

**UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI
PROGRAM STUDI PETERNAKAN**

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)
MATA KULIAH MANAJEMEN AGRIBISNIS**

Program Studi : Peternakan
 Nama dan Kode Mata Kuliah : Kewirausahaan Peternakan
 Semester : 3 (Tiga)
 Jumlah SKS : 2 SKS
 Dosen Pengampu : M. Zaki, S.Pt, M.Si
 Capaian Pembelajaran : Mata kuliah ini membahas tentang terminologi kewirausahaan, sikap mental wirausaha, keahlian dan keterampilan wirausaha, gambaran ideal kewirausahaan, kepribadian wirausaha, manfaat wirausaha, ciri-ciri dan profil wirausaha.

Minggu ke	Capaian Pembelajaran (4 CP)	Bahan Kajian/ Pokok Bahasan	Strategi/ Metode Pembelajaran	Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Kriteria Penilaian dan Indikator	Bobot Penilaian
1	Orientasi Perkuliahan	1. Kontrak Perkuliahan 2. Ruang lingkup Perkuliahan		3 x 50 menit			
2-3	Terminologi bisnis atau kewirausahaan, sikap mental wirausaha / bisnis	1. Menjelaskan terminologi bisnis atau usaha 2. Membahas bagaimana sikap mental bisnis atau usaha.	Ekspositori, diskusi, penugasan.	3 x 50 menit	Kejelasan Pemahaman, format penilaian tugas	Tugas makalah	20%
4-5	Keahlian dan keterampilan wirausaha atau bisnis.	1. Menjelaskan pengertian keahlian 2. Menjelaskan apa saja keahlian yang diminati dalam dunia ternak 3. Membahas keterampilan bisnis dan usaha ternak	ekspositori, diskusi, penugasan.	3 x 50 menit	Kejelasan Pemahaman, format penilaian tugas	Tugas makalah	20%
6-7	Gambaran ideal kewirausahaan dan bisnis.	1. Menjelaskan seperti apa gambaran ideal bisnis dan usaha ternak 2. Membahas bagaimana bentuk bisnis dan wirausaha ternak		3 x 50 menit	Kejelasan Pemahaman, format penilaian tugas	Tugas makalah	20%
8		UTS					
9-10	Kepribadian wirausaha,	1. Membahas kepribadian wirausaha dan bisnis	Ekspositori, diskusi, penugasan,	3 x 50 menit	Kejelasan Pemahaman, format penilaian tugas	Tugas makalah	20%
11-12	manfaat wirausaha, ciri-ciri	1. Menjelaskan bagaimana manfaat bisnis dan usaha ternak 2. Menjelaskan seperti apa ciri ciri	Ekspositori, diskusi, penugasan,	3 x 50 menit	Kejelasan Pemahaman, format penilaian tugas	Tugas makalah	20%

		usaha dan bisnis ternak					
13-14	Profil wirausaha	1. Menjelaskan dan membahas bagaimana bentuk usaha dan bisnis ternak.	Ekspositori, diskusi, penugasan, partikum	3 x 50 menit	Kejelasan Pemahaman, format penilaian tugas	Tugas makalah	20%
15		Review					
16		UAS					

A. Deskripsi Isi

Mata kuliah ini membahas tentang prinsip dasar ilmu lingkungan (ekosistem, arus energi dan daur materi, populasi dan komunitas), keterkaitan antar komponen-komponen lingkungan terutama dalam mewujudkan keseimbangan antara pembangunan dan kualitas hidup manusia, dan pengelolaan lingkungan yang mengarah pada terciptanya lingkungan yang berkelanjutan. Dalam kaitannya dengan peternakan, ilmu lingkungan dititikberatkan pada pengelolaan lingkungan dalam pembangunan peternakan berkelanjutan yang mampu menghasilkan produksi ternak yang optimal dan aman tanpa menurunkan kualitas lingkungan.

B. Proses Pembelajaran

Kuliah dimulai dengan membuat komitmen belajar dengan mahasiswa yang dikenal dengan BLC (*Building Learning Commitment*) yang membahas tentang prosedur dan peraturan kuliah, materi, evaluasi dan proses belajar mengajar.

Tawaran dari dosen sesuai dengan silabus, namun dalam BLC didefinisi kembali. Secara umum perkuliahan terdiri atas layanan individual, aktifitas aktif mahasiswa untuk mencari bahan dan berbagai kajian dari referensi buku maupun dari hasil browsing. Bahan-bahan dan kasus-kasus yang ditemukan dibahas dosen secara komprehensif dengan interaksi yang kental dari mahasiswa.ditindaklanjuti dengan diskusi.

C. Evaluasi

Evaluasi dilakukan pada proses dan hasil. Evaluasi pada proses adalah identifikasi mahasiswa yang memiliki responsibilitas tinggi secara tindakan dan nalar dalam mencari, menemukan dan diskusi hasil tugas-tugas.

Format evaluasi proses yang digunakan untuk mengamati dan menyimak respon-respon siswa yang menanggapi, bertanya, menjawab permasalahan-permasalahan atas alasan perlunya kebijakan dengan menggunakan format berikut:

No	Nama Mahasiswa	Bentuk Partisipasi			Penghargaan				
		1	2	3	++	+	0	-	--
1									
2									

Ket. Bentuk Partisipasi:

1. menanggapi jawaban permasalahan yang diajukan dosen/mahasiswa lain
2. bertanya
3. menjawab

Penghargaan:

++ : tajam, orsinil, inovatif

- + : tajam, merujuk pada kepustakaan
- 0 : tidak berisi hal-hal esensial
- : bertele-tele dan tidak menjawab permasalahan
- : mementahkan permasalahan

Keberhasilan mahasiswa/i dalam perkuliahan ini ditentukan oleh prestasi yang bersangkutan dalam:

No.	Komponen	Bobot
1	Tugas, partisipasi dalam kelas	30%
2	Kehadiran	20%
3	Ujian Tengah Semester	20%
4	Ujian Akhir Semester	30%

D. Rincian Materi Perkuliahan Tiap Pertemuan

- Pertemuan 1 : Orientasi Perkuliahan
- Pertemuan 2-3 : Terminologi kewirausahaan, sikap mental wirausaha.
- Pertemuan 4-5 : Keahlian dan keterampilan wirausaha atau bisnis.
- Pertemuan 6-7 : Gambaran ideal kewirausahaan dan bisnis. .
- Pertemuan 8 : UTS
- Pertemuan 9-10 : Kepribadian wirausaha,
- Pertemuan 11-12 : manfaat wirausaha, ciri-ciri
- Pertemuan 13-14 : Profil wirausaha dan bisnis
- Pertemuan 15 : Review
- Pertemuan 16 : UAS

Bangkinang, Desember 2017

Dosen pengampu

**DAFTAR NILAI MAHASISWA
PROGRAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS ILMU HAYATI
UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI**

Mata Kuliah : Kewirausahaan
Dosen Pengampu : M. Zaki, S.Pt, M.Si

Jurusan : S1 Peternakan
Sem/SKS : 3/2(Dua)

NO	NIM	NAMA	NILAI TUGAS	N TERSTRUKTUR	NILAI UTS	NILAI UAS	N ANGKA	N HURUF
1	2254231002	MUHAMMAD SA`AD	85	80	80	80	80,75	A-
2	2254231003	MURSYIDAN BALDAN	85	80	80	80	80,75	A-
3	2254231005	BADRUL ABADI AHMAD	85	80	80	80	80,75	A-
4	2254231007	HESTI HANDAYANI	75	80	75	75	75,75	B+
5	2254231008	IRFA NILAM SARI	85	80	80	80	80,75	A-
6	2254231009	KHAIRIZUL FAJRI	85	80	80	80	80,75	A-
7	2254231010	MUHAMMAD REFFITRA MUKTI	85	80	80	80	80,75	A-
8	2254231011	RAMADHANI IKHSAN	85	80	80	80	80,75	A-
9	2254231012	SAGA BAHARUDIN	85	80	80	80	80,75	A-
10	2254231013	SUCI RAHMADHANI	85	80	80	80	80,75	A-
11	2254231014	YOGI FERNANDO	85	80	80	80	80,75	A-
12	2254231015	MUHAMMAD SULAIMAN	85	80	80	80	80,75	A-
13	2254231016	AUFA MU`AAFII BANGUN PRATAMA	85	80	80	80	80,75	A-
14	2254231017	MUHAMMAD RIDHO SAFARI	85	80	80	80	80,75	A-
15	2254231019	ALDY ELNANDO	80	80	80	80	80,00	A-
16	2254231020	EDIKA RAHMI	85	80	80	80	80,75	A-

