis akan berdampak pada efisiensi dan efektivitas kerja yang pada akhirnya akan meningkatkan produktivitas.

○ Mempunyai pencatatan keuangan.

- Seorang wirausaha harus mempunyai pencatatan yang lengkap, tertib dan rapi berbagai transaksi keuangan.
- Tanpa adanya catatan keuangan tidak akan diketahui apakah usahanya rugi atau untung.

○ Melakukan penghematan biaya operasional.

- Ada dua komponen biaya yaitu biaya tetap dan variabel.
- Kedua komponen biaya itu pada hakekatnya dapat dihemat melalui perencanaan, tindakan efisien dan pengendalian secara terpadu.
- Bagi wirausaha pemula, lebih baik menekan biaya tetap sekecil mungkin dan mengatur biaya variabel sesuai dengan skala atau perkembangan usahanya.

○ Menekan biaya material.

- Komponen biaya tenaga kerja pada dasarnya sulit diturunkan namun biaya material lebih fleksibel dan mudah dirubah.
- Rasio biaya material yang mencapai 70 % atau lebih dari harga jual, maka usaha tersebut di ambang kehancuran.
- Untuk mengurangi biaya material dapat dilakukan dengan cara : a) membeli bahan baku maupun bahan pembantu dengan partai besar, b) menekan pemborosan material dan c) mencari alternatif material pengganti.

○ Mengusahakan pembeli sebagai pelanggan tetap.

- Proses penjualan tidak berhenti pada saat pembeli membayar barang yang telah dibelinya. Pembeli yang merasa puas, akan kembali membeli lagi.
- Wirausaha harus dapat menangkap keinginan dan kebutuhan pembeli serta berusaha untuk mengetahui ukuran kepuasan dari pembeli.



- Melakukan pengawasan secara ketat terhadap piutang.
 - Banyak wirausaha pailit karena piutang.
 - Bagi wirausaha pemula, dapat menjual dengan cara kredit, akan tetapi konsekuensinya harus diikuti dengan melakukan pengawasan secara ketat terhadap piutang.
 - Harus membuat daftar piutang disesuaikan dengan waktu jatuh temponya dan secara intensif melakukan penagihan.
- Selalu meningkatkan diri.
 - Seorang wirausaha seharusnya jangan puas dengan kemampuan yang ada pada dirinya saat ini.
 - Harus menyadari bahwa tantangan dan pekerjaan masa datang akan lebih berat, sehingga harus berusaha meningkatkan diri.
 - Keinginan untuk meningkatkan diri harus didasarkan pada keyakinan bahwa dirinya mempunyai kelemahan yang perlu diatasi.
 - Kemampuan untuk selalu melihat kelemahan dirinya perlu selalu ditingkatkan.
 - Yang penting dalam peningkatan diri itu adalah keterbukaan diri untuk menerima hal-hal yang baru.

SIFAT WIRAUSAHA DAN CARA MENGEMBANGKAN

No	Sifat	Cara mengembangkan
1	Taqwa - Sifat percaya kepada TYME dan berperilaku sesuai tuntunan agama	a. mensyukuri nikmat Tuhan b. ibadah
2	Harga diri - sifat mencintai diri sendiri	a. posisi wajar b. biasakan tidak mudah tersinggung c. tunjukkan anda diperhitungkan d. hindari peluang dilecehkan orang

3	Kemauan Kuat - Suatu kekuatan yang dapat membuka jalan memecahkan dan menyelesaikan masalah	a. biasakan diri menyelesaikan masalah dengan tuntas b. olah raga c. membaca buku petualangan
4	Tekun - sifat telaten menghadapi setiap pekerjaan	a. belajar sabar b. latihan konsentrasi c. perhatikan sesuatu secara detail
5	Tangguh - sifat mampu memikul beban yang banyak	a. menahan diri b. mau menderita c. hidup sederhana d. kerja keras dan banyak

6	Ulet - kemampuan menggunakan segala kesempatan	a. peka terhadap lingkungan b. haus masalah c. Olah raga: agar energik
7	Disiplin - Sifat taat aturan	a. kerja berencana b. kegiatan teratur c. bagi waktu
8	Efektif -Menghasilkan	a. orientasi tujuan b. menghitung kuantitatif 

9	Efisien	a. Hemat b. membeli yang perlu c. memanfaatkan waktu
10	Berani - berani mengambil resiko	a. sering mencoba-coba sesuatu yang baru b. sering membuat keputusan
11	Tak lekas puas - ingin berbuat lebih	a. mengenal kemampuan yang dimiliki b. melihat keberhasilan orang lain 

12	Berinisiatip - sifat mendahului orang lain	a. Peka b. ungkap masalah
13	Percaya diri - yakin pada kemampuannya	a. mengenal kemampuan b. mengenal kelemahan
14	Rasional - sikap berpikir yang menggunakan akal obyektif	a. sering diskusi b. keputusan berdasarkan pada fakta c. tahu diri 

15	Komunikatif - sikap terbuka, pandai bicara	a. Diskusi b. latihan menjual
16	Teliti - sifat berpikir detail	a. kerja sampai tuntas b. memahami sesuatu sampai detail
17	Berfisik kuat - fisik sehat dan energik	a. olah raga b. gizi baik c. bela diri 

18	Jujur - suatu sifat apa adanya dan tidak bohong	a. latihan disiplin b. ibadah
19	Ahli - paham dan menguasai bidang	Latihan



Kewirausahaan

Oleh:

Muhammad Zaki, S.Pt,M.Si

Cara Untuk Memasuki Dunia Usaha



Bentuk usaha baru yang dapat dirintis yaitu:

MERINTIS USAHA BARU (*STARTING*)

1. Perusahaan milik sendiri (*sole proprietorship*)

Bentuk usaha yang dimiliki dan dikelola sendiri oleh seseorang.

2. Persekutuan (*partnership*)

Suatu kerjasama (asosiasi) dua orang atau lebih yang secara bersama-sama menjalankan usaha bersama.

3. Perusahaan berbadan hukum (*corporation*)

Perusahaan yang didirikan atas dasar badan hukum dengan modal saham-saham.



Seorang wirausahawan harus memiliki:

- ☐ Kecakapan untuk bekerja
- ☐ Kemampuan mengorganisir
- ☐ Kreatif
- ☐ Lebih menyukai tantangan

Keunggulan perusahaan baru:

- ☐ Mampu mengidentifikasi kebutuhan pelanggan
- ☐ Mampu mengidentifikasi kemampuan pesaing

Pendekatan yang digunakan wirausaha untuk mencari peluang

Pendekatan "*in-side out*" atau "*idea generation*"

- **Gagasan sebagai kunci yang menentukan keberhasilan usaha**

Pendekatan "*the outside in*" atau "*opportunity recognition*"

- **Melihat kebutuhan pasar**
- **Merespon kebutuhan pasar**

Alat untuk mencari peluang bisnis/usaha:

