

MODUL MATA KULIAH

ENTREPRENEURSHIP

OLEH :
TUTY MUTIAH



UNIVERSITAS BSI
2020

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga Modul Mata Kuliah Entrepreneurship ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Modul ini merupakan modul yang digunakan sebagai pelengkap materi pada mata kuliah Sistem Informasi Manajemen yang diberikan pada semester 3. Dengan adanya modul ini diharapkan mahasiswa dapat terbantu sebagai referensi tambahan di luar buku referensi wajib yang harus dimiliki oleh mahasiswa. Penulis menyadari apa yang dipaparkan pada modul ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun untuk pengembangan modul di masa yang akan datang. Harapan penulis semoga modul ini dapat membantu mahasiswa dalam mempelajari Mata Kuliah Entrepreneurship.

KEGIATAN BELAJAR 1

WIRASWASTA DAN WIRUSAHA

Istilah Wiraswasta sering kita dengar dalam dunia usaha, kerap kali di gunakan sebagai sebutan untuk salah satu profesi seseorang. Kata lainnya yang juga memiliki arti serupa sering kita dengar juga yakni Wirusaha, hanya dengan mendengarnya saja tentu kita sebetulnya sudah bisa menyimpulkan apa arti dari kedua istilah tersebut.

Jika di artikan Wiraswasta adalah hasil penggabungan dari dua kata “wira” dan “swasta”. Wira artinya berani, sedangkan swasta berarti berdiri sendiri. Yang dalam dunia bisnis dapat kita simpulkan, mendirikan usaha sendiri. Pelaku wiraswasta inilah yang biasa di sebut dengan seorang pengusaha atau enterpreneur.

Wiraswasta adalah salah satu profesi yang banyak orang dambakan, pasalnya pekerjaan yang satu ini relatif banyak memiliki kelebihan di bandingkan profesi lain. Salah satunya dalam hal dapat lebih fleksibel mengatur waktu untuk menjalankannya. Tentu saja, karena kita sendirilah sebagai bos alias pemilik usahanya.

A. Pengertian Wiraswasta Menurut Para Ahli

Berikut ini terdapat beberapa wiraswasta menurut para ahli, terdiri atas:

1. **Menurut Sumahawijaya (1980)** Wiraswasta memuat sifat keberanian, keutamaan, keteladanan, dan semangat yang bersumber dari kekuatan sendiri.
2. **Menurut Suryo (1986)** Mengatakan bahwa secara definitif wiraswastawan adalah orang yang memiliki sifat mandiri, berpandangan jauh, kreatif, inovatif, tangguh dan berani menanggung resiko dalam pengelolaan usaha dan kegiatan yang mendatangkan.
3. **Menurut Suhadi (1985)** Mengemukakan bahwa wiraswasta memuat sejumlah karakteristik seperti percaya pada kemampuan diri sendiri, berpandangan luas jauh ke depan, mempunyai keuletan mental, lincah dalam berusaha.

B. Ciri-Ciri Seorang Wiraswastawan

Berikut ini terdapat beberapa ciri-ciri seorang wiraswastawan, terdiri atas:

Mempunyai Visi

Para wiraswasta sebagai pemimpin usaha harus mempunyai visi, pandangan jauh ke depan sebagai sasaran yang akan dituju dalam perjuangannya meraih kesuksesan. Visi tersebut biasanya bermula dari suatu cita-cita atau gagasan sederhana yang harus diwujudkan menjadi kenyataan, melalui suatu proses dengan segala liku-liku, kerja keras, berpikir cerdas, tantangan, risiko, dan sebagainya.

Kreatif dan Inovatif

Para wiraswasta harus selalu kreatif, inovatif, peniru (imitator) sehingga akan selalu mempunyai gagasan atau ide dan kombinasi-kombinasi baru, baik dalam bentuk produk, jasa, proses, pola, cara, dan sebagainya, untuk selalu memajukan bisnisnya. Tanpa gagasan-gagasan dan ide-ide baru, bisnisnya akan ketinggalan, karena konsumen selalu menuntut hal-hal yang baru.

Mampu melihat dan mewujudkan Peluang

Peluang selalu menjadi sasaran utama para wiraswasta karena melalui peluang itulah ia bisa menjalankan usahanya dengan cara menciptakan pasar atau mengisi pasar.

Membawa usaha kearah Kemajuan

Seorang wiraswasta selalu berpikir bagaimana memajukan dan membesarkan usaha yang ada, semakin besar dan maju usaha yang mereka jalankan akan semakin besar keuntungan yang diperoleh.

Orientasi pada kepuasan konsumen atau pelanggan

Wiraswasta sadar bahwa pemasukan uangnya berasal dari konsumen atau pelanggan yang membeli barang atau jasanya. Kepuasan para pelanggan ini harus

selalu dijaga agar mereka tidak lari pada pesaingnya. Kalau para pelanggan sudah lari ke pesaingnya, akan sulit untuk meraih mereka kembali, hingga bisnisnya akan mengecil atau malah merugi dan akhirnya bangkrut. Dengan prinsip inilah seorang wiraswasta tidak akan pernah menipu dan mengecewakan pelanggannya.

Berani menerima tantangan ketidakpastian

Salah satu masalah yang harus dihadapi secara sadar oleh para wiraswasta adalah adanya ketidakpastian dalam bentuk apapun. Wiraswasta akan menghadapi semua ketidakpastian itu dengan sadar dan bertanggung jawab, karena dalam bisnis hanya ada dua pilihan: untung atau rugi. Rugi inilah yang merupakan salah satu perwujudan dari ketidakpastian.

Berjiwa kompetisi

Wiraswasta sadar bahwa usaha atau bisnisnya tidak sendiri. Ada pihak lain juga yang berbisnis. Kalau bisnisnya sejenis, tentu akan menjadi pesaing. Di sinilah seorang wiraswasta harus mampu berkompetisi dengan selalu menjual produk atau layanan yang terbaik bagi pelanggannya untuk menjaga kelangsungan usahanya. Seorang wiraswasta hendaknya mau dan mampu berkompetisi dalam batas-batas aturan hukum dan etika bisnis.

Cepat dalam mengambil keputusan

Wiraswasta sadar bahwa kehidupan ini penuh dengan dinamika. Setiap saat segalanya akan berubah. Perubahan-perubahan ini harus disikapi dengan keputusan-keputusan yang tepat dan cepat.

Berjiwa sosial dengan menjadi dermawan (*phylantrophis*) dan berjiwa altruis. Banyak *wiraswasta* sukses dan kaya, tetapi mereka sadar bahwa kekayaan dan uangnya tidak dibawa mati. Oleh karena itu, sebagian kekayaannya disumbangkan untuk tujuan-tujuan sosial dan kemanusiaan karena sadar bahwa kekayaannya itu berasal dari orang lain (*stakeholder*) melalui hasil usaha atau bisnisnya.

C. Jenis-Jenis Wiraswasta

Berikut ini terdapat beberapa jenis-jenis wiraswasta, terdiri atas:

1. Intrapreneur (*Intrapreneur skill: Mempengaruhi, mengajak, dan memimpin*)

Seorang intrapreneur akan tetap dalam perusahaan, bukan sebagai pegawai tapi sebagai konsultan, sales person berdasarkan komisi, atau pemilik sebagian saham perusahaan. Bagi mereka yang menyukai perusahaan atau permainan dalam tim, ini adalah pilihan ideal, diantaranya menjadi:

- Agen asuransi yang mendapatkan bisnis residual.
- Agen sekuritas mendapatkan penjualan residual.
- Pemasar jaringan mendapatkan komisi residual.
- Manajer korporat mendapatkan opsi saham.

2. Exrapreneur (*Exrapreneur skill: Kreatif dan menghibur*)

1. Penulis lagu mendapatkan royalty dari lagu-lagu yang diciptanya.
2. Aktor mendapatkan bagian dari akting.
3. Game designer mendapatkan royalti.
4. Penemu mendapatkan royalti.
5. Pembantu para selebriti mendapatkan persentase keuntungan.

3. Infopreneur (*Infopreneur skill: Mengorganisasi, menata, menyederhanakan, mengajar, dan lainnya*)

Seorang infopreneur adalah mereka yang mendapatkan uang dari menjual informasi. Produk utama mereka adalah data, pengetahuan, keahlian, atau informasi khusus. Di sini, mereka mengubah ide, pengetahuan, dan pengalaman menjadi uang kontan.

Pengarang buku bisa mendapatkan royalty dari buku-buku yang ditulisnya, konsultan marketing mendapatkan persentase tertentu dari laba atau penghasilan,

pemilik waralaba mendapatkan biaya franchise, pencipta software mendapatkan royalti, penyedia isi internet mendapat penghasilan dari iklan dan royalti.

4. Autopreneur (*Autopreneur skill: menganalisis, melihat nilai tersembunyi, menanamkan modal*)

Model ini tidak seperti wirausahawan tradisional yang menciptakan bisnis dengan menjual "objek yang berat dan keras", autopreneur berusaha mendapatkan kepemilikan atas aliran otomatis pendapatan tanpa harus bekerja lagi.

Sebagai contoh:

- Pengusaha mendapatkan profit bisnis.
- Orang yang menabung mendapatkan bunga bank.
- Investor mendapatkan deviden, bunga, dan apresiasi.
- Pemegang sertifikat hak gadai mendapatkan penalti bunga.
- Pemilik mailing list mendapatkan ongkos sewa situs.
- Mitra kerja mendapatkan laba.
- Pemilik real estate bisa mendapatkan laba cash flow.

Contoh Wiraswasta

Berikut ini terdapat beberapa contoh usaha wiraswasta, terdiri atas:

1. Menjual Jasa

Ada beberapa jenis jasa yang banyak dicari oleh konsumen, baik secara online maupun offline. Berikut ini adalah beberapa contoh usaha jasa yang banyak ditawarkan oleh pelaku wiraswasta:

- Jasa laundry
- Jasa mencuci mobil/ motor
- Jasa menulis artikel
- Jasa membuat video
- Jasa edit gambar

2. Menjual Barang

Para pelaku wiraswasta umumnya melakukan kegiatan berniaga atau menjual suatu barang tertentu kepada konsumen. Beberapa contoh usaha niaga diantaranya:

- Menjual produk makanan
- Menjual produk suplemen
- Menjual produk meubel
- Menjual produk kebutuhan rumah tangga
- Dan lain-lain

2. Pengertian Wirausaha Secara Umum

Wirausa atau wirausahawan (bahasa Inggris: entrepreneur) adalah orang yang melakukan aktivitas wirausaha yang dicirikan dengan pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun manajemen operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya.

Pengertian wirausaha secara umum adalah seorang yang berani berusaha secara mandiri dengan mengerahkan segala sumber daya dan upaya meliputi kepandaian mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk menciptakan sebuah peluang usaha, pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya untuk menghasilkan sesuatu yang bernilai lebih tinggi, dengan segala resiko yang akan dihadapinya.

Dalam prosesnya, wirausahawan mengkombinasikan faktor-faktor produksi seperti sumber daya alam, tenaga kerja, material dan peralatan lainnya, serta melakukan sebuah proses yang disebut creative destruction (pengerusakan yang kreatif) untuk menghasilkan suatu nilai tambah (added value) guna menghasilkan nilai yang lebih tinggi, sehingga inti dari ketrampilan wirausaha adalah kreativitas (the core of entrepreneurial skill is creativity).