Bangkinang, 19 Januari 2024
Dosen Pengampu


M. Zaki, S.Pt, M.Si

SOAL UJIAN AKHIR SEMESTER (UAS)
PROGRAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS ILMU HAYATI
UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI

Mata Kuliah : M. Zaki, S.Pt, M.Si
Dosen : Kewirausahaan Peternakan
Prodi : S1 Peternakan
Semester : 3 (Tiga)

Soal

1. Sebutkan dan jelaskan prinsip dalam usaha peternakan?
2. 2 (dua) diantara beberapa Etika Berwirausaha yaitu **menggunakan pesan bahasa yang efektif dan efisien**, serta **berinisiatif sebagai pebisnis pembuka dialog**.
Jelaskan maksud dari kedua etika tersebut.
3. Salah satu konsep resiko dalam usaha adalah "*Risk Is The Possibility Off Loss*"
jelaskan menurut pandangan anda.
4. Jelaskan mengenai hal-hal yang dapat menghambat jalannya usaha?
5. Sebutkan dan jelaskan sikap dan sifat yang harus di hindari untuk menjadi wirausaha sukses?

***** Selamat Bekerja, Semoga Sukses *****

**SOAL UJIAN TENGAH SEMESTER (UTS)
PROGRAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS ILMU HAYATI
UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI**

Mata Kuliah : M. Zaki, S.Pt, M.Si
Dosen : Kewirausahaan Peternakan
Prodi : S1 Peternakan
Semester : 3 (Tiga)

Soal

1. Sebutkan pengertian kewirausahaan menurut para ahli (minimal 3).
2. Jelaskan konsep usaha yang dapat dijalankan dibidang peternakan.
3. Buatlah salah satu analisis usaha dibidang peternakan.
4. Jelaskan pendapat saudara mengapa sektor usaha dibidang peternakan sulit berkembang.

*** Good Luck ***

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

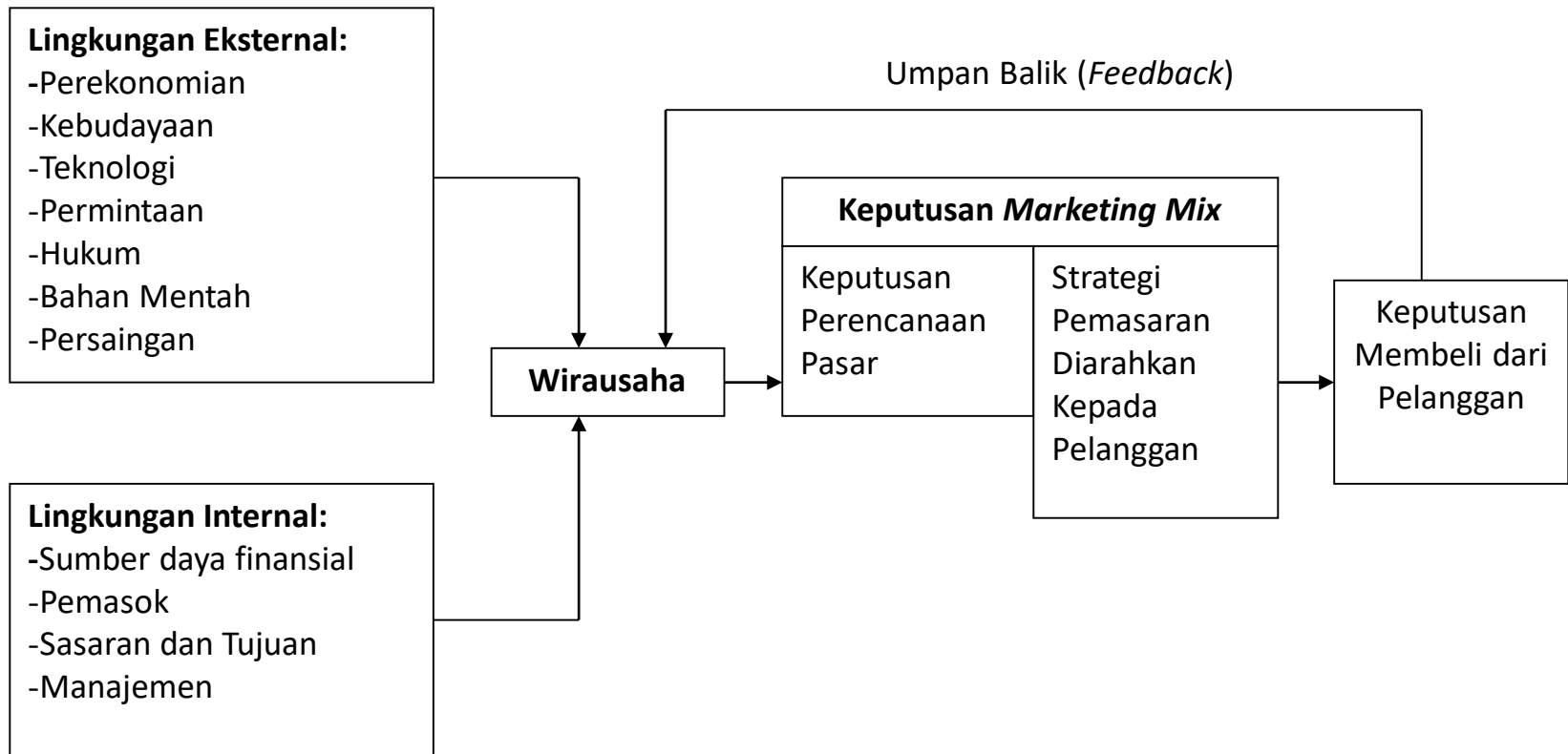
6.3. Karakteristik Rencana Pemasaran yang Efektif:

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 joss 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 → *convennienitas*