Media Massa

Media Sosial

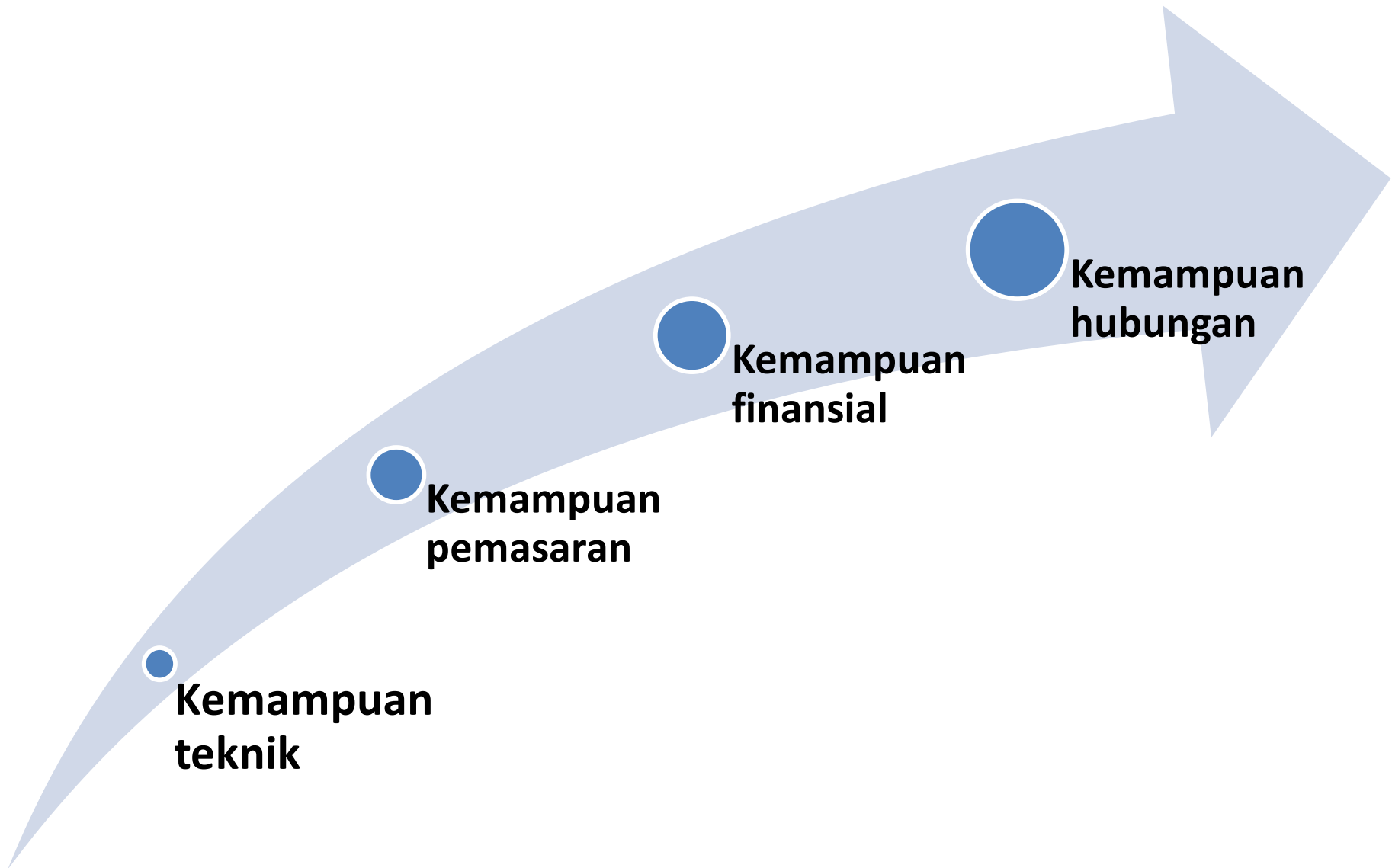
**Laporan periodik
tentang perubahan
ekonomi**

**Jurnal
perdagangan dan
pameran dagang**

**Publikasi
pemerintah**

**Informasi lisensi
produk yang
disediakan oleh broker,
universitas, dan
korporasi lainnya**

***Kompetensi usaha yang diperlukan seorang calon wirausaha
(Norman Scarborough):***



Diawali dengan adanya ide

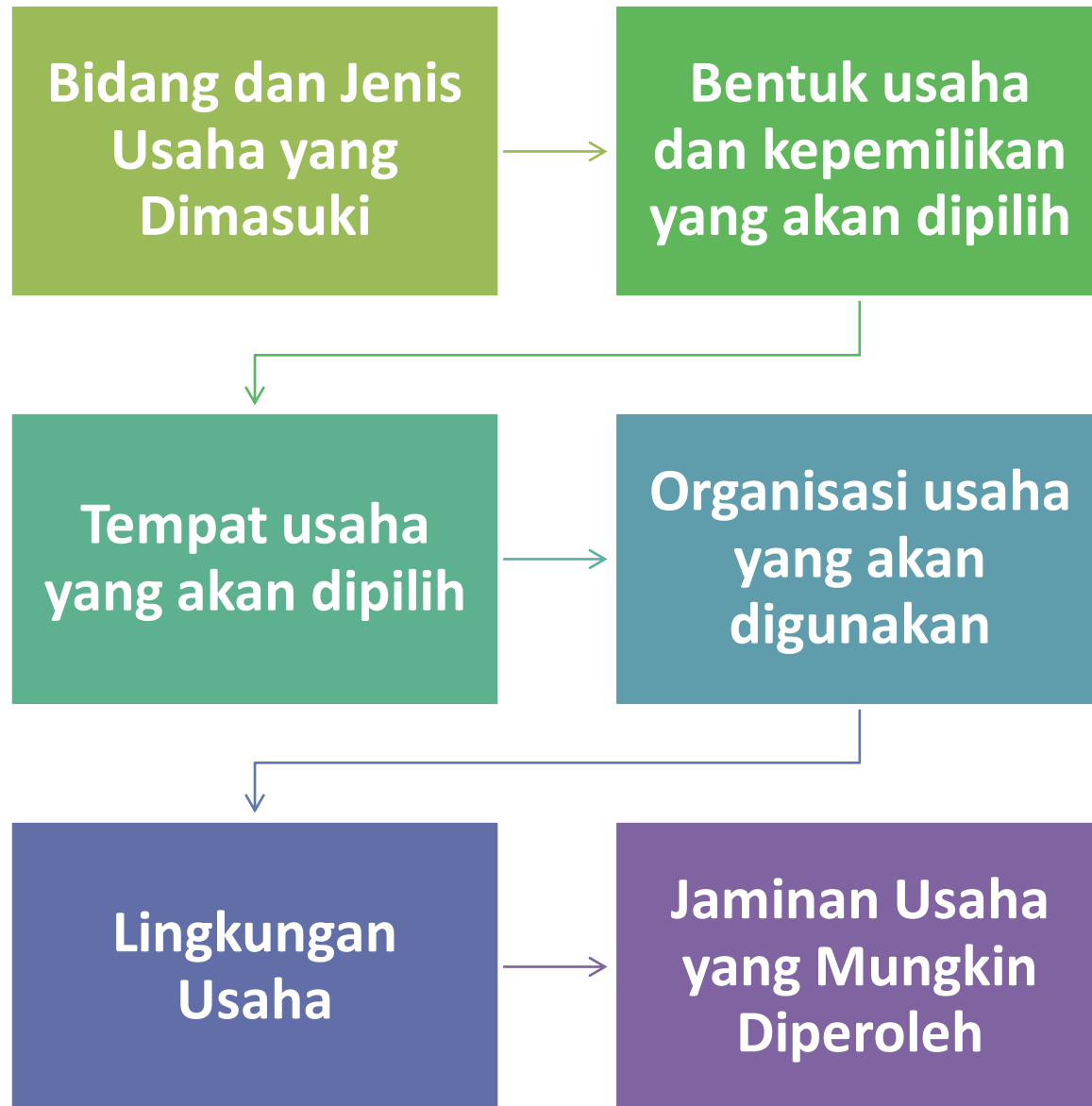
**Mencari sumber dana dan fasilitas barang, uang,
dan orang**

***Tahapan
memulai
Usaha
Baru***

Obyek bisnis memiliki pasar

**Memperhatikan peluang pasar sebelum produk
diciptakan**

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam merintis usaha baru:



Bidang dan Jenis Usaha yang Dimasuki

- ☐ Bidang usaha pertanian (*agriculture*)
- ☐ Bidang usaha pertambangan (*mining*)
- ☐ Bidang usaha pabrikasi (*manufacturing*)
- ☐ Bidang usaha konstruksi
- ☐ Bidang usaha perdagangan (*trade*)
- ☐ Bidang jasa keuangan (*financial service*)
- ☐ Bidang jasa perseorangan (*personal service*)
- ☐ Bidang usaha jasa-jasa umum (*public service*)
- ☐ Bidang usaha jasa wisata (*tourism*)
 - *usaha jasa parawisata*
 - *pengusahaan objek dan daya tarik wisata*
 - *usaha sarana wisata*

Bentuk usaha dan kepemilikan yang akan dipilih

- **Perusahaan Perorangan** (*sole proprietorship*) → satu orang
- **Persekutuan** (*Partnership*) → asosiasi dua orang atau lebih yang menjadi pemilik bersama
- **Perseroan** (*Corporation*) → anggotanya terdiri atas para pemegang saham
- **Firma** → nama bersama

Tempat usaha yang akan dipilih

- Mempertimbangkan aspek efisiensi & efektivitas
- Alternatif menentukan tempat memulai usaha: Membangun bila ada tempat yang strategis, Membeli atau menyewakan bila lebih strategis dan menguntungkan, Kerja sama bagi hasil, bila memungkinkan