Maka dari itulah, wirausaha adalah pelaku utama dalam pembangunan ekonomi yang fungsinya untuk melakukan inovasi atau kombinasi-kombinasi yang baru

untuk sebuah inovasi hingga melakukan perbaikan produksi lainnya. Juga memiliki dorongan kekuatan dari dalam diri untuk memperoleh suatu tujuan, serta suka bereksperimen untuk menampilkan kebebasan dirinya di luar kekuasaan dari orang lain.

A. Pengertian Wirausaha Menurut Para Ahli

Joko Untoro

Joko Untoro mengemukakan bahwa pengertian kewirausahaan adalah suatu keberanian untuk melakukan upaya upaya memenuhi kebutuhan hidup yang dilakukan oleh seseorang, atas dasar kemampuan dengan cara memanfaatkan segala potensi yang dimiliki untuk menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain.

J.Leach Ronald Melicher

J.Leach Ronald Melicher mengartikan kewirausahaan sebagai sebuah proses dalam merubah ide menjadi kesempatan komersil dan menciptakan nilai (harga).

Eddy Soeryanto Soegoto

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto kewirausahaan atau entrepreneurship adalah usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan kerja dan hasilnya berguna bagi orang lain.

Stein dan John F. Burgess (1993:35)

Pengertian wirausaha menurut Stein dan John F. Burgess adalah orang yang mengelola, mengorganisasikan, dan berani menanggung segala risiko untuk menciptakan peluang usaha dan usaha baru.

Ahmad Sanusi (1994)

Pengertian kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis .

Zimmerer (1996)

Pengertian Wirausaha menurut Zimmerer adalah suatu proses penerapan kreativitas dan keinovasian dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan usaha.

B. Ciri ciri Wirausaha

- Memiliki keberanian mempunyai daya kreasi
- Berani mengambil risiko
- Memiliki semangat dan kemauan keras
- Memiliki analisis yang tepat
- Tidak konsumtif
- Memiliki jiwa pemimpin
- Berorientasi pada masa depan

C. Tujuan Wirausaha

Wirausaha memiliki banyak sekali tujuan, berikut ini beberapa diantaranya,

- a. Dapat meningkatkan jumlah para wirausaha yang baik dan berkualitas.
- b. Dapat menumbuhkan kesadaran kewirausahaan yang tangguh dan kuat pada masyarakat.
- c. Dapat mewujudkan kemampuan para wirausaha sehingga menghasilkan kesejahteraan masyarakat.
- d. Dapat membudayakan sikap pantang menyerah, semangat, berperilaku baik dan kewirausahaan pada masyarakat.

D. MENGAPA HARUS JADI ENTREPRENEUR???

T Kiyosaki dalam bukunya *Cash flow Quadrant*. Beliau membagi manusia ini dalam 4 kuadran, yaitu: E (*employee*), S (*Self Employee*), B (*Business* Istilah wirausaha berasal dari kata *Entrepreneur* (bahasa *Owner*) dan I (*Investor Perancis*) yg kemudian diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris dengan arti *between taker* atau *go-between*.



Sumber: Modul Kewirausahaan MGMP Kota Yogyakarta (2007)

Secara Harfiah Wira artinya berani sedangkan Usaha adalah Daya Upaya Kewirausahaan adalah hal-hal yang berhubungan dengan keberanian seseorang dalam menjalankan kegiatan bisnisnya Entrepreneur *adalah suatu kemampuan untuk mengelola sesuatu yang ada pada diri kita untuk dimanfaatkan dan ditingkatkan agar lebih optimal, sehingga dapat meningkatkan taraf hidup kita* Wirausaha vs Karyawan (A. sunarya, dkk, 2011:18)

Wirausahawan/entrepreneur mempunyai **Keuntungan** sebagai berikut:

- Terbuka peluang untuk mencapai tujuan yang dikehendaki sendiri
- Terbuka peluang untuk mendemonstrasikan kemampuan serta potensi seseorang secara penuh

- Terbuka peluang untuk memperoleh manfaat dan keuntungan secara maksimal
- Terbuka peluang untuk membantu masyarakat dengan usaha-usaha konkrit
- Terbuka kesempatan untuk menjadi bos

Kelemahan menjadi wirausahawan

- Memperoleh pendapatan yang tidak pasti, dan memikul berbagai risiko
- Bekerja keras dan waktu/jam kerjanya panjang
- Kualitas kehidupannya masih rendah dampai
- usahanya berhasil, sebab dia harus berhemat
- Tanggung jawabnya sangat besar, banyak keputusan yang harus dia buat, walaupun dia kurang menguasai permasalahan yang dihadapinya.

Bagaimana memulai ???

Mindset Menggerakkan Perilaku

- Mindset adalah posisi atau pandangan mental seseorang yg memengaruhi pendekataan orang tersebut dalam menghadapi suatu fenomena.
- Pola pikir atau mindset adalah keseluruhan/ kesatuan dari keyakinan yang kita miliki, nilai-nilai yang kita anut, kriteria, harapan, sikap, kebiasaan, keputusan.
- Mindset adalah pola pikir yg mencakup, hal-hal berikut: 1. Sumber pikiran dan memori

Jenis Mindset Carol Dweck(2006)

1. Fixed Mindset

Memiliki keyakinan bahwa inteligensi, bakat, sifat adalah sebagai fungsi hereditas/keturunan.

Ciri-cirinya:

- Menghindari adanyatantangan.
- Mudah menyerah.

- Menganggap usaha tidak ada gunanya.
- Mengabaikan kritik.
- Merasa terancam dengan kesuksesan orang lain.

2. *Growth Mindset* (Mindset Berkembang)

- Mindset berkembang (*growth mindset*) ini didasarkan pada kepercayaan bahwa kualitas-kualitas dasar seseorang dapat diolah melalui upaya-upaya tertentu.
- Memiliki keyakinan bahwa intelegensi, bakat, dan sifat bukan merupakan fungsi. hereditas/keturunan.

E. Ciri-cirinya:

1. Menerima tantangan dan bersungguh-sungguh menjalankannya.
2. Tetap berpandangan ke depan dari kegagalan
3. Berpandangan positif terhadap usaha.
4. Belajar dari kritik.
5. Menemukan pelajaran dan mendapatkan inspirasi dari kesuksesan orang lain.

F. **Komponen Mindset**

- Paradigma, adalah cara yg digunakan oleh seseorang di dalam memandang sesuatu.
- Keyakinan dasar, adalah kepercayaan yg dilekatkan oleh seseorang terhadap sesuatu.
- Nilai dasar, adalah sikap, sifat dan karakter yang dijunjung tinggi oleh seseorang sehingga berdasarkan tersebut nilai-nilai tersebut seseorang dibatasi.
- Bagaimana membentuk mindset positif, meliputi:
 1. Masalah adalah hikmah.
 2. Fokus dan bersungguh-sungguh.
 3. Kerja keras dan pantang menyerah
 4. Berpikir positif
 5. Selalu bersyukur

Membentuk Mindset Entrepreneur

Berikut 9 kiat sukses untuk membangun pola pikir positif bahwa wirausaha adalah cita-cita dan pilihan terbaik.

1. Pengusaha pilihan mulia
2. *Pengusaha kaya ide*
3. *Pengusaha mengatur waktu bukan diatur waktu*
4. *Pengusaha gaji tiap hari*
5. *Pengusaha itu bos*
6. *Pengusaha luas pergaulannya*
7. *Pengusaha itu mandiri*
8. *Pengusaha solusi kaya*
9. *Pengusaha mewariskan usahanya*

Untuk memulai usaha, kita hanya butuh 3M, yaitu :

1. Motivasi yg kuat,
2. Mindset yg tepat (produktif, kreatif, positif)
3. Make it (lakukan saja).

Untuk meningkatkan motivasi dlm berusaha, maka settinglah hasrat menjadi ***crazy rich***. Pupuklah hasrat tersebut dengan membayangkan bahwa seorang entrepreneur akan mempunyai waktu yg luang dan ruang yg lapang.

Bagaimana Mencari Ide???

Ide usaha bermula dari:

1. Adanya masalah--- produk baru
2. Kesenjangan supply dan demand
3. Prinsip Bisnis 3M, meliputi Mulai dari yang disukai/disenangi/ Hobby, Mulai dari yang dikuasai, Mulai sekarang.
4. Prinsip Bisnis 3A, meliputi: ATP (Amati Tiru Persis), ATM (Amati Tiru Modifikasi) dan ABS (Amati Buat sendiri)

Latihan Soal Kegiatan Pembelajaran 1

1. Yang bukan termasuk kedalam komponen membentuk mindset wirausaha adalah:
 - a. Karakter
 - b. Keyakinan Dasar c. Paradigma
 - d. Modal Usaha
 - e. Fokus

2. Wirausaha adalah seorang / sekelompok orang yg mengorganisir faktor-faktor produksi, alam, tenaga, modal & skill utk tujuan berproduksi. Merupakan arti wirausahawan menurut:
 - a. Ahli Bisnisman
 - b. Ahli Ekonomi
 - c. Ahli Pemodal
 - d. Ahli Psychologis
 - e. Ahli Konsumen

3. Salah Satu cara membentuk Mindset positif untuk mendukung pola pikir yang baik adalah:
 - a. Mencoba mendapatkan masalah
 - b. Bekerja sesuai keinginan
 - c. Selalu Bersyukur
 - d. Mudah Percaya
 - e. Mudah terpengaruh

4. Konsep 3 M untuk memulai usaha dengan cara melakukan usaha secara real tanpa menunda-nunda adalah:
 - a. Make It
 - b. Mindset
 - c. Motivasi
 - d. Modern
 - e. Modal

5. Terbukanya peluang untuk memperoleh manfaat dan keuntungan yang maksimal dan mendemonstrasikan potensi seseorang secara penuh adalah salah satu kelebihan:
- a. Wirausaha
 - b. Investor
 - c. Konsumen
 - d. Pemerintah
 - e. Masyarakat

KEGIATAN BELAJAR 2

Business Plan Bisnis Model Canvas

Pengertian

“Suatu dokumen yg menyatakan keyakinan akan kemampuan sebuah bisnis u/ menjual barang/jasa dgn menghasilkan keuntungan yang memuaskan & menarik bagi penyandang dana” (Bygrave: 1994:114)

“Dokumen tertulis yg disiapkan oleh wirausaha yg menggambarkan semua unsur-unsur yg relevan baik internal, maupun eksternal mengenai perusahaan untuk memulai usaha, yg isinya merupakan perencanaan, permodalan, manufaktur & SDM” (Histrich, 1995:113)

Manfaat Rencana Bisnis

Rencana bisnis, yaitu sebuah rencana mengenai langkah-langkah apa saja yg harus dilakukan dalam merealisasikan ide bisnis menjadi sebuah bisnis yang sukses.