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*

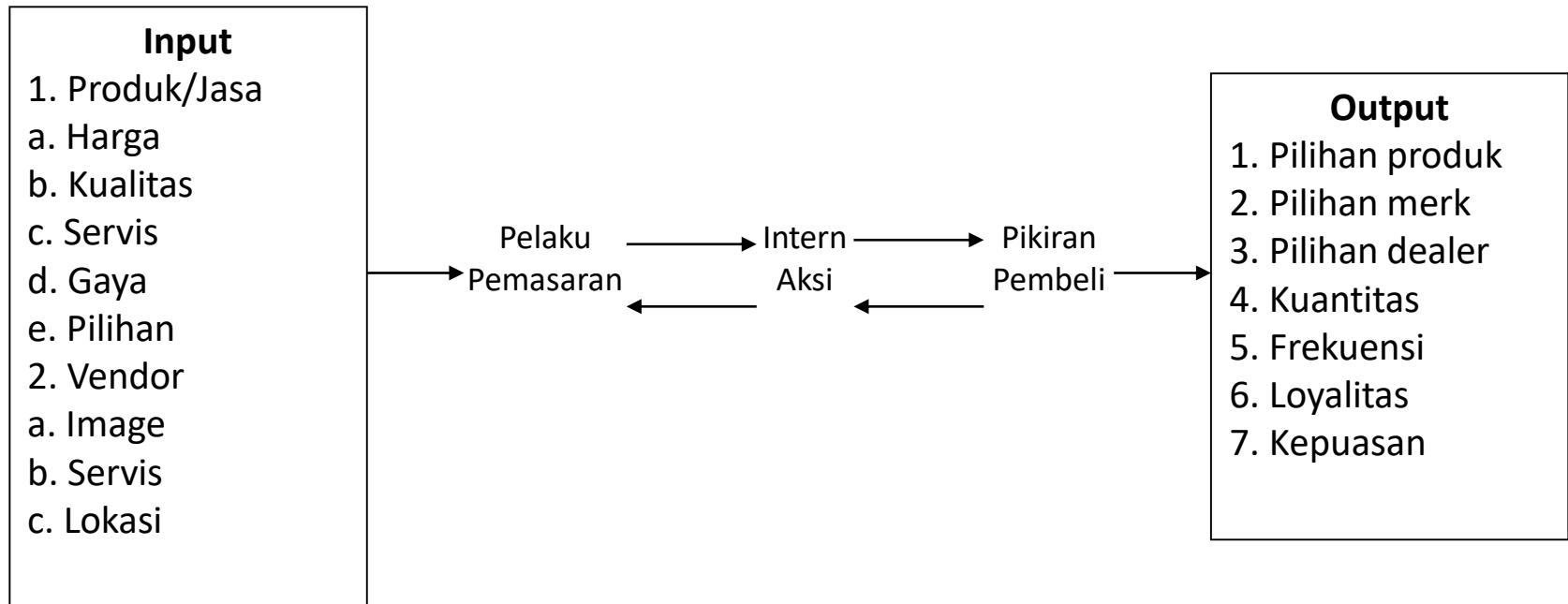
(5) *Personal Selling*

(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
<ol style="list-style-type: none">1. Jumlah penjualan yang terjadi2. Jumlah komplain yang ditangani3. Jumlah pemeriksaan dan penjualan stok4. Jam kerja yang terkontrol5. Jumlah tindak lanjut yang dilakukan6. Jumlah demonstrasi produk yang dilakukan	<ol style="list-style-type: none">1. Volume penjualan (total atau per produk)2. Jumlah penjualan relatif (penjualan dibandingkan dengan quota yang ada).3. Profitabilitas penjualan4. Jumlah <i>Accounts</i> baru5. Jumlah Stok yang keluar6. Jumlah partisipasi distribusi dalam program7. Jumlah <i>Accounts</i> yang hilang8. Persentase kenaikan volume <i>key accounts</i>9. Jumlah konsumen yang komplain10. 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
- b. Penawaran segera
- c. Perwakilan atau agen
- d. Keadaan pesanan
- e. Sistem distribusi
- f. Waktu pengiriman
- g. Penetapan harga
- h. Perdagangan
- i. Penetapan produk
- j. Ketetapan faktur
- k. Produk baru
- 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



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

STARTING BUSINESS

WRITE A BUSINESS PLAN

DETERMINE BUSINESS LAUREL AND ZERMINY

FINANCE BUSINESS

FIND A LAWYER AND AN ACCOUNTANT

REGISTER TRADEMARK, COPYRIGHTS, ETC.

APPLY FOR PATENTS

RENT OR BUY OFFICE AND PRODUCTION SPACE

PURCHASE OR RENT EQUIPMENT



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*





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*:

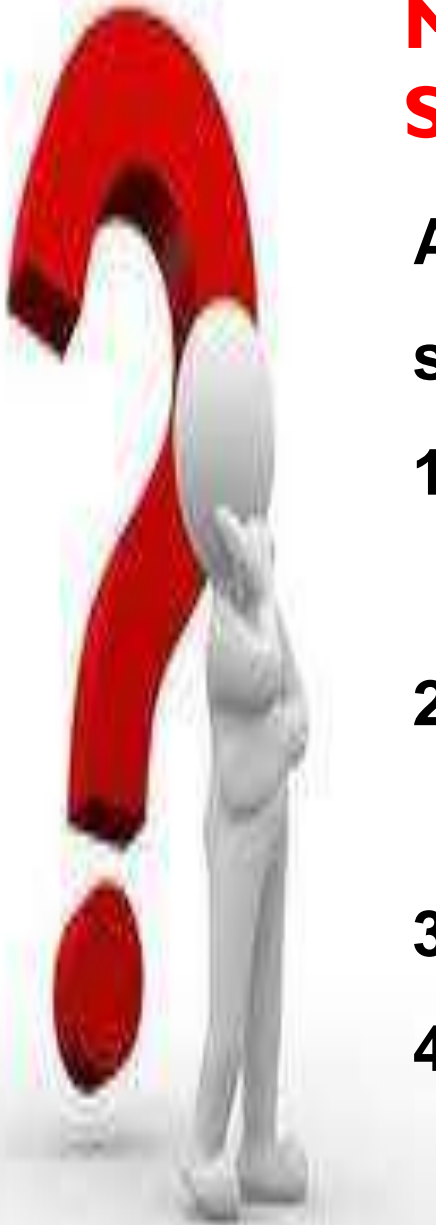
- 1. Masalah eksternal* → lingkungan**
- 2. Masalah internal* → masalah di dalam perusahaan**



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 <i>(Starting)</i>	<ul style="list-style-type: none">• Gagasan Murni• Bebas beroperasi• Fleksibel dan mudah penggunaan	<ul style="list-style-type: none">• Pengakuan nama barang• Fasilitas inefisien• Persaingan kurang diketahui
Membeli perusahaan <i>(Buying)</i>	<ul style="list-style-type: none">• Kemungkinan sukses• Lokasi sudah cocok• Karyawan dan pemasok biasanya sudah mantap• Sudah siap operasi	<ul style="list-style-type: none">• Perusahaan yang dijual biasanya lemah• Peralatan tak efisien• Mahal• Sulit inovasi
Kerjasama manajemen <i>(Franchising)</i>	<ul style="list-style-type: none">• Mendapat pengalaman dalam logo, nama, metode teknik produksi, pelatihan dan bantuan modal• Penggunaan nama, merk yang sudah dikenal	<ul style="list-style-type: none">• Tidak mandiri• Kreativitas tidak berkembang• Menjadi kurang independen, terdominasi, rentan terhadap perubahan <i>franchisor</i>



TERIMA KASIH

THANK YOU

SYUKRAN

KAM SIA

MATUR SUWUN

MAULLIATE

BUJUR

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

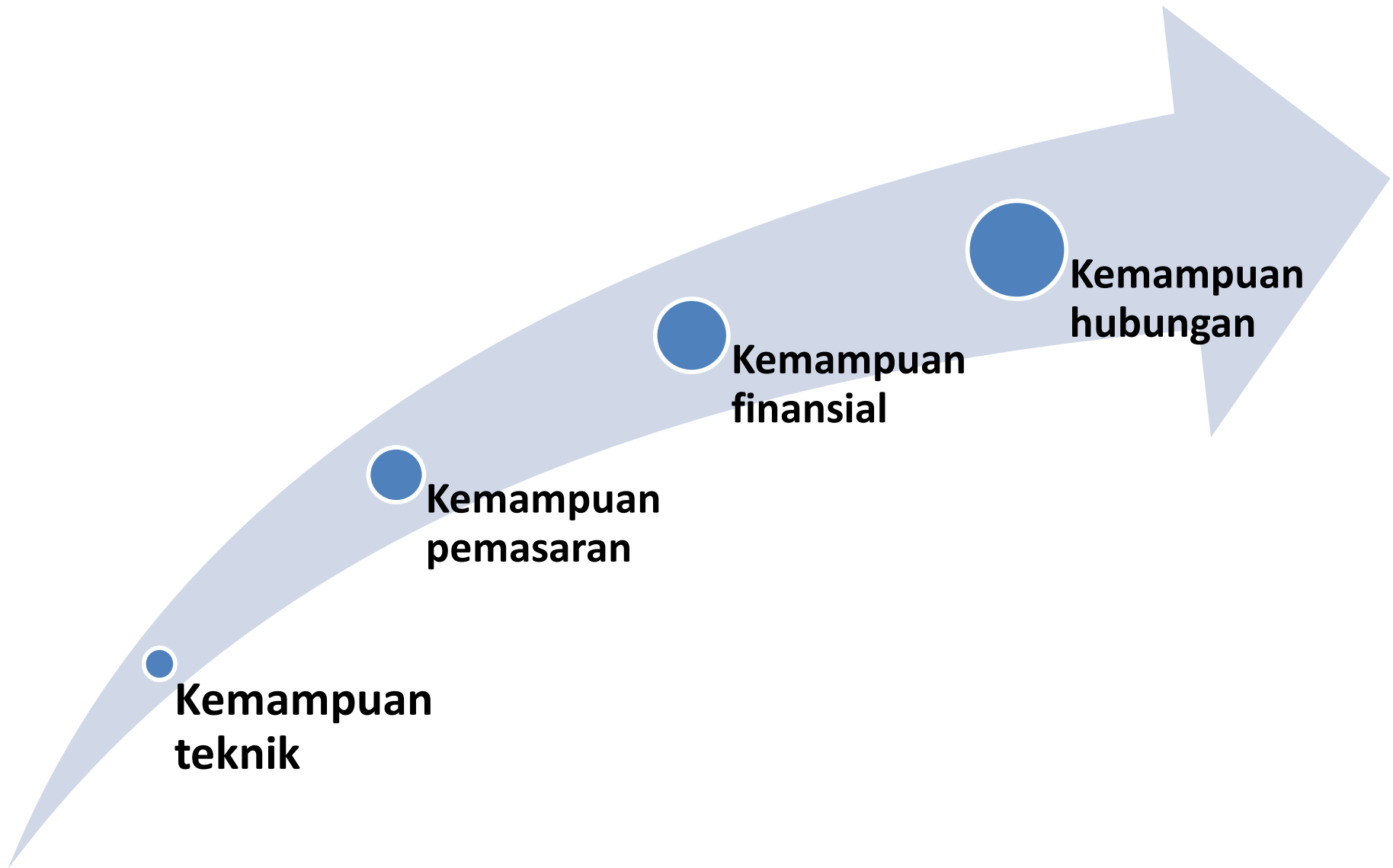
**Laporan periodik
tentang perubahan
ekonomi**

**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):***



***Tahapan
memulai
Usaha
Baru***

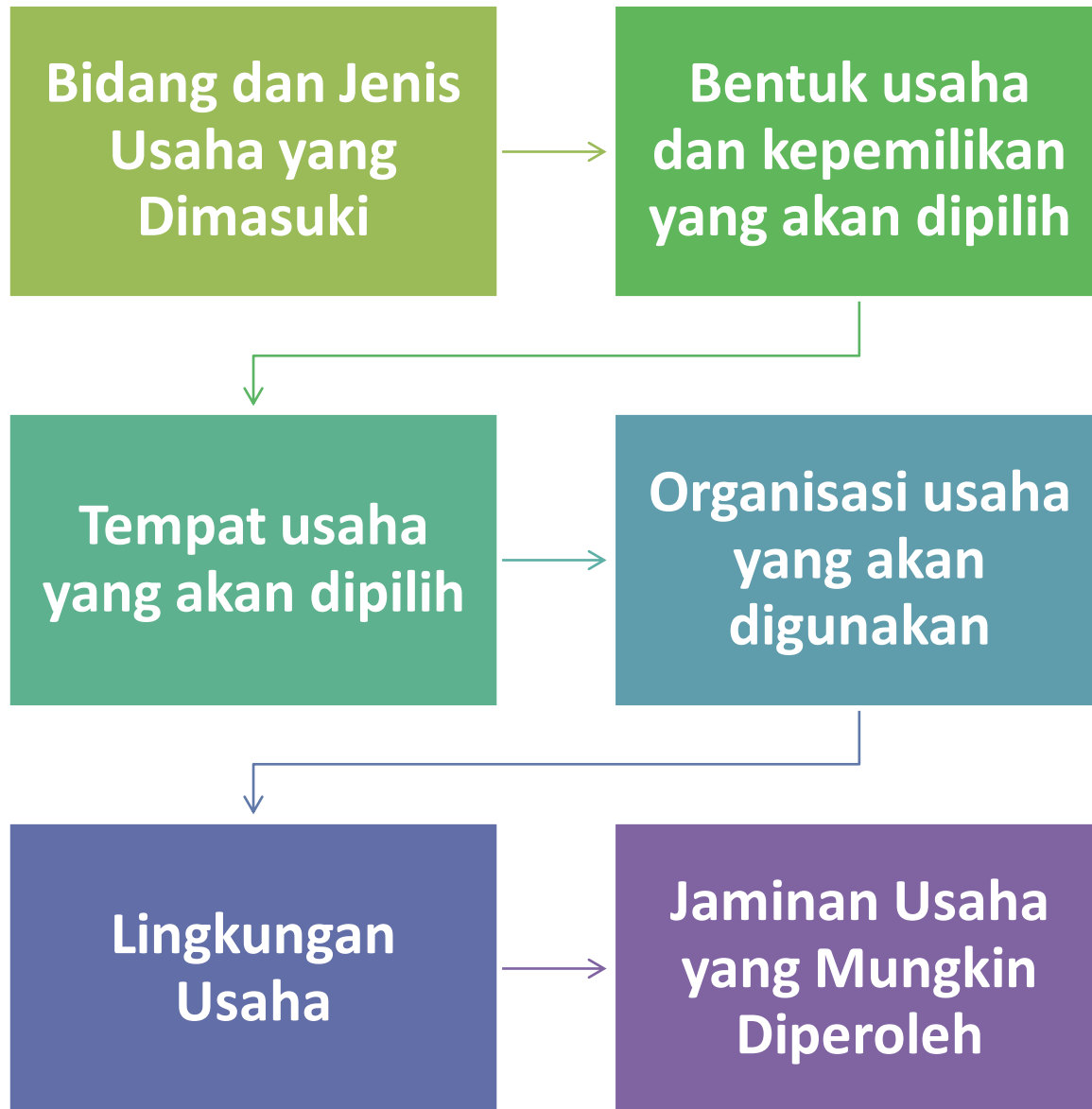
Diawali dengan adanya ide

**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:



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*

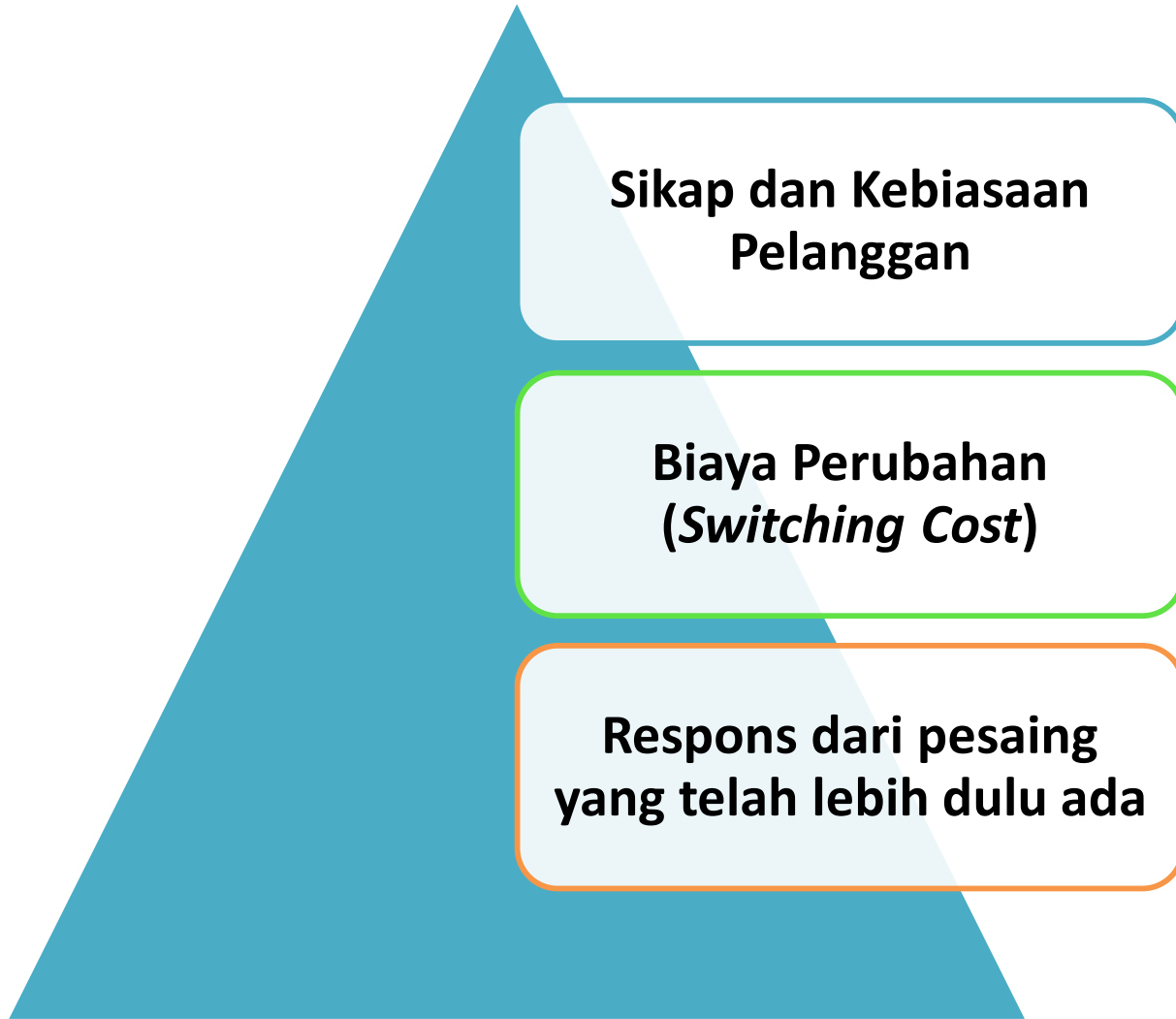
Hal-hal yang harus diperhatikan dalam merintis usaha baru (Ljtn):