Organisasi usaha yang akan digunakan

- ❑ Perpaduan fungsi kewirausahaan dan manajerial
- ❑ Hubungan yang timbul antara organisasi perusahaan dengan lingkup usaha
 1. Semakin besar lingkup usaha, semakin kompleks organisasinya
 2. Semakin kecil lingkup usaha, semakin sederhana organisasinya
 3. Semakin kecil perusahaan maka fungsi kewirausahaan akan semakin besar, tetapi fungsi manajerial yang dimilikinya akan semakin kecil
 4. Lingkup usaha kecil umumnya organisasinya dikelola sendiri
 5. Pengusaha kecil umumnya berperan sebagai *small business owner-manager/small business operator*

Organisasi usaha yang akan digunakan

- ❑ Perpaduan fungsi kewirausahaan dan manajerial
- ❑ Hubungan yang timbul antara organisasi perusahaan dengan lingkup usaha
 1. Semakin besar lingkup usaha, semakin kompleks organisasinya
 2. Semakin kecil lingkup usaha, semakin sederhana organisasinya
 3. Semakin kecil perusahaan maka fungsi kewirausahaan akan semakin besar, tetapi fungsi manajerial yang dimilikinya akan semakin kecil
 4. Lingkup usaha kecil umumnya organisasinya dikelola sendiri
 5. Pengusaha kecil umumnya berperan sebagai *small business owner-manager/small business operator*

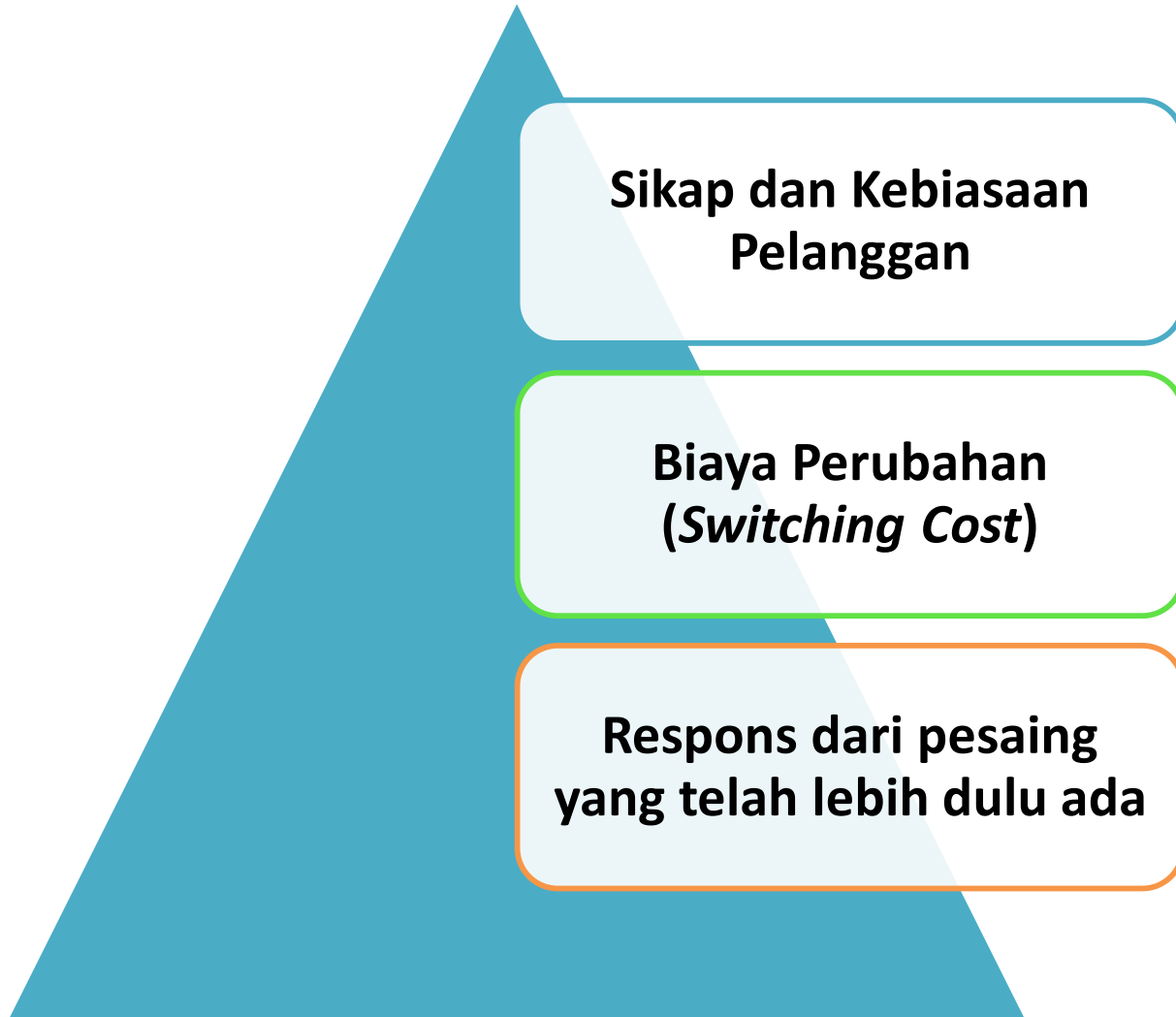
Hal-hal yang harus diperhatikan dalam merintis usaha baru (Ljtn):

e) Jaminan Usaha yang Mungkin Diperoleh

f) Lingkungan Usaha

- ☐ ***Lingkungan Usaha Mikro*** → ada kaitan langsung dengan operasional perusahaan
- ☐ ***Lingkungan Usaha Makro*** → di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi daya hidup perusahaan secara keseluruhan
 1. Lingkungan Ekonomi
 2. Lingkungan Teknologi
 3. Lingkungan Sosial Politik
 4. Lingkungan Demografis dan Gaya Hidup

Hambatan dalam Memasuki Industri



Paten, Merk Dagang, dan Hak Cipta :

Perlindungan produk – produk perusahaan untuk menghindari usaha – usaha meniru dan menduplikasi yang dilakukan oleh pihak lain

☐ *Paten*

Pengakuan lembaga yang berwenang kepada perusahaan atas penemuan produk dan perusahaan tersebut diberi wewenang untuk membuat, menggunakan dan menjual penemuannya selama paten tersebut masih dalam jaminan

☐ *Merk Dagang*

Berbentuk simbol atau nama atau logo atau slogan atau tempat dagang

☐ *Hak Cipta*

Hak istimewa guna melindungi pencipta atas keorisinilan (keaslian) ciptaannya

Langkah-langkah Mendapatkan Hak Paten:



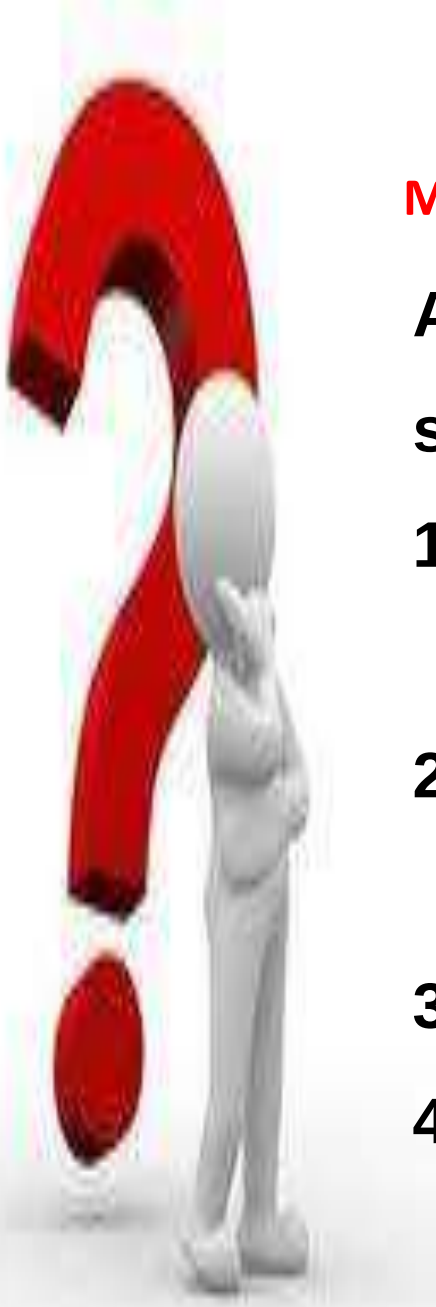
MEMBELI PERUSAHAAN YANG SUDAH DIDIRIKAN (*BUYING*)

Beberapa alasan *Buying*:

1. Resiko lebih rendah
2. Lebih mudah dalam memasuki dunia usaha
3. Memiliki peluang untuk membeli dengan harga yang dapat ditawar

Permasalahan *Buying*:

- ☐ *Masalah eksternal* → lingkungan
- ☐ *Masalah internal* → masalah di dalam perusahaan



MEMBELI PERUSAHAAN YANG SUDAH DIDIRIKAN (*BUYING*)

Aspek yang perlu dipertimbangkan sebelum *Buying*:

- 1. Pengalaman apa yang dimiliki untuk mengoperasikan perusahaan tersebut?**
- 2. Mengapa perusahaan tersebut berhasil tetapi kritis?**
- 3. Di mana lokasi perusahaan tersebut?**
- 4. Apakah membeli perusahaan tersebut akan lebih menguntungkan ketimbang merintis sendiri usaha baru?**



MEMBELI PERUSAHAAN YANG SUDAH DIDIRIKAN (*BUYING*)

Langkah-langkah setelah memutuskan *Buying*:

- 1. Yakinlah bahwa anda tidak akan merintis usaha baru (memulai dari awal)**
- 2. Tentukan jenis perusahaan yang diinginkan dan apakah anda mampu mengelolanya**
- 3. Pertimbangkan gaya hidup yang anda inginkan**
- 4. Pertimbangkan usaha yang diinginkan**
- 5. Pertimbangkan kembali gaya hidup**

KERJASAMA MANAJEMEN/ WARALABA (*Franchising*)

- ✓ Suatu kerja sama antara *entrepreneur* (*Franchise*) dengan perusahaan besar (*Franchisor*) dalam mengadakan persetujuan jual beli hak monopoli untuk menyelenggarakan usaha
- ✓ Model usaha ini dapat digambarkan sebagai kerjasama manajemen untuk menjalankan perusahaan cabang/penyalur
- ✓ Inti *Franchising* adalah memberi hak monopoli untuk menyelenggarakan usaha dari perusahaan induk

KESIMPULAN

Bentuk	Kelebihan	Kekurangan
Merintis usaha (Starting)	• Gagasan Murni • Bebas beroperasi • Fleksibel dan mudah penggunaan	• Pengakuan nama barang • Fasilitas inefisien • Persaingan kurang diketahui
Membeli perusahaan (Buying)	• Kemungkinan sukses • Lokasi sudah cocok • Karyawan dan pemasok biasanya sudah mantap • Sudah siap operasi	• Perusahaan yang dijual biasanya lemah • Peralatan tak efisien • Mahal • Sulit inovasi
Kerjasama manajemen (Franchising)	• Mendapat pengalaman dalam logo, nama, metode teknik produksi, pelatihan dan bantuan modal • Penggunaan nama, merk yang sudah dikenal	• Tidak mandiri • Kreativitas tidak berkembang • Menjadi kurang independen, terdominasi, rentan terhadap perubahan <i>franchisor</i>



TERIMA KASIH

THANK YOU

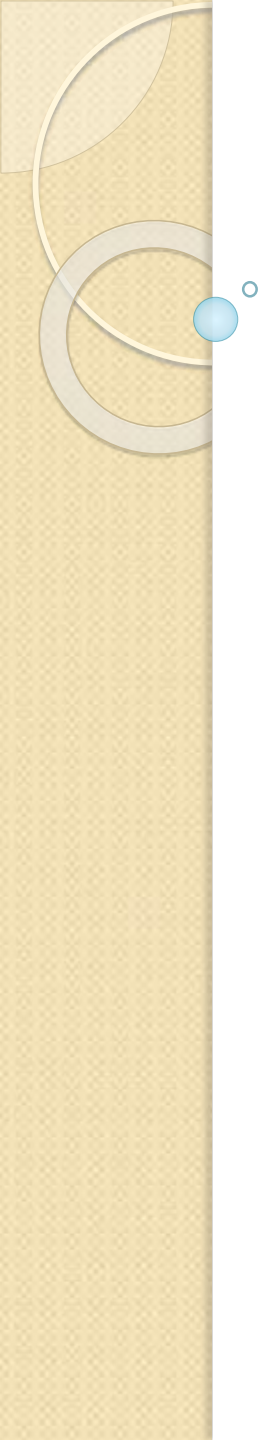
SYUKRAN

KAM SIA

MATUR SUWUN

MAULIATE

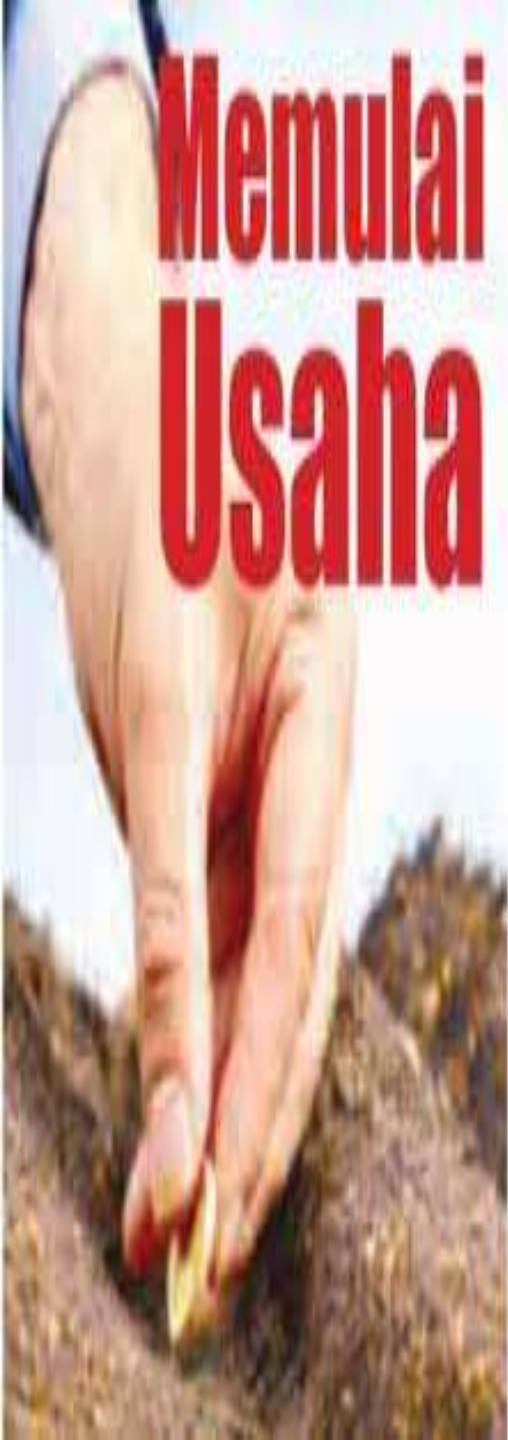
BUJUR



Cara Merintis Usaha Baru

Oleh

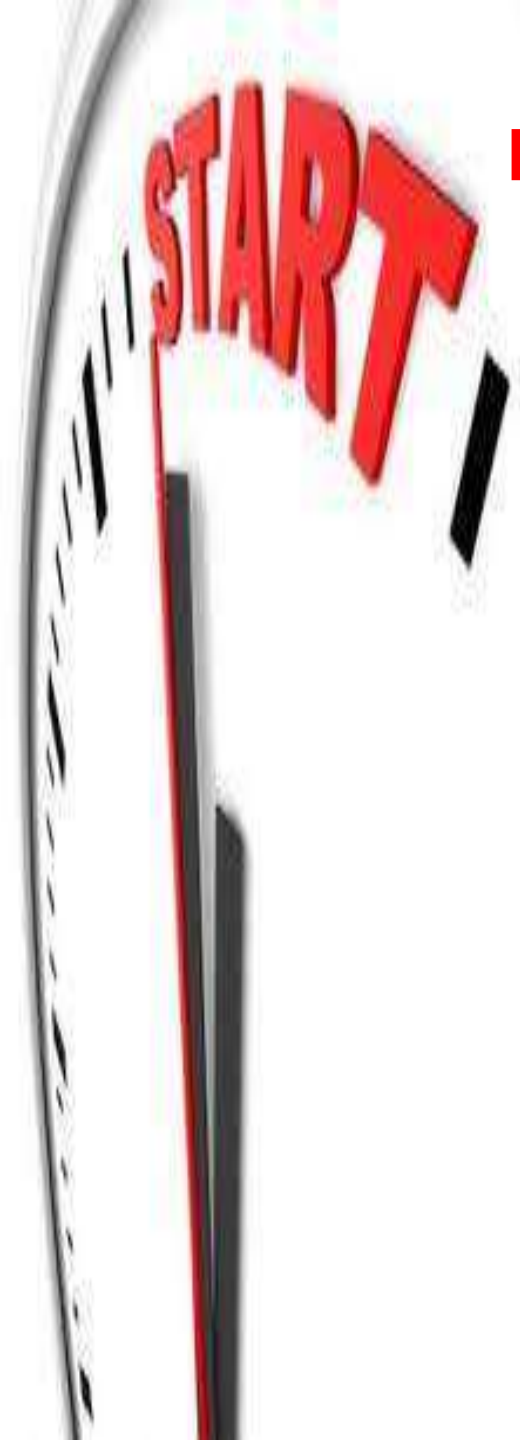
Muhammad Zaki, S.Pt, M.si



Memulai
Usaha

Cara Untuk Memasuki Dunia Usaha

- ❖ Merintis usaha baru
(***starting***)
- ❖ Dengan membeli perusahaan
orang lain (***buying***)
- ❖ Kerjasama manajemen
(***franchising***)



MERINTIS USAHA BARU (STARTING)

Bentuk usaha baru yang dapat dirintis yaitu:

1. **Perusahaan milik sendiri (*sole proprietorship*)**, bentuk usaha yang dimiliki dan dikelola sendiri oleh seseorang.
2. **Persekutuan (*partnership*)**, suatu kerjasama (asosiasi) dua orang atau lebih yang secara bersama-sama menjalankan usaha bersama.
3. **Perusahaan berbadan hukum (*corporation*)**, perusahaan yang didirikan atas dasar badan hukum dengan modal saham-saham.



**Usaha
Mandiri**

Seorang wirausahawan harus memiliki:

- ☐ **Kecakapan untuk bekerja**
- ☐ **Kemampuan mengorganisir**
- ☐ **Kreatif**
- ☐ **Lebih menyukai tantangan**

Keunggulan perusahaan baru:

- **Mampu mengidentifikasi kebutuhan pelanggan**
- **Mampu mengidentifikasi kemampuan pesaing**

Hasil survei Peggy Lambing (2000:90):

- ✓ 43% responden (wirausaha) mendapatkan ide bisnis dari pengalaman bekerja
- ✓ 15% responden telah mencoba dan mereka merasa mampu mengerjakannya dengan lebih baik
- ✓ 11% responden memulai usaha untuk memenuhi peluang pasar
- ✓ 31% memulai usaha karena hobi





Pendekatan yang digunakan wirausaha untuk mencari peluang :

- Pendekatan **"in-side out"** atau **"idea generation"** → **gagasan sebagai kunci yang menentukan keberhasilan usaha.**
- Pendekatan **"the out-side in"** atau **"opportunity recognition"** → **merespon kebutuhan pasar**

Alat untuk mencari peluang bisnis/usaha:

- a. Surat kabar**
- b. Laporan periodik tentang perubahan ekonomi**
- c. Jurnal perdagangan dan pameran dagang**
- d. Publikasi pemerintah**
- e. Informasi lisensi produk yang disediakan oleh broker, universitas, dan korporasi lainnya.**



Kompetensi usaha yang diperlukan seorang calon wirausaha (Norman Scarborough):

- ❖ **Kemampuan teknik**
- ❖ **Kemampuan pemasaran**
- ❖ **Kemampuan finansial**
- ❖ **Kemampuan hubungan**



Tahapan memulai Usaha Baru:

- ❖ **Diawali dengan adanya ide**
- ❖ **Mencari sumber dana dan fasilitas barang, uang, dan orang**
- ❖ **Obyek bisnis memiliki pasar**
- ❖ **Memperhatikan peluang pasar sebelum produk diciptakan**



Hal-hal yang harus diperhatikan dalam merintis usaha baru:

a) Bidang dan Jenis Usaha yang Dimasuki

1. Bidang usaha pertanian (*agriculture*)
2. Bidang usaha pertambangan (*mining*)
3. Bidang usaha pabrikan (*manufacturing*)
4. Bidang usaha konstruksi
5. Bidang usaha perdagangan (*trade*)
6. Bidang jasa keuangan (*financial service*)
7. Bidang jasa perseorangan (*personal service*)
8. Bidang usaha jasa-jasa umum (*public service*)
9. Bidang usaha jasa wisata (*tourism*)
 - ***usaha jasa pariwisata***
 - ***pengusahaan objek dan daya tarik wisata***
 - ***usaha sarana wisata***

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam merintis usaha baru (Ljtn):

b) Bentuk usaha dan kepemilikan yang akan dipilih

- 1. Perusahaan Perorangan** (*sole proprietorship*) → satu orang
- 2. Persekutuan** (*Partnership*) → asosiasi dua orang atau lebih yang menjadi pemilik bersama
- 3. Perseroan** (*Corporation*) → anggotanya terdiri atas para pemegang saham
- 4. Firma** → nama bersama



Hal-hal yang harus diperhatikan dalam merintis usaha baru (Ljtn):

c) Tempat usaha yang akan dipilih

- ☐ **Mempertimbangkan aspek efisiensi & efektivitas**
- ☐ **Alternatif menentukan tempat memulai usaha**
 - 1. Membangun bila ada tempat yang strategis**
 - 2. Membeli atau menyewakan bila lebih strategis dan menguntungkan**
 - 3. Kerja sama bagi hasil, bila memungkinkan**



d) Organisasi usaha yang akan digunakan

- ☐ **Perpaduan fungsi kewirausahaan dan manajerial**
- ☐ **Hubungan yang timbul antara organisasi perusahaan dengan lingkup usaha**
 - 1. Semakin besar lingkup usaha, semakin kompleks organisasinya**
 - 2. Semakin kecil lingkup usaha, semakin sederhana organisasinya**
 - 3. Semakin kecil perusahaan maka fungsi kewirausahaan akan semakin besar, tetapi fungsi manajerial yang dimilikinya akan semakin kecil**
 - 4. Lingkup usaha kecil umumnya organisasinya dikelola sendiri**
 - 5. Pengusaha kecil umumnya berperan sebagai *small business owner-manager/small business operator***

A close-up photograph of a hand holding a 50,000 Indonesian Rupiah banknote. The banknote is green and white, with the number '50.000' visible. The hand is positioned vertically, with the thumb and index finger gripping the edges of the note.

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam merintis usaha baru (Ljtn):

e) Jaminan Usaha yang Mungkin Diperoleh

f) Lingkungan Usaha

- ☐ ***Lingkungan Usaha Mikro*** → ada kaitan langsung dengan operasional perusahaan
- ☐ ***Lingkungan Usaha Makro*** → di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi daya hidup perusahaan secara keseluruhan
 - 1. Lingkungan Ekonomi**
 - 2. Lingkungan Teknologi**
 - 3. Lingkungan Sosial Politik**
 - 4. Lingkungan Demografis dan Gaya Hidup**



Hambatan dalam Memasuki Industri :

- ☐ **Sikap dan Kebiasaan Pelanggan**
- ☐ **Biaya Perubahan (*Switching Cost*)**
- ☐ **Respons dari pesaing yang telah lebih dulu ada**

Paten, Merk Dagang, dan Hak Cipta :

Perlindungan produk – produk perusahaan untuk menghindari usaha – usaha meniru dan menduplikasi yang dilakukan oleh pihak lain

- ❑ ***Paten*** → pengakuan lembaga yang berwenang kepada perusahaan atas penemuan produk dan perusahaan tersebut diberi wewenang untuk membuat, menggunakan dan menjual penemuannya selama paten tersebut masih dalam jaminan



Langkah-langkah Mendapatkan Hak Paten:

- ☐ **Tetapkan bahwa yang ditemukan betul – betul baru**
- ☐ **Dokumentasikan alat yang ditemukan tersebut**
- ☐ **Telusuri paten – paten yang telah ada**
- ☐ **Pelajari hasil telusuran**
- ☐ **Mengajukan lamaran paten**





Paten, Merk Dagang, dan Hak Cipta (Lanjutan):

- ❑ ***Merk Dagang*** → berbentuk simbol atau nama atau logo atau slogan atau tempat dagang
- ❑ ***Hak Cipta*** → hak istimewa guna melindungi pencipta atas keorisinilan (keaslian) ciptaannya



MEMBELI PERUSAHAAN YANG SUDAH DIDIRIKAN (*BUYING*)

Beberapa alasan *Buying*:

- 1. Resiko lebih rendah**
- 2. Lebih mudah dalam memasuki dunia usaha**
- 3. Memiliki peluang untuk membeli dengan harga yang dapat ditawar**