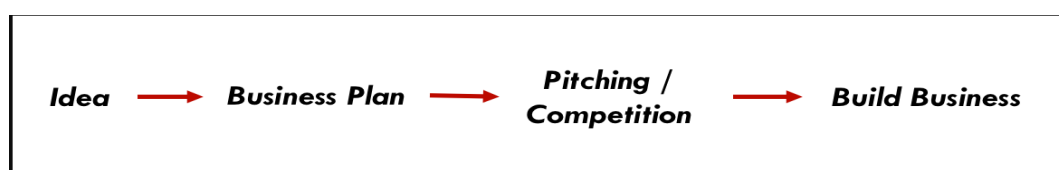
Pentingnya Bisnis plan disusun sebelum memulai usaha, sbb:

1. Sebagai Panduan dalam Menjalankan Bisnis
2. Diperlukan untuk Mencari Sumber Dana
3. Memberikan Gambaran Hasil Di Masa Depan

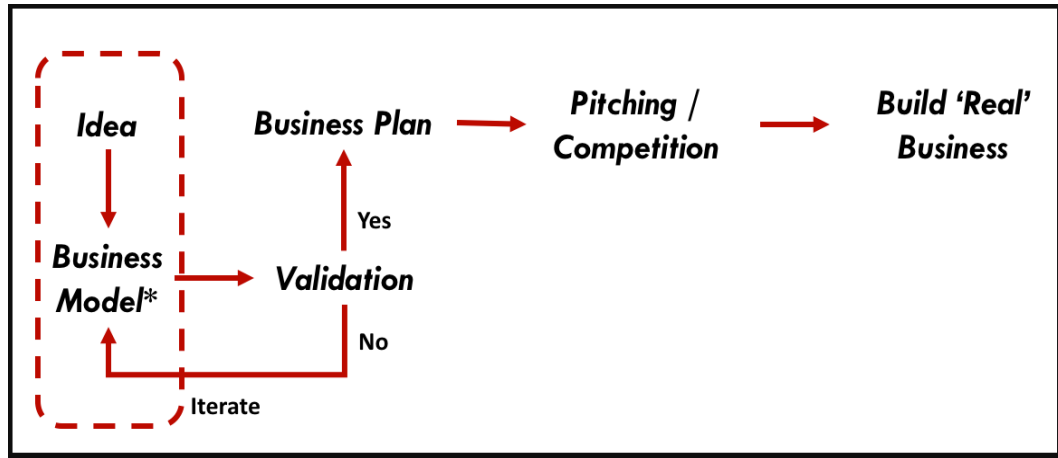
Alur Membangun Bisnis antara Dulu

Dulu

dan Sekarang



Sekarang



Sumber <https://arrayrahmawan.net/>

Business Model Canvas (BMC) ialah suatu kerangka kerja yang membahas model bisnis dengan disajikan dalam bentuk visual berupa kanvas lukisan, agar dapat dimengerti dan dipahami dengan mudah.

Secara umum, BMC dikembangkan dengan mempertimbangkan 9 blok utama yang harus diperhatikan dalam memetakan model bisnis. Kesembilan blok utama ini, semua terangkum dalam satu canvas (1 halaman). Inilah yang juga membuat BMC unggul karena dengan kesederhanaannya yang hanya terdiri dari 1 halaman ini,

ternyata *powerful* untuk memberikan pemahaman tentang model bisnis secara utuh. Model ini digunakan untuk menjelaskan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah suatu model bisnis, agar mampu menghasilkan kinerja yang lebih optimal.

Apa kegunaannya?

- BMC dapat digunakan untuk semua lini bisnis tanpa terbatas sektor usahanya.
- BMC sangat membantu untuk mempercepat proses analisis kekuatan dan kekurangan bisnis.

- Dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan, maka analisis kebutuhan dan profit dapat dilakukan dengan cepat.

Sederhananya, BMC terdiri dari 3 bagian utama. Bagian tersebut adalah *offering*, *customer*, dan *infrastructure*. Adapun gambar pembagian hal tersebut ada di bagian berikut ini:



Offering : Value Proposition

Dalam bisnis selalu ada produk atau jasa yang akan ditawarkan. Dalam blok area Value Proposition mencakup produk atau layanan apa yang ditawarkan untuk calon customer.

A Marketing Strategy

Strategi Pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan. Sebab, merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut. Pada akhirnya, pemasaran memiliki tujuan sebagai berikut:

- Konsumen potensial mengetahui secara detail produk yg kita hasilkan dan perusahaan dapat menyediakan semua permintaan mereka atas produk yg dihasilkan.
- Perusahaan dapat menjelaskan secara detail semua kegiatan yg berhubungan dengan pemasaran
- Mengenal dan memahami konsumen sedemikian rupa sehingga produk cocok dengannya dan dapat terjual dengan sendirinya.

Hal-hal yang perlu diperhatikan untuk pemasaran, dari sudut pandang pembeli/konsumen:

- Kebutuhan dan keinginan konsumen (*Customer needs and want*)
- Biaya konsumen (*Cost to the customer*);
- Kenyamanan (*Convenience*);
- Komunikasi (*Communication*).

3. Konsep Dasar Pemasaran

Di dalam setiap kegiatan bisnis harus diusahakan agar wirausahawan memperhatikan konsep **AIDA+ S**.

AIDA + S merupakan singkatan dari:

A = *Attention*

I = *Interest*

D = *Disire*

A = *Action* (perhatian) (minat/ketertarikan) (keinginan) (tindakan)

S = *Satisfaction* (kepuasaan)

Tujuan dari pemasaran ini ***bagaimana menimbulkan kepuasaan bagi konsumen.***

4. MARKETING MIX [**BAURAN PEMASARAN**]

Marketing mix berarti bauran pemasaran yaitu kegiatan mengkombinasikan berbagai kegiatan marketing agar dicapai kombinasi maksimal dan hasil yang paling memuaskan.

=> Produk adalah merupakan titik sentral dari kegiatan Marketing.

=> Harga masalah kebijakan harga turut menentukan keberhasilan pemasaran produk, melalui kebijaksanaan harga oleh produsen, grosir dan retailer.

=> Saluran distribusi atau perantara adalah sangat penting karena dalam segala hal mereka berhubungan dengan konsumen.

=> Promosi antara produk dan promosi tdk dapat dipisahkan bagaikan dua sejoli yang saling berangkulan untuk suksesnya pemasaran, harus ada keseimbangan produk, baik sesuai dengan selera konsumen, dibarengi dgn teknik promosi yang tepat akan membantu suksesnya usaha marketing.

Konsep Pemasaran Yang Sedang Tren

Berikut enam tren marketing yang perlu dikuasai dalam pemasaran produk, meliputi:

- *Content Marketing,*
- *Mobile Marketing,*
- *Integrated digital marketing,*
- *Continuous marketing,*
- *Personalized Marketing,*
- *Visual Marketing*

ENTREPRENUER FESTIVAL

Format Business Plan

1. Cover, dibuat Cover semenarik mungkin. Cover harus merepresentasikan karakter dari bisnis yang ada dalam business plan. Secara umum, salah satu fungsi Business Plan adalah sebagai proposal untuk bernegosiasi dengan pihak lain seperti Investor.

Cover harus terdiri atas:

- Logo, Logo akan merepresentasikan karakter bisnis dalam bentuk grafis. Konsultasi pada ahlinya akan memberikan kemungkinan tampilan logo yang lebih baik.
- Nama Bisnis, Nama Bisnis juga harus disebutkan dengan jelas. Penamaan, sebaiknya dibuat sesimple mungkin hingga lebih mudah diingat dan dilafalkan.
- Alamat Kontak, Alamat diperlukan untuk memberikan peluang bagi siapapun (calon investor untuk menghubungi, sekaligus memberikan pernyataan pada calon investor bahwa bisnis ini memiliki kantor yang jelas dan bisa dihubungi secara resmi.

2. BAB I : Overview

Berisi gambaran singkat tentang bisnis yang ada didalam Business Plan ini. Overview terdiri atas:

- Business Background, Latar belakang mengapa bisnis ini (akan) didirikan. Atau bisa disebutkan mengapa ide bisnis ini muncul (untuk bisnis yg belum berjalan).
- Vision & Mission Statement, Visi (cita-cita yang ingin dicapai (jangka panjang) dan Misi (langkah-langkah yg ditempuh utk mencapai visi yg sudah ditetapkan).

- Product Description, Deskripsi singkat tentang produk (*bisnis*) diperlukan untuk memberikan penjelasan singkat pada calon investor tentang bisnis ini.
- Organization Structure, Struktur organisasi harus disebutkan hingga calon investor bisa melihat tingkat keamanan pelaku bisnis ini secara organisasi, yang akan terlihat dari kejelasan struktur organisasi serta pengisian pos-pos dalam struktur organisasi sesuai dengan kapasitas dan tugas yang harus dikerjakan.

3. Business Model Canvas (BMC): Panduan Lengkap Menyusun Rencana Bisnis

LANGKAH 1 (dari 10) : Customer Segments

Customer segments atau segmen konsumen yang ditarget merupakan hal terpenting yang harus bisa dijawab dari *Business Model Canvas*. Kebanyakan model bisnis tidak memberikan hasil yang diharapkan karena *customer segment* tidak dapat didefinisikan dengan jelas.

Untuk dapat mengisi *customer segment* dengan jelas, hal berikut ini perlu diperhatikan: **1. Customer Segment Dimensions (Dimensi Segmen Konsumen)**

Perhatikan apakah bisnis Anda menargetkan konsumen single atau multi-sided market? Maksud multi-sided market, misalnya Facebook yang memiliki model bisnis untuk melayani dua pihak : *advertiser* dan *user*. *multi-sided* market umumnya memiliki segmen tersendiri untuk setiap kategorinya.

2. Customer Characteristics (Karakteristik Konsumen)

Setelah memetakan dimensi segmen, maka selanjutnya adalah mendefinisikan karakter segmen di masing – masing dimensi tadi. Sebagai contoh, apabila kita memiliki segmen *user*, maka *user* yang karakteristiknya seperti apa? Beberapa pertimbangan untuk karakteristik, misalnya:

Usia dan *gender*, *Passion*, *habit*, hobi, Tingkat penghasilan, Tingkat pendidikan, Target yang ingin dicapai, dan lain sebagainya...

3. Customer Problems / Needs (Masalah / Kebutuhan Konsumen)

Apa masalah yang dirasakan konsumen yang telah Anda petakan? Apa *pain* yang sedang ingin mereka sembuhkan? Apa *target* yang sedang ingin mereka kejar? Apa *needs* yang mereka perlukan untuk mencapai impian – impian mereka?

Satu hal yang perlu Anda lakukan adalah **mengurangi asumsi** apa yang dibutuhkan konsumen dengan bertanya langsung kepada mereka. Buat pengamatan lapangan atau wawancara langsung agar Anda semakin dekat dengan konsumen Anda.

Output: Pada bagian ini Anda akan menghasilkan daftar target konsumen Anda berdasarkan segmen yang berbeda-beda, plus penjelasan detil tentang karakteristik masing-masing konsumen. Jika segmen Anda ada banyak, saya menyarankan untuk membuat prioritas dalam melayani konsumen. Coba tanyakan, “seandainya saya hanya bisa melayani 1 konsumen saja, siapakah yang ingin saya layani?”

LANGKAH 2 (dari 10) : Value Propositions

Ketika pemetaan *customer segment* sudah jelas, maka selanjutnya kita memilih mana masalah atau kebutuhan dari pelanggan itu yang ingin kita penuhi? Selain itu, di *value proposition* juga harus mempertimbangkan apa keunikan / keunggulan solusi yang kita tawarkan dibandingkan solusi – solusi lainnya?

Maka dari itu, siapkan *sticky notes* dan tuliskan sebanyak-banyaknya *value proposition* yang Anda persiapkan sebagai *cure* atau obat untuk mengatasi masalah dari konsumen.