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 <i>(Starting)</i>	<ul style="list-style-type: none">• Gagasan Murni• Bebas beroperasi• Fleksibel dan mudah penggunaan	<ul style="list-style-type: none">• Pengakuan nama barang• Fasilitas inefisien• Persaingan kurang diketahui
Membeli perusahaan <i>(Buying)</i>	<ul style="list-style-type: none">• Kemungkinan sukses• Lokasi sudah cocok• Karyawan dan pemasok biasanya sudah mantap• Sudah siap operasi	<ul style="list-style-type: none">• Perusahaan yang dijual biasanya lemah• Peralatan tak efisien• Mahal• Sulit inovasi
Kerjasama manajemen <i>(Franchising)</i>	<ul style="list-style-type: none">• Mendapat pengalaman dalam logo, nama, metode teknik produksi, pelatihan dan bantuan modal• Penggunaan nama, merk yang sudah dikenal	<ul style="list-style-type: none">• Tidak mandiri• Kreativitas tidak berkembang• Menjadi kurang independen, terdominasi, rentan terhadap perubahan <i>franchisor</i>



TERIMA KASIH

THANK YOU

SYUKRAN

KAM SIA

MATUR SUWUN

MAULLIATE

BUJUR

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 terhenti 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	<ul style="list-style-type: none">a. biasakan diri menyelesaikan masalah dengan tuntasb. olah ragac. membaca buku petualangan
4	Tekun - sifat telaten menghadapi setiap pekerjaan	<ul style="list-style-type: none">a. belajar sabarb. latihan konsentrasic. perhatikan sesuatu secara detail
5	Tangguh - sifat mampu memikul beban yang banyak	<ul style="list-style-type: none">a. menahan dirib. mau menderitac. hidup sederhanad. 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	<ul style="list-style-type: none">a. Hematb. membeli yang perluc. memanfaatkan waktu
10	Berani - berani mengambil resiko	<ul style="list-style-type: none">a. sering mencoba-coba sesuatu yang barub. sering membuat keputusan
11	Tak lekas puas - ingin berbuat lebih	<ul style="list-style-type: none">a. mengenal kemampuan yang dimilikib. 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

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS GADJAH MADA
YOGYAKARTA**

I. PENDAHULUAN

1.1. Pengertian Kewirausahaan

Wirausaha (*entrepreneur*):

- orang yang punya kemampuan
- melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis
- mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan
- guna mengambil keuntungan serta mengambil tindakan yg tepat
- guna memastikan kesuksesan
(Geoffrey G. Meredith *et al.*, 1995).

Wirausaha:

- seseorang yang mengambil risiko
- untuk mengorganisasikan dan mengelola suatu bisnis
- menerima keuntungan finansial dan maupun non finansial (Skinner, 1992).

Kewirausahaan (*entreprenuership*):

- semangat, sikap dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha
- mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru
- meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang baik dan atau memperoleh keuntungan yang besar.

1.2. Arti Penting Kewirausahaan

Wiraswasta → produk dan jasa → Distribusi → Konsumen /Penduduk →Kemakmuran Negara

Kemakmuran suatu bangsa dan Negara dinilai dari kemampuan Negara tersebut untuk menghasilkan barang dan jasa yang berguna dan mendistribusikannya ke seluruh penduduk. Untuk menghasilkan barang dan jasa yang berguna serta mendistribusikannya ke seluruh penduduk bukan mutlak ditentukan oleh sumber alam dan geografis Negara tetapi lebih penting adalah adanya kelompok individu yang menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi. Kelompok individu ini yang menghasilkan barang dan jasa tersebut. Kelompok individu ini yang biasa disebut dengan wirausahawan (wiratmo, 1996)

Fungsi dan Peran Kewirausahaan.

Sebagai penemu dan perencana (*innovator* dan *planner*)

- Menemukan/menciptakan produk yang baru.
- Menemukan/menentukan teknologi dan cara yang baru.
- Ide-ide baru.
- Organisasi usaha baru
- Merancang usaha baru.
- Merencanakan strategi
- Merencanakan ide-ide dan peluang

Manfaat Kewirausahaan

- Peluang mengendalikan nasib
- Kesempatan melakukan perubahan
- Peluang menggunakan potensi sepenuhnya
- Peluang untuk meraih keuntungan tanpa batas
- Peluang untuk berperan untuk masyarakat dan mendapat pengakuan atas usaha anda
- Peluang melakukan hobi (kesukaan)

1.3. Etika Bisnis

Etika bisnis antara lain:

- Kejujuran
- Menumbuhkan kepercayaan dan memelihara hubungan baik
- Integritas
- Menepati janji
- Kesetiaan
- Kewajaran
- Suka membantu
- Menghormati orang lain
- Taat hukum
- Mengejar keunggulan
- Bertanggung jawab

II. Model/Menumbuhkan Kewirausahaan

2.1. Faktor-Faktor yang mempengaruhi untuk menjadi wirausahawan

1. Personal

- Ketidakpuasan terhadap pekerjaan sekarang
- Faktor pendidikan dan pengalaman
- PHK
- Dorongan faktor usia
- Keberanian menanggung risiko
- Komitmen atau minat tinggi terhadap bisnis

2. Lingkungan:

- Adanya persaingan dalam kehidupan
- Adanya sumber-sumber yang dapat dimanfaatkan (tabungan, modal, warisan, bangunan di lokasi yang strategis)
- Mengikuti pelatihan bisnis
- Kebijakan pemerintah (kemudahan, kredit, dan bimbingan)

3. Faktor sosiologi pemicu bisnis:

- Adanya relasi dari orang lain
- Ada tim yang dapat diajak kerjasama
- Dorongan orang tua untuk membuka usaha
- Bantuan famili
- Pengalaman dalam dunia bisnis sebelumnya

2.2. Empat Langkah Proses Usaha

1. Kesiapan mental
2. Adanya manajer pelaksana
3. Adanya komitmen tinggi terhadap bisnis
4. Adanya visi

Proses kewirausahaan diawali dengan proses imitasi dan duplikasi kemudian berkembang menjadi proses pengembangan dan akhirnya proses penciptaan sesuatu yang baru dan berbeda.

Proses ini sangat dipengaruhi oleh personal wirausaha itu sendiri

2.3. Menilai peluang usaha baru

1. Dari dalam organisasi

- Adanya tim yang kompak dalam menjalankan bisnis
- Adanya strategi yang mantap untuk pencapaian tujuan
- Adanya struktur dan budaya organisasi yang mantap
- Adanya produk yang dibanggakan

2. Dari Lingkungan

- Adanya persaingan yang menguntungkan
- Adanya konsumen dan supplier yang kontinyu
- Adanya bantuan dari investor bank yang memberikan kemudahan.
- Kebijakan pemerintah

III. PROFIL WIRAUSAHAWAN

3.1. Karakteristik wirausahawan

1. Jiwa yang dimiliki wirausahawan:

- berpikir yang baru
- melihat peluang
- inovasi produk
- mengerti preferensi konsumen
- berani tampil beda
- memiliki konsep dan strategi praktis.