MEMBELI PERUSAHAAN YANG SUDAH DIDIRIKAN (*BUYING*)

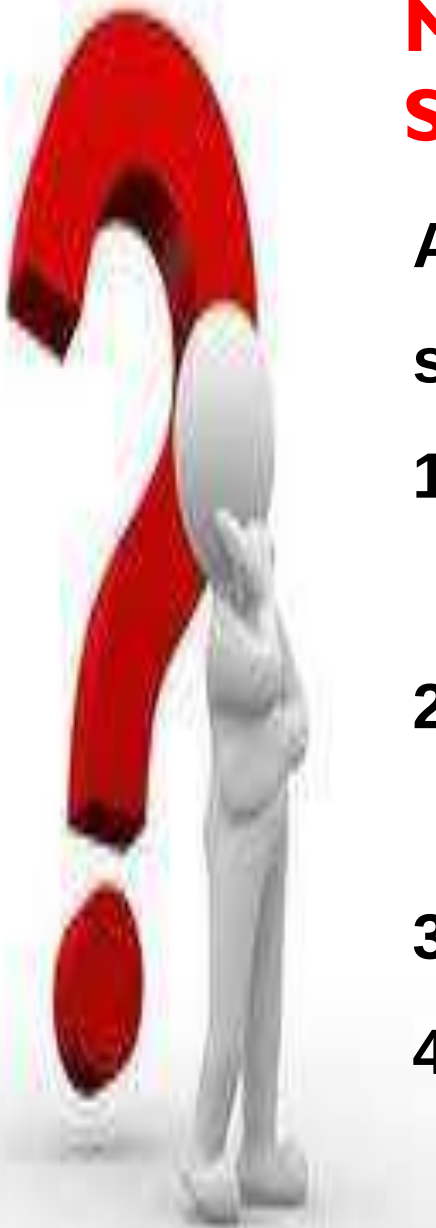
Permasalahan *Buying*:

- 1. Masalah eksternal* → lingkungan**
- 2. Masalah internal* → masalah di dalam perusahaan**

MEMBELI PERUSAHAAN YANG SUDAH DIDIRIKAN (*BUYING*)

Aspek yang perlu dipertimbangkan
sebelum *Buying*:

1. Pengalaman apa yang dimiliki untuk mengoperasikan perusahaan tersebut?
2. Mengapa perusahaan tersebut berhasil tetapi kritis?
3. Di mana lokasi perusahaan tersebut?
4. Apakah membeli perusahaan tersebut akan lebih menguntungkan ketimbang merintis sendiri usaha baru?



MEMBELI PERUSAHAAN YANG SUDAH DIDIRIKAN (*BUYING*)

Langkah-langkah setelah memutuskan *Buying*:

1. Yakinlah bahwa anda tidak akan merintis usaha baru (memulai dari awal)
2. Tentukan jenis perusahaan yang diinginkan dan apakah anda mampu mengelolanya
3. Pertimbangkan gaya hidup yang anda inginkan
4. Pertimbangkan usaha yang diinginkan
5. Pertimbangkan kembali gaya hidup





KERJASAMA MANAJEMEN/ WARALABA (*Franchising*)

- ✓ Suatu kerja sama antara *entrepreneur* (*Franchise*) dengan perusahaan besar (*Franchisor*) dalam mengadakan persetujuan jual beli hak monopoli untuk menyelenggarakan usaha
- ✓ Model usaha ini dapat digambarkan sebagai kerjasama manajemen untuk menjalankan perusahaan cabang/penyalur
- ✓ Inti *Franchising* adalah memberi hak monopoli untuk menyelenggarakan usaha dari perusahaan induk

KESIMPULAN

Bentuk	Kelebihan	Kekurangan
Merintis usaha (Starting)	• Gagasan Murni • Bebas beroperasi • Fleksibel dan mudah penggunaan	• Pengakuan nama barang • Fasilitas inefisien • Persaingan kurang diketahui
Membeli perusahaan (Buying)	• Kemungkinan sukses • Lokasi sudah cocok • Karyawan dan pemasok biasanya sudah mantap • Sudah siap operasi	• Perusahaan yang dijual biasanya lemah • Peralatan tak efisien • Mahal • Sulit inovasi
Kerjasama manajemen (Franchising)	• Mendapat pengalaman dalam logo, nama, metode teknik produksi, pelatihan dan bantuan modal • Penggunaan nama, merk yang sudah dikenal	• Tidak mandiri • Kreativitas tidak berkembang • Menjadi kurang independen, terdominasi, rentan terhadap perubahan <i>franchisor</i>



TERIMA KASIH

THANK YOU

SYUKRAN

KAM SIA

MATUR SUWUN

MAULIATE

BUJUR

Kerirausahaan

Oleh:

Muhammad zaki, S.Pt, M.Si

V. BUSINESS PLAN

5.1. Pengertian *Business Plan*

1. Dokumen yang menyatakan keyakinan akan kemampuan sebuah bisnis untuk menjual barang atau jasa dengan menghasilkan profit yang memuaskan dan menarik bagi penyandang dana.
2. *Selling document* yang mengungkapkan daya tarik dan harapan sebuah bisnis kepada penyandang dana potensial.

Business Plan dibuat jangka pendek dan jangka panjang yang akan diikuti oleh wirausaha sehingga bisa digunakan untuk menjawab pertanyaan: Di mana saya sekarang?, Ke mana saya sekarang?, Bagaimana saya bisa sampai di sana?.

5.2. Manfaat *Business Plan*

5.2.1. Pentingnya Rencana >< Coba-Coba ?

1. Usaha apa
2. Mengapa memilih usaha tersebut
3. Lokasinya di mana
4. Siapa konsumennya
5. Dari mana modalnya.... dan sebagainya

5.2.2. Keuntungan Perencanaan Usaha

1. Sebagai kendali perusahaan
2. Menjaga fokus usaha

5.2.3. Pentingnya *Business Plan*

1. *To sell yourself on the business*
2. *To obtain bank financing*
3. *To obtain investment fund*
4. *To erange strategic alliances*
5. *To obtain large contracts*
6. *To attract key employes*
7. *To complete mergers and acquisitions*
8. *To motive and focus your management team*

Business Plan yang kurang baik → kegagalan

- Tujuan → tidak masuk akal
- Pengusaha → kurang tanggung jawab
- Pengalaman perencanaan tidak ada
- Tidak bisa menangkap ancaman dan kelemahan bisnisnya
- konsumen tidak mengharap produk tersebut.

5.3. Stakeholder dalam Business Plan

1. Pihak Intern Perusahaan

(Manajer, Pegawai dan Karyawan yang berwenang)

2. Pihak Ekstern Perusahaan

(Investor, Mitra usaha)

5.4. Kerangka dan Format *Business Plan*

1. Nama perusahaan (pendek, mudah, enak, *up to date*)
2. Lokasi: Perkantoran (pengelolanya)
 Perusahaan (pabrik, *processing**)
 Pertokoan
3. Komoditi yang diusahakan **)
4. Konsumen yang dituju (total permintaan, kapan)
5. Pasar yang dimasuki
6. *Partner* yang diajak kerjasama (*Partnership**)
7. Personil yang dipercaya
8. Jumlah modal yang diharapkan dan yang tersedia → modal sendiri, kredit, *invest*, tempo/jangka, *cash budget*, likuiditas, dan sebagainya.
9. Peralatan yang harus ada (*under / over investment*)
10. Promosi

VI. *Marketing Plan*

6.1. Pengertian *Marketing Plan*

Marketing Plan adalah suatu proses menentukan dengan tepat apa yang akan dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya.

Ruang Lingkup:

Where have we been?

- Latar belakang perusahaan
- Kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) perusahaan (faktor dalam)
- Persaingan
- Peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang dihadapi (faktor luar)

Where do we want to go?

- Tujuan dan sasaran di masa yang akan datang

How do we get there

- Strategi pemasaran
- Penentuan budget dan memprediksikan pendapatan dan cash flownya

6.2. Manfaat *Marketing Plan*

- Pengelola harus memahami rencana pemasaran yaitu sebagai penuntun untuk mengimplementasikan pengambilan keputusan dalam pemasaran.
- Inti kegiatan rencana pemasaran yaitu:
 1. Menganalisis situasi lingkungan dan peluang pasar
 2. Mengembangkan sasaran pemasaran
 3. Menetapkan strategi pemasaran
 4. Menciptakan taktik dan tindakan pelaksanaan

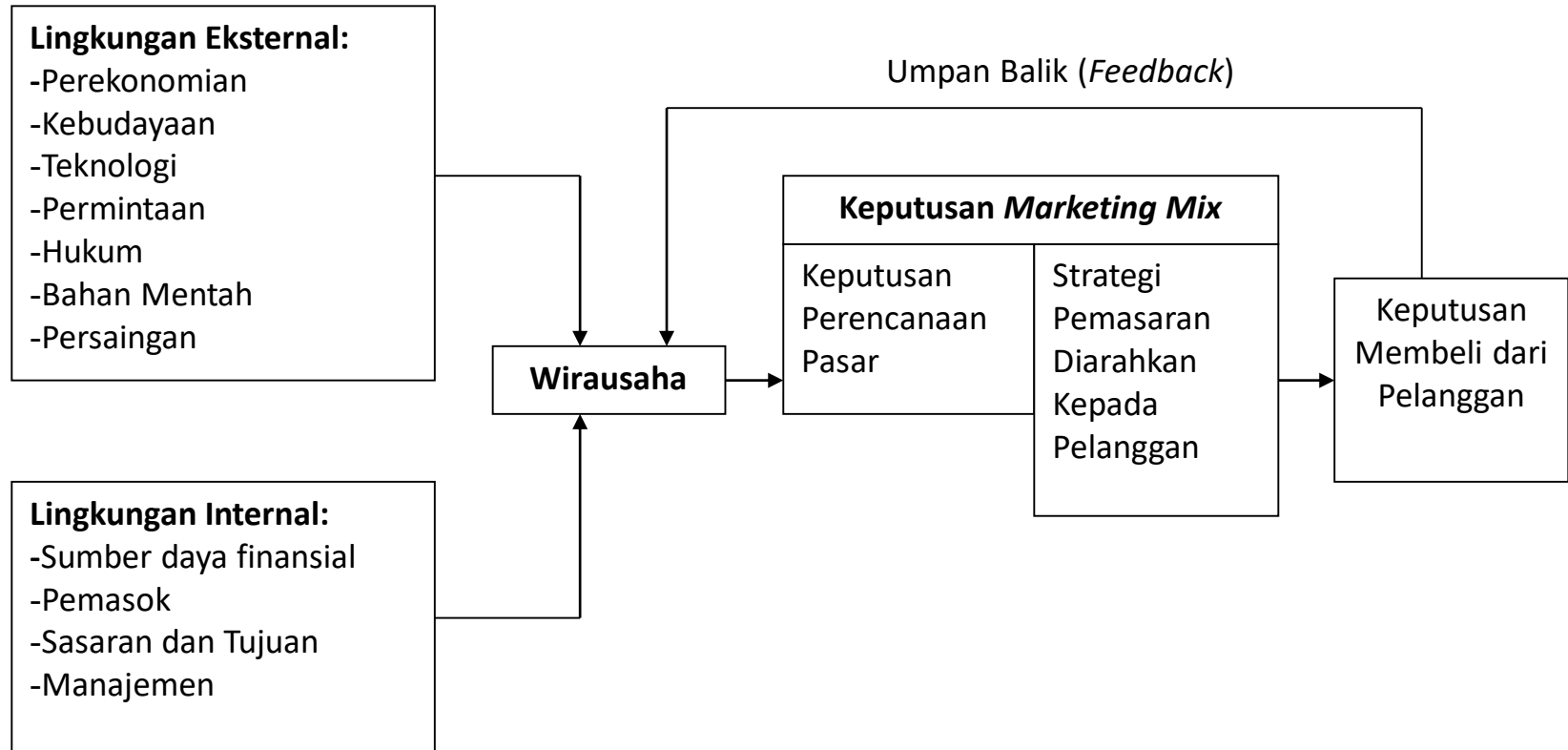
6.3. Karakteristik Rencana Pemasaran yang Efektif:

1. Memberikan strategi untuk mencapai misi dan tujuan perusahaan.
2. Harus didasarkan pada fakta dan asumsi yang benar tentang.
3. Menyediakan sumber-sumber yang diperlukan: SDM, keuangan, alokasi peralatan dan sebagainya.
4. Rencana pemasaran harus fleksibel.
5. Spesifikasi kriteria kinerja sehingga dapat dikontrol dan dimonitor pencapaiannya.

Fakta dan asumsi yang diperlukan adalah:

1. Siapa target market, di mana lokasi mereka, berapa yang mereka beli, dari siapa mereka beli dan mengapa?
2. Bagaimana promosi dan iklan yang lebih efektif
3. Bagaimana perubahan harga di pasar, siapa yang menyebabkan perubahan dan mengapa berubah?
4. Bagaimana saluran distribusi barang dan apa fungsi dari setiap agen pemasaran.
5. Bagaimana keadaan pesaing, di mana lokasi mereka, dan apa keuntungan dan kekurangan mereka?
6. Apa teknik pemasaran pesaing yang sukses
7. Apa tujuan perusahaan di masa yang akan datang?
8. Apa kelemahan, kekuatan, peluang dan kendala perusahaan

6.4. Analisis Lingkungan



Gambar 1. Sistem Pemasaran
Sumber: Wiratmo (2001)

6.5. Konsep Pemasaran

1. *Product Concept*

: orientasi pada produk

2. *Selling Concept*

: orientasi pada penjualan

3. *Marketing Concept*

: orientasi pada pemasaran

4. *Responsibility*

: orientasi pada rasa tanggung jawab

Konsep AIDAS

1. *Attention* (Perhatian)

2. *Interest* (Ketertarikan)

3. *Desire* (Keinginan)

4. *Action* (Tanya, tawar, beli)

5. *Satisfaction* (kepuasan, sehingga akan kembali lagi)

6.6. Strategi Pemasaran

- Strategi pemasaran harus:
 1. Berdasar tujuan pemasaran
 2. Dapat mengidentifikasi segmen pasar
 3. Dapat menentukan Target Market
 4. Ada Positioning yang diinginkan
 5. Mengerti bauran pemasaran (Marketing Mix)

Positioning yang diinginkan berdasar atas:

- Perbedaan produk, kita memiliki kekuatan dari produk kita sedang pesaing tidak.
- Atribut produk, atribut apa saja yang dimiliki produk kita dan dirasakan bermanfaat oleh konsumen.
- Pengguna produk, misalnya golongan tertentu dan memang tidak dibuat untuk umum (spesial)
- Pemakaian produk, misal: ekstra jos untuk dikonsumsi para pekerja keras.
- Para pesaing, membandingkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki pesaing, sehingga konsumen bisa memilih sendiri untuk memiliki produk kita.
- Kategori produk, untuk bersaing secara langsung untuk pemecahan masalah pelanggan. Contoh iklan KA Argo Dwipangga lebih praktis, lebih baik, lebih murah dibanding pesawat udara.

6.7. Tahapan Marketing Mix

1. *Product*

: Segala hal yang memiliki nilai dan mampu memuaskan kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggannya.

a. Kebutuhan pelanggan

b. Memecahkan masalah pelanggan

2. *Price*

: Seberapa pengorbanan konsumen untuk memperoleh produk tersebut.

Harga diarahkan pada:

a. *Cost reduction*

b. *Cost to consumer*

3. Place

: Di mana dan kepada siapa produk tersebut secara efektif dan efisien dapat memperoleh pelanggan.

Taktik → *convenienitas*

4. Promotion

: Bagaimana produk dapat dikenal oleh pelanggan.

Jika ada saingan maka perlu adanya:

a. Komunikasi dua arah dengan memperhatikan 5 M

(1) *Mission*

(4) *Message*

(2) *Money*

(5) *Measureable*

(3) *Media*

b. *Proportional Mix* (sebagai alat untuk komunikasi)

(1) *Advertising*

(4) *Public relation*

(2) *Sales Promotion*

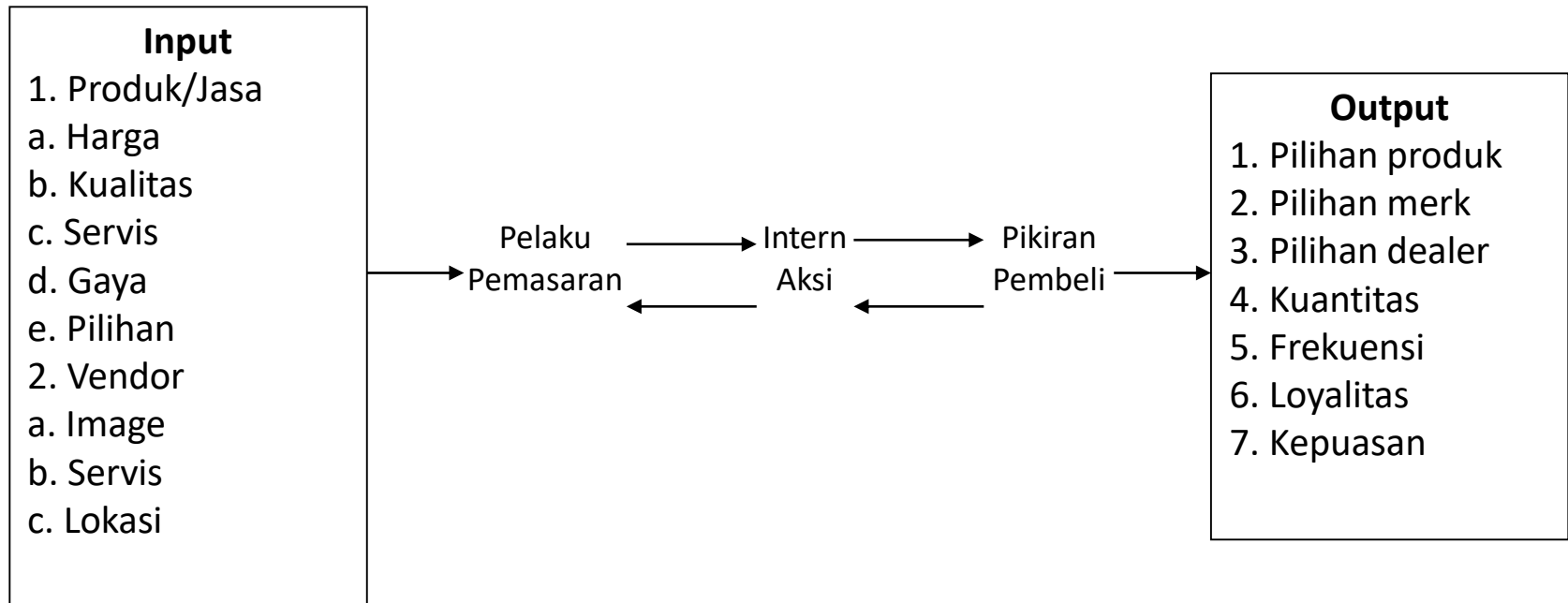
(5) *Personal Selling*

(3) *Publicity*

VII. KEGIATAN MENJUAL

7.1 Proses Menjual

- Proses Menjual adalah suatu sistem input-output sebagai berikut:



7.2. Seni Menjual

7.2.1. Penjualan/Pemasaran harus:

1. Efisien dan efektif
2. Pengiriman yang efisien dan pemesanan kembali yang dipercaya oleh pelanggan
3. Evaluasi apakah yang dikerjakan selama ini telah baik, perlu perbaikan, peningkatan.
4. Ada hadiah bagi petugas/person yang berhasil.

7.2.2. Manajemen Pemasaran

Pengukuran Usaha dan Hasil Untuk Evaluasi Tenaga Penjual

Ukuran Orientasi Usaha	Ukuran Orientasi Hasil
1. Jumlah penjualan yang terjadi 2. Jumlah komplain yang ditangani 3. Jumlah pemeriksaan dan penjualan stok 4. Jam kerja yang terkontrol 5. Jumlah tindak lanjut yang dilakukan 6. Jumlah demonstrasi produk yang dilakukan	1. Volume penjualan (total atau per produk) 2. Jumlah penjualan relatif (penjualan dibandingkan dengan quota yang ada). 3. Profitabilitas penjualan 4. Jumlah <i>Accounts</i> baru 5. Jumlah Stok yang keluar 6. Jumlah partisipasi distribusi dalam program 7. Jumlah <i>Accounts</i> yang hilang 8. Persentase kenaikan volume <i>key accounts</i> 9. Jumlah konsumen yang komplain 10. Rasio penjualan-investasi distributor

7.2.4. Kegiatan Menjual

6 langkah sukses dalam menjual produk/jasa bisnis :

1. Punya cita-cita atau impian yang kuat walau dengan modal yang kecil.
2. Kumpulkan daftar nama calon relasi atau pelanggan anda.
3. Buat janji dengan mereka untuk bertemu guna mempresentasikan produk dan bisnis anda.
4. Adakan pertemuan, presentasikan bisnis dan produk anda, dari situ anda mempunyai kesempatan untuk memperoleh relasi dan pelanggan baru.
5. Beri contoh: anda juga harus menggunakan produk yang anda jual tersebut.
6. Gunakan alat bantu:
 - a. gunakan, ikuti, baca, dengarkan CD, kaset, buku, brosur, dan lain-lain.
 - b. ikuti pertemuan, pelatihan dan seminar yang relevan: *home meeting, infonite, Business Building Seminar, Network Building Training, Leadership Seminar.*

7.3 Pelayanan Pelanggan Yang Sempurna

1. Urutan Customer Service:

- | | |
|-------------------------|---------------------|
| a. Ketersediaan produk | g. Penetapan harga |
| b. Penawaran segera | h. Perdagangan |
| c. Perwakilan atau agen | i. Penetapan produk |
| d. Keadaan pesanan | j. Ketetapan faktur |
| e. Sistem distribusi | k. Produk baru |
| f. Waktu pengiriman | l. Periklanan |

2. Pelanggan melihat "kualitas" bukan sekedar mutu produk tetapi menyangkut:

- a. Kehandalan produk atau jasa
- b. Konsistensi
- c. Kecepatan dan ketepatan pengiriman
- d. Ketepatan pekerjaan
- e. Kesopanan dalam melayani (menjawab telpon dan lain-lain)
- f. Nilai informasi yang diberikan (petunjuk bagi pengguna dan lain-lain)
- g. Reputasi institusi pengiriman
- h. Sikap positif staf

3. Kehilangan pelanggan karena:

- a. Para pelanggan pasif (1%)
- b. Para pelanggan berpindah (3%)
- c. Para pelanggan gamang dan mudah berpindah pilihan (4%)
- d. Para pelanggan mengubah rekomendasi (5%)
- e. Para pelanggan dapat lebih murah (9%)
- f. Para pelanggan orang yang mudah mengeluh (10%)
- g. Para pelanggan pergi karena yang melayani mereka acuh tak acuh dengan kebutuhan mereka (68%)

4. Keluhan Pelanggan:

- a. Pekerjaan yang tidak dilakukan dengan baik.
- b. Terlalu lamban / terlambat
- c. Terlalu mahal
- d. Orang yang acuh tak acuh
- e. Orang yang tidak kompeten
- f. Kurang sopan

5. Hal-hal yang perlu diingat:

- a. Umpan balik pelanggan adalah info penting.
- b. Pelanggan membutuhkan dan mengharapkan "Sistem Ramah Pelanggan"
- c. Pelanggan harus merasa memperoleh pelayanan yang terbaik
- d. Pelanggan tidak boleh diganggu dengan masalah yang ada dalam perusahaan.
- e. Perlu menemukan keunggulan yang tepat yang dicari oleh pelanggannya.

6. Hal-hal yang diharapkan pelanggan:

- a. Kerahasiaan
- b. Harga murah
- c. Kualitas
- d. Kegembiraan
- e. Ketepatan waktu
- f. Kebebasan memilih
- g. Keselamatan dan keamanan
- h. Status dan prestise
- i. Tidak ada keributan
- j. Fleksibilitas pelayanan
- k. Keramahan dan kesopanan
- l. Konsistensi dan kehandalan

VIII. Financial Plan

8.1. Sumber Dana dan Penggunaan

1. Sumber Dana

- a. Pinjaman jangka menengah
- b. Dana pribadi
- c. Laba operasi
- d. Akumulasi depresiasi

2. Penggunaan

- a. Membeli peralatan
- b. Persediaan
- c. Pengembalian pinjaman
- d. Kenaikan modal kerja

3. Pengendalian Dana

a. Dari mana :

Dalam perusahaan

a. Intensif (penyusutan)

b. Interen (laba cadangan)

b. Perhatian : waktu, persyaratan, resiko

Melihat Rencana Keuangan

- a). Neraca
- b). Laporan Rugi Laba
- c). Aliran Uang Masuk dan Keluar
- d). Sumber Dana
- e). Penggunaan
- f). Analisis BEP (Perencanaan Profit)
- g). Kelayakan
- h). Harga Batas