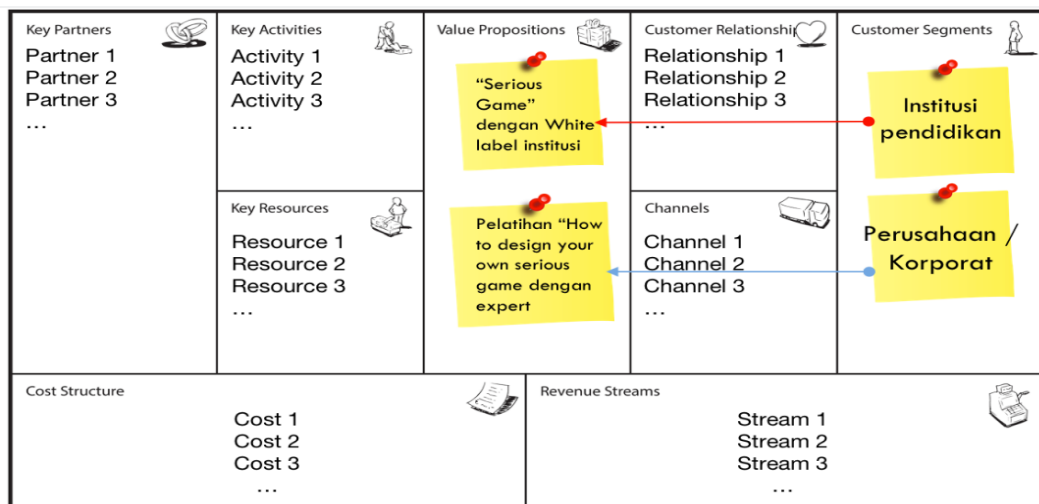
Sebagai contoh,

salah satu *startup* yang sedang saya kembangkan, SignifierGames.com membuat *value proposition* penyediaan *Serious Games* untuk pembelajaran konsep – konsep kompleks di bidang *engineering*, khususnya *industrial engineering*. Solusi ini dibuat dengan harapan dapat mengurangi *pain* berbagai institusi pendidikan di

Indonesia dalam mengajarkan konsep sulit kepada peserta didiknya. Beberapa *game* yang dikembangkan adalah permainan di

bidang *operation management*, seperti *Operation Management Game (OMG)*, *Project Management Game (PMG)*, dan *Strategic Sourcing Management Game (SSMG)*. *Value proposition* ini berbeda karena kebanyakan pengembang *Serious Games* tidak mengembangkan permainan untuk bidang – bidang *engineering*.

Setelah Anda menemukan *value proposition*, pastikan Anda menghubungkan koneksi antara VP yang Anda miliki dengan *customer segment* yang telah Anda petakan. Contohnya adalah seperti ini,



Output : Daftar solusi atau “obat” yang lebih baik atau kompetitif dari yang sudah ada berdasarkan masalah atau kebutuhan konsumen

LANGKAH 3 (dari 10) : CHANNELS

Channels dalam BMC adalah entitas yang digunakan oleh organisasi bisnis untuk membuat *value proposition* yang sudah dibuat itu ‘sampai’ ke konsumen. Biasanya saya menggunakan *framework AIDA (Attention – Interest – Desire – Action)* sebagai tahap awal, ditambah bagaimana proses pengiriman barang atau jasa tersebut ke konsumen.

Misalnya, apa yang bisa dilakukan untuk menarik *attention* konsumen terhadap *value proposition* yang dibuat? Beberapa pilihan menarik, antara lain:

- Membuat iklan
- Memasang FB Ads atau Google Adwords

Dua contoh di atas adalah termasuk *channels* Sebagai contoh, SignifierGames.com menggunakan media Website, Brosur, dan Buku yang dijual di retailer seperti Amazon.com untuk menyampaikan *value proposition* kepada konsumen.

- **Output:** Daftar dari *channel* yang penting untuk mendistribusikan informasi dan *value* kepada konsumen. Biasanya, berbeda segmen konsumen maka akan berbeda pula *channelnya*

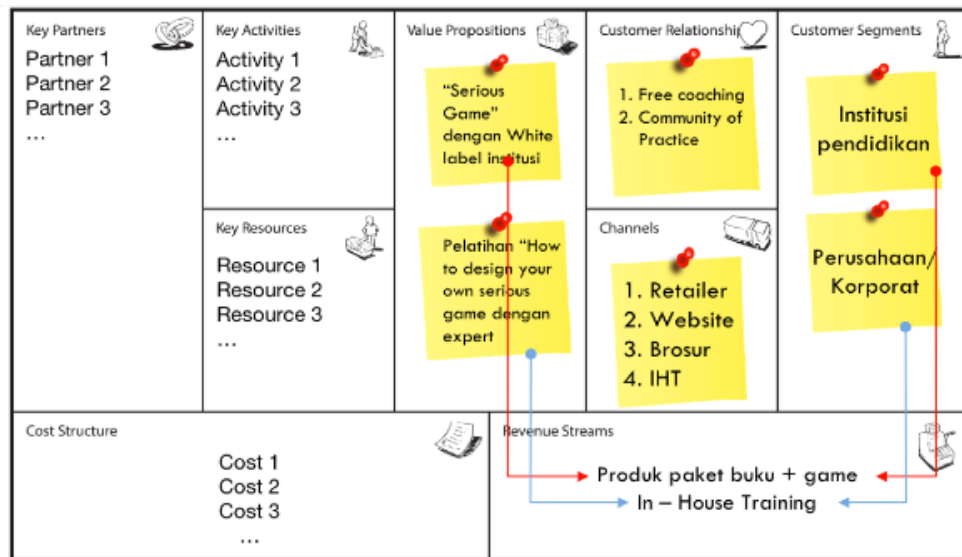
Langkah 4 (dari 10) : Customer Relationship

- Bagian *customer relationship* diisi tentang bagaimana kita berinteraksi kepada konsumen setelah terjadi transaksi, untuk memastikan konsumen puas dengan *value* yang kita tawarkan sepanjang hingga akhir *life cycle* nya.
- Perusahaan penerbangan, misalnya setelah kita menggunakan jasa penerbangannya umumnya akan ditawarkan berbagai email penawaran, memberikan *membership* khusus, yang apabila sudah mencakup beberapa poin akan mendapatkan benefit tertentu.
- **Output:** penjelasan tentang bagaimana caranya organisasi menjalin hubungan dengan konsumen yang sudah ‘membeli’ *value* yang ditawarkan agar tercipta loyalitas atau transaksi kembali.

• Langkah 5 (dari 10) : Revenue Stream

- *Revenue streams* adalah pendapatan yang diterima oleh perusahaan atau organisasi yang berasal dari *value proposition* yang ditawarkan. Hal paling penting adalah harus terjadi koneksi yang *clear* antara *revenue stream* yang dihasilkan dari *value proposition*, dan *customer segment* mana yang membayar untuk hal tersebut.

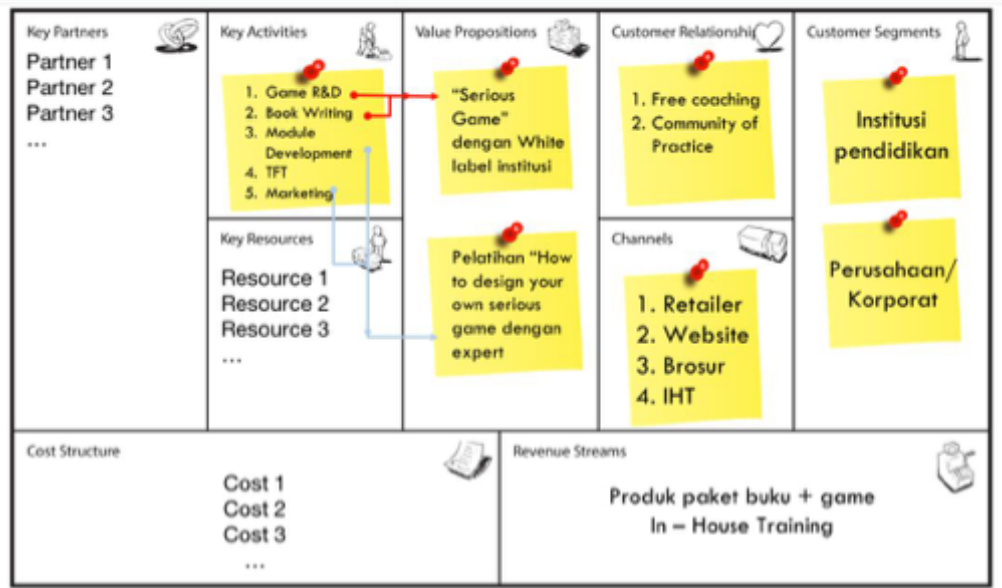
- Sebagai contoh, di bawah ini saya ambil dari BMC Signifiergames.com, di mana *revenue streams* berasal dari penjualan paket game dan buku untuk akademik, dan yang membayar adalah institusi pendidikan.



Output: Daftar dari *revenue streams*, yang berasal dari *value proposition x* yang ditawarkan, dengan *customer segmen y* sebagai pihak yang bersedia membayar

Langkah 6 (dari 10) : Key Activities

- Untuk menciptakan *value proposition* yang lebih baik dan kompetitif, tentunya ada beragam aktivitas kunci untuk dapat menghasilkan *value proposition* sesuai dengan yang diharapkan. Aktivitas ini adalah aktivitas pokok yang apabila hilang atau tidak ada, maka *value proposition* yang kompetitif tidak dapat direalisasikan.
- Sebagai contoh, SignifierGames.com mengajukan *value proposition* yaitu *serious game* berkualitas yang dikembangkan oleh *expert* di Universitas Indonesia, dan *key activities* yang diperlukan adalah *game design & development*. Contoh lebih jelas dapat dilihat pada gambar di bawah ini,



Output : Daftar aktivitas utama / kunci untuk dapat menghasilkan *value proposition* yang diinginkan.

Langkah 7 (dari 10) : Key Resources

- *Key resources* adalah sumber daya strategis yang dibutuhkan untuk menunjang *key activities* agar bisa berjalan lancar untuk menghasilkan *value proposition* sesuai dengan yang diharapkan. Dengan terpetakannya *key resource*, diharapkan sebuah bisnis dapat menjadi lebih kompetitif dibandingkan pesainya.
- Sebagai lembaga pengembang 'serious games', SignifierGames.com bergantung penuh terhadap SDM bertalenta atau para *expert* di bidang pengembangan *serious games*. *Talented people* ini kemudian menjadi *key resources* dari SignifierGames.com
- **Output:**Daftar dari sumber daya utama yang dibutuhkan untuk menunjang *key activities* agar dapat menghasilkan *value proposition* yang diinginkan.

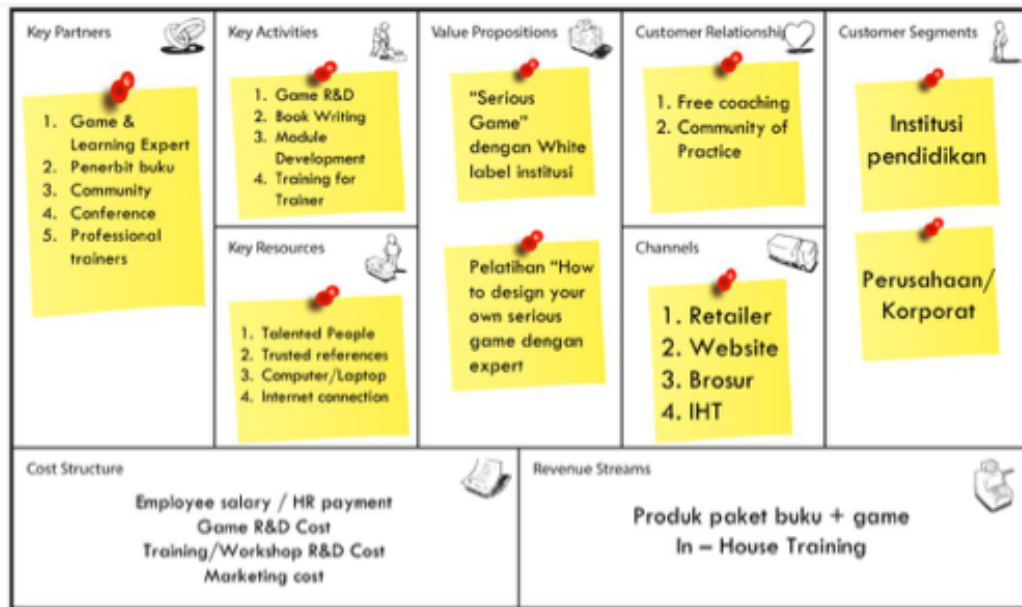
Langkah 8 (dari 10) : Key Partnership

- Sebuah organisasi bisnis tentunya tidak bisa berjalan hanya mengandalkan dirinya sendiri. Ketimbang mengembangkan dan menjalankan semuanya sendiri, ada baiknya untuk bekerjasama dengan mereka yang telah *expert* di bidangnya masing – masing.

- Misalnya, salah satu *key activities* dari SignifierGames.com adalah membuat dan mencetak buku. Maka, daripada *handling* semuanya sendirian, ada baiknya SignifierGames.com bekerjasama dengan penerbit yang memang sudah malang melintang di bidang penerbitan buku. SignifierGames.com pun kemudian hanya menyiapkan naskahnya saja, untuk nanti diubah dan di *layout* oleh penerbit utama.
- *Key activities* lainnya di SignifierGames.com, misalnya adalah melakukan *training for trainer* untuk kaderisasi. Namun, karena kaderisasi *trainer* dan *fasilitator* itu cukup lama, maka SignifierGames.com bisa bekerjasama dengan *trainer profesional* yang sudah berpengalaman untuk menjadi narasumber *workshop* atau seminar yang dibawakan tentang bagaimana cara membuat *game*.
- **Output:** Daftar rekanan kunci di luar organisasi yang dapat mendongkrak performa *key activities* sehingga dapat menghasilkan *value proposition* dengan lebih kompetitif lagi.

Langkah 9 (dari 10) : Cost Structure

- Cost structure adalah daftar biaya yang dikeluarkan oleh organisasi bisnis dalam rangka menciptakan *value proposition* kepada konsumen. Biasanya, *cost structure* ini ‘ditarik’ dari *key activities*. Beberapa pertanyaan penting untuk diajukan saat memetakan biaya:
- Apakah biaya yang dikeluarkan dalam rangka menciptakan *value*?
- Mana jenis biaya yang lebih banyak, fixed cost atau variable cost?
- Jika bisnis diskala menjadi lebih besar, apakah peningkatannya linear, eksponensial, atau tetap?
- Pemetaan struktur biaya perlu dilakukan dengan lebih hati – hati, karena sangat penting apabila organisasi bisnis ingin dibuat dalam skala yang lebih besar dari sebelumnya.
- **Output:** Daftar elemen struktur biaya yang dikeluarkan untuk membiayai *key activities* dalam menciptakan *value proposition*.

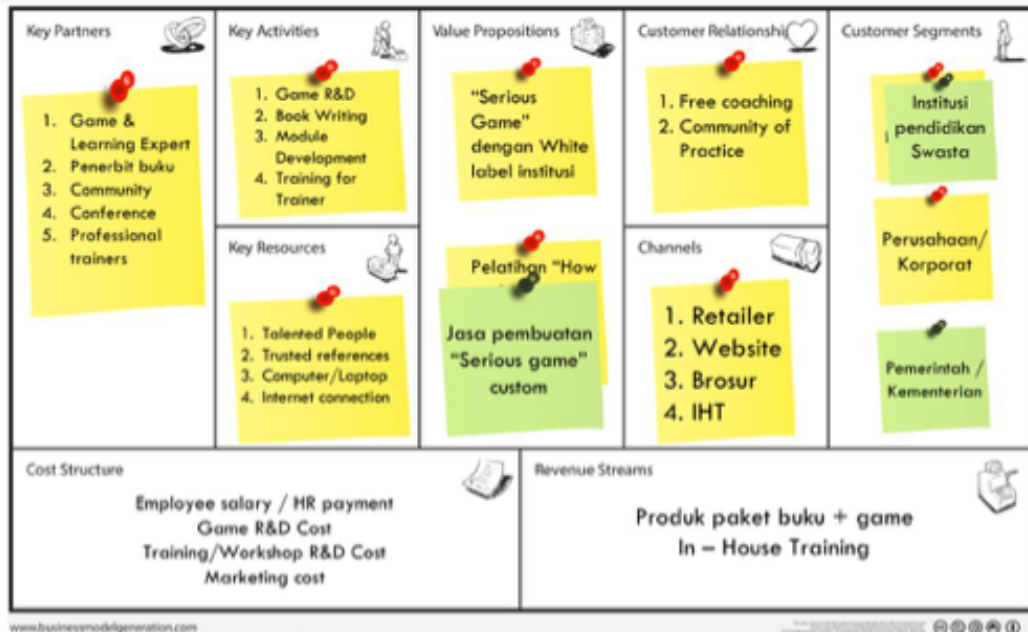


Pada akhirnya, SignifierGames.com memiliki hasil akhir BMC dalam bentuk seperti ini,

LANGKAH 10 (DARI 10) : ANALISIS & VALIDASI MODEL BISNIS

- Bagi Anda yang sudah menyelesaikan BMC, jangan senang dulu karena sebenarnya menyelesaikan BMC itu barulah langkah awal . Pada kenyataannya, hipotesis ini perlu diuji apakah memang benar model bisnis yang direncanakan tersebut berjalan sebagaimana mestinya.
- Bagaimana cara mengujinya? Cara paling mudah adalah langsung bertanya ke konsumen yang ditarget, berinteraksi secara langsung ke lapangan dan merasakan langsung apa yang dirasakan konsumen.
- Interaksi langsung dengan konsumen itu dapat memberikan banyak *insight* tambahan baru. Misalnya, SignifierGames.com sendiri melakukan beberapa perubahan rencana model bisnis setelah berinteraksi langsung dengan konsumennya.
- Misalnya, dulu asumsi bahwa seluruh institusi pendidikan memiliki kesulitan dalam mengajarkan konsep sulit ke peserta didik. Sehingga, kami berasumsi bahwa *Serious Game* yang dibuat *expert* ini akan laku.

- Namun setelah dipelajari lagi, ternyata yang lebih banyak mencari *Serious Game* ini adalah universitas swasta yang memang sedang menjalin kerjasama dengan kampus besar seperti UI.
- Maka, kerjasama tersebut coba dibundling dengan produk buku, games, dan workshop untuk universitas tersebut. *Sticky notes* hijau menunjukkan ada beberapa tambahan / perubahan dari BMC sebelumnya.



SUDAH VALIDKAH MODEL BISNIS ANDA?

- Sebagai pengusaha pemula yang ingin memulai bisnis, membuat *business plan* tidak ada salahnya. Hanya saja, hal yang perlu dipastikan terlebih dahulu adalah apakah ide yang dibawa memiliki model bisnis yang valid.
- *Business Model Canvas*, adalah sebuah *tools* yang sangat menarik untuk Anda coba dalam rangka menguji model bisnis Anda. Dengan model bisnis yang sudah teruji, barulah kemudian Anda mencoba membuat *business plan* yang lebih detil sambil kemudian *pitching* kepada investor untuk meningkatkan skala bisnis Anda menjadi lebih besar.

4. FINANCE

1. Business Preparation Budgets

Item-item yang harus ditampilkan:

- Fixed Cost meliputi: Sewa Tempat (jangka waktu ditentukan sendiri), Pembelian Peralatan, Renovasi Tempat Usaha, Perijinan
- Variabel Cost meliputi: Belanja Bahan baku dan stok, Upah Karyawan, Cost Production, marketing cost

2. Business Execution Budgets, Biaya untuk proses pembukaan bisnis, seperti launching (jika ada)

3. Break Event Point,

BEP Adalah ialah titik impas di mana posisi jumlah pendapatan dan biaya sama atau seimbang sehingga tidak terdapat keuntungan ataupun kerugian dalam suatu perusahaan. **Break Even Point** ini digunakan untuk menganalisis proyeksi sejauh mana banyaknya jumlah unit yang diproduksi atau sebanyak apa uang yang harus diterima untuk mendapatkan titik impas atau kembali modal.

Tujuan BEP:

1. Mendesain spesifikasi produk
2. Menentukan harga jual persatuan
3. Menentukan jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian.
4. .Memaksimalkan jumlah produksi 5.Merencanakan laba yang diinginkan (Kasmir, 2017:334)

Asumsi BEP

1. Biaya dalam menghitung BEP, hanya ada 2 biaya yang digunakan,
2. Biaya tetap (fixed cost)

- a. Biaya yang secara total tidak mengalami perubahan walopun ada perubahan volume produksi/penjualan dalam batas tertentu.
- b. contoh: gaji, bunga, sewa atau biaya kantor, penyusutan aktiva tetap, dll
3. Biaya variabel (*variabel cost*). Biaya yang secara total berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi atau penjualan.
contoh: biaya bahan baku, upah buruh, komisi penjualan, dll
4. Harga Jual dalam analisis BEP hanya digunakan satu harga jual atau harga barang atau di produksi.
5. Tidak ada perubahan harga jual selama periode analisis dan ini sebenanry bertentangan dengan kondisi yang sesungguhnya

Rumus BEP

- a. Analisis Titik Impas dalam unit

$$BEP = \frac{FC}{P - VC/Unit}$$

- b. Analisis Titik Impas dalam unit

$$BEP = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}}$$

Keterangan :

BEP = Break Even Poin

FC = Biaya Tetap.

VC = Biaya variable.

P = Harga jual satuan (price)

S = Jumlah Penjualan (sales volume)

Contoh kasus:

PT. ICEA memiliki usaha di bidang perkakas gergaji dengan data sebagai berikut:

1. Kapasitas produksi 100.000 unit
2. Harga jual Rp.5000/unit

3. Total FC Rp. 150.000.000 dan Total VC Rp. Rp.250.000

Pertanyaan:

Cari titik impas baik dalam unit maupun rupiah!!

Jawaban

Kapasitas produksi 100.000 unit

Harga Jual Rp.5000

Maka total penjualan = $100.000 \times 5000 = 500.000.000$

FC/unit = $150.000.000 / 100.000 = \text{Rp. } 1.500/\text{unit}$

VC/unit = $250.000.000 / 100.000 = \text{Rp. } 2.500/\text{unit}$

$$\text{BEP unit} = \frac{\text{Rp. } 150.000.000}{\text{Rp. } 5000 - \text{Rp. } 2.500} = 60.000 \text{ unit}$$

$$\text{BEP (rupiah)} = \frac{\text{Rp. } 150.000.000}{1 - \frac{\text{Rp. } 250.000.000}{\text{Rp. } 500.000.000}} = \text{Rp. } 300.000.000$$

4. **Profit/Revenue Sharing**, bagian ini akan memberikan informasi kepada calon investor tentang mekanisme investasi yang akan mereka lakukan ini. Anda bisa mengajukan berbagai macam jenis persetujuan, namun pada akhirnya akan tergantung pada kesepakatan bersama.

4. Bab III : Closure, Penutup

Soal Pertemuan Kegiatan Pembelajaran 2

1. Cita-cita yang ingin dicapai (jangka panjang) disebut:
 - a. Visi
 - b. Misi (langkah-langkah yg ditempuh utk mencapai visi yg sudah ditetapkan).
 - c. Tujuan
 - d. Teknik
 - e. Strategi
2. Deskripsi singkat tentang produk (*bisnis*) tentang bisnis ini, diperlukan untuk memberikan penjelasan singkat pada calon investor disebut:
 - a. Product Description
 - b. Product knowledge
 - c. Good Product
 - d. Business Product
 - e. BMC
3. Salah satu tujuan menghitung BEP adalah (kecuali):
 - a. Mengetahui fixed cost
 - b. Mendesain spesifikasi produk
 - c. Menentukan harga jual persatuan
 - d. Menentukan jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian
 - e. Memaksimalkan jumlah produksi
4. Biaya yang secara total berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi atau penjualan.
 - a. Variabel Cost
 - b. Fixed Cost.
 - c. Overhead Cost.
 - d. Production Cost.
 - e. Marketing Cost.

5. Dalam BMC, ada 1 blok yang mencakup segala aktivitas yang harus dilakukan seorang pelaku bisnis untuk menghasilkan produk atau layanan yang baik dan memuaskan, disebut :
- a. Key activities
 - b. Key Resources
 - c. Channel
 - d. Finance
 - e. Market segment

KEGIATAN BELAJAR 3

BIDANG USAHA & PERMODALAN

Pendahuluan

Memilih produk yg profitable, merupakan langkah yg penting dalam usaha baru. “**Kunci Emas Untuk Sukses**”, adalah *melakukan bisnis yang tepat saat yang tepat*”.

Hal ini menunjukkan:

- penentuan jenis produk (*dalam arti menguntungkan/profitable*)
- memilih waktu (*dalam arti saat konsumen membutuhkan*) ini sangat penting.

Jenis Usaha

Setidaknya terdapat lima jenis usaha yang bisa kita bangun dan kembangkan:

- **Usaha Ekstraktif** jenis usaha ini bergerak dalam bidang pertambangan atau langsung mengambil dari kekayaan alam.
- **Usaha dibidang Agraris** yang mencakup usaha pengelolaan kebun, perdagangan hasil pertanian, perkebunan dan peternakan.
- **Industri** yg dapat dirinci kedalam bentuk berbagai jenis komoditi yg dihasilkan dan besar kecilnya usaha yg dihasilkan.
- **Usaha Perdagangan** menurut besar kecilnya usaha dan berbagai komoditi yg diperdagangkan.
- **Jasa** menyangkut pelayanan kepada konsumen.

Bidang Usaha kelompok Konsultif

Untuk kalangan yang “**extrovert dominan**”, bidang usaha yg lebih sesuai adalah bidang-bidang yang memungkinkan mereka berada pada posisi sebagai pemegang kendali. Jenis usaha yang cocok kalangan ini adalah:

1. Jasa konsultasi.
2. Kursus-Kursus.
3. Pusat Kebugaran **dan** Pelatihan Olahraga
4. Bidang Perdagangan

Bidang Usaha Kelompok Pelayanan

Kelompok ini termasuk “extrovert”, namun kepribadiannya berbeda dgn kelompok konsultatif. Bidang-bidang yg sesuai dengan mereka, *adalah*:

1. Biro Jasa
2. Biro Teknik
3. Jasa Pengetikan
4. Fotocopy dan Penjilidan
5. Sablon Pesanan
6. Perbengkelan
7. Kontraktor dan Jasa Perbaikan Bangunan
8. Rumah Kos
9. Salon Kecantikan & Spa.
10. Makelar

Bidang Usaha kelompok Analistis Mereka adalah sebagai pemecah masalah” problem solver”, Bidang-bidang usaha semacam ini antara lain:

1. Jasa terjemahan
2. Jasa reparasi perangkat elektronik dan teknologi informasi
3. Karya intelektual
4. Perancang busana
5. Binatu/Laundry
6. Jasa penjahitan

Cara Memasuki Bisnis

- 3 Merintis Usaha *
- 3 Membeli Perusahaan Baru

Menurut Zimmerer, ada hal kritis untuk menganalisis perusahaan yang akan dibeli,

- a. Alasan pemilik menjual perusahaan
 - b. Potensi produk dan jasa yang dihasilkan
 - c. Aspek legal yang dimiliki
 - d. Kondisi keuangan perusahaan yang akan dijual
- 3 Waralaba (*franchising*) Kerjasama manajemen untuk menjalankan perusahaan cabang atau penyalur. Inti dari waralaba adalah memberi hak monopoli untuk menyelenggarakan usaha dari perusahaan tersebut dalam waralaba dikenal beberapa istilah :
- *franchisor* (perusahaan induk) : perusahaan yang memberikan lisensi
 - *franchisee* adalah perusahaan yang diberikan lisensi

Ide usaha dari Imitasi??

Creative adaptors (*pengkopi ide kreatif*) ini bukanlah pelaku imitasi yg melanggar hukum. Yang tidak dibenarkan adalah melakukan counterfeits dan product pirates (*pembajakan merek*), profesi ini hanya dijalankan oleh penipu bukan seorang entrepreneur.

Untuk mengantisipasi mengenai hal tersebut, perlu melakukan hal-hal seperti dibawah ini:

Cara menghindari conterfeits dan product pirates

Anda bisa mengamati perilaku-perilaku usaha yg sudah ada, lalu mencari kelemahan-kelemahan untuk memperbaikinya, Tetapi selalu menggunakan brand sendiri. Kita perlu melakukan hal-hal seperti dibawah ini:

1. **Mempelajari** industri yang sudah ada.
2. **Mengkaji** input dan output industry.
3. **Menganalisa** trend populasi dan data demografi.
4. **Mengkaji** trend ekonomi

5. Analisa terhadap perubahan social
6. Mengkaji pengaruh aturan baru

Perlindungan Hukum Terhadap Perusahaan (Suryana, 2013)

1. Paten

Suatu pengakuan dari lembaga yang berwenang atas penemuan produk yang diberi kewenangan untuk membuat, menggunakan dan menjual selama paten tersebut masih dalam jaminan. Alat yang diciptakan harus betul-betul baru dan diberikan kepada penemu yang sebenarnya. Ia tidak boleh diduplikasi atau dijual oleh siapapun tanpa ijin (lisensi) dari penemunya.

2. Merek dagang

merk dagang pada umumnya berbetuk nama, simbol, logo, slogan atau tempat dagang yang oleh perusahaan digunakan untuk menunjukkan keorisinilan produk atau membedakan dengan produk lain di pasar.

3. Hak Cipta (copyright)

hak istimewa guna melindungi pencipta dari keorisinalitas ciptaannya. Contoh: lagu, karangan, hak untuk memproduksi, hak untuk menjual dll

KRITERIA USAHA (Menurut Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)

1. Usaha Mikro

- Memiliki kekayaan bersih (*asset*) paling banyak Rp 50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- Memiliki hasil penjualan (*omset*) tahunan paling banyak Rp 300 juta

2. Usaha Kecil

- Memiliki kekayaan bersih (*asset*) lebih dari Rp 50 juta s/d paling banyak Rp 500 juta, tidak termasuk tanah dan
- bangunan tempat usaha; atau Memiliki hasil penjualan (*omset*) tahunan lebih dari Rp300 juta s/d paling banyak Rp 2,5 milyar

3. Usaha Menengah

- Memiliki kekayaan bersih (*asset*) lebih dari Rp 500 juta s/d paling banyak Rp 10 milyar tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- Memiliki hasil penjualan (*omset*) tahunan lebih dari Rp 2,5 milyar s/d paling banyak Rp 50 milyar.

Kriteria nilai nominal ini dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian yang diatur dengan Peraturan Presiden (*Perpres*).



CARA MEMPEROLEH MODAL

Pengertian Modal;

Untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha diperlukan sejumlah modal (*uang*) dan tenaga (*keahlian*). Modal dlm bentuk uang diperlukan untuk membiayai segala

keperluan usaha; seperti biaya prainvestasi, pengurusan izin, biaya investasi untuk pembelian aktiva tetap, sampai modal kerja.

Modal Keahlian

Modal keahlian adalah keahlian dan kemampuan seseorang untuk mengelola atau menjalankan suatu usaha. Besarnya modal yg diperlukan tergantung dari jenis usaha yg akan digarap. Perhitungan terhadap besarnya kebutuhan usaha dilakukan sebelum usaha tsb dilakukan. Perlu dilakukan proses seleksi karyawan

JENIS-JENIS MODAL USAHA

Ada dua jenis modal usaha

1. Modal Investasi digunakan untuk jangka panjang dan dapat digunakan berulang-ulang, biasanya umurnya lbh dari 1 thn. Penggunaan modal investasi jangka panjang untuk membeli aktiva tetap seperti tanah, bangunan, mesin-mesin, peralatan, kendaraan, bersumber dari perbankan.
2. Modal kerja digunakan untuk jangka pendek dan beberapa kali pakai dlm satu proses produksi. modal ini digunakan untuk membiayai operasional perusahaan pada saat sedang beroperasi.

SUMBER-SUMBER MODAL

Kebutuhan modal ,baik modal investasi maupun modal kerja dapat dicari dari berbagai sumber dana yg ada yaitu modal sendiri atau modal pinjaman .

- **Modal sendiri** adalah modal dari pemilik usaha.
- **Modal asing** adalah modal dari luar perusahaan.
- **Pembiayaan** suatu usaha dapat diperoleh secara gabungan; modal sendiri dng modal pinjaman

Untuk memperoleh modal usaha perlu diperhatikan

1. Tujuan perusahaan,

2. Masa pengembalian modal,
3. Biaya yg dikeluarkan
4. 4.Estimasi keuntungan.

Pengertian Modal Sendiri

Modal sendiri adalah modal yg diperoleh dari pemilik perusahaan dgn cara mengeluarkan saham. Keuntungan menggunakan modal sendiri untuk membiayai suatu usaha adalah tidak adanya beban biaya bunga, tetapi hanya membayar deviden.

Kelebihan Modal Sendiri, meliputi:

1. Tidak ada biaya; bunga atau administrasi,
2. Tidak tergantung kpd pihak lain,
3. Tanpa memerlukan persyaratan yg rumit,
4. Tidak ada keharusan pengembalian modal.

Kekurangan Modal sendiri,

- Jumlahnya terbatas,
- Perolehan relatif lebih sulit,
- Kurang motivasi.
- Pengertian Modal asing

(pinjaman)

☐ Modal asing atau modal pinjaman adalah modal yg diperoleh dari pihak luar perusahaan dan diperoleh dari pinjaman.

☐ Penggunaan modal pinjaman untuk membiayai suatu usaha akan menimbulkan beban biaya bunga, biaya administrasi, serta biaya provisi dan komisi yg besarnya relatif.

Sumber dana modal asing diperoleh dari:

2. Pinjaman dari dana perbankan, baik Bank swasta, pemerintah dan perbankan asing.
2. Pinjaman dari lembaga keuangan seperti: perusahaan pegadaian, modal venture, asuransi, leasing, dana pensiun, koperasi atau lembaga pembiayaan lainnya.
2. Pinjaman dari perusahaan non keuangan.

Soal latihan Kegiatan Belajar 3

1. Jenis usaha menyangkut pelayanan kepada konsumen, adalah
 - a. Jasa
 - b. Agrobisnis
 - c. Ekstraktif
 - d. Industri
 - e. Customer service

2. Jasa terjemahan, Jasa reparasi perangkat elektronik ,teknologi informasi, Karya intelektual, termasuk dalam Bidang Usaha kelompok :
 - a. Analitis
 - b. Konsultif
 - c. Pelayanan
 - d. Extrover t dominan
 - e. Demokratis

3. Perusahaan yang memberikan lisensi, disebut dengan:
 - a. Franchisor
 - b. Franchising
 - c. Franchisee
 - d. Franchais
 - e. Waralaba

4. Modal yang digunakan untuk jangka panjang dan dapat digunakan berulang-ulang, biasanya umurnya lbh dari 1 thn, disebut:
 - a. Modal Investasi
 - b. Modal Kerja
 - c. Modal campuran
 - d. Modal Pinjaman
 - e. Modal sendiri

5 Modal yg diperoleh dari pihak luar perusahaan dan diperoleh dari pinjaman, disebut :

- a. Modal asing
- b. Modal Investasi
- c. Modal Kerja
- d. Modal campuran
- e. Modal sendiri

KEGIATAN BELAJAR 4

BIDANG USAHA & PERMODALAN

Pendahuluan

Memilih produk yg profitable, merupakan langkah yg penting dalam usaha baru.

“**Kunci Emas Untuk Sukses**”, adalah *melakukan bisnis yang tepat saat yang tepat*”. Hal ini menunjukkan:

- penentuan jenis produk (*dalam arti menguntungkan/profitable*)
- memilih waktu (*dalam arti saat konsumen membutuhkan*) ini sangat penting.

Jenis Usaha

Setidaknya terdapat lima jenis usaha yang bisa kita bangun dan kembangkan:

- **Usaha Ekstraktif** jenis usaha ini bergerak dalam bidang pertambangan atau langsung mengambil dari kekayaan alam.
- **Usaha dibidang Agraris** yang mencakup usaha pengelolaan kebun, perdagangan hasil pertanian, perkebunan dan peternakan.
- **Industri** yg dapat dirinci kedalam bentuk berbagai jenis komoditi yg dihasilkan dan besar kecilnya usaha yg dihasilkan.
- **Usaha Perdagangan** menurut besar kecilnya usaha dan berbagai komoditi yg diperdagangkan.
- **Jasa** menyangkut pelayanan kepada konsumen.

Bidang Usaha **kelompok Konsultif**

Untuk kalangan yang “**extrovert dominan**”, bidang usaha yg lebih sesuai adalah bidang-bidang yang memungkinkan mereka berada pada posisi sebagai pemegang kendali. Jenis usaha yang cocok kalangan ini adalah:

1. Jasa konsultasi
2. Kursus-Kursus
3. Pusat Kebugaran dan Pelatihan Olahraga
4. Bidang Perdagangan

Bidang Usaha Kelompok Pelayanan

Kelompok ini termasuk “extrovert”, namun kepribadiannya berbeda dgn kelompok konsultatif. Bidang-bidang yg sesuai dengan mereka, *adalah*:

1. Biro Jasa
2. Biro Teknik
3. Jasa Pengetikan
4. Fotocopy dan Penjilidan
5. Sablon Pesanan
6. Perbengkelan
7. Kontraktor dan Jasa Perbaikan Bangunan
8. Rumah Kos
9. Salon Kecantikan & Spa
10. Makelar

Bidang Usaha kelompok Analistis Mereka adalah sebagai pemecah masalah” problem solver”, Bidang-bidang usaha semacam ini antara lain:

1. Jasa terjemahan
2. Jasa reparasi perangkat elektronik dan teknologi informasi
3. Karya intelektual
4. Perancang busana
5. Binatu/Laundry
6. Jasa penjahitan

Cara Memasuki Bisnis

1. Merintis Usaha *
2. Membeli Perusahaan Baru

Menurut Zimmerer, ada hal kritis untuk menganalisis perusahaan yang akan dibeli,

- a. Alasan pemilik menjual perusahaan
- b. Potensi produk dan jasa yang dihasilkan
- c. Aspek legal yang dimiliki
- d. Kondisi keuangan perusahaan yang akan dijual

3. Waralaba (*franchising*)

Kerjasama manajemen untuk menjalankan perusahaan cabang atau penyalur.

Inti dari waralaba adalah memberi hak monopoli untuk menyelenggarakan usaha dari perusahaan tersebut dalam waralaba dikenal beberapa istilah:

- *franchisor* (perusahaan induk) : perusahaan yang memberikan lisensi
- *franchisee* adalah perusahaan yang diberikan lisensi

Ide usaha **dari Imitasi??**

Creative adaptors (*pengkopi ide kreatif*) ini bukanlah pelaku imitasi yg melanggar hukum. Yang tidak dibenarkan adalah melakukan counterfeits dan product pirates (*pembajakan merek*), profesi ini hanya dijalankan oleh penipu bukan seorang entrepreneur.

Untuk mengantisipasi mengenai hal tersebut, perlu melakukan hal-hal seperti dibawah ini:

Cara menghindari conterfeits dan product pirates

Anda bisa mengamati perilaku-perilaku usaha yang sudah ada, lalu mencari kelemahan-kelemahan untuk memperbaikinya, Tetapi selalu menggunakan brand sendiri. Kita perlu melakukan hal-hal seperti dibawah ini:

1. Mempelajari industri yang sudah ada.
2. Mengkaji input dan output industry.

3. Menganalisa trend populasi dan data demografi.
4. Mengkaji trend ekonomi
5. Analisa terhadap perubahan social
6. Mengkaji pengaruh aturan baru

Perlindungan Hukum Terhadap Perusahaan (Suryana, 2013)

1. Paten

Suatu pengakuan dari lembaga yang berwenang atas penemuan produk yang diberi kewenangan untuk membuat, menggunakan dan menjual selama paten tersebut masih dalam jaminan. Alat yang diciptakan harus betul-betul baru dan diberikan kepada penemu yang sebenarnya. Ia tidak boleh diduplikasi atau dijual oleh siapapun tanpa ijin (lisensi) dari penemunya.

2. Merek dagang

merk dagang pada umumnya berbetuk nama, simbol, logo, slogan atau tempat dagang yang oleh perusahaan digunakan untuk menunjukkan keorisinilan produk atau membedakan dengan produk lain di pasar.

3. Hak Cipta (copyright)

hak istimewa guna melindungi pencipta dari keorisinalitas ciptaannya. Contoh: lagu, karangan, hak untuk memproduksi, hal untuk menjual dll

1. KRITERIA USAHA

(Menurut Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)

Usaha Mikro

- ❖ Memiliki kekayaan bersih (*asset*) paling banyak Rp 50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- ❖ Memiliki hasil penjualan (*omset*) tahunan paling banyak Rp 300 juta

2. Usaha Kecil

- ❖ Memiliki kekayaan bersih (*asset*) lebih dari Rp 50 juta s/d paling banyak Rp 500 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- ❖ Memiliki hasil penjualan (*omset*) tahunan lebih dari Rp300 juta s/d paling banyak Rp 2,5 milyar

3. Usaha Menengah

- ❖ Memiliki kekayaan bersih (*asset*) lebih dari Rp 500 juta s/d paling banyak Rp 10 milyar tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- ❖ Memiliki hasil penjualan (*omset*) tahunan lebih dari Rp 2,5 milyar s/d paling banyak Rp 50 milyar.

Kriteria nilai nominal ini dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian yang diatur dengan Peraturan Presiden (*Perpres*).



CARA MEMPEROLEH MODAL

Pengertian Modal;

Untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha diperlukan sejumlah modal (*uang*) dan tenaga (*keahlian*). Modal dalam bentuk uang diperlukan untuk membiayai segala keperluan usaha; seperti biaya prainvestasi, pengurusan izin, biaya investasi untuk pembelian aktiva tetap, sampai modal kerja.

Modal Keahlian

- Modal keahlian adalah keahlian dan kemampuan seseorang untuk mengelola atau menjalankan suatu usaha. \
- Besarnya modal yg diperlukan tergantung dari jenis usaha yg akan digarap.
- Perhitungan terhadap besarnya kebutuhan usaha dilakukan sebelum usaha tsb dilakukan.
- Perlu dilakukan proses seleksi karyawan

JENIS-JENIS MODAL USAHA ADA DUA JENIS MODAL USAHA

- Modal Investasi digunakan untuk jangka panjang dan dapat digunakan berulang-ulang, biasanya umurnya lbh dari 1 thn. Penggunaan modal investasi jangka panjang untuk membeli aktiva tetap seperti tanah, bangunan, mesin-mesin, peralatan, kendaraan, bersumber dari perbankan.
- Modal kerja digunakan untuk jangka pendek dan beberapa kali pakai dlm satu proses produksi. modal ini digunakan untuk membiayai operasional perusahaan pada saat sedang beroperasi.

SUMBER-SUMBER MODAL

Kebutuhan modal ,baik modal investasi maupun modal kerja dapat dicari dari berbagai sumber dana yg ada yaitu modal sendiri atau modal pinjaman. Modal sendiri adalah modal dari pemilik usaha. Modal asing adalah modal dari luar perusahaan. Pembiayaan suatu usaha dapat diperoleh secara gabungan; modal sendiri dng modal pinjaman Untuk memperoleh modal usaha perlu diperhatikan

adalah Tujuan perusahaan, masa pengembalian modal, biaya yg dikeluarkan, dan estimasi keuntungan.

Pengertian Modal Sendiri

Modal sendiri adalah modal yg diperoleh dari pemilik perusahaan dgn cara mengeluarkan saham. Keuntungan menggunakan modal sendiri untuk membiayai suatu usaha adalah tidak adanya beban biaya bunga, tetapi hanya membayar deviden.

Kelebihan Modal Sendiri, meliputi:

- Tidak ada biaya; bunga atau administrasi,
- Tidak tergantung kpd pihak lain,
- Tanpa memerlukan persyaratan yg rumit,
- Tidak ada keharusan pengembalian modal.

Kekurangan Modal sendiri,

- Jumlahnya terbatas,
- Perolehan relatif lebih sulit,
- Kurang motivasi. Pengertian Modal asing (*pinjaman*)

Modal asing atau modal pinjaman adalah modal yg diperoleh dari pihak luar perusahaan dan diperoleh dari pinjaman. Penggunaan modal pinjaman untuk membiayai suatu usaha akan menimbulkan beban biaya bunga, biaya administrasi, serta biaya provisi dan komisi yg besarnya relatif. Sumber dana modal asing diperoleh dari:

1. Pinjaman dari dana perbankan, baik Bank swasta, pemerintah dan perbankan asing.

2. Pinjaman dari lembaga keuangan seperti: perusahaan pegadaian, modal venture, asuransi, leasing, dana pensiun, koperasi atau lembaga pembiayaan lainnya.
3. Pinjaman dari perusahaan non keuangan.

Modal Pinjaman Kelebihan Modal Pinjaman, adalah:

1. Jumlah tidak terbatas,
2. Motivasi usaha tinggi.

Kekurangan Modal Pinjaman, adalah:

1. Dikenakan berbagai biaya; bunga dan administrasi,
2. Harus dikembalikan,
3. Beban moral.

Kelebihan Modal Campuran; prosentasi modal pinjaman disesuaikan dng kebutuhan atas kekurangan modal sendiri.