2. Semangat wirausahawan

- Kemampuan untuk mengambil risiko dan mengambil keputusan
- Mempunyai ide-ide yg cemerlang, dan optimis dlm berusaha untuk memikirkan, mengembangkan gagasan baru, unik dan diminati banyak orang.
- Tekun, teliti dan produktif
- Berkarya dg semangat kebersamaan dan etika bisnis yg sehat
- Memiliki motivasi untuk berkarya secara mandiri.

3. Sikap Wirausahawan

- Memiliki rasa tanggung jawab
- Selalu dinamis, ulet dan gigih, tidak cepat menyerah karena sadar bahwa untuk mencapai kemajuan perlu kerja keras
- Berani menerima kritik dan saran yg bermanfaat
- Berinisiatif untuk maju dan melakukan yg terbaik untuk mencapai keberhasilan

4. Kemampuan Wirausahawan

- Melihat peluang dan berusaha memanfaatkannya
- Melihat masa depan dan memiliki perencanaan yang tepat
- Mendapatkan informasi dan memanfaatkannya untuk kemajuan perusahaan
- Mampu memimpin orang banyak

5. Ciri kepribadian seorang wirausaha

- Memiliki cita-cita yg kemudian berusaha mewujudkannya
- Berani menanggung risiko
- Mau dan suka bekerja keras
- Memiliki semangat kerja yg tinggi dan tidak mudah putus asa
- Memiliki rasa percaya diri yang kuat
- Memiliki ketrampilan untuk memimpin orang lain
- Memiliki daya inovasi dan kreatifitas yang tinggi

6. 5 esensi pokok kewirausahaan

- Kemauan kuat untuk berkarya dengan semangat kemandirian (khususnya dalam bidang ekonomi)
- Kemauan memecahkan masalah dan membuat keputusan secara sistematis, termasuk keberanian mengambil risiko usaha
- Kemauan berpikir dan bertindak secara kreatif dan inovatif
- Kemauan bekerja secara teliti, tekun dan produktif
- Kemauan berkarya dalam kebersamaan berlandaskan etika bisnis yang sehat

7. Karakteristik wirausahawan menurut McClelland:

- Keinginan untuk berprestasi
- Keinginan untuk bertanggung jawab
- Preferensi kepada resiko-resiko menengah
- Persepsi pada kemungkinan berhasil
- Rangsangan oleh umpan balik
- Aktivitas enerjik
- Orientasi ke masa depan
- Ketrampilan dalam pengorganisasian
- Sikap terhadap uang

3.3. Kiat wirausahawan yang sukses

A. Proaktif:

1. **Inisiatif:** melakukan sesuatu sebelum diminta atau terdesak keadaan
2. **Asertif:** menghadapi masalah secara langsung dengan orang lain. Meminta orang lain mengerjakan apa yg harus mereka lakukan

B. Berorientasi prestasi:

3. **Melihat dan bertindak berdasarkan peluang:**
menangkap peluang khusus untuk memulai bisnis baru, mencari bantuan keuangan, ruang kerja dan bimbingan
4. **Orientasi efisiensi:** mencari dan menemukan cara untuk mengerjakan sesuatu dengan lebih cepat atau dengan biaya minimum
5. **Perhatian pada pekerjaan dengan mutu tinggi:**
keinginan untuk menghasilkan atau menjual produk atau jasa dengan mutu tinggi
6. **Perencanaan yang sistematis:** menguraikan pekerjaan yang besar menjadi tugas-tugas atau sasaran kecil-kecil, mengantisipasi hambatan dan menilai alternatif.
7. **Pemantauan:** menggunakan prosedur untuk memastikan bahwa pekerjaan dapat diselesaikan atau sesuai dengan standar mutu yang ditetapkan.

C. Komitmen pada orang lain:

8. **Komitmen pada pekerjaan:** melakukan pengorbanan yang luar biasa untuk menyelesaikan pekerjaan
9. **Menyadari pentingnya dasar-dasar hubungan bisnis:** melakukan tindakan agar tetap memiliki hubungan dekat dengan pelanggan.
Memandang hubungan pribadi sebagai sumber daya bisnis.

D. Prinsip Businessman

1. Mempunyai konsep bisnis
2. Mempunyai koneksi untuk *networking* yang sifatnya bisnis jangka panjang
3. Memiliki kompetensi artinya mengenal bisnis yang akan dimasuki
4. *Partership*
 - *Technical partner*
 - *Financial partner*
 - *Comersial partner*
5. *Capital*
6. *Management*
7. *Curlture* perusahaan

VI. VISI, MISI DAN MOTIVASI SEORANG WIRAUSAHAWAN

4.1. Pengertian dan Pengembangan Visi Kewirausahaan

- **Visi :** Sebuah gambaran tentang sesuatu yang ideal dan menjadi harapan di masa yang akan datang. Bisa juga dikatakan visi adalah target jangka panjang
- **Fungsi Visi:**
 - Memberikan arahan mengenai tujuan usaha
 - Membangkitkan gairah *entrepreneurial*

4.2. Pengertian dan Pengembangan Misi Kewirausahaan

Misi: Jika visi adalah target jangka panjang maka misi adalah target jangka pendek yang membentuk atau mengarah pada perwujudan visi.

Konsep yang biasa dipakai untuk menetapkan misi yaitu:

- *Specific*
- *Measurable*
- *Achievable*
- *Reasonable*
- *Time based*

Pengembangan Visi dan Misi

- Visi harus selalu direvisi/diperbaharui jika usaha senantiasa ingin maju. Visi adalah suatu tujuan yang pada saatnya nanti pasti akan terrealisasi. Pada saat visi hampir terealisasi maka pada saat itulah kita perlu merevisi visi tersebut. Revisi dilakukan dengan mengganti visi yang lama dengan visi yang baru yang lebih ideal.
- Misi memiliki batasan waktu, oleh karenanya maka misi selalu berkembang seiring dengan waktu. Jika batasan waktu yang ditetapkan adalah satu tahun maka misi selalu berubah setiap tahunnya. Perubahan misi selalu diselaraskan dengan pencapaian visi.

4.3. Mengkomunikasikan Visi dan Misi Kewirausahaan

- 1. Komunikasi kepada pihak internal (ke atas, ke bawah, horisontal) melalui:**
 - a. Rapat Intern
 - b. *Coaching*
 - c. Pelatihan-pelatihan pegawai
- 2. Komunikasi kepada pihak eksternal (mitra usaha, investor, pelanggan, pengecer, pesaing, pemerintah, masyarakat) melalui:**
 - a. leaflet, iklan
 - b. Pertemuan bisnis (*infonite, home meeting*)
 - c. Seminar (*Business Building Seminar, Network Building Training*)

4.4. Pentingnya Motivasi

Motivasi: keadaan dalam diri individu yang menyebabkan mereka berperilaku dengan cara yang menjamin tercapainya suatu tujuan.

Motivasi atau Dorongan Kewirausahaan

- Kebutuhan untuk mencapai sesuatu yang lebih baik
- Kebutuhan akan ketidaktergantungan atau kebebasan
- Kebutuhan akan pembaharuan
- Mencapai tingkat pendapatan lebih baik
- Kemampuan mensejahterakan keluarga

Motivasi dalam bisnis sangat diperlukan untuk menjaga kelangsungan bisnis tersebut. Motivasi yang kuat membuat seorang wirausahawan pantang menyerah dan selalu mencari upaya untuk menghadapi tantangan-tantangan yang ada baik saat ini maupun yang akan datang.

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, *prosessing**)
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 → *convennienitas*

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*

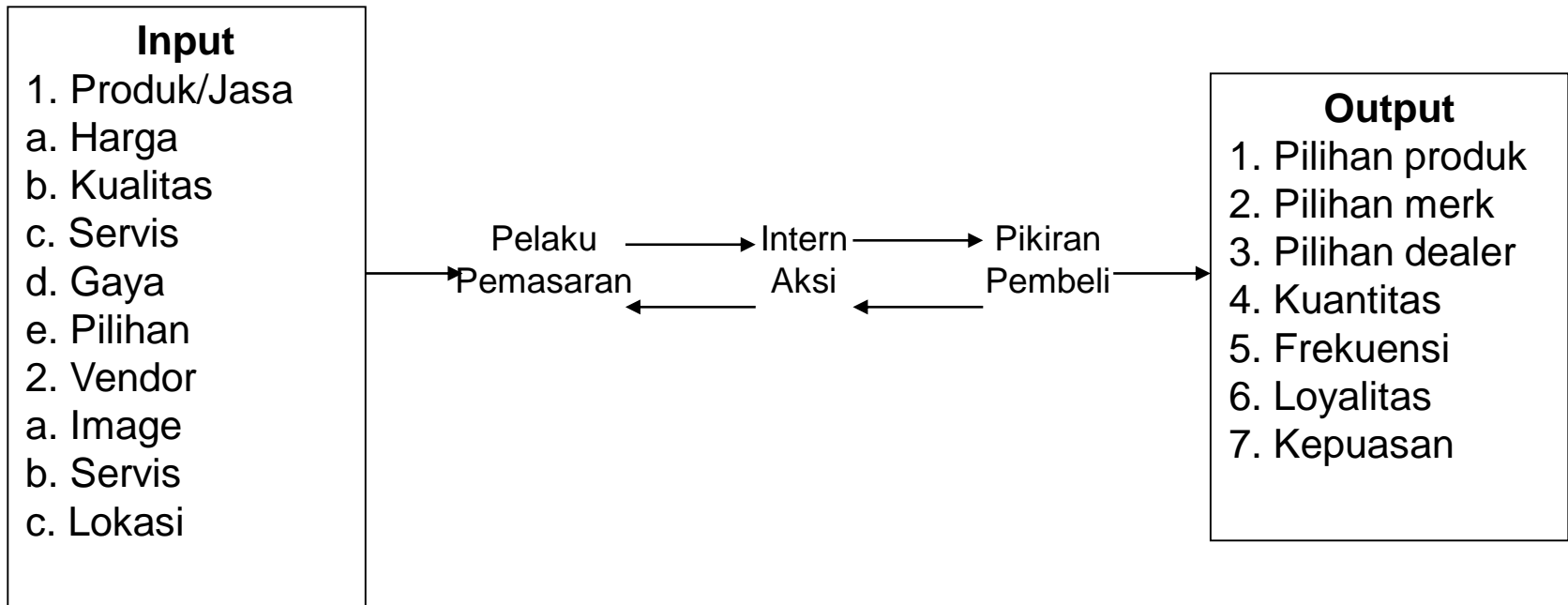
(5) *Personal Selling*

(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
<ol style="list-style-type: none">1. Jumlah penjualan yang terjadi2. Jumlah komplain yang ditangani3. Jumlah pemeriksaan dan penjualan stok4. Jam kerja yang terkontrol5. Jumlah tindak lanjut yang dilakukan6. Jumlah demonstrasi produk yang dilakukan	<ol style="list-style-type: none">1. Volume penjualan (total atau per produk)2. Jumlah penjualan relatif (penjualan dibandingkan dengan quota yang ada).3. Profitabilitas penjualan4. Jumlah <i>Accounts</i> baru5. Jumlah Stok yang keluar6. Jumlah partisipasi distribusi dalam program7. Jumlah <i>Accounts</i> yang hilang8. Persentase kenaikan volume <i>key accounts</i>9. Jumlah konsumen yang komplain10. 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
- b. Penawaran segera
- c. Perwakilan atau agen
- d. Keadaan pesanan
- e. Sistem distribusi
- f. Waktu pengiriman
- g. Penetapan harga
- h. Perdagangan
- i. Penetapan produk
- j. Ketetapan faktur
- k. Produk baru
- 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

8.2. Proyeksi Neraca dan Laporan Rugi Laba

Neraca “ PT Ken” Per 31 Desember 2004

Aktiva			Hutang		
Kas	Rp	5.000.000	Pajak	Rp	2.500.000
Piutang	Rp	10.000.000	Dagang	Rp	4.000.000
Persediaan	Rp	5.000.000	Lain-lain	Rp	<u>1.000.000</u>
Lain-lain	Rp	<u>2.500.000</u>	Total hutang lancar	Rp	7.500.000
Total Aktiva Lancar	Rp	22.500.000			
			Hutang jangka panjang	Rp	<u>10.000.000</u>
Alat	Rp	10.000.000			
Depresiasi	Rp	<u>2.500.000</u>	Total Hutang	Rp	17.500.000
Total Aktiva tetap	Rp	<u>7.500.000</u>	Modal sendiri	Rp	<u>12.500.000</u>
Total Aktiva	Rp	<u>30.000.000</u>	Total hutang dan modal sendiri	Rp	<u>30.000.000</u>

Likuiditas

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{aktiva lancar}}{\text{hutang lancar}} = \frac{\text{Rp 22.500.000}}{\text{Rp 7.500.000}} \times 100\% = 300\%$$

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{aktiva lancar - persediaan}}{\text{hutang lancar}} = 233\%$$

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{aktiva lancar - piutang - persediaan}}{\text{hutang lancar}} = 100\%$$

Laporan Rugi Laba
Periode yang berakhir 31 Desember 2004

Penjualan bersih		Rp 103.500.000
Harga pokok		Rp <u>58.600.000</u>
Laba operasi		Rp 44.900.000
Biaya usaha		
Biaya penjualan	Rp 12.000.000	
Biaya administrasi	Rp <u>23.400.00</u>	Rp <u>35.400.000</u>
Laba bersih usaha		Rp 9.500.000
Pendapatan dan biaya lain-lain		
Pendapatan	Rp 7.000.000	
Biaya lain-lain	Rp <u>1.000.000</u>	Rp <u>6.000.000</u>
Laba bersih sebelum pajak		Rp 15.500.000
Pajak 20%		Rp <u>3.100.000</u>
Laba bersih setelah pajak		Rp <u>12.400.000</u>

$$\text{Net Profit margin} = \frac{\text{Rp 12.400.000}}{\text{Rp 103.500.000}} \times 100\% = 11,98\%$$

$$\text{Gross profit margin} = \frac{\text{Rp 44.900.000}}{\text{Rp 103.500.000}} \times 100\% = 43,38\%$$

$$\text{Operating Ratio} = \frac{\text{HPP + Biaya Usaha}}{\text{Penjualan}} \times 100\% = \frac{\text{Rp 94.000.000}}{\text{Rp 103.500.000}} \times 100\% = 90,82\%$$

-----> artinya 9,18% adalah laba

8.3. Proyeksi Cash Flow

“ PT Ken “

Rencana Penerimaan dan Pengeluaran Kas untuk tahun Operasi tahun 2005

	Juli	Agst	Sept	Okt	Nop	Des
I. Saldo kas awal	15.000	50.625	15.000	15.000	15.000	75.250
II. Penerimaan :						
1. Hasil Penjualan Tunai	52.250	47.500	57.000	76.000	71.250	66.500
2. Penagihan piutang	108.375	108.375	149.250	169.500	222.000	222.375
3. Penerimaan kredit	-	73.000	13.750	16.500	-	-
4. Penerimaan lain-lain	40.000	50.000	60.000	20.000	35.000	30.000
Total penerimaan	200.625	319.375	280.000	282.000	328.250	318.875
Jumlah kas	215.625	370.000	295.000	297.000	343.250	394.125
III. Pengeluaran Kas :						
1. Pembelian bahan baku	160.000	280.000	260.000	270.000	260.000	270.000
2. Biaya administrasi dan umum	5.000	5.000	20.000	12.000	8.000	10.000
3. Lain-lain	-	-	-	-	-	5.000
4. Pembayaran kredit	-	-	-	-	-	60.000
Total pengeluaran	165.000	355.000	280.000	282.000	268.000	345.000
IV. Saldo kas akhir	50.625	15.000	15.000	15.000	75.250	49.125

8.4. Analisis BEP (*Profit Planning Approach*)

1. Mempelajari hubungan antara biaya tetap (F_c), biaya variabel (V_c), volume kegiatan dan keuntungan.
2. Asumsi
 - a. ada biaya tetap (F_c)
 - b. ada biaya variabel (V_c)
 - c. harga produk tetap selama analisis (P)
 - d. hanya memproduksi satu macam produk
 - e. jika lebih dari satu produk maka sales mix tetap

3. Cara perhitungan BEP

a. Persamaan

$$S = Fc + Vc$$

b. Margin kontribusi (CM)

$$S - Vc = CM$$

$$CM > Fc$$

c. Cara Aljabar

$$\text{BEP (unit)} = \frac{F_c}{P - V} = \dots\dots\text{unit}$$

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{F_c}{P - \frac{V}{S}} = \text{Rp}\dots\dots\dots$$

$$\text{BEP (h arg a)} = \frac{T_c}{Q} = \text{Rp / unit}$$

Contoh :

Usaha ceriping pisang rasa manis

- harga (P) = Rp 1000/kantong

- biaya variabel :

bahan Rp 400

tenaga Rp 200

Rp 600,-/kantong

- biaya tetap

sewa kios Rp 50.000

upah penjaga Rp 30.000

Rp 80.000/hari

- Kapasitas produksi 300 kantong

a. BEP persamaan

$$S = Fc + Vc$$

$$(x) (\text{Rp } 1000) = \text{Rp } 80.000 + (x)(\text{Rp } 600)$$

$$\text{Rp } 1000x - \text{Rp } 600x = \text{Rp } 80.000,-$$

$$\text{Rp } 400x = \text{Rp } 80.000$$

$$x = 200 \text{ kantong}$$

Cocokan :

$$S : 200 \times \text{Rp } 1000 = \text{Rp } 200.000$$

$$Vc : 200 \times \text{Rp } 600 = \text{Rp } 120.000$$

$$\text{CM} : \quad \quad \quad = \text{Rp } 80.000$$

$$Fc : \quad \quad \quad = \text{Rp } 80.000$$

$$\uparrow : \quad \quad \quad 0$$

b. BEP Margin kontribusi (CM)

Harga (P) = Rp 1.000/kantong

Vc = Rp 600/kantong

Margin kontribusi : Rp 400/kantong

margin kontribusi

Rasio marjin kontribusi =

harga

$$\text{BEP} = \frac{\text{Fc}}{\text{CM}} = \frac{\text{Rp } 80.000}{\text{Rp } 400} \times 1 \text{ kantong} = 200 \text{ kantong}$$

$$\text{BEP} = \frac{\text{Fc}}{0,4} = \frac{\text{Rp } 80.000}{\text{Rp } 400} = \text{Rp } 200.000,-$$

c. BEP: Cara Aljabar

$$\text{BEP} = \frac{F_c}{P - V} = \frac{\text{Rp}80.000}{\text{Rp}1000 - \text{Rp}600} = 200\text{kantong}$$

$$\text{BEP} = \frac{F_c}{1 - \frac{V}{S}} = \frac{\text{Rp}80.000}{1 - \frac{\text{Rp}180.000}{\text{Rp}300.000}} = \text{Rp}200.000$$

$$\text{d. BEP harga} = \frac{T_c}{Q} = \frac{F_c + V_c}{Q}$$

$$= \frac{\text{Rp}80.000 + 300(\text{Rp}600)}{300\text{kantong}} = \frac{\text{Rp}260.000}{300\text{kantong}} = \text{Rp}870 / \text{kantong}$$

4. Perencanaan Laba

a. Penjualan minimal (S_{\min}) = $\frac{Fc + \Pi}{P - V}$

Misal ingin laba Rp 100.000 per hari

$$S_{\min} = \frac{\text{Rp}80.000 + \text{Rp}100.000}{\text{Rp}1000 - \text{Rp}600} = 450 \text{ kantong}$$

Cocokan

Penjualan = 450.000

V_c = 270.000

CM = 180.000

F_c = 80.000

Π = 100.000

$$b. \text{ Profit Margin} = \frac{\Pi}{S}$$

Misal ingin laba 20%

$$S_{\min} = \frac{Fc}{1 - \frac{v}{s} - \frac{\Pi}{S}}$$

$$S_{\min} = \frac{Rp80.000}{1 - 0,6 - 0,2} = Rp400.000,-$$

Cocokan

$$\text{Penjualan} = 400.000$$

$$Vc = \underline{240.000}$$

$$CM = 160.000$$

$$Fc = \frac{80.000}{80.000} \Rightarrow \frac{\Pi}{S} = \frac{Rp80.000}{Rp400.000} \times 100\% = 20\%$$

IX. Organizational Plan

9.1. Pengembangan Tim Manajemen

Desain organisasi:

- Struktur organisasi
- Perencanaan, Pengukuran dan evaluasi
- Penghargaan (rewards)
- Kriteria seleksi
- Training

Bekerja Sama dengan Orang Lain

- Orang yang seperti apa yang Anda inginkan untuk bekerja sama?
- Ceritakan tentang sebuah konflik dengan seorang rekan kerja Anda dan bagaimana pemecahannya?
- Gambarkan gaya manajemen Anda?
- Tiga kata apa yang menggambarkan diri Anda?

9.2. Organisasi yang berorientasi pasar:

1. Orientasi produksi: konsentrasi pada produk dengan asumsi produk yang dihasilkan lebih baik dari pesaingnya
2. Orientasi penjualan: konsentrasi pada teknik penjualan untuk menarik konsumen membeliprodukannya
3. Orientasi pasar: konsentrasi pada kebutuhan dan keinginan konsumen

9.3. Membangun Organisasi yang Sukses

1. Ada Job Deskripsi dan Job Spesifikasi
2. Direktur menjalankan perannya dengan baik
3. Ada penasehat
4. Berbadan hukum

Peran Direktur:

1. Mengembangkan perencanaan strategi untuk mengembangkan usaha.
2. Mendukung kegiatan sehari-hari
3. Menyelesaikan konflik antara pemilik dan *shareholders*
4. Mengarahkan penggunaan kekayaan perusahaan secara tepat.
5. Mengembangkan jaringan informasi
6. Memeriksa operasi dan *capital budget*.

Bentuk Legal Bisnis:

1. *Proprietorship*

: satu pemilik yang mempunyai liabilitas yang tidak terbatas, mengontrol semua keputusan, dan menerima semua profit.

2. *Partnership*

: dua atau lebih pemilik yang mempunyai liabilitas yang tidak terbatas yang menguasai sumberdaya.

3. *Corporation*

: usaha yang dikerjakan oleh banyak pemegang saham (*stockholders*) dengan liabilitas yang terbatas.

9.4. Job Deskripsi dan Job Spesifikasi

- **Job Deskripsi:** perincian kerja yang dilakukan pekerja.
- **Job Spesifikasi:** Keterampilan dan kemampuan yang dibutuhkan untuk mengerjakan jenis pekerjaan tertentu dalam organisasi.

9.5. KEPEMIMPINAN

Tiga variabel utama dalam kepemimpinan:

1. Penglibatan
2. Pendistribusian kekuasaan
3. Penanaman pengaruh

Dua pendekatan kepemimpinan:

1. *Traits approach*
2. *Behavioural approach*

Sifat Pemimpin:

1. Energi jasmani dan mental
2. Kesadaran akan tujuan dan arah
3. Antusiasme
4. Keramahan dan kecintaan
5. Integritas
6. Penguasaan teknis
7. Ketegasan dalam mengambil keputusan
8. Kecerdasan
9. Keterampilan mengajar
10. Kepercayaan

Tipe Pemimpin:

1. Kharismatis
2. Paternalistis dan maternalistis
3. Militerristis
4. Otokratis
5. *Laissez faire*
6. Populistis
7. Administratif
8. Derokratis

Keterampilan pemimpin:

1. *L Technical skills*
2. *Human skills*
3. *Conceptual skill*

X. NEGOSIASI

10.1. PENGERTIAN

Suatu proses untuk mendapatkan apa yang kita inginkan dari seseorang yang orang tersebut juga menginginkan sesuatu dari kita.

Kapan Negosiasi perlu dilakukan :

1. Jika memerlukan persetujuan
2. Jika waktu dan usaha yang dicurahkan akan menentukan potensi hasil yang diharapkan.
3. ketika hasil yang akan diperoleh bersifat tidak pasti

10.2. GAYA Negosiasi :

1. *The Red Style*
2. *The Blue Style*
3. *The Purple Style*

10.3. TAHAPAN Negosiasi

1. Persiapan
2. Diskusi
3. Usulan
4. Tawar menawar