

9/18/2016

BUKU PANDUAN WIRAUSAHA BERBASIS REMPAH



BANK RAKYAT INDONESIA BEKERJASAMA DENGAN STIE PGRI
DEWANTARA JOMBANG



BUKU PANDUAN WIRAUSAHA BERBASIS REMPAH

Ditulis oleh :

CHUSNUL ROFIAH., SE, MM

NURI PURWANTO., S.ST, MM

NUR ROKHIM., S.Pd



KATA PENGANTAR

Perlu diketahui bahwa tingkat persaingan di dunia kerja saat ini sangat ketat yang berakibat pada tingginya tingkat pengangguran, serta banyaknya perusahaan asing yang hengkang dari Indonesia serta diperparah dengan semakin banyaknya perusahaan baik baik dalam skala besar maupun skala kecil yang melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) merupakan salah satu faktor kenapa banyak pengangguran di Indonesia. Mengandalkan seluruh beban kepada pemerintah untuk membuka lapangan kerja baru tidaklah mungkin untuk dilakukan maka sudah selayaknya BANK RAKYAT INDONESIA (BRI) melakukan kerja nyata dengan mewujudkan peran sebagai fasilitator untuk memunculkan para wirausahawan baru, diharapkan dengan banyak munculnya wirausahawan maka akan mampu menyerap tenaga kerja sehingga tingkat pengangguran dapat ditekan, keseriusan BANK RAKYAT INDONESIA (BRI) dalam memberikan bantuan dalam bentuk penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) serta bekerja sama dengan STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG sebagai mitra dalam mewujudkan usaha tersebut.

Keberadaan Perguruan Tinggi (PERGURUAN TINGGI) mempunyai kedudukan dan fungsi yang sangat penting dalam perkembangan suatu masyarakat. Proses perubahan sosial di masyarakat yang begitu cepat menuntut agar kedudukan dan fungsi PERGURUAN TINGGI itu benar-benar terwujud dalam peran yang nyata, yang tertuang dalam pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu dharma pendidikan, dharma penelitian dan dharma pengabdian pada masyarakat. Dengan dharma pendidikan, perguruan tinggi diharapkan melakukan peran pencerdasan masyarakat dan transmisi budaya, dengan dharma penelitian perguruan tinggi diharapkan melakukan temuan-temuan baru ilmu pengetahuan dan inovasi, dan dengan dharma pengabdian pada masyarakat perguruan tinggi diharapkan melakukan pelayanan masyarakat untuk mempercepat proses peningkatan kesejahteraan dan kemajuan masyarakat. Melalui dharma pengabdian pada masyarakat ini pula perguruan tinggi akan mendapatkan umpan balik dari masyarakat tentang tingkat kemajuan dan relevansi ilmu yang dikembangkan oleh perguruan tinggi tersebut.

Kami sangat berharap buku ini dapat digunakan sebagai media pendukung untuk mewujudkan tujuan tersebut yaitu menyebarkan virus wirausaha agar Indonesia mampu memperkuat sektor ekonomi khususnya dalam skala mikro menengah, pada kesempatan kali ini pula kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah menyumbangkan tenaga, pikiran dan waktu sehingga buku ini dapat diterbitkan, kami sadara bahwa buku ini

masih jauh dikatakan sempurna oleh karena itu masukan berupa kritik maupun saran akan kami terima dengan senang hati demi perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata semoga buku ini bermanfaat bagi pembaca sekalian

Jombang 1 Oktober 2016

BRI 1

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii

A. MATERI DASAR

BAB I. PEMBENTUKAN KARAKTER KEWIRAUSAHAAN YANG KREATIF DAN INOVATIF	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Orientasi Pendidikan	2
1.3 Semangat Kewirausahaan	4
BAB II. SENI DAN ILMU KEWIRAUSAHAAN	9
2.1 Bekerja atau wirausaha	9
2.2 Pengembangan Individu	11
2.3 keberhasilan dan Kegagalan berwirausaha	11
BAB III. PENGGALIAN POTENSI DIRI DAN POTENSI LINGKUNGAN	17
3.1 Menciptakan dan Menemukan ide baru	17
3.2 Memahami cara berpikir kreatif	24
3.3 Tiga Pilihan memulai Bisnis	26
3.4 Fase inkubasi	29
3.5 Infestasi dan komersial	29
3.6 Integrasi	30
3.7 Evaluasi	32
3.8 Analisis bisnis	38
3.9 Product development	33
3.10 Test marketing	34
BAB IV. BENTUK PERIJINAN DAN BADAN USAHA	36
4.1 Bentuk perijinan usaha	36
4.2 Bentuk badan usaha	47
BAB V. TEHNIK PEMASARAN PRODUK UMKM	50
5.1 Tehnik dan strategi pemasaran	50
5.2 Perencanaan pemasaran	53

	5.3 Studi kasus	55
	5.4 Pemasaran online	56
	5.5 Media pemasaran online	56
BAB VI.	MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA	60
	6.1 Sumber Daya Manusia	60
	6.2 Motivasi	62
	6.3 Konflik	66
	6.4 kepemimpinan wirausahawan	67
BAB VII.	MENGELOLA KEUANGAN USAHA	71
	7.1 Mengetahui kebutuhan modal usaha	71
	7.2 Proses pengelolaan keuangan	77
	7.3 Pelaporan Keuangan	78
BAB VIII.	Rencana Bisnis	89
	8.1 Rencana bisnis	89
	8.2 Pentingnya rencana usaha	90
	8.3 Isi rencana usaha	92
	8.4 Implementasi rencana usaha	95
BAB IX.	PENGOLAHAN REMPAH – REMPAH	115
	9.1 Profile tanaman jahe	115
	9.2 Jenis jahe	116
	9.3 Manfaat jahe	116
	9.4 Syarat pertumbuhan	117
	9.5 Pedoman budidaya Jahe	117
	9.6 Tehnik penanaman jahe	119
BAB X	AKSES PERBANKAN	121
	10.1 Tabungan	121
	10.2 Kredit	124
	10.3 BRI Link	129
BAB XI	ANEKA PRODUK BERBASIS REMPAH	131
	11.1 Es krim jamu	131
	11.2 lulur rempah	132

BAB I

PEMBENTUKAN KARAKTER KEWIRAUSAHAAN YANG KREATIF DAN INOVATIF

1.1 LATAR BELAKANG

Sering kita bertanya-tanya mengapa kita begitu tertinggal dalam mempelajari kewirausahaan, mengapa rata-rata di negara lain sudah lebih dari 2 persen jumlah pengusahanya, sedangkan di Indonesia yang sudah demikian gencar di suarakan masih ada di bawah 2 persen, menurut survey yang dilakukan badan statistic ternyata yang mencapai hingga mendekati angka 2% itu adalah ada di level pemula dan masih sulit menghilangkan animo di masyarakat kita yang cenderung menyukai bekerja sebagai pegawai daripada *self employment* , karena pendapatan yang pasti dan meragukan pendapatan sebagai wirausahawan. Dan anehnya kitapun mau saat kita harus mengeluarkan uang untuk membayar ini dan itu sebagai pemulus untuk masuk ke sebuah perusahaan. Mengapa?

Masa penjajahan 350 tahun sangat kuat membentuk dasar mindset untuk lebih menghargai pekerjaan sebagai pegawai daripada wirausaha. Bagaimana tidak masa penjajahan itu hampir mendekati tujuh turunan, dengan sisi dan pembelajaran yang sama, menjadi seorang pjabat di era penjajahan itu sudah sangat top dan terpandang terlepas berapa gajinya yang penting berseragam dan bersepatu serta keluar rumah dengan waktu berkerja yang sudah ditentukan, diluar jam itu dianggap lembur, sehingga mereka hanya mau bekerja saat digaji dan tidak mau melakukannya tanpa ada penghargaan dari atasan atau pimpinan sikap mental yang seperti inilah yang akhirnya muncul dan dianut hampir sebagian besar pekerja. Begitu pula sebaliknya atasan atau manajernya mempunyai sikap bossy menjaga jarak dengan bawahannya karena merasa lebih berkuasa dn mampu serta lebih mengetahui segalanya.

1.2 ORIENTASI PENDIDIKAN

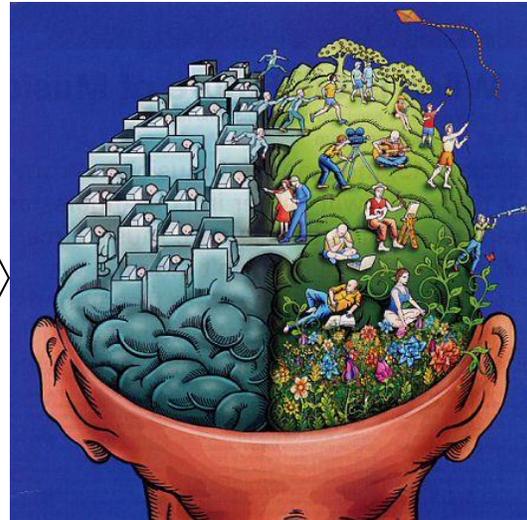
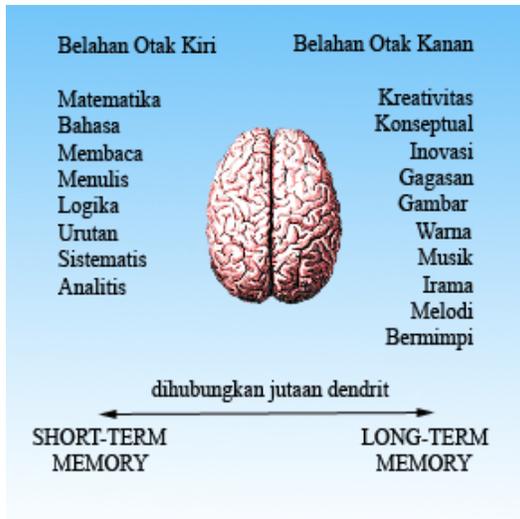
Pendidikan kita memiliki orientasi membentuk sumber daya manusia pencari kerja bukan pencipta kerja. Mengapa mayoritas orang tidak memilih menjadi pengusaha karena sejak kecil terlalu mengaktifkan otak kiri saja, maksudnya?

Yang ada di belahan otak kiri kita itu antara lain bekerja tentang hal-hal yang realistis saja, contoh : matematika, bahasa, membaca, menulis, logika, urutan, sistematis, analitis. Otak kiri kita hanya bertugas untuk mengingat tentang hal yang dalam jangka waktu tertentu (*Short-term Memory*).

Apa kita dengan mudah masih mengingat rumus fisika yang pertama kali kita pelajari, tanpa proses berfikir yang agak lama terlebih dahulu?

Sedangkan yang ada di belahan otak kanan kita adalah tentang kreativitas, Konseptual, Inovasi Gagasan, Gambar, Warna, Musik, Irama, Melodi, Bermimpi. Otak kanan kita bertugas untuk mengingat ingatan dalam jangka waktu yang lama (*Long-Term Memory*). Lagu apa yang pertama kali anda nyanyikan di masa TK?? Atau gambar pemandangan yang seperti apa yang pernah anda gambar saat kecil (jangan bilang anda menggambar 2 gunung lengkap dengan matahari, burung terbang dan sawah serta sungai), dan kita menyebutkannya tanpa ada proses berfikir.

Nah itulah yang dimaksud long-term memory, kita bisa mengingat kejadian-kejadian di masa lampau dengan mudah. Sekarang kita hubungkan dengan orientasi pendidikan kita lebih banyak diaktifkan di otak kiri atau di otak kanan??



Anak /siswa yang pandai adalah yang nilai matematikanya bagus, anak yang pandai itu adalah anak yang peringkat 1 di kelas dengan nilai raport (yang tentu saja semua nilai pembelajarannya bagus). Bahkan kita lebih bangga saat ada alumni atau teman kita yang telah sukses berkarir di salah satu perusahaan terkenal dengan posisi manajer dibanding dengan teman atau alumni kita yang memiliki usaha warung kopi atau penjual nasi goreng kaki lima.

Anak yang nakal itu adalah apabila dia mau mengerjakan apa yang telah ditugaskan dengan caranya sendiri meskipun hasilnya sama dia tetap salah. Semua ide cemerlang dianggap sebagai pengganggu dan merepotkan lebih aneh lagi kalau tidak dikerjakan seperti contoh berarti SALAH. Padahal memungkinkan kalau siswa menemukan cara baru yang lebih efektif dan efisien.

1.3 SEMANGAT KEWIRAUSAHAAN



Sejumlah pakar, praktisi, orang sukses kita yakini bakal mengatasi tugas menciptakan lapangan pekerjaan untuk orang banyak. Mengapa harus orang lain? Mengapa bukan kita? Bukankah mereka yang sukses, sudah tak punya masalah lagi dalam menciptakan lapangan kerja, karena mereka sudah disana, sementara kita mungkin masih mencari terus bisnis apa yang pas untuk kita jalankan sendiri.

Jiwa wirausaha harus dikembangkan di tengah masyarakat, karena manfaatnya bukan hanya bagi sang entrepreneur tapi juga untuk penyehatan perekonomian masyarakat umumnya. Keinginan berwirausaha itu akan semakin kuat dengan seringnya membaca profil sukses wirausahawan yang terus bertambah.

Berikut adalah syarat pencapaian pengembangan budaya wirausaha :

1. Kepercayaan

Pertumbuhan kepercayaan timbal balik antar individu di dalam satu organisasi atau lingkungan sangat diperlukan. Tidak ada aturannya tetapi kita diperlakukan sebagai individu yang layak dipercaya yang berkeinginan untuk mengabdikan waktu dan tenaga pada apa yang ingin kita lakukan dan yang harus kita lakukan, karena kita memahami tidak ada pemisah antara kita serta memiliki tujuan yang terbaik bagi organisasi ataupun lingkungan.

2. Kebersamaan

Kebersamaan muncul karena adanya jiwa kepemilikan bersama dalam sebuah organisasi, yang membuat individu itu memiliki komitmen mengoptimalkan kerja. Komitmen yang seperti inilah merupakan kondisi terbaik untuk memulai investasi dalam bisnis, sekaligus mengapresiasi semangat wirausaha yang muncul ditengah-tengah masyarakat.

3. Pembelajaran kepemimpinan wirausaha

Kesanggupan untuk sepakat memanfaatkan seluruh kekuatan, saling melengkapi dalam sebuah ikhtiar kesatuan tujuan, memang sangat berat karena keragaman amat sulit beroperasi secara sepakat dalam menerapkan strategi pokok. Meskipun keragaman menjadi hantu penghambat pencapaian tujuan tetapi tanpa keragaman tujuan saling melengkapi juga tidak akan tercapai. Sehingga yang menjadi kesepakatan bulat melengkapi kekuatan para pemimpin untuk mencapai tujuan mempersatukan.