Soal latihan Kegiatan Pembelajaran 4

1. Jenis usaha menyangkut pelayanan kepada konsumen, adalah
 - a. Jasa
 - b. Agrobisnis
 - c. Ekstraktif
 - d. Industri
 - e. Customer service

2. Jasa terjemahan, Jasa reparasi perangkat elektronik ,teknologi informasi, Karya intelektual, termasuk dalam Bidang Usaha kelompok :
 - a. Analitis
 - b. Konsultif
 - c. Pelayanan
 - d. Extrovert dominan
 - e. Demokratis

3. Perusahaan yang memberikan lisensi, disebut dengan:
 - a. Franchisor
 - b. Franchising
 - c. Franchisee
 - d. Franchais
 - e. Waralaba

4. Modal yang digunakan untuk jangka panjang dan dapat digunakan berulang-ulang, biasanya umurnya lbh dari 1 thn, disebut:
 - a. Modal Investasi
 - b. Modal Kerja
 - c. Modal campuran
 - d. Modal Pinjaman
 - e. Modal sendiri

5. Modal yg diperoleh dari pihak luar perusahaan dan diperoleh dari pinjaman, disebut :

- a. Modal asing
- b. Modal Investasi
- c. Modal Kerja
- d. Modal campuran
- e. Modal sendiri

Kegiatan Pembelajaran 5

WIRAUSAHA SUKSES, KREATIF & ETIKA BISNIS

Kunci sukses Wirausahawan adalah berkepribadian menarik, bila ada kekurangan pd dirinya berusaha utk belajar dari sesama/ lingkungan.

Ciri-Ciri Watak Percaya diri

- Berorientasikan tugas & hasil
- Pengambil resiko
- Kepemimpinan
- Keorisinilan
- Berorientasi ke masa depan

Kepercayaan/keteguhan, ketidaktergantungan, kepribadian mantap, optimisme. Kebutuhan/haus akan prestasi, berorientasi pd laba/hasil, tekun & tabah, tekad, kerja keras, motivasi, energik, penuh inisiatif. Mampu mengambil resiko, suka pd tantangan. Mampu memimpin, dapat bergaul, tanggap saran & kritik. Inovatif, kreatif, fleksibel, banyak sumber, serba bisa, mengetahui banyak. Pandangan ke depan, perspektif.

Karakteristik dari wirausahawan yang berhasil

Menurut Bygrave, karakteristik dari wirausahawan yg berhasil memiliki sifat 10 D, yaitu: Dream, Punya visi dan mampu mewujudkan impian Decisiveness, cepat & tepat, penuh perhitungan dlm mengambil keputusan Doers, tidak menunda kesempatan yang dpt dimanfaatkan Determination, punya perhatian & tanggung jawab tinggi & pantang menyerah.

waktu & faktor rinci bertanggung yang sangat bersedia Dedication mengenal bekerja tidak pekerjaan Devotion mencintai dihasilkan produk yang secara Details Destiny & mencapai faktor kritis memperhatikan jawab tujuan kepemilikan terhadap dicapai Dollars Distribute bisnisnya mengutamakan kekayaan tidak nasib hendak mendistribusikan

Wirausaha Sukses

1. Kemauan bekerja keras Sikap yg harus dimiliki sebagai modal dasar keberhasilan. Unsur kedisiplinan memiliki peranan Berusaha diiringi dengan doa & tawakal.
2. Bekerjasama dengan orang lain Memiliki banyak teman, Memiliki sikap & tingkah laku yg baik dalam masyarakat, Mengilmu “*Manajemen*”, seni untuk menggunakan tenaga orang lain untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
3. Berpenampilan baik segi penampilan body face ❖Tapi memiliki pribadi yg baik & jujur. Bukan dari (cantik/cakep)
4. Yakin Memiliki keyakinan diri akan kesuksesan setelah berusaha Dapat melangkah pasti, tekun, sabar & tidak ragu.
5. Pandai membuat keputusan Ada alternatif → harus memilih → tetapkan pertimbangkan dgn matang → kumpulkan informasi/pendpt org lain→ambil keputusan.
6. Menambah ilmu pengetahuan Dengan pendidikan, ilmu dan keterampilan yang dimiliki.
7. Ambisi untuk maju Tidak loyo dan pantang menyerah.
8. Pandai berkomunikasi Mampu mengorganisasikan buah pikiran ke dalam bentuk ucapan yg jelas dan santun dalam tutur kata.

ETIKA WIRAUSAHA

Suatu kegiatan usaha haruslah dilakukan dgn etika atau norma-norma yg berlaku di masyarakat bisnis; **Etika** atau norma-norma itu digunakan agar para pengusaha tidak melanggar aturan yg telah ditetapkan dan usahanya dijalankan dgn memperoleh simpati dari berbagai pihak.

Pengertian secara luas: **Etika** adalah tata cara berhubungan dgn manusia lainnya, karena masing-masing masyarakat beragam adat dan budaya. **Etika** sering disebut sebagai tindakan mengatur tingkah laku atau perilaku manusia dgn masyarakat. Tingkah laku itu perlu diatur agar tidak melanggar norma-norma atau kebiasaan yg berlaku dimasyarakat.

Maka Business ethics is a system of "oughts" a collection of principles and rules of conduct based on belief about what is right or wrong business behaviour that conforms to these principles is ethical (Schoell dalam Alma, 2010:239)

Etika bisnis ini sangat kompleks dan sensitif, tapi intinya bagi seorang wirausaha itu lebih baik merugi daripada melakukan tindakan yang tidak terpuji, seperti berlaku curang, tidak jujur, tidak menepati janji dan lain-lain.

Etika dan norma setiap pengusaha

1. KEJUJURAN
2. BERTANGGUNG-JAWAB
3. MENEPATI JANJI
4. DISIPLIN
5. TAAT HUKUM
6. SUKA MEMBANTU
7. KOMITMEN DAN MENGHORMATI 8. MENGEJAR PRESTASI

Tujuan dan manfaat Etika Wirausaha

☐ Tujuan etika harus sejalan dengan tujuan perusahaan;

☐ Manfaat etika bagi perusahaan:

- Persahabatan dan pergaulan;
- Menyenangkan orang lain;
- Membujuk pelanggan;
- Mempertahankan pelanggan;
- Membina dan menjaga hubungan.

Bagaimana sikap dan perilaku wirausaha

Sikap dan perilaku pengusaha dan karyawan merupakan bagian penting dlm etika wirausaha yg diberikan kpd pelanggan, adapun sikap dan perilaku tsb adalah ;

1. Jujur dlm bertindak & bersikap,
2. Rajin, tepat waktu dan tdk malas,
3. Murah senyum, ramah tama, pandai bergaul,
4. Fleksibel dan suka menolong pelanggan,
5. Tanggung jawab dan rasa memiliki perusahaan

RISIKO USAHA : BANGKRUT DAN PAILIT “ *Bergerak memang belum tentu berhasil, tapi jika diam, sudah pasti gagal*”

- Bangkrut berasal dari Bahasa Indonesia yang artinya menderita kerugian besar hingga mengalami kejatuhan baik itu sebuah perusahaan, toko, dan sebagainya
- Pailit kata pailit berasal dari bahasa Prancis – failite, yang berarti terjadinya kemacetan dalam proses pembayaran.

kepailitan merupakan persoalan terkait dengan ketidakmampuan debitur dalam membayar utangnya. Hal ini juga dituangkan ke dalam UU No. 37 Tahun 2004 tentang Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang.

Strategi Agar Tidak Pailit Dan Bangkrut

- a. Belajar Mengatur Keuangan
- b. Jangan Terlalu Tergoda Melihat Usaha Orang Lain
- c. Pisahkanlah Antara Uang Pribadi dan Uang Hasil Bisnis Anda
- d. Ciptakan Berbagai Strategi yang Efektif dan Efisien

MARKETING LANGIT

Marketing langit adalah salahsatu referensi bukan berbasis keilmuan marketing seperti yang kita pelajari pada umumnya di dunia pendidikan, tapi lebih kepada pendekatan kepada Yang Maha Kuasa (Kusnadi Ikhwani ,2014). Salahsatu marketing langit yang perlu dijalankan oleh setiap pengusaha adalah:

- Niatkan usaha karena ibadah
- Berbaik sangka kepada Tuhan YME
- Bersandar (Tawakal) kepada Tuhan YME
- Pandailah bersyukur.
- Merutinkan Shalat Dluha,
- Merutinkan Sedekah,
- Berbakti kepada orang tua,
- Perbaiki spiritual Diri.
- Jauhi Riba

Do the best, God Take the Rest!!

Contoh Jenis-jenis Penghargaan

Lokal:

BSI Entrepreneur Award (BEA)

Nasional, meliputi:

➤ Wirausaha Muda Mandiri (*WMM*) oleh Bank

Mandiri

➤ Indonesian Small & Medium Bussiness

(ISMBEA) oleh Kementrian UKM Suplemen

Nasional:

➤ International Young Creative Entrepreneur (**IYCE**) oleh Kementrian Pariwisata.

- Franchise Marketing Award oleh Majalah.
- Shell Live Wire Young Entrepreneur Of The Year

oleh Shell Indonesia

Internasional:

- Asia Pasific Entrepreneur Award (APEA)

Lembaga Internasional pemberi penghargaan.

ERNST AND YOUNG adalah lembaga Internasional pemberi penghargaan kepada perusahaan atau pribadi yg sukses; jenis penghargaan adalah:

1. ENTREPRENEUR OF THE YEAR (EOY) yaitu penghargaan kpd pengusaha terbaik yg diselenggarakan setiap tahun.

2. LIFE TIME ACHIEVEMENT ENTREPRENEUR (LAE) yaitu penghargaan kpd pengusaha yg telah memberikan kontribusi berkesinambungan sepanjang masa kerjanya.

3. INDUSTRY AND MANUFACTURING ENTREPRENEUR (IME) yaitu penghargaan kepada pengusaha yg bergerak dlm bidang otomotif, konsumen dan industri

4. SERVICE SPECIAL AWARD FOR CORPORATE SPIRIT yaitu penghargaan khusus di bidang perbankan serta keuangan ritel dan logistik.

5. YOUNG ENTREPRENEUR atau penghargaan kepada pengusaha yg berusia 40 th kebawah.

6. SPECIAL AWARD FOR CORPORATE SPIRIT yaitu penghargaan kepada pengusaha yg memiliki semangat dlm meningkatkan usahanya.

7. SPECIAL AWARD FOR CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY yaitu penghargaan kepada pengusaha yg mampu memberikan tanggung- jawab sosial.

Latihan Soal Pertemuan Ke-5

1. Sifat bisnis seperti apa yang harus dimiliki oleh seorang pelaku wirausaha...?
 1. Percaya diri, mampu mengambil resiko dan berorientasi ke masa depan
 2. Kemandirian, kepercayaan diri dan kepastian
 3. Berorientasi masa kini, sehat dan berperilaku baik
 4. Muda, semangat dan memiliki visi misi
 5. Berorientasi tugas, mendepankan hasil dan kepasifan
2. Menjadi seorang pelaku wirausaha itu harus kreatif, inovatif, fleksibel dan memiliki pengetahuan yang luas. Pengertian tersebut merupakan ciri dari sikap yang....
 1. Percaya diri
 2. Mengambil resiko
 3. Keorisinilan
 4. Berorientasi tugas
 5. Berorientasi hasil
3. Bygrave menyebutkan ada 10 karakteristik seorang wirausahawan. Di bawah ini yang termasuk dalam 10D karakteristik Bygrave adalah
 - a. Dream, Decision, dan Discount
 - b. Distribute, Devotion, dan Demand c. Details, Destiny, dan Discussion d. Doers, Dedication dan Demolish e. Dollars, Devotion dan Dedication
4. Menjadi seorang wirausaha yang sukses itu harus punya perhatian dan tanggung jawab yang tinggi serta pantang menyerah. Hal itu adalah salah satu karakteristik wirausahawan yang berhasil menurut Bygrave, yaitu....
 - a. Doers
 - b. Determination c. Dedication
 - d. Dream
 - e. Destiny

5. Yang termasuk langkah-langkah menjadi wirausaha yang sukses menurut Murphy & Peck adalah

1. High school education
2. Self awareness
3. Wealthy
4. Ambition to drive
5. Less communicate