4. Saling dukung inisiatif wirausaha

Desentralisasi bisnis yang melahirkan unit-unit yang terpisah, dibangun dibawah arahan penguasa yang yang terpilih dan berkemauan untuk mendukung inisiatif-inisiatif. Dukungan ini tentu saja harus berasal dari tingkat tertinggi dengan kemampuan pengambilan keputusan penuh.

5. Hargailah tingkah laku wirausaha

Masyarakat kita sering mencemooh bila ada yang berprofesi sebagai wirausaha, terlebih lagi bila ia berpendidikan tinggi, S2 apalagi S3. Ini tidak terlalu mengherankan karena stigma berpikir masyarakat kita yang sudah demikian terpola: “setelah lulus sekolah lalu kerja!”. Sangat jarang yang berpikir, setelah lulus menciptakan pekerjaan. Manusia dalam kategori ini sering dibilang orang gila, gak waras, bodoh dan sederetan kecaman lain. Barulah setelah

berhasil, semua orang akan mendekat. Bukankah semua usaha yang dilakukan para entrepreneur sukses pada awalnya dianggap gila hingga dia berhasil?

Karenanya ambil setiap kesempatan untuk menunjukkan pada kolega, rekan dan tim anda bahwa anda percaya pada mereka dan memiliki keyakinan pada kemampuan mereka.

6. Bangunlah jaringan kewirausahaan

Berhubungan dengan jaringan selalu merupakan fondasi terkuat untuk membangun bisnis. Karena kita hidup di zaman pekerja berpengetahuan yang di operasikan dibawah paradigm yang diarahkan oleh mutu tinggi dan hubungan baik, dasar tersebut sangat penting untuk keberhasilan.

Terlalu banyak organisasi yang memiliki unit yang menyimpan banyak hal untuk mereka sendiri dan cemas unit tetangga mencuri ide-ide mereka. Kurangnya hubungan dalam organisasi adalah alasan utama mengapa organisasi tersebut kehilangan kesempatan. Saat kekuatan semua sumber daya dibawakan secara bersama-sama, tercapainya keberhasilan yang lebih besar. Sekali anda melakukan kontak pelihara mereka. Karena mereka adalah sumber daya wirausaha.

7. Karakteristik Utama Kewirausahaan

no	Pekerja	Organisatoris
1	Putusan Pilihan Pribadi	Strategi dukungan yang disepakati
2	Rancang, bangun mengarahkan dan tegas	Menyediakan dukungan terhadap inisiatif
3	Kemauan menanggung resiko gagal	Membangun standar pengukuran trial and error
4	Anggota-anggota satu sama lain tergantung secara saling menguntungkan	Menganjurkan tim-tim yang memiliki keragaman
5	Harapan pencapaian proyek yang jelas	Mengalokasikan sumber daya usaha jelas
6	Pengenalan konsep nilai	Penghargaan atas prestasi dan resiko

Penjajagan Minat :

(pilih salah satu dan sebutkan alasannya)

1. Pegawai (A) Atau Wirausaha (B)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. Gajian (A) Atau Omset (B)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. Rekan Kerja (A) atau Partner bisnis (B)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

4. Kantor (A) atau Lokasi Usaha (B)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

5. Waktu Teratur (A) atau Tanpa Batas (B)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

BAB II

SENI DAN ILMU KEWIRAUSAHAAN



2.1 Pekerja atau Wirausaha

“Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) Suryamin mengatakan tingkat pengangguran terbuka pada Februari 2016 mencapai 7,02 juta orang atau 5,5 persen. Namun jumlah pengangguran tersebut menurun bila dibandingkan dengan Februari 2015, yang mencapai 7,45 juta orang (5,81 persen)” TEMPO.CO, Jakarta –

Sudah bukan hal yang asing lagi bagi kita saat membaca bahwa jumlah pengangguran terbuka di Indonesia yang semakin meningkat setiap tahunnya. Padahal sudah tergambar begitu buruk tetapi kita tetap saja masih berharap akan mendapat pekerjaan yang lebih baik. Sebelum kita mempelajari tentang kewirausahaan secara utuh saya akan mengajak anda merenung masa depan seperti apa yang anda inginkan?

Sebagai pekerja? Ataukah berwirausaha? Orang gajian adalah manusia pekerja dengan angka penghasilannya ditentukan pihak lain. Satu tahap dalam kehidupan ini, mungkin sudah anda lewati: bekerja dan mendapat penghasilan agar bisa bertahan hidup. Tetapi kemudian, anda tidak bisa menghindar dari keluhan –meski mungkin dalam batin saja- karena penghasilan yang anda bawa pulang, kalau anda seorang suami dan seorang bapak tidak cukup atau pas-pasan sekali untuk memenuhi kebutuhan istri dan anak. Anda belum berhasil mencukupi kebutuhan hidup anda sekeluarga, bahkan paling dasar sekalipun. Jadi orang gajian adalah opsi pertama. Tempo dulu orang kita kalau sudah bisa bekerja di kantor gubernemen sebagai ambtenaar /pegawai, sudah merasa status sosialnya tinggi. Pekerja luar gubernemen dianggap masyarakat kelas dua atau rendah martabatnya. Pencitraan seperti inilah yang kita alami bertahun-tahun, diwarisi dari generasi ke generasi. Jiwa ambtenaar telah merasuki lubuk hati kita, menjadi keyakinan di sebagian besar orang kita. Sampai kinipun hal ini masih “menjajah” pikiran kita. Menjadi orang gajian lebih baik dari pekerjaan lainnya. Orang tua kita menginginkan agar anaknya menjadi pegawai, jadi target yang harus diraih sang anak, jadilah pegawai kantoran saja.

Ataukah anda mencoba bangkit mengikuti jejak orang-orang yang sukses mewujudkan mimpi dan dunia masa depan yang anda dambakan. Anda mulai merintis usaha anda sendiri, menumbuhkan, membesarkan dan mewariskannya kepada anak cucu anda. Tidakkah anda merasakan sendiri sekarang banyak sekali pedagang dan pengusaha kecil ada dimana-mana. Mulai dari pedagang bakso keliling maupun yang mangkal, penjual ayam potong, penjual mie ayam, pedagang sayuran dan banyak lagi. Kehadiran mereka telah nyata-nyata memberikan sesuatu yang berarti bagi negeri ini, dan mereka survive!! Meskipun tidak bergelimang fasilitas tetapi mereka masih meneruskan usahanya sampai saat ini. Bahkan beberapa diantaranya adalah generasi kedua setelah usaha orang tua mereka. Fakta lainnya merger, akuisisi dan restrukturisasi dalam sector swasta lebih sering membuahkan PHK masal. Lalu siapa yang mendapat beban menciptakan lapangan kerja? Beban itu harus dipikul INDIVIDU-nya sendiri. Setiap orang menciptakan sendiri pekerjaannya! Setiap orang, siap atau tidak kondisi mendorongnya menjadi wirausaha. Mau pilih yang mana : “Segera menyiapkan mental dan ketrampilan kewirausahaan atau saatnya nanti terpaksa serabutan, mencoba-coba menjadi wirausahawan setelah “terdepak” dari posisi orang gajian!”.

Pilihan ini terbuka lebar!! Semua tergantung anda sendiri.

2.2 Pengembangan Individu

Masa depan akan menjadi milik mereka yang tidak kenal takut, inovatif yang mengenali betapa pentingnya mengembangkan kepemimpinan wirausaha dalam organisasinya. Sukses suatu bisnis memerlukan 7 ciri wirausaha :

1. Insight (wawasan) tentang seperti apa masa depan nantinya
2. Intuisi untuk membuat keputusan yang benar
3. Inisiatif untuk bertindak efektif
4. Inovasi untuk mencipta secara berbeda
5. Integritas untuk mengikuti dengan tekun dan dengan benar
6. Individualitas untuk menerima kepemilikan
7. Interpendensi untuk menetapkan hal-hal diatas sebagai rekan dalam suatu tim

2.3 KEBERHASILAN DAN KEGAGALAN WIRAUSAHAWAN

“Hanya orang yang berani gagal total, akan meraih keberhasilan total”.

-John F Kennedy

Dalam kehidupan sosial kegagalan itu adalah sesuatu yang tidak begitu enak didengar. Kegagalan bukan sesuatu yang disukai, dan suatu kejadian yang setiap orang tidak menginginkannya. Kita lebih suka kepada orang yang sukses daripada orang yang gagal bahkan tidak menyukai orang yang gagal.

Maka bila anda memutuskan menjadi seorang entrepreneur yang menemui kegagalan dalam usaha jangan harap orang akan memuji anda. Orang di sekitar anda maupun relasi anda akan memahami mengapa anda gagal. Anda tidak disalahkan semua sahabat masih disekeliling anda. Anda akan mendapat dukungan moral dari teman lain. Ada yang meminjami uang sebagai bantuan sementara, apalagi bank akan memberikan pinjaman selanjutnya. *No Way!!*

Mengapa gambaran tentang entrepreneur yang gagal sebegitu buruknya? Itulah masyarakat kita. Kita cenderung memuji yang sukses dan menang dan mudah menghujat yang kalah dan gagal. Sebaiknya setiap kita mulai mengubah budaya ini, beri kesempatan kedua bagi setiap orang.

Saat seorang entrepreneur mengalami kegagalan tidak ada gunanya murung memikirkan kegagalannya tetapi perlu mencari penyebabnya.

Kegagalan seharusnya membuat entrepreneur sejati tertantang menemukan kekuatan-kekuatan baru agar bisa meraih sukses kembali. Permasalahan di dunia kerja pun kerap muncul dengan adanya pemutusan hubungan kerja (PHK) dan kehilangan mata pencaharian.

Seorang entrepreneur harus berani menghadapi kegagalan dan memetik hikmahnya. Mungkin saja kegagalan itu datang untuk memuliakan hati kita, membersihkan pikiran kita dari keangkuhan dan kepicikan, memperluas wawasan kita serta untuk lebih mendekatkan diri kita kepada Tuhan. Menjadi gagah ketika lengah, menjadi berani ketika takut. Banyak orang membuat kesalahan yg sama dengan menganggap kegagalan merupakan musuh dari kesuksesan. Tetapi kesuksesan itu dipenghujung kegagalan.

Ada beberapa sebab umum orang mengalami kegagalan dalam bisnis :

1. Menilai kemampuan terlalu rendah
2. Terpengaruh mitos yang ada di masyarakat sekitar kita
3. Suka memvonis diri dahulu
4. Tidak mau tahu darimana harus memulai usaha kembali

“Seberapa besar rejeki yang kita inginkan, itu sama dengan seberapa besar kita berani mengambil resiko“

Sukses adalah proses. Ia dicapai dengan pengorbanan. Salah satunya tidak cengeng dalam kegagalan. Seorang wirausahawan adalah yang selalu “melek” dan “buka telinga” terhadap semua peluang. Sukses wirausahawan bukan sekadar “rejeki dari langit”, tetapi juga kejelian membaca/ menangkap peluang. Dan ini memerlukan stamina usaha yang tinggi. Jangan

ketakutan terlebih dulu, seakan-akan orang wirausaha itu tidak pernah istirahat. Tidak! Secara fisik, istirahat perlu tetapi sebagai wirausahawan pikiran “tetap jalan” dalam arti, keseharian kita dibiasakan terus memikirkan, kebaikan-kebaikan apasaja yang bisa dibangun berdasarkan peluang yang kita hadapi setiap saat. Sukses berarti hanya hal yang mengagumkan dan positif. Sukses berarti kesejahteraan pribadi: rumah bagus, keamanan bidang keuangan dan kesempatan maju maksimal serta berguna bagi masyarakat. Sukses berarti juga memperoleh kehormatan, kepemimpinan dan disegani. Dengan kata lain sukses berarti menang berhasil berbuat lebih banyak hal yang bermanfaat. Munculkan keberanian berpetualang di zaman baru, meskipun kita harus membayar harga orang yang menertawakan, mengejek dan mengkritik kita.

Review Tujuan Hidup :

Jawablah dengan singkat dan cepat

1. Tuliskan 5 hal yang paling penting dalam hidup ini.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. Dalam 30 detik

– Tuliskan 3 hal yang paling penting dalam hidup Anda saat ini.

.....
.....
.....
.....

.....
.....
.....
.....

3. Tuliskan hal-hal yang selalu ingin Anda lakukan tapi Anda tidak berani memulainya

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

4. Seandainya Anda tahu usia Anda hanya tinggal 6 bulan – Apa yang ingin Anda lakukan dalam kehidupan Anda?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....
.....

5. Ternyata tinggal 24 jam terakhir kehidupan Anda – apa yang akan Anda lakukan ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

6. Jika Anda dijamin sukses dalam segala yang Anda lakukan, maka apa yang ingin Anda lakukan?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

7. Seandainya Anda diberi pil yang dapat memberi apa yang Anda inginkan. Apakah itu?

.....
.....
.....
.....

BAB III

PENGGALIAN POTENSI DIRI DAN POTENSI LINGKUNGAN

3.1 Menciptakan dan Menemukan ide baru

Kita akan sulit sekali memunculkan ide bila pikiran terlalu kaku dan terkontrol atau terkondisi. Karena sebelum kita bisa menghasilkan ide, pikiran kita harus bebas. Pendidikan harus membebaskan pikiran kita dan bukan menguncinya. Tujuan pendidikan adalah menggantikan pikiran yang kosong dengan pikiran terbuka. Pada millennium baru ini, penghasil uang terbesar adalah kelompok yang bekerja berdasarkan ide. Dan ternyata setiap permasalahan yang belum terselesaikan adalah karena kita belum memikirkan ide untuk pemecahannya. Karena orang dengan ide baru itu adalah orang aneh-sampai ide itu berhasil. Terkadang dalam pencarian kita untuk pemecahan masalah kita tidak boleh hanya bertahan pada cara piker lama. Dan masalahnya karena sejak sekolah kita terkondisikan demikian, kita hanya punya jawaban benar dan salah.

Hidup tidak semuanya hitam atau putih, kadang bisa juga abu-abu bahkan seperti warna pelangi. Sekarang kita mulai memikirkan idea tau metode yang mungkin meskipun terdengar gila atau mungkin juga berhasil.

Modal awal entrepreneur hanyalah berani!

1. Berani Bermimpi,

Entrepreneur itu memang harus berani bermimpi, meskipun dalam keadaan dan kesulitan seperti apapun, jangan takut bermimpi. Yakinlah bahwa mimpi atau visi itu sama dengan cetak biru (blue print) dari realita. Artinya sesuatu yang bisa kita wujudkan. Seorang entrepreneur yang memiliki visi, akan lebih dapat menciptakan kekuatan positif di dalam pikirannya. Yang akan berpengaruh pada peningkatan kemampuan kerja dan kualitas hidup kita.

“Hati-hatilah dengan angan-anganmu, karena itu adalah harapan dan doamu yang tak terucap yang secara langsung kau mintakan ijin kepada Yang Maha Memberi”.

Bahkan ada beberapa orang yang meyakini bahwa jiwa wirausaha itu sangat dekat dengan dunia penghayal. Apa susahya berkhayal? Berkhayal adalah aktivitas murah karena berkhayal tidak memerlukan ongkos apalagi fasilitas khusus. Sekarangpun kita bisa berkhayal yang tentu saja khayalan wirausaha dan bukan sembrangan berkhayal, tetapi

tidak semua orang bisa melakukannya, saat seorang menghadapi banyak tekanan hidup yang harus dipikul bisa membuat orang tidak berani berkhayal. Jadi “Berkhayalpun perlu keberanian!”

Khayalan yang memicu keberhasilan atau minimal keberanian berbuat dan beraktifitas, dihambat pandangan lama yang cukup kuat berurat-akar dalam benak kita, bahwa seorang yang sukses harus ditopang pendidikan dan gelar formal.

2. Berani Mencoba,

Andai kita berani mencoba, dan kita lebih tekun dan ulet, maka pasti kegagalan tak pernah ada. Bisnis modern akan berhenti berputar kalau sikap berani mencoba itu lenyap. Memang banyak orang yang gagal dalam usahanya, putus asa tanpa berani mencoba lagi. Ini bukan saja merugikan aspek materi dan financial, tetapi juga aspek psikologis. Karena itu, sekalipun krisis tetaplah menjadi entrepreneur dengan semangat kewirausahaan yang tinggi. Sesungguhnya tidak ada yang gagal dalam berbisnis, yang ada hanya karena ia berhenti mencoba, berhenti berusaha. Berani mencoba, lebih tekun dan ulet, kegagalan takkan pernah ada. Yang ada hanya ujian yang diberikan untuk menguji kesungguhan kita dengan niat dan tekad kita untuk diberikan rejeki dan keleluasaan hidup bahkan mampu atau tidak dilewati rejekinya orang lain yang akan kita pekerjakan, apa iya ujian karyawan bagian produksi sama dengan ujian level manager?

3. Berani Merantau,

Keberanian merantau, membangun percaya diri dan kemandirian. Kita sering bepergian lintas daerah, pernah kita dengar transmigran petani jawa atau bali, banyak yang sukses menjadi transmigran di Sumatra dan Sulawesi? Sukses dalam usaha, juga didukung dengan keberanian merantau.

Merantau memiliki makna sosial tersendiri. Ia berarti “jauh dari keluarga” yang memicu terbangunnya jiwa kemandirian. Tak bergantung pada keluarga, berarti mulai melangkah menjadi dewasa. Di rantau, apalagi di lingkungan yang tak tahu siapa kita sebelumnya. Anda bisa menjadi pribadi yang baru. Dan kebaruan ini memerlukan tantangan. Dan menyadari akan kelebihan dan kekurangan karena kita dihadapkan dengan kenyataan-

kenyataan baru. Dan relative membuat seseorang menjadi tangguh, karena diterjunkan dalam berbagai situasi yang serba baru. Enggan minta tolong, enggan berhutang budi, bahkan cenderung menanam jasa kepada orang lain. Investasi sosial yang pada saatnya akan berbuah kebaikan.

4. Berani Gagal,

Hanya orang yang berani gagal total, akan meraih keberhasilan total. Bila anda seorang entrepreneur yang menemui kegagalan dalam usaha, jangan harap orang akan memuji anda. Orang disekitar anda maupun relasi anda akan memahami mengapa anda gagal, anda tidak akan disalahkan semua teman, dan mereka tetap berada di sekeliling anda. Lalu anda akan mendapat dukungan moral dari teman-teman yang lain. Bahkan ada yang akan meminjami uang untu bantuan sementara. Apalagi bank akana memberikan pinjaman selanjutnya??? NO WAY!

Mengapa gambaran seorang entrepreneur yang gagal juga kami gambarkan dan sebegitu buruknya? Itulah masyarakat kita. Kita cenderung memuji yang sukses dan menang, dan mudah menghujat yang kalah dan gagal. Jadi kalau mau mengubah budaya itu, beri kesempatan kedua bagi setiap orang.

Saat menemui kegagalan, tidak ada gunanya murung dan memikirkan kegagalannya. Tetapi perlu mencari penyebabnya. Kegagalan akan membuat entrepreneur sejati tertantang untuk menemukan kekuatan-kekuatan baru agar bisa meraih kesuksesan kembali.

Dan kasus kegagalan ini tidak hanya terjadi di dunia usaha saja kan di dunia kerja pun terjadi. Ribuan karyawan terkena pemutusan hubungan kerja dan kehilangan mata pencahariannya.

Mungkin saja kegagalan itu datang untuk memuliakan hati kita, membersihkan pikiran kita dari keangkuhan dan kepicikan, memperluas wawasan kita, serta lebih mendekatkan diri kita kepada Tuhan. Untuk mengajarkan kita menjadi gagah tatkala lengah, menjadi berani ketika kita takut. Maka sebaiknya kita tidak menghitung berapa kali ia jatuh, tetapi berapakali ia bangkit. Karena kegagalan itu sangat penting bagi karier/usaha siapapun.

Sebab umum kegagalan dalam bisnis :

- a. Kita sering menilai kemampuan diri kita terlalu rendah

- b. Setiap akan mengambil langkah / bertindak , kita selalu terhalang atau terpengaruh oleh mitos yang muncul ditengah masyarakat sekitar kita.
- c. Biasanya kita terlalu melankolis dan suka memvonis diri sendiri terlebih dahulu, bahwa kita ini dilahirkan dengan nasib buruk
- d. Kita cenderung masih memiliki sikap, tidak mau tau darimana kita harus memulai kembali suatu usaha. Dan mengetahui sebab kegagalan itu, yang tentunya akan membuat kita yakin untuk bisa mengatasinya.

5. Berani Sukses,

Seberapa besar rejeki yang kita inginkan, itu sama dengan seberapa besar kita berani mengambil resiko. Sukses adalah proses. Dicapai dengan pengorbanan. Salah satunya tidak cengeng karena kegagalan. Sukses, pikirkanlah menjadi keseharian anda. Keyakinan bisa sukses dan terus membangun keyakinan itu dalam sanubari. Buanglah semua alasan, anda gagal karena kelemahan diri anda. Kurang cerdas, kurang fit, sudah terlalu tua dan segudang “rasa kurang”, bukanlah alasan anda gagal. Sukses memerlukan keberanian tanpa henti, mempelajari kemunduran bisnis.

Sering bergaul dengan sesama wirausaha, sharing tentang kegagalan yang mereka hadapi, dan menemukan jawaban mengapa ia gagal. Kesiapan pribadi seorang wirausahawan menghadapi perubahan, juga dipermantap. Dan jangan mudah dikejutkan perubahan. Mempelajari kesuksesan orang lain, himpun semua sebab-sebab kesuksesan itu.

Seorang wirausahawan itu selalu “melek dan buka telinga” terhadap semua peluang. Setiap wirausahawan itu bukan sekedar menunggu ”rejeki dari langit”, tetapi juga kejelian membaca/menangkap peluang. Dan ini memerlukan stamina usaha yang tinggi. Tidak ada orang yang mendapatkan kenikmatan hidup yang terus merangkak-rangkak, kehidupan yang setengah-setengah.

Sukses berarti hanya hal yang mengagumkan dan positif. Sukses berarti kesejahteraan pribadi: rumah yang nyaman, keamanan di bidang keuangan dan kesempatan maju yang maksimal serta berguna bagi masyarakat.

Sukses berarti memperoleh kehormatan, kepemimpinan dan disegani. Sukses berarti self respect, merasa terhormat, terus-menerus merasa bahagia dan merasakan kepuasan dari kehidupannya.

Itu artinya kita berhasil berbuat lebih banyak hal yang bermanfaat. Sukses berarti menang. Dan kita terkadang takut menyebutkan bahwa kita telah menang dan mencapai kesuksesan.

6. Berani berbeda

Munculkanlah keberanian berpetualang di zaman baru, kendati untuk itu kita siap membayar harga orang yang menertawakan, mengejek dan mengkritik kita. Mengapa orang menertawakan kita? Atau lebih enteng dari itu mengapa orang meremehkan kita? Karena kita berbeda. Tetapi apa salahnya berbeda? Kenyataannya, menjadi berbeda sudah terjadi saat kita lahir. Setiap individu di dunia ini berbeda. Tak ada seorangpun 100% sama dengan lainnya.

Sidik jari kita tidak akan pernah sama dengan siapapun di dunia ini, dan kita itu UNIK. Dan keunikan itu yang membedakan kita dengan yang lain. Bila kita ingin berhasil dalam kehidupan ini munculkanlah bakat yang sudah diberikan sejak lahir dengan perbedaan yang kita miliki, biarkan muncull dan pupuk jangan malah dipangkas dengan pendapat orang lain yang menginginkan kita sama dengan mereka. Tampilkanlah sesuatu yang baru dan terang yang akan membuat perbedaan itu member nilai lebih bagi pribadi kita.

Perbedaan kita dari yang lain adalah wujud ketekunan kita untuk menjadi LEBIH BAIK. Seorang diri LEBIH BAIK diantara banyak orang yang berpikiran nyaris sama tentang suatu hal, lalu keberbedaan anda diterima banyak orang dan diterima dunia. Luar biasa bukan?? Jadi tidak perlu risa kita harus menyejajarkan langkah untuk kita menjadi sama dengan yang lain, mari kita membuat perbedaan yang ada dalam diri kita menjadi PERBEDAAN YANG BERNILAI.

Berikut adalah sumber ide bisnis yang bisa dipertimbangkan untuk memunculkan ide baru.

1. Dari pekerjaan terdahulu

Biasanya di tempat kita bekerja dahulu kita sering melihat celah /ceruk usaha yang bisa digarap. Kelemahan-kelemahan yang timbul di aktivitas pekerjaan kita sebelumnya akan membuat kita memiliki ide baru. Contoh apabila perusahaan tempat kita bekerja di bidang penggergajian kayu dengan limbah bekas penggergajian yang sangat banyak sedangkan disisi lain ada usaha yang sangat membutuhkannya maka kita bisa mengisi kekosongan peluang itu.

2. Hobi dan minat Pribadi

Memunculkan ide dari hobi dan minat pribadi adalah yang paling menyenangkan, istilahnya seperti hobi yang dibayar, bagaimana tidak kesenangan kita bisa mendatangkan keuntungan atau bahkan dengan nilai rugi, tetapi apabila kerugian yang terjadi biasanya kita lebih bisa menerima karena kita sudah sangat menguasai kesenangan kita. Dan kita cenderung melakukannya dengan senang hati.

3. Adanya peluang

Peluang yang muncul di hadapan kita terkadang terjadi saat kita mengamati gejala tertentu dengan kejadian tertentu. Contoh film kartun di televisi yang sedang digemari anak-anak adalah angry bird yang membuat kita memiliki ide memproduksi kaos, sepatu, makanan yang bertemakan angry bird.

4. Saran orang lain

Saran orang lain menduduki peringkat keempat karena tidak semua komunikasi yang dibentuk mengarah ke usaha, atau usaha yang disarankan tidak sesuai dengan minat dan keyakinan pemula usaha yang disarankan. Sehingga tidak semuanya bisa diaplikasikan. Dan tidak semua orang memiliki ide dan passion yang sama terhadap suatu hal, juga tidak semua orang dengan sungguh-sungguh mau memberikan idenya secara total.

5. Pendidikan atau kursus

Fakta penentuan jurusan lebih sering menjadi pilihan orang tua. Penjiwaan anak terhadap pilihan hidupnya mau menjadi apa kelak, banyak dipengaruhi preferensi orang

tua. Akibat lanjutnya, jika ditengah jalan anak mengalami masalah dengan pilihan itu, ia tak merasa sepenuhnya bertanggungjawab. Dan merasa itu adalah problem “salah pilih” itu ada andil orang tuanya. Atau bahkan kadang merasa tidak ada apa-apa dengan pilihan itu, dengan menumpahkan sepenuhnya masalah pada orang tuanya. Untuk itu membuat pendidikan menempati urutan ke 5 menjadi sumber ide bisnis.

6. Teman/saudara

Ada banyak hal yang menyenangkan bagi kami tapi menakutkan bagi yang lain karena harus berhadapan dengan TANTANGAN yang buat kita WOW banget. dari sisi inilah makanya kita bisa memiliki ide untuk memulai banyak usaha baru yang dilakukan bersama, meskipun sistem yang kita bangun. sangat menarik apabila kita menjalankan usaha dengan ide kita dan dilakukan dengan orang yang "SEPAHAM" dengan kita, dan itu memudahkan kita untuk menjalankannya, karena ide dan komunikasi yang tidak biasa itu akan menimbulkan peluang usaha baru,,

nah teman-teman yang sudah merasa memiliki teman yang sepaham tunggu apa lagi mulai diskusi untuk menekuni salah satu usaha yang menarik.

7. Bisnis keluarga

Dan untuk mencari ide usaha bisa juga melanjutkan usaha keluarga, dengan menambahkan pengembangan-pengembangan disisi yang masih lemah

Sumber Ide untuk Bisnis Baru

Hasil Penelitian NFIB, Foundation 1990

• Dari Pekerjaan Terdahulu	: 43 %
• Hobi / Minat Pribadi	: 18 %
• Adanya Peluang	: 10 %
• Saran Orang Lain	: 8 %
• Pendidikan / Kursus	: 6 %
• Teman / Saudara	: 6 %
• Bisnis Keluarga	: 6 %
• Lain-lain	: 3 %

Sumber : IPPM Jakarta

3.2 Memahami cara berpikir kreatif

Kreativitas adalah keharusan dalam kewirausahaan. Jangan terpaku kepada gemerlap perubahan, kita adalah salah satu yang mampu menghadirkan hal baru. Coba kita mulai berpikir tentang perubahan ini menjadi suatu kebiasaan. Karena kita hidup dalam abad kreatifitas. Kreatif adalah kunci memenangkan kompetisi. Ada banyak konsep kreatifitas, terutama penentuan dengan siapa “sparing partner” seorang wirausahawan dalam mengeksplorasi gagasan kreatifnya. Bisa dengan sesama wirausahawan meskipun tidka ada salahnya dengan orang lain yang sangat berbeda dunia kerja (bukan wirausahawan). Bekerja “serba rutin”, “manut pakem”, di level pengambilan keputusan tertinggi terutama sebagai pusat penyikapan terhadap realita bisnis, diyakini sebagai sikap yang berbahaya bagi keberlangsungan usaha. Rutinitas dan pakem-pakem itu menjadi belenggu bagi kemajuan. Tetapi manajemen kreatifitas bukan berarti tanpa aturan, aturan tertentu harus tetap ada, tetapi tidak memasung kreatifitas.

Luwes dalam menyikapi peluang adalah salah satu wujud dari kreatifitas, jika kita adalah golongan orang yang selalu ingin tahu, kemudian dapat melihat suatu peristiwa dan pengalaman untuk dijadikan sebuah peluang dimana orang lain tidak melihatnya, kemudian memiliki keberanian kreatif dan inovatif, maka bersiaplah kita untuk menjadi seorang entrepreneur. Tak kalah pentingnya untuk tidak malu saat melakukan kesalahan yang kita buat, seorang entrepreneur memang tidak menyukai kesalahan, tetapi akan tetap menerimanya sepanjang hal itu dapat

memberikan pelajaran berharga, serta harus mampu meloloskan diri dari situasi-situasi yang hampir mustahil diatasi. Dalam era global seperti ini kegiatan usaha yang kita jalankan hampir 90% justru tidak sesuai rencana. Untuk itu kita harus luwes dengan rencana yang kita buat, dan bersiap berpindah dari satu rencana ke rencana lainnya. Dan seorang entrepreneur juga tidak boleh mudah putus asa. Kita harus yakin dengan kreatifitasnya. Karena selalu ada jalan yang tidak pernah terbayang sebelumnya.

Proses berpikir kreatif adalah unsur penting agar tetap eksis dan berkembang, bagi entrepreneur seolah tiada hari tanpa kreatifitas, ada bisnis yang masih langka dan belum memasyarakat di Indonesia seperti bisnis menyewakan pakaian dan perlengkapan bayi. Jadikan setiap sudut setiap suasana dalam usaha anda kondusif bagi munculnya ide-ide kreatif. Memang kreatifitas itu memerlukan proses, serta membutuhkan konsentrasi kita padahal yang kerap terjadi saat kita konsentrasi sering menemui jalan buntu, kemudian tidak bisa berbuat apa-apa dan selanjutnya frustrasi, dan frustrasi itu termasuk dalam proses kreatif. Dan pada posisi ini jangan berhenti sampai disini apalagi menyerah karena pada masanya wawasan atau iluminasi akan muncul kemudian melewati proses kreatif berikutnya : inkubasi atau pengendapan masuk dalam alam bawah sadar, yaitu pada kondisi yang tidak sengaja, bisa saja muncul iluminasi itu ide kreatif telah kita temukan.

Dan langkah terpentingnya adalah mengolah atau menjalankan ide kreatif menjadi konkret demi kemajuan bisnis, bahkan untuk memberikan kepuasan pada pelanggan pun perlu pendekatan kreatif. Kreatif juga kata kunci dalam urusan mencari modal atau dana pengembangan usaha, peningkatan kegiatan produksi, perbaikan desain, pemasaran dan lain-lain.

Orang kreatif adalah orang yang berani mengambil resiko usaha yang dijalankan, tinggal seberapa besar sebenarnya kualitas kreativitas itu akan mempengaruhi resiko usaha yang dijalankan. Dan pengusaha yang berani mengambil resiko itulah yang usahanya dapat berkembang maju, baik untuk saat ini ataupun untuk masa depan.

Jangan tunda hingga esok, apa yang bisa anda kerjakan hari ini. Calon wirausahawan hanya memiliki satu kewajiban yaitu praktek, praktek dan praktek. Setelah kita menemukan berbagai macam ide bisa dari pengalaman kerja, hobi, teman, saran orang lain ataupun peluang yang ada, maka kita pun harus segera mengeksekusinya.

Salah satu ide yang akan kami terapkan disini adalah penilaian dan pemanfaatan peluang usaha rempah. Mengapa?? Ada banyak alasan yang bisa kita berikan salah satunya alasan Negara lain yang pernah menjajah kita hingga 350 tahun hanya untuk memperoleh rempah-rempah yang ada di Indonesia, dan sampai sekarangpun kita tidak akan merasa kesulitan untuk menemukan bahan bakunya di sekitar kita dengan harga yang sangat murah pula. Cara menanamnya pun sangat mudah. Dan pasarnya di seluruh dunia membutuhkan dan menerimanya.

Nah setelah ide untuk mengambil peluang usaha bidang rempah, kita perlu membuktikan bahwa apakah benar kita akan melaksanakan ide itu? Apakah akan menuntaskannya?? Ataukah hanya berinisiatif saja?? Dapatkah ia memberikan hasil, atau hanya pandai omong saja?? Semua pertanyaan ini hanya mempunyai satu tujuan mencari tahu apakah kita orang yang suka segera bertindak? Gagasan bagus saja tidak cukup. Gagasan sederhana yang dilaksanakan dan dikembangkan adalah seratus persen lebih baik daripada gagasan hebat tetapi mati karena tidak ditindaklanjuti. Tidak ada yang datang dengan hanya memikirkannya. Segudang ide, sedahsyat apapun sekadar sebagai cerita menjelang tidur, tanpa kesungguhan melaksanakannya. Sederhana apapun segeralah bertindak. Control langkah-langkahnya, optimalkan segala seginya. Lihat ide kita berdiri, bergerak, berkembang dan hidup, entrepreneur bukan sekadar teman berbincang di warung kopi, mulailah, bergeraklah, bertindaklah.

Setelah kita menentukan ide untuk konsentrasi di bidang rempah-rempah, maka untuk itu diperlukan konsentrasi penuh di bidang itu. Rempah-rempah ini akan kita bawa seperti apa? Apakah kita cukup konsentrasi di penanamannya saja? Mau dijual dalam bentuk basah setelah panen kemudian dijual ke pasar? Kalau dijual ke pasar apakah kita cari distributor? Atau kita sendiri yang mengecer? Atau kita jual ke luar negeri / di ekspor? Bagaimana caranya? Ataukah lebih baik diolah saja? Dijadikan minuman segar? Atau kering? Ada banyak sekali pertanyaan yang akan muncul saat kita mulai konsentrasi di satu bidang, tetapi itu yang akan membantu kita untuk fokus

Coba kita buka situs Forbes majalah yang tiap tahun rajin memberikan peringkat kepada para praktisi bisnis terkaya di dunia, awal tahun 2007, Forbes mencatat bahwa dari 100 orang terkaya di dunia, 90 diantaranya adalah mereka yang berbisnis satu bidang saja (focus), 7 orang berbisnis dua atau tiga bidang, 3 orang bermacam-macam bidang alias terdiversifikasi. Jadi kini saatnya untuk fokus. SIAP??

3.3 Tiga Pilihan Memulai Bisnis

Kita bisa membangun tempat pendaratan rezeki kita sendiri. Kalau ia sempit, tentu rezeki sesuai tempat pendaratannya jadi kita luaskan pendaratan rezeki kita. Jangan ragu, membuat bisnis sendiri lebih mudah dibanding mencari pekerjaan. Sehingga sukses itu menjadikan diri kita tumbuh percaya diri. Dan setelah percaya diri maka kita akan bisa melakukan sesuatu. Kita terlalu lama menyia-nyiakan usia, duit dan tenaga dengan mengirim lamaran kemana-mana, beralih kiat menyiasati hidup, karena lowongan menjadi pengusaha selalu terbuka bahkan nyaris tak terbatas. Anda mau jadi pengusaha, selau terbuka, sekarang, besok bulan depan? Peluang itu tidak hilang, untuk meraihnya tidak perlu promosi atau pelantikan, dan kita menjadi orang nomor satu di perahu bisnis kita. Coba kita bedakan dengan karyawan di perusahaan milik orang lain. Mau naik pangkat saja butuh waktu lama. Bos pun masih pikir-pikir, mau menaikkan jabatan anda atau tidak. Kalau di perusahaan kita sendiri menjadi direktur tidak diperlukan pengalaman kerja.

Berikut ada 3 pilihan yang bisa dijadikan pertimbangan untuk memulai kegiatan bisnis :

1. Memulai bisnis dari nol

Jangan ragu menggunakan intuisi dalam bisnis, meskipun kita belum pernah sama sekali berbisnis. Keyakinan di bisnis yang ada dalam intuisi anda harus tetap dipegang kebenarannya, dan kita harus berani mencoba untuk membuktikannya, serta sanggup mengambil keputusan yang tepat, dengan tetap optimis, bahwa ide itu harus terealisasi. Intuisi menjadi penting bukan hanya demi kepentingan jangka pendek tetapi hingga keberlanjutan usaha.

Kesanggupan mengolah, mempertajam intuisi melalui serangkaian latihan dan disiplin tinggi, ikut berperan membuka pikiran kita dan member nilai tambah bagi emosi kita sehingga kita bisa merasakan bagaimana intuisi kita bekerja mendorong produktifitas dan tetap maju di setiap situasi.

2. Membeli bisnis yang ada

Membeli bisnis yang ada adalah masuk didalam alternative untuk memulai sebuah usaha, dimana usaha itu sudah ada di pasar, pemasarannya tertata berikut manajemennya, usaha yang seperti ini biasanya termasuk dalam kategori tinggi dalam pembiayaannya, Terutama

kalau kita membeli bisnis ini disaat posisi bisnis sedang ada di puncak. Dan kesulitannya apabila kita tidak terlatih dengan kesulitan-kesulitan yang ada di dalam perusahaan kita juga bisa dalam sekejap mengkolapskan bisnis yang baru saja kita beli, jadi sebelum memutuskan membeli bisnis pastikan dulu bahwa anda benar-benar memiliki passion di bisnis ini, dan anda benar-benar memahami tentang seluk beluk usaha ini.

3. Membeli franchise

Membeli franchise adalah cara ke tiga agar kita bisa segera memiliki usahaa baru, dengan cara kita menyerahkan sebagian modal kita dalam jumlah tertentu kemudian kita akan diberikan tenaga kerja/pelatihan berikut peralatan serta manajemennya dengan catatan kita berbagi keuntungan dengan pemilik (owner). Memang lebih mudah untuk memulai bisnis dengan cara franchise, tetapi juga memerlukan perhitungan dan pertimbangan antara timbale balik yang ditentukan oleh perusahaan.

Ada Tiga Pilihan Untuk Memulai Bisnis

- 1 Memulai bisnis baru sama sekali
- 2 Membeli bisnis yang ada
- 3 Membeli Franchise

Note : yang membedakan dari ketiga pilihan tersebut adalah tingkat kesulitannya

3.4 Fase Inkubasi

Setelah kita menemukan ide bisnis dan komitmen untuk menjalankannya maka kita akan mengalami fase inkubasi, Fase ini adalah dimana kita mulai menggodok segala sesuatu yang terkait dengan jenis usaha yang kita pilih. Mengembangkan usaha baru dan usaha kecil yang potensial menjadi usaha mandiri, sehingga mampu sukses menghadapi persaingan lokal maupun global. Membuka alternatif peluang melalui pengembangan perusahaan baru.

Inkubasi merupakan salah satu fase yang efektif dalam menumbuhkembangkan usaha baru. Dalam fase ini wirausaha baru yang memiliki produk/ jasa inovatif mulai bisa mengembangkan berbagai macam aspek usaha antara lain cara mengakses permodalan, pelatihan, pendampingan, dan bimbingan kewirausahaan. mengembangkan ide-ide yang didasarkan pada pengetahuan baru, metode-metode dan produk-produk yang dihasilkan, untuk mempercepat proses inovasi ke implementasi.

Agar usaha lebih cepat berkembang sesuai dengan karakter dan sumberdaya lokal yang dimiliki serta mampu tumbuh dan berkembang menjadi wirausaha baru yang tangguh dan mandiri, serta lingkungan yang dapat mendukung pertumbuhan “bayi” yang diibaratkan baru keluar dari inkubator agar tetap sehat, kuat dan tentu saja melalui komitmen yang kuat dengan asas kesinambungan.

3.5 Investasi dan Komersial

Setelah kita menemukan produk potensial, kemudian harus menyaringnya. Pada saat penyaringan produk, ide-ide yang buruk, tidak cocok, atau bahkan tidak menarik dibuang dari aksi selanjutnya. Setelah pengujian selesai dilakukan, perusahaan siap untuk memperkenalkan produk ke pasar target secara penuh. Ini adalah komersialisasi dan sesuai dengan langkah pengenalan siklus hidup produk. Komersialisasi melibatkan pelaksanaan rencana pemasaran secara total dan produksi secara penuh. Di antara faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam langkah komersialisasi adalah kecepatan penerimaan oleh konsumen dan anggota saluran, maka intensitas distribusi (berapa banyak outlet), kemampuan produksi, gabungan promosi, harga, persaingan, periode waktu sampai terjadi profitabilitas, dan biaya-biaya komersialisasi

- **KARAKTERISTIK UTAMA PRODUK BARU**
 - ✚ Potensi keuntungan
 - ✚ Pesaing yang ada
 - ✚ Pesaing potensial
 - ✚ Ukuran pasar
 - ✚ Tingkat investasi
 - ✚ Kemampuan paten
 - ✚ Tingkat resiko
- **KARAKTERISTIK PEMASARAN PRODUK BARU**
 - ✚ Sesuai dengan kemampuan pemasaran
 - ✚ Pengaruh pada produk yang ada (merek)
 - ✚ Permintaan pasar konsumen saat ini
 - ✚ Lamanya potensi siklus hidup produk
 - ✚ Keberadaan keuntungan yang berbeda
 - ✚ Dampak pada gambar
 - ✚ Resistensi terhadap faktor musiman
- **KARAKTERISTIK PRODUKSI DARI PRODUK BARU**
 - ✚ Sesuai dengan kemampuan produksi
 - ✚ Lamanya waktu komersialisasi
 - ✚ Kemudahan pabrikasi produk
 - ✚ Tersedianya pekerja dan sumber bahan
 - ✚ Kemampuan untuk menghasilkan dengan harga yang kompetitif

3.6 Integrasi

Strategi integrasi berarti menyatukan beberapa rentang bisnis mulai dari hulu, jaringan pemasok hingga hilir, jaringan distributor serta secara horizontal kearah pesaing. Strategi integrasi ada 3 bentuk yaitu:

1. Strategi integrasi ke depan ;
2. Strategi integrasi ke belakang;
3. Strategi integrasi horizontal.

Seringkali secara keseluruhan strategi ini disebut sebagai strategi integrasi vertical yang dijalankan untuk memperoleh kendali atas distributor, pemasok, dan pesaing.

1. Strategi Integrasi Ke Depan (Forward Integration Strategy)

Strategi integrasi ke depan adalah strategi yang dijalankan dengan meraih kendali atas jalur distribusi, mulai dari distributor hingga retailer. Wujud dari kendali atas jalur distribusi adalah mendirikan sendiri jalur distribusi, memperoleh kepemilikan atas jalur distribusi, atau memperoleh kendali. Semakin meningkatnya jumlah manufaktur, atau dalam hal ini pemasok menyebabkan semakin meningkatnya penggunaan strategi integrasi ke depan oleh manufaktur. E-commerce, franchise, factory outlet adalah bentuk pengembangan strategi integrasi ke depan yang sedang tren saat ini. Beberapa pedoman yang mempengaruhi efektifitas strategi integrasi ke depan antara lain:

- ✓ Distributor saat ini berbiaya mahal atau tidak andal
- ✓ Ketersediaan distributor yang berkualitas terbatas
- ✓ Perusahaan berada dalam industri yang tumbuh pesat
- ✓ Perusahaan memiliki modal dan sumber daya manusia yang mampu mengelola usaha baru dibidang distribusi
- ✓ Distributor saat ini menikmati profit margin yang terlampau tinggi

2. Strategi integrasi ke belakang

Digunakan dengan memperoleh kepemilikan atau meningkatkan kendali atas perusahaan pemasok. Baik manufaktur maupun retailer membutuhkan bahan baku dari pemasok. Berikut pedoman yang diikuti agar strategi integrasi ke belakang efektif:

- ✓ Jika perusahaan perlu memperoleh sumber daya yang dibutuhkan secara cepat - Pemasok saat ini mahal dan tidak andal
- ✓ Jumlah pemasok terbatas, tetapi jumlah pesaing banyak
- ✓ Pertumbuhan tinggi di sector industri
- ✓ Perusahaan memiliki modal dan SDM untuk mengelola bisnis baru
- ✓ Pentingnya stabilitas harga pasokan
- ✓ Pemasok yang ada menikmati profit margin yang tinggi

3. Strategi Integrasi Horisontal (Horizontal Integration Strategy)

Strategi integrasi horisontal mengarah pada strategi yang memperoleh kepemilikan atau meningkatkan kendali atas perusahaan pesaing. Merupakan strategi yang paling tren digunakan secara signifikan dalam strategi pertumbuhan. Merger, akuisisi, pengambilalihan diantara para pesaing memungkinkan semakin meningkatnya skala ekonomis dan transfer sumber daya dan kompetensi. Pedoman yang harus diikuti agar strategi integrasi horizontal efektif:

- ✓ Perusahaan punya posisi monopolistic tanpa ada tentangan dari pemerintah
- ✓ Berkompetisi dalam industri yang sedang tumbuh
- ✓ Menaikkan skala ekonomi merupakan keunggulan kompetitif
- ✓ Kebimbangan yang terkait dengan kurangnya keahlian manajerial atau kebutuhan sumber daya tertentu
- ✓ Memiliki modal dan SDM yang berbakat yang dibutuhkan untuk mengelola ekspansi bisnis

3.7 Evaluasi

Concept Testing untuk memperoleh umpan balik dari pelanggan mengenai ide-ide produk. Pengujian konsep menyajikan pelanggan dengan produk yang diusulkan dan langkah-langkah sikap dan tujuan pada tahap awal pengembangan. Pengujian konsep merupakan cara yang cepat dan murah untuk mengukur antusiasme konsumen. Ini meminta konsumen potensial untuk bereaksi terhadap gambar, pernyataan tertulis, atau deskripsi lisan dari produk. Ini memungkinkan untuk menentukan sikap awal sebelum proses pengembangan yang mahal dan prototipe yang memakan waktu lama.

Secara umum, pengujian konsep harus menanyakan jenis pertanyaan ini kepada konsumen :

- Apakah ide ini mudah untuk dipahami?
- Apakah anda melihat keuntungan yang berbeda dari produk ini melebihi produk-produk yang telah ada di pasar?
- Apakah anda menemukan klaim tentang kepercayaan terhadap produk ini?
- Akankah anda membeli produk ini?
- Apakah anda mengganti merek anda saat ini dengan produk baru ini?
- Apakah produk ini memenuhi kebutuhan yang sebenarnya?

- Perbaiki apa yang dapat anda sarankan dalam berbagai atribut konsep?
- Seberapa sering anda membeli produk ini?
- Siapa yang akan menggunakannya?

3.8 Analisis bisnis

Untuk konsep produk yang tersisa lebih mendetil daripada penyaringan produk. Terdapat beberapa faktor yang dipertimbangkan dalam langkah perencanaan ini, yaitu :

1. Proyeksi permintaan : Hubungan harga/penjualan; potensi penjualan jangka pendek dan jangka panjang; kecepatan pertumbuhan penjualan; musiman; tingkat pembelian kembali; intensitas saluran.
2. Proyeksi biaya : Biaya total dan biaya per unit; menggunakan fasilitas dan sumber daya yang ada; biaya awal dan biaya lanjutan; perkiraan bahan baku dan biaya lainnya di masa depan; skala ekonomis; kebutuhan saluran; titik impas
3. Persaingan : Pangsa pasar jangka pendek dan jangka panjang perusahaan dan pesaing; kekuatan dan kelemahan pesaing; pesaing potensial; kemungkinan strategi kompetitif dalam menanggapi produk baru oleh perusahaan.
4. Investasi yang diperlukan : Perencanaan produk (teknik, pencarian paten, pengembangan produk, pengujian); promosi; produksi; distribusi.
5. Profitabilitas : Waktu untuk menutup biaya awal; keuntungan total dan keuntungan per unit jangka pendek dan jangka panjang; kontrol atas harga; pengembalian atas investasi (ROI); resiko.

Karena langkah selanjutnya merupakan pengembangan produk yang memerlukan biaya mahal dan memakan waktu lama, maka penggunaan analisis bisnis yang kritis menjadi penting dalam mengeliminasi item-item marjinal.

3.9 Product Development

Pengembangan produk mengkonversi ide produk menjadi bentuk fisik dan menentukan strategi pemasaran dasar. Ini melibatkan konstruksi produk, pengemasan, merek, posisi produk, dan pengujian sikap dan penggunaan.

Keputusan konstruksi produk meliputi jenis dan kualitas bahan, yang terdiri dari produk, metode produksi, biaya-biaya dan waktu produksi yang diperlukan untuk setiap unit, kapasitas pabrik, ukuran dan warna alternatif, dan waktu yang dibutuhkan untuk berpindah dari pengembangan ke komersialisasi.

Keputusan pengemasan meliputi bahan yang digunakan, fungsi yang dilakukan (seperti promosi dan penyimpanan), biaya-biaya, serta ukuran dan warna alternatif. Keputusan merek meliputi pilihan nama baru atau yang sudah ada, eksklusivitas, perlindungan merek dagang, serta pencarian gambar. Posisi produk melibatkan pemilihan segmen pasar dan posisi item baru terhadap pesaing dan tawaran perusahaan lain. Pusat pengujian sikap dan penggunaan ada pada persepsi dan kepuasan konsumen terhadap produk.

3.10 Test Marketing

Uji pemasaran melibatkan penempatan produk untuk dijual dalam satu atau lebih area yang dipilih dan pengamatan kinerja aktualnya sesuai dengan rencana pemasaran yang diusulkan. Tujuannya adalah untuk mengevaluasi produk dan menguji usaha-usaha pemasaran dalam pengaturan yang nyata sebelum dikenalkan dalam skala penuh. Dibanding dengan menanyakan tentang ketertarikan, maka uji pemasaran memungkinkan untuk mengamati perilaku konsumen yang sebenarnya.

Kita juga dapat mempelajari reaksi pesaing dan tanggapan anggota saluran. Berdasarkan pada pengujian ini, perusahaan dapat melanjutkan rencananya dalam skala yang lebih besar, memodifikasi produk dan kemudian memperluas usahanya, memodifikasi rencana pemasaran dan kemudian memperluas usahanya, atau menghentikan produk.

TEST YOUR POTENTIAL AS AN ENTREPRENEUR

	0	1	2	3	4	5	6	7
• I have the ability to communicate -	-	-	-	-	-	-	-	-
• I have the ability motivate others	-	-	-	-	-	-	-	-
• I have the ability to organize -	-	-	-	-	-	-	-	-
• I can accept responsibility	-	-	-	-	-	-	-	-
• I can easily adapt to change -	-	-	-	-	-	-	-	-
• I have decision making capability	-	-	-	-	-	-	-	-
• I have drive and energy -	-	-	-	-	-	-	-	-
• I am in good health	-	-	-	-	-	-	-	-
• I have good human relations skill	-	-	-	-	-	-	-	-
• I have initiative -	-	-	-	-	-	-	-	-
• I am interested in people -	-	-	-	-	-	-	-	-
• I have good judgment -	-	-	-	-	-	-	-	-
• I am open minded and receptive to new ideas -	-	-	-	-	-	-	-	-
• I have planning ability -	-	-	-	-	-	-	-	-
• I am persistent	-	-	-	-	-	-	-	-
• I am resourceful -	-	-	-	-	-	-	-	-
• I am self confident	-	-	-	-	-	-	-	-
• I am self starter -	-	-	-	-	-	-	-	-
• I am a good listener	-	-	-	-	-	-	-	-
• I am willing to be a risk taker -	-	-	-	-	-	-	-	-
• I have a clear vision -	-	-	-	-	-	-	-	-
• I am changed	-	-	-	-	-	-	-	-
• I have the ability to manage change -	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Score	-	-	-	-	-	-	-	-

Note : 130 – 160 , 100 – 129, 70 – 99, below 69

BAB IV

BENTUK PERIJINAN DAN BADAN USAHA

4.1 Bentuk Perijinan Usaha

Izin usaha merupakan suatu bentuk persetujuan atau pemberian izin dari pihak berwenang atas penyelenggaraan suatu kegiatan usaha oleh seorang pengusaha atau suatu perusahaan.

Bagi pemerintah, pengertian usaha dagang adalah suatu alat atau sarana untuk membina, mengarahkan, mengawasi, dan menerbitkan izin-izin usaha perdagangan. Agar kegiatan usaha lancar, maka setiap pengusaha wajib untuk mengurus dan memiliki izin usaha dari instansi pemerintah yang sesuai dengan bidangnya.

4.1.1 Teknis pengurusan surat ijin usaha

Sebelum perusahaan mulai beroperasi, salah satu yang tidak boleh dilupakan oleh wirausaha ialah mengurus surat perijinan usaha. Perijinan usaha merupakan alat pembinaan, pengarahan, pengawasan dan alat pengendalian pengelolaan usaha. Perijinan usaha ini dilakukan atau diwajibkan agar tercapai ketertiban di dalam usaha, kelancaran arus barang dan kesempatan untuk mengembangkan usaha.

Adapun perijinan usaha yang harus dimiliki oleh calon wirausaha itu banyak macamnya dan bergantung pada jenis usaha yang akan dijalankannya, antara lain :

- Ijin prinsip (IP)

Adalah suatu persetujuan yang dikeluarkan oleh pemerintah daerah setempat untuk mendirikan perusahaan industry.

Berikut contoh surat ijin prinsip :

SURAT PERMOHONAN
IZIN PRINSIP PENGOLAHAN DAN PEMURNIAN MINERAL

<<KOP SURAT PERUSAHAAN>>

Nomor : ...
Sifat : ...
Lampiran : ...
Perihal : Permohonan Izin Prinsip
Pengolahan dan Pemurnian
Mineral

Kepada Yth.

Menteri c.q. Direktur
Jendera Mineral dan
Batubara

Bersama ini kami sampaikan permohonan untuk mendapatkan Izin Prinsip Pengolahan dan Pemurnian Mineral, dalam rangka kegiatan Pengolahan dan Pemurnian mineral lintas negara/propinsi.

Sebagai bahan pertimbangan, terlampir disampaikan persyaratan-persyaratan sebagai bahan evaluasi persetujuan Izin Prinsip Pengolahan dan Pemurnian Mineral.

Atas perhatian Bapak/Ibu, diucapkan terima kasih.

Hormat kami,

Bermaterai
Nama terang dan tanda
tangan Pemohon

(DIREKSI)

Tembusan :

Direktur Pembinaan Pengusahaan Mineral

- Ijin Pengguna tanah (IPT)

Surat ijin ini dikeluarkan oleh kantor agrarian pemda setempat setelah ijin pembebasan tanah itu berupa sertifikat Hak Guna Bangunan (SHGB).

Berikut contoh Surat Ijin Penggunaan Tanah :



PEMERINTAH KABUPATEN MALANG
BADAN PELAYANAN PERIZINAN TERPADU

Jl. Trunojoyo Kav. No. 2 Telp. (0341) 396633 - Fax. (0341) 396633

KEPANJEN - MALANG 65163

KEPUTUSAN

KEPALA BADAN PELAYANAN PERIZINAN TERPADU KABUPATEN MALANG

NOMOR : 503/0236/PPPT/421.302/2015

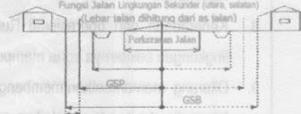
TENTANG

IZIN PERUNTUKAN PENGGUNAAN TANAH (IPPT)

- Menimbang** : Permohonan Izin No.181/IPPT/04/2015 kepada BP2T Kabupaten Malang.
Mengingat : 1. Undang – Undang Nomor 26 tahun 2007 tentang Penataan Ruang;
 2. Peraturan Pemerintah Nomor 16 tahun 2004 tentang PenatagunaanTanah;
 3. Peraturan Gubernur Jawa Timur nomor 61 tahun 2006 tentang Pemanfaatan Ruang pada Kawasan Pengendalian Ketat Skala Regional Provinsi Jawa Timur;
 4. Peraturan Daerah Kabupaten Malang Nomor 7 Tahun 1998 Tentang Retribusi Izin Peruntukan Penggunaan Tanah;
 5. Peraturan Daerah Kabupaten Malang Nomor 03 tahun 2010 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Malang.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** :
KESATU : Memberikan Izin Peruntukan Penggunaan Tanah (IPPT) kepada :
 Nama : JUNANTO KURNIAWAN
 Alamat : Griya Lembah Depok Blok E2/17 RT. 03 RW. 25
 Kelurahan Abadijaya Kecamatan Sukmajaya Kota Depok
 Lokasi yang dimohon : Jl. Tirta Taruno V RT. 03 RW. 07
 Desa Landungsari Kecamatan Dau Kabupaten Malang
 Peruntukan : Rumah Kos
 Luas : 306 m² (Tiga ratus enam ribu meter persegi)
 Status Tanah : SHM.No.1748/SU.No.00510/2008 L= 306 m² an. Yunanto Kurniawan
 Fungsi Jalan : Lingkungan Sekunder (utara, selatan)
 KDB dan KLB : 50 - 60 % dan 0,5 - 1,2
 Jumlah Lantai : 1 - 2 lantai
 Tinggi Maksimum : 12 meter



- GSBLahan Parkir Min : 5,50 m LIS (utara); 5,50 m LIS (selatan) (diukur dari as jalan ke dinding bangunan terluar)
 GSP Minimal : 5,50 m LIS (utara); 5,50 m LIS (selatan) (diukur dari as jalan ke bangunan pagar)

- KEDUA** : Izin Peruntukan Penggunaan Tanah ini menjadi batal atau dicabut apabila permohonan ini didapatkan unsur penipuan, paksaan, penyesatan dan atau terdapat perubahan peruntukan penggunaan tanah;
KETIGA : Untuk kepentingan umum yang lebih luas, pemegang izin Peruntukan Penggunaan Tanah (IPPT) bersedia mematuhi syarat – syarat sebagaimana tercantum di halaman belakang;
KEEMPAT : Izin ini tidak merupakan persetujuan Izin Mendirikan Bangunan namun hanya menjelaskan peruntukan penggunaan tanah;
KELIMA : Ketentuan dan hal – hal lain yang terdapat dihalaman berikut merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari surat keputusan ini;
KEENAM : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan selama peraturan daerah tidak berubah.

Dikeluarkan di : **MALANG**
 Pada tanggal : **29 Juni 2015**

KEPALA
BADAN PELAYANAN PERIZINAN TERPADU
KABUPATEN MALANG
 BADAN PELAYANAN PERIZINAN TERPADU
 Drs. **BAMBANG SUMANTRI, SH, MM, M.Hum**
 Pembina Utama Muda
 NIP. 19571209 197901 1 001

- Ijin mendirikan bangunan

Izin penggunaan tanah (IPT) ini dikeluarkan oleh pemda melalui dinas pengawasan pembangunan kota (DPPK). Adapun persyaratan untuk mengurus IMB ialah bangunan yang

akan didirikan sesuai dengan gambar yang telah disahkan oleh kepala dinas, pelaksanaan pembangunannya tidak boleh mengganggu tempat masyarakat di sekitarnya dan sebagainya.

Berikut contoh surat ijin mendirikan bangunan :

PEMERINTAH KOTA MALANG
BADAN PELAYANAN PERIJINAN TERPADU
Jl. Mayjen Sungkono MALANG Kode Pos : 65132

SURAT IZIN MENDIRIKAN BANGUNAN
Nomor : 640/25687/35.73.407/2012

Dasar

A. Surat Permohonan

No Register : IMB-B/2751/FLT/R-KCL/VIII/2012
Tanggal : 13-08-2012
Nama Pemohon : HJ. SIYAMI
Alamat Pemohon : JL. M. PANJAITAN XIX NO. 1, KOTA MALANG
Perihal : Permohonan Izin Mendirikan Bangunan (IMB)

B. Telah dipenuhinya

1. Persyaratan Teknis sesuai dengan :

a). Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 4 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Malang Tahun 2010-2030.
b). Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 1 Tahun 2004 tentang Penyelenggaraan Bangunan.
c). Keterangan Rencana (Advice Planning) Yang Diterbitkan Oleh Dinas Pekerjaan Umum Kota Malang Nomor 1838/AP/08/2006, Tanggal 08-12-2006.

2. Persyaratan Administratif sesuai dengan :

a). Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Retribusi Izin Mendirikan Bangunan.
b). Peraturan Walikota Malang Nomor 68 Tahun 2008 tentang Uraian Tugas Pokok, Fungsi dan Tata Kerja Badan Pelayanan Perijinan Terpadu (BP2T).
c). Peraturan Walikota Malang Nomor 8 Tahun 2009 tentang Tata Cara Pelayanan Perizinan Pada Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kota Malang.

3. Keputusan Walikota Malang Nomor 188.45/18/35.73.112/2009 tentang Pendelegasian Sebagian Kewenangan Permosesan, Penandatanganan dan Pencabutan di Bidang Perijinan kepada Kepala Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kota Malang.

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

1. Menerbitkan Surat Izin Mendirikan Bangunan :

Nama / Badan Usaha : HJ. SIYAMI
Lokasi Bangunan : PERUM GRIYA GADANG SEJAHTERA KAV. 20, MALANG
Kelurahan : GADANG Kecamatan : SUKUN
Peruntukan Lokasi : PERUMAHAN
Fungsi dan Bentuk Bangunan : FUNGSI HUNIAN RUMAH KECIL / SEDERHANA
Luas Bangunan : 36 M²
Jumlah Lantai Bangunan : 1 (satu) Lantai

2. Lampiran Surat Izin Mendirikan Bangunan merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan dari Surat Izin ini.

3. Surat Izin berlaku selamanya sejak tanggal ditetapkan dengan syarat pelaksanaan bangunan atau bangunan yang ada sesuai dengan Lampiran Surat Izin Mendirikan Bangunan ini.

4. Surat Izin Mendirikan Bangunan dan Lampirannya wajib difoto copy untuk dipasang / ditempel pada lokasi bangunan yang dimohon pada saat pendirian / pembangunan yang mudah dilihat / dibaca oleh Petugas Pemerintah Kota Malang.

5. Melaksanakan ketentuan pemegang Izin Mendirikan Bangunan sebagaimana tercantum dibalik surat izin ini.

6. Surat izin ini dapat dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila terdapat data-data permohonan IMB yang palsu atau tidak benar serta adanya pelanggaran sebagaimana yang dimaksud angka 5 (lima) diatas.

Demikian Surat Izin Mendirikan Bangunan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam keputusan Surat Izin ini, maka akan dilakukan peninjauan ulang atau perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Malang
pada tanggal **13 AUG 2012**
KEPALA BADAN PELAYANAN PERIJINAN
KOTA MALANG,

Drs. SUHARYONO, MSI
Panglima Utama Muda
NIP. 19560506 198503 1 009

- Ijin gangguan

Dikeluarkan oleh bagian undang-undang pemda setempat, sebelum mengajukan permohonan ijin gangguan, calon wirausaha yang akan mendirikan perusahaan wajib memiliki ijin RT, RW

dan kelurahan setempat serta mendapat surat persetujuan tidak keberatan dari tetangga terdekat.

Berikut contoh surat ijin gangguan :

PEMERINTAH KOTA MALANG
BADAN PELAYANAN PERIZINAN TERPADU
Jl. Mayjen Sungkono MALANG Kode Pos : 65132

SURAT IZIN GANGGUAN
Nomor : 630.08 / 1355 / 35.73.407 / 2015

Dasar

A. Surat Permohonan
No Register : IG/1520/PERU/III/2015
Tanggal : 31-07-2015
Nama Pemohon : PATRIYAH
Alamat Pemohon : JL. DANAU MANINJAU TENGAH III B3-B2, KOTA MALANG
Perihal : Permohonan Ijin Gangguan (HO)

B. Telah dipenuhinya

1. Persyaratan Teknis sesuai dengan :

- Undang - Undang Gangguan Nomor 226 Tahun 1926 Juncto Stb 1940 Nomor 14 dan Nomor 450
- Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 8 Tahun 2013 tentang penyelenggaraan Ijin Gangguan.
- Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 4 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Malang Tahun 2010-2030.
- Peraturan Walikota Malang Nomor 11 Tahun 2005 tentang Upaya Pengelolaan Lingkungan Hidup dan Upaya Pemertanian Lingkungan Hidup (UKL-UPL).

2. Persyaratan Administratif sesuai dengan :

- Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 3 Tahun 2011 tentang Retribusi Perizinan Terentu.
- Peraturan Walikota Malang Nomor 50 Tahun 2014 tentang Tata Cara Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Pada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Malang.
- Peraturan Walikota Malang Nomor 60 Tahun 2012 tentang Urutan Tugas Pokok, Fungsi dan Tata Kerja Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BP2T).

C. Keputusan Walikota Malang Nomor 188.45/12/35.73.112/2015 tentang Fendelegasi sebagian Kewenangan Pemrosesan, Perandatangani dan Pencabutan Perizinan dan Non Perizinan kepada Kepala Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Malang.

MEMUTUSKAN

Menetapkan

1. Menerbitkan Surat Ijin Gangguan :

Nama / Badan Usaha	: PATRIYAH
Lokasi Tempat Usaha	: JL. DANAU MANINJAU TENGAH III B3-B2, MALANG
Kelurahan / Kecamatan	: SAWDAJAJAR Kecamatan : KEDUNGKANDANG
Peruntukan / Kawasan	: PERUMAHAN
Jenis Usaha	: KANTOR PERDAGANGAN MESIN PERALATN UKM " UD. MESIN TTTG "
Luas Tempat Usaha	: 21,75 m ²
Jumlah Tenaga Kerja	: 2 Orang
Tenaga Mesin	: 0 PK
Jam Kerja	: 08.00 s/d 16.00 WIB
Klasifikasi Gangguan	: Gangguan - Kecil

2. Jangka Waktu Ijin : 3 (tiga) Tahun sejak tanggal ditetapkan

3. Keputusan Ijin ini satu kesatuan dengan :

- Lampiran gambar tempat usaha, dimana tempat usaha yang diizinkan adalah yang diberi tanda garis merah ;
- Ketentuan dan Kewajiban dibalik lembar Surat Ijin Gangguan ini.

4. Melaksanakan pengelolaan dan pemantauan lingkungan yang aman sesuai fungsinya, tidak mengganggu ketenangan dan menimbulkan dampak sosial terhadap masyarakat sekitar tempat usaha serta merusak lingkungan yang ada dan atau sesuai studi lingkungan yang dibuat (AMDAL,UKL-UPL,SPPL) serta melaporkan pada instansi terkait setiap 6 (enam) bulan.

5. Surat Ijin ini wajib di foto copy untuk dipasang / ditempel pada lokasi tempat usaha yang mudah dilihat / dibaca oleh Pelugas Pemerintah Kota Malang.

6. Dapat dicabut atau tidak berlaku keputusan Ijin ini apabila terdapat pelanggaran sebagaimana yang dimaksud angka 3 (tiga) dan 4 (empat) diatas.

7. Melaksanakan pembaharuan / perpanjangan / daftar ulang Ijin, 3 (tiga) bulan sebelum jangka waktu Ijin berakhir.

Demikian keputusan Ijin ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam keputusan Ijin ini, maka akan dilakukan peninjauan ulang atau perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Malang
pada tanggal 04 AUG 2015
KEPALA BADAN PELAYANAN PERIZINAN
TERPADU KOTA MALANG
[Signature]
Drs. INDRI ARDOYO, MSi

4.1.2 Penggolongan SIUP (Surat Ijin Usaha Perdagangan)

SIUP adalah surat ijin yang diberikan oleh menteri atau pejabat yang ditunjuk kepada pengusaha untuk melaksanakan kegiatan usaha di bidang perdagangan dan jasa. SIUP

diberikan kepada para pengusaha baik perorangan, firma, CV, PT, Koperasi maupun BUMN. SIUP dikeluarkan berdasarkan domisili pemilik atau penanggungjawab perusahaan, SIUP perusahaan kecil dan menengah diterbitkan dan ditandatangani oleh kepala kantor perdagangan daerah tingkat II atas nama menteri, sedangkan SIUP perusahaan besar diterbitkan dan ditandatangani oleh kepala kantor wilayah departemen perdagangan daerah tingkat I atas nama menteri.

SIUP perusahaan kecil dan menengah masa berlakunya tidak terbatas atau selama perusahaan yang dimilikinya masih menjalankan kegiatan usaha. SIUP bagi perusahaan besar, mempunyai masa berlakunya 5 tahun, berdasarkan tempat kedudukan perusahaan dan berlaku untuk melakukan kegiatan perdagangan dalam negeri di seluruh wilayah republik Indonesia .

Untuk memperoleh SIUP, perusahaan wajib mengajukan permohonan ijin perusahaan yang melakukan kegiatan perdagangan dapat dibedakan menjadi 3 golongan :

1. Perusahaan Besar diatas Rp.500.000.000,-
2. Perusahaan Menengah Rp.200.000.000 s/d Rp. 500.000.000,-
3. Perusahaan Kecil, Rp.200.000.000-

4.1.3 Kewajiban Pemilik SIUP

Dalam pelaksanaannya ada beberapa kewajiban yang dibebankan kepada pemilik SIUP diantaranya :

1. Pemilik SIUP wajib melaporkan kepada :
 - a. Kepala kantor wilayah departemen perdagangan yang menerbitkan SIUP apabila perusahaan yang bersangkutan sudah tidak melanjutkan lagi kegiatan perdagangan disertai dengan pengembalian SIUP.
 - b. Kepala kantor wilayah setempat mengenai :
 - Pembukaan cabang
 - Penghentian kegiatan atau penutupan cabang
2. Perusahaan wajib memberikan data informasi mengenai kegiatan usahanya apabila diperlukan oleh menteri atau pejabat berwenang

3. Perusahaanaan wajib membayar uang jaminan dan biaya administrasi perusahaan sesuai dengan ketentuan yang berlaku:
 - a. Warna putih untuk perusahaan kecil;
 - b. Warna biru untuk perusahaan menengah
 - c. Watna kuning untuk perusahaan besar

Berikut contoh SIUP :



PEMERINTAH PROVINSI DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA
DINAS KOPERASI, USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH, DAN PERDAGANGAN

SURAT IZIN USAHA PERDAGANGAN (SIUP) MENENGAH

Nomor : 08341 | P - 01/1.824.271

1. Nama Perusahaan : PT. WIRA GRANADA LESTARI
2. Nama Penanggung Jawab & Jabatan : M. RAZLIE BUSTAMAM - DIREKTUR
3. Alamat Perusahaan : Gd. Senatama Lt. 3 Jl. Kwitang Raya No. 8
Kel. Kwitang, Kec. Senen
Jakarta Pusat
4. Nomor Telepon / Fax : 021 - 3924656 / 83785999
5. Nilai Kekayaan Bersih Perusahaan : Rp. 510.000.000,- (Lima Ratus Sepuluh Juta Rupiah)
(Tidak Termasuk Nilai Tanah dan Bangunan)
6. Kelembagaan : Penyalur, Ekspor, Impor, dan Jasa
7. Kegiatan Usaha (KBLI) : 4659, 7020, 5229
8. Barang / Jasa Dagangan Utama : Alat Teknik / Mekanikal / Elektrikal, Mesin-Mesin dan Suku Cadangnya, Jasa Konsultasi Manajemen (Bidang Sumber Daya Manusia) / Pendukung Kargo (Bukan Gudang) ---

SURAT IZIN USAHA PERDAGANGAN INI BERLAKU DI SELURUH WILAYAH REPUBLIK INDONESIA, SELAMA PERUSAHAAN MENJALANKAN USAHANYA SESUAI ISI IZIN INI DAN WAJIB DIDAFTR ULANG SETIAP 5 (LIMA) TAHUN SEKALI.

SIUP ini diberikan dengan ketentuan :

1. Pemilik SIUP wajib menyampaikan laporan kegiatan usahanya setiap 6 (enam) bulan kepada Pejabat Penerbit SIUP.
2. SIUP akan dicabut apabila tidak mengikuti ketentuan/ Peraturan perizinan yang berlaku dibidang usaha perdagangan.

SIUP ini dilarang digunakan untuk melakukan :

- a. Kegiatan usaha perdagangan yang tidak sesuai dengan kelembagaan dan/ atau kegiatan usaha, sebagaimana yang tercantum di dalam SIUP.
- b. Kegiatan usaha yang mengaku kegiatan perdagangan, untuk menghimpun dana dari masyarakat dengan menawarkan janji keuntungan yang tidak wajar (money game) atau
- c. Kegiatan usaha perdagangan lainnya (selain butir a dan b) yang telah diatur melalui ketentuan peraturan perundang-undangan tersendiri.



Dikeluarkan di : JAKARTA PUSAT
Pada Tanggal : 26 Maret 2013
Pendaftaran Ulang Tanggal : 26 Maret 2018

a.n. KEPALA DINAS KOPERASI, USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH, DAN PERDAGANGAN
PROVINSI DKI JAKARTA
KEPALA SUKU DINAS KOPERASI, USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH, DAN PERDAGANGAN
KOTA ADMINISTRASI JAKARTA PUSAT

Drs. SLAMET WIDODO, M. AP
NIP. 196006061982031013

4.1.4 Surat Ijin Tempat Usaha

Prosedur pengurusan Surat Ijin Tempat Usaha :

1. Meminta ijin kepada tetangga di sekitar perusahaan kiri, kanan, depan belakang.
2. Jika sudah dan diketahui RT dan RW setempat di teruskan ke kelurahan dan kecamatan untuk memperkuat ijin usaha.
3. Dan dilanjutkan ke dinas perijinan setempat untuk memperoleh Surat Ijin Tempat Usaha

Syarat-syarat yang tertuang dalam SITU diantaranya :

1. Keamanan
2. Kesehatan
3. Ketertiban
4. Syarat-syarat lain

Berikut contoh Surat Ijin Tempat Usaha :

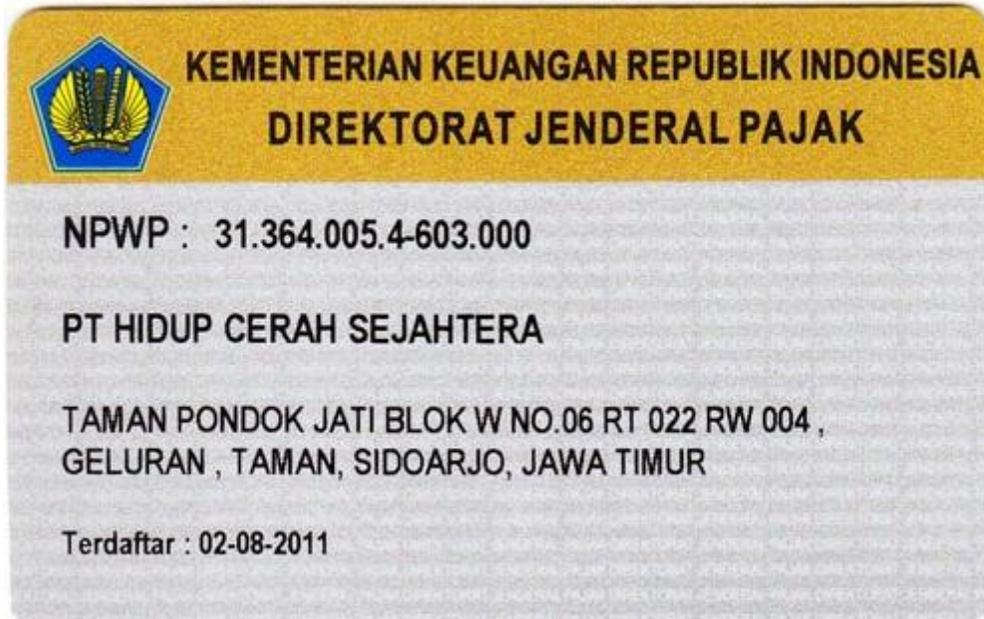


4.1.5 Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

Setiap wajib pajak harus mendaftarkan dirinya pada kantor pelayanan pajak setempat dan akan diberikan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Setiap wajib pajak yang mendapatkan NPWP meliputi :

1. Setiap badan yang menjadi subjek pajak PT, CV, Firma, BUMN/BUMD, Persekutuan, perseroan, Koperasi, yayasan, lembaga dan bentuk usaha tetap.

2. Setiap wajib pajak orang pribadi/perorangan pajak penghasilan yang mempunyai penghasilan netto diatas penghasilan tidak kena pajak dengan besaran :
- a. 2.440.000/tahun untuk diri wajib pajak
 - b. 1.440.000/tahun untuk wajib pajak yang kawin (istri)
 - c. 1.440.000/tahun untuk setiap orang sedarah dan tanggungan maksimal 3 orang.



4.1.6 Nomor Register Perusahaan (NRP)

Disebut juga Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

Berikut adalah contohnya:

61344

**PEMERINTAH KOTA PEKANBARU
BADAN PELAYANAN TERPADU**

TANDA DAFTAR PERUSAHAAN

PERSEROAN TERBATAS (PT)
BERDASARKAN
UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 3 TAHUN 1982
TENTANG WAJIB DAFTAR PERUSAHAAN DAN
UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 40 TAHUN 2007
TENTANG PERSEROAN TERBATAS.

NOMOR TDP 040115106050	BERLAKU S/D TGL 17 JANUARI 2017	PENDAFTARAN PEMBAHARUAN KE	: ULANG : 1
---------------------------	------------------------------------	-------------------------------	----------------

NAMA PERUSAHAAN : PT. ANUGERAH RIAU MUSTIKA	STATUS : PUSAT
NAMA PENGURUS/ PENANGGUNG JAWAB : SABAR F	
ALAMAT PERUSAHAAN : JL. PAUS NO. 127	
NPWP : 02.580.334.7-216.000	
NOMOR TELEPON : 0761- 223211	FAX : -
KEGIATAN USAHA POKOK : PERDAGANGAN BESAR BAHAN BAHAN KONSTRUKSI	KBLI : 51430

PEKANBARU, 31 Januari 2012
KEPALA BADAN PELAYANAN TERPADU
KOTA PEKANBARU
SELAKU
KEPALA KANTOR PENDAFTARAN PERUSAHAAN

(Drs. H. EDI SATRIA, M.Si)
NIP. 19610412 198702 1 001

4.2 Bentuk Badan Usaha

Dalam pengurusan perijinan ada beberapa dokumen yang digunakan tiap bentuk berbeda tergantung pada jenis perusahaannya. Berikut adalah beberapa dokumen yang perlu disiapkan untuk pengurusan SIUP berdasarkan bentuk usahanya;

4.2.1 Perusahaan yang berbentuk Perorangan

1. Salinan KTP pemilik
2. Salinan SITU
3. Pas Photo 2 lembar uk. 3 x 4 pemilik/penanggung jawab

4.2.2 Perusahaan yang berbentuk Firma (Fa)

1. Salinan KTP pemilik
2. Salinan SITU
3. Pas Photo 2 lembar uk. 3 x 4 pemilik/penanggung jawab
4. Salinan akta pendirian yang dibuat notaris
5. Salinan akta pendirian dari pengadilan negeri
6. Salinan berita Negara tentang pendirian firma
7. Salinan surat keputusan ganti nama dari penanggung jawab bila ada

4.2.3 Perusahaan yang berbentuk CV

1. Salinan akta pendirian yang dibuat notaries
2. Salinan berita Negara tentang pendirian CV
3. Salinan Salinan akta pendirian dari pengadilan negeri
4. Salinan SITU

4.2.4 Perusahaan yang berbentuk PT

1. Salinan KTP pemilik
2. Salinan SITU
3. Pas Photo 2 lembar uk. 3 x 4 pemilik/penanggung jawab
4. Salinan akta pendirian yang dibuat notaris
5. Salinan akta pendirian dari pengadilan negeri
6. Salinan berita Negara tentang pendirian firma
7. Salinan surat keputusan ganti nama dari penanggung jawab bila ada
4. Salinan pengesahan anggaran dasar

4.2.5 Perusahaan yang berbentuk Koperasi

- a. Koperasi yang kegiatannya lebih dari satu propinsi
 - 1. Salinan surat pendirian koperasi dari dirjen koperasi
 - 2. Salinan Surat Keterangan dari dirjen koperasi tentang :
 - Nama dan Jabatan Pengurus
 - Nama manajer
 - Nomor badan hukum
 - Jenis kegiatan dan domisili
- b. Koperasi yang kegiatannya di dalam daerah propinsi
 - 1. Salinan surat pendirian koperasi dari kanwil koperasi
 - 2. Salinan Surat Keterangan dari dirjen koperasi tentang :
 - Nama dan Jabatan Pengurus
 - Nama manajer
 - Nomor badan hukum
 - Jenis kegiatan dan domisili
- c. Koperasi yang kegiatannya di dalam daerah kabupaten
 - 1. Salinan surat pendirian koperasi dari kanwil koperasi
 - 2. Salinan Surat Keterangan dari dirjen koperasi tentang :
 - Nama dan Jabatan Pengurus
 - Nama manajer
 - Nomor badan hukum
 - Jenis kegiatan dan domisili

4.2.6 Perusahaan yang berbentuk Perseroan

- 1. Salinan peraturan pemerintah tentang penyertaan modal
- 2. Salinan surat keputusan menteri keuangan tentang pengangkatan direksi
- 3. Salinan akta notaries tentang pendirian perusahaan perseroan.

BAB V

TEHNIK PEMASARAN PRODUK UMKM

5.1 Tehnik dan strategi pemasaran

Ketika mendengar kata “ pemasaran” pasti banyak orang mengira bahwa pemasaran adalah kegiatan menjual atau *sales*, namun sebenarnya pemasaran bukan hanya proses menjual atau hanya sekedar beriklan namun lebih dari itu, pemasaran di zaman modern saat ini adalah proses “ memuaskan kebutuhan pelanggan “, jika seorang memahami kebutuhan pelanggan dengan baik maka secara otomatis pemasaran akan berjalan dengan baik pula. Dari paparan yang dijelaskan diatas maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan, lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. (Kotler & Armstrong, 2008) untuk lebih memahami definisi ini, maka dapat kita jelaskan satu persatu mengenai apa yang dimaksud dengan kebutuhan, keinginan dan permintaan :

1. Kebutuhan, adalah suatu pernyataan kekurangan dari pernyataan dari perasaan kekurangan, dan kebutuhan dapat dibagi menjadi dua yaitu a) kebutuhan fisik seperti kebutuhan akan makanan, minuman dan pakaian, sedangkan yang kedua b) adalah kebutuhan individual, kebutuhan akan pengetahuan dan ekspresi diri. Kebutuhan-kebutuhan ini tidak diciptakan oleh pemasar hal tersebut merupakan bagian mendasar dari diri manusia.
2. Keinginan, kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang, apabila kita lapar keinginan makanan bisa saja berbeda tergantung budaya yang mempengaruhi misal orang Madiun makan nasi pecel namun orang Madura akan lebih memilih nasi jagung.
3. Permintaan, keinginan manusia yang didukung oleh daya beli, pelanggan memandang produk sebagai kumpulan manfaat dan memilih produk yang memberi mereka manfaat yang lebih banyak dari uang yang mereka keluarkan untuk membeli suatu produk tersebut

Suatu kenyataan yang tidak bisa dihindari, bahwa manusia memiliki keinginan yang tidak terbatas, namun keinginan yang tidak terbatas tersebut akan terkendala dengan kemampuan sumber daya manusia yang terbatas, seperti pepatah jawa mengatakan “ ati karep bondo cupet “ artinya hati ini ingin memiliki namun apa daya uang sebagai alat penukar dengan produk atau jasa yang ingin kita miliki tidak ada. Sudah menjadi tugas seorang pemasar

bagaimana membuat konsumen yang pada awalnya tidak memiliki keinginan, menjadi memiliki keinginan, hal tersebut bukan sesuatu yang mustahil tapi dengan kelihaihan pemasaran bisa saja hal tersebut diwujudkan melalui “ Promosi “ , kita ambil contoh : seorang ibu datang ke mall, sedangkan tujuan awal adalah untuk membeli kebutuhan pokok, namun di sela-sela memilih belanja tiba-tiba terdengar ada promo baju dengan harga yang sangat murah. Bisa jadi niat awal hanya berbelanja untuk kebutuhan pokok keluarga menjadi berbelanja untuk memenuhi keinginan pribadi.

Semarang - Sampai rentang tahun 2011-2015, gabungan pengusaha jamu dan obat tradisional Jateng menargetkan penjualan sampai Rp 36 triliun. Dari tahun ke tahun, kinerja industri jamu terus mengalami pertumbuhan sekitar 20 persen. Direktur Eksekutif Dewan Pimpinan Daerah Gabungan Pengusaha Jamu dan Obat Tradisional Jateng, Stefanus Handoyo Saputro, mengatakan, meski mengalami beberapa tantangan dan hambatan, penjualan jamu terus meningkat. Kurun waktu tiga tahun terakhir yakni pada tahun 2008 penjualan jamu mencapai Rp 7,2 triliun, tahun 2009 mencapai Rp 8,2 triliun dan tahun 2010 lalu mencapai Rp 10 triliun. (<http://www.kemenperin.go.id/artikel/1430/Industri-Jamu-Targetkan-Penjualan-Sampai-Rp-36-Triliun>)

Dari kutipan tersebut bisa menjadi wacana baru bagi kita bahwa jamu yang dulunya identik dengan, obat tradisional, obat untuk orang tua, obat yang rasanya pahit dan obat kuno yang ketinggalan jaman, secara perlahan namun pasti telah berubah. Terbukti sekarang banyak sekali produk yang notobene adalah jamu, namun digemari oleh konsumen dan tetap mengikuti perkembangan zaman bisa kita ambil contoh adalah produk, jamu buyung upik dari PT. Industri Jamu Cap Jago dengan model kemasan yang modern bisa dikonsumsi oleh anak-anak dan mereka suka. Satu lagi fenomena yang menarik yaitu produk mastin merupakan obat untuk kesehatan badan dengan sasaran anak muda, dengan khasiat kulit mangis yang diekstrak menjadi kapsul dan iklan yang menarik, dengan tulisan atau jargon “ kabar gembira kulit manggis ada ekstraknya “ dengan jingle lagu yang menarik dan mudah dikenal ternyata mampu memikat para konsumen khususnya remaja untuk membeli produk tersebut. Disadari atau tidak apabila kita berbicara mengenai pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, amat sangat mudah, namun dalam aplikasinya kita harus hati-hati dan jeli dalam melihat perubahan perilaku konsumen, karena kebutuhan dan keinginan konsumen bukanlah sesuatu yang mudah diramalkan dan bukanlah sesuatu hal yang pasti, bisa saja dalam hitungan bulan, tahun atau mungkin hitungan hari kebutuhan dan keinginan konsumen berubah.

Kita ambil ilustrasi seperti berikut :

Jamu tradisional

VS

Jamu Modern



Dengan melihat dua gambar tersebut pastilah kita bisa menebak, produk yang dijual sama yaitu jamu tradisional dan memiliki khasiat yang sama yaitu untuk kesehatan, namun apabila dari sisi pemasaran kita bisa menilai jamu mana yang memiliki citra modern, dan apabila kita membeli kita tidak merasa ketinggal zaman. Gambar tersebut memperlihatkan mereka tidak merubah produk nya yaitu jamu namun yang mereka ubah adalah kemasan, gaya pemasaran dan image atau citra, dengan strategi inilah kita bisa membuat jamu tradisional naik kelas, dan tetap mengikuti kebutuhan dan keinginan dari konsumen yaitu memperoleh jamu tradisional yang menyehatkan serta aman dikonsumsi namun tetap modern.

Dari fenomena yang disebutkan diatas kita dapat menarik kesimpulan bahwa hal pertama yang harus dilakukan, adalah memulai riset pemasaran, yaitu meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen, hal tersebut sejalan dengan tujuan pemasaran yaitu yaitu menciptakan nilai yang lebih baik dengan pesaing. Produksilah barang dan jasa yang bisa dijual dan bukan menjual barang dan jasa yang bisa diproduksi. Semua orang bisa membuat jamu tradisional namun sedikit yang mampu menjual produk jamu dengan sukses dan omzet yang tinggi, namun omzet yang tinggi dapat didapatkan dengan menambah nilai bukan hanya sekedar jamu gendong yang ketinggalan zaman, namun jamu dengan rasa, bentuk dan konsep yang modern dan selalu mengikuti perkembangan zaman.

5.2 Perencanaan Pemasaran

Bila berbicara mengenai suatu strategi maka tidak lepas dari perencanaan, arahan, langkah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan bersama, adapun langkah – langkah perencanaan perusahaan menurut (Suryana & Praktis, 2006) adalah sebagai berikut : (1) penentuan kebutuhan dan keinginan konsumen, (2) memilih pasar sasaran khusus, (3) menempatkan strategi pemasaran dalam persaingan, (4) memilih strategi pemasaran.

Langkah – langkah yang dapat ditempuh dalam merencanakan pemasaran bagi usaha baru yaitu, sebagai berikut :

1. Penentuan kebutuhan dan keinginan pelanggan

Riset pemasaran, atau meneliti pasar adalah langkah awal yang wajib ditempuh untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pasar, hal yang harus diketahui adalah sebagai berikut : (1) barang atau jasa apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen, (2) berapa jumlahnya, (3) kualitas yang bagaimana yang diminati oleh konsumen, dan kapan mereka membutuhkan barang tersebut. Kegunaan dari riset pasar adalah untuk mengetahui segment pasar dan karakteristik apa yang akan dituju. Kita bisa memulai riset pemasaran dengan cara melakukan wawancara dengan beberapa pelaku industri katakanlah antara 10 sampai 15 orang, kita ambil contoh pedagang jamu keliling, kita bisa memulai bertanya sambil membeli jamu tersebut mengenai berbagai hal dimulai dengan jamu apa yang sering laku, siapa pembelinya, omset pendapatan tiap bulanya, bagaimana memasarkannya dll. Dengan metode tersebut kita akan mendapatkan data yang valid atau sebenarnya karena kita mendapat langsung dari sumber yang terpercaya yaitu penjual jamu tersebut. Ingat wirausaha tidak hanya Cuma modal nekat saja tapi juga harus ada perencanaan yang matang.

2. Memilih pasar sasaran khusus

Sebagai pemain baru sangat sulit untuk melayani semua keinginan dan kebutuhan konsumen, oleh karena itu pemilihan pasar sasaran khusus, akan memudahkan kita dalam fokus sasaran serta fokus produk, karena masih baru tentu saja harus dimulai dengan perencanaan yang matang. Ada tiga jenis pasar sasaran yang bisa kita masuki yaitu : (1) pasar individual, pasar yang memberikan layanan kepada individu-individu tertentu (2) pasar khusus, pasar yang memberikan pelayanan khusus untuk konsumen tertentu dan terakhir (3) segmentasi pasar, pasar yang memberikan pelayanan untuk kelas konsumen tertentu. Produk kita adalah produk jamu, selama orang tersebut

berada di tanah jawa biasanya mereka lebih faham mengenai jamu tradisional beserta manfaatnya khususnya bagi kaum perempuan, apabila kita pengusaha pemula maka disarankan untuk memilih pasar individu, atau pasar khusus. Karena lebih terfokus dengan produk yang jelas dan konsumen yang jelas kita bisa ambil contoh. Produk kita adalah beras kencur, minuman beras kencur merupakan minuman jamu yang paling terkenal dan disukai semua orang. Dengan modal produk yang banyak dikenal orang maka tidak sulit untuk memasarkan, namun tentu saja kita harus berhadapan dengan banyak pesaing. Kalau dengan pesaing yang banyak kita dapat mengatasi dengan keunggulan produk kita, contoh produk jamu kita seratus persen dari bahan alami tidak mengandung bahan kimiawi berbeda dengan produk jamu yang diluaran, maka kita dapat menyasar ke pasar khusus misall. Ke hotel atau tempat wisata atau mungkin ke sekolah – sekolah. Memang terkesan lambat tapi perlu diingat bahan-bahan yang alami belum cukup untuk menjadi ciri khas produk kita, dengan pasar sasaran yang lebih khusus setidaknya kita dapat menampung dan mengatasi saran dan kritik dari konsumen yang berguna untuk memperbaiki produk kita. Apabila produk kita sudah matang dalam arti sudah memiliki nilai beda dan permintaan pasar meluas maka bisa kita ke tahap selanjutnya untuk mencoba pasar yang besar yaitu pasar segmentasi.

3. Menempatkan strategi pemasaran dalam persaingan

Persaingan yang terjadi di lingkungan pasar sangat mempengaruhi penerapan dari strategi pemasaran, ada enam strategi untuk menghadapi lingkungan pemasaran bersaing yaitu :

- a. Berorientasi kepada pelanggan
- b. Kualitas
- c. Kenyamanan
- d. Inovasi
- e. Kecepatan

4. Pemilihan strategi pemasaran

Strategi pemasaran ialah paduan dari kinerja wirausaha dengan hasil pengujian dan penelitian pasar sebelumnya dalam mengembangkan keberhasilan strategi pemasaran. untuk menarik konsumen, wirausahawan bisa merekayasa bauran pemasaran, bauran pemasaran adalah (harga, produk, tempat, promosi dan riset/penelitian)

5.3 STUDI KASUS

Jakartakita.com: Di tengah menjamurnya restoran yang menjual aneka makanan dan minuman barat, Nova Dewi Setiabudi dan Uwi Mathovani malah memilih jamu sebagai menu andalan di kedai milik mereka di Gandaria, Kebayoran Lama. Nova ‘arek Suroboyo’ yang lama tinggal di Australia dan sempat memiliki sebuah kedai kopi di sana ternyata adalah pencinta jamu. Sedangkan Uwi adalah seorang pria yang menyukai barang-barang vintage. Pasangan nyentrik, Nova dan Uwi sepakat menciptakan tempat minum jamu yang jauh dari kesan kumuh dan ‘ndeso’. Nama kedai ini **Suwe Ora Jamu**. Seperti lirik lagu daerah, **Suwe Ora Jamu memang** mengangkat konsep tradisional dan modern sekaligus. Di sini, Anda bisa menikmati berbagai varian jamu baik yang asli maupun yang sudah ‘dipermaak’ menjadi lebih modern namun tetap berkhasiat. Kendati kedai ini berukuran kecil, namun kedai ini cukup ‘cozy’ untuk dijadikan tempat nongkrong. Furniture *vintage*, pernak-pernik jadul, bau jamu yang menyergap indera penciuman dan alunan musik dijamin bisa membuat Anda betah. Sebagai arek Suroboyo, Nova akrab dengan merek Jamu Iboe, sebuah perusahaan jamu terkenal asal Surabaya. Pada menu jamu, terdedikasi racikan milik perusahaan berumur puluhan tahun itu, seperti jamu Ginseng Prakoso (obat kuat pria), Galian Putri (jamu pelangsing), hingga Silokarang (peredasakit kepala dan pilek).

Ada juga minuman fusion antara jamu dan bahan modern, racikan dari Nova, seperti Green Tamarin (sawi dan kunyit asem) dan Pure Vera (sari alang-alang, jeruk limau, lidah buaya). Sedang menu camilan andalan adalah pisang goreng krispi yaitu pisang goreng yang dilengkapi parutan keju dan saus caramel. Bagi Anda yang ingin menyantap makanan berat, Kedai Suwe Ora Jamu juga menyediakan beberapa menu olahan nasi, salah satunya adalah Nasi Bakar Tandjung Priok. Kisaran harga mulai dari Rp 9.000 untuk jamu tradisional. Sedangkan makanan berat mulai dari Rp 25.000. Kedai Suwe Ora Jamu yang berlokasi di Jalan Petogogan 1 No. 28, Gandaria, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan buka dari pukul 15:30 hingga pukul 00:00. Jika ingin berkunjung di siang hari, anda harus membuat janji dengan pihak pengelola terlebih dahulu. (Risma)



5.4 PEMASARAN ONLINE

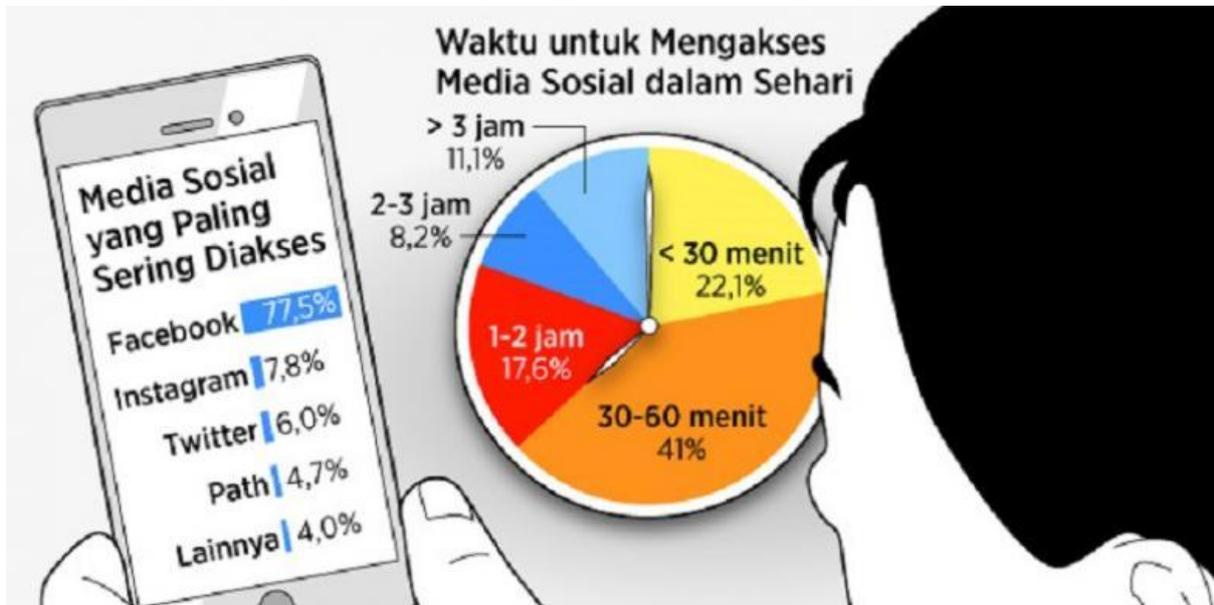
E- Bisnis berarti melakukan bisnis melalui internet, menurut (Boone & Kurt, 2007) ada tiga alasan utama yang menjadi alasan utama mengapa seseorang ingin berbelanja secara on-line atau berbelanja melalui internet, adapun ketiga hal tersebut adalah :

- a. Kemudahan, zaman sekarang internet tidak hanya dapat di akses melalui warnet atau warung internet, banyak sekali handpone yang berteknologi tinggi atau yang disebut *smartphone* dengan harga yang terjangkau, dengan kemudahan tersebut pembeli dapat membeli barang dari manapun, dan kapanpun tanpa terbatas waktu, cukup klik dan bayar. Hal tersebut sangat memudahkan pembeli dalam membeli produk dan yang terpenting hemat tenaga dan waktu
- b. Harga yang lebih murah, banyak barang dengan harga murah di tawarkan di internet, kenapa harganya bisa murah karena internet mampu memotong jalur distribusi, kalau zaman dahulu produsen ke distributor lalu ke pengecer diteruskan ke konsumen sekarang produsen bisa menjual langsung kepada konsumen, atau distributor langsung ke konsumen tanpa melalui pengecer, hal tersebut merupakan alasan utama kenapa harga yang di tawarkan lebih murah
- c. Personalisasi, walaupun belanja secara on-line banyak dijalankan dengan sedikit interaksi namun, pihak perusahaan tetap menyediakan saluran interaksi untuk memantau kepuasan pelanggan salah satunya adalah menggunakan media sosial sebagai pendamping dari website yang digunakan untuk menjual secara online, kemungkinan terjawab pertanyaan dan keluhan konsumen sangat valid karena biasanya jawaban langsung datang dari produsen itu sendiri, sedangkan pertanyaan dan jawaban pun akan dipantau oleh konsumen lain, sehingga interaksi yang terjadi dua arah, baik dari konsumen ke produsen dan sebaliknya

5.5 MEDIA PEMASARAN ONLINE UNTUK UMKM

Hal yang terbesit dalam pikiran kita adalah, buat website pasti mahal, wah saya kan gak bisa teknologi, sekolahnya harus sarjana untuk bisa menggunakan website dan pertanyaan yang lain. Di era yang serba digital ini, akses internet telah masuk ke dalam pelosok pedesaan, dan fungsi teknologi salah satunya adalah untuk memudahkan. Banyak sekali kita melihat di warnet atau warung internet anak-anak Sekolah dasar yang memainkan game online, bahkan anak Sekolah Menengah Kejuruan telah mampu membuat aplikasi berbasis android yang disematkan ke dalam handpone. Jadi tidak perlu kita terlalu khawatir mengenai hal tersebut.

Kembali ke fungsi teknologi adalah memudahkan, maka sangat mudah sekali kita mengakses dan membuat bisnis berbasis teknologi, bahkan hal tersebut gratis tanpa dipungut biaya, salah satunya adalah memanfaatkan media sosial dalam memasarkan produk kita. Banyak sekali media sosial yang dipakai untuk berbisnis secara online, adapun media sosial yang paling sering di gunakan oleh masyarakat adalah:



Hasil survei Litbang Kompas terkait waktu mengakses media sosial. Metode survei dengan tatap muka yang diselenggarakan Litbang Kompas pada 14-22 Desember 2015. Sebanyak 1.414 responden warga Jakarta berusia minimal 13 tahun yang dipilih secara acak menggunakan pencuplikan sistematis. Tingkat kepercayaan 95 persen, dengan margin off error penelitian kurang lebih 2,6 persen

Dari survey yang dilakukan oleh tim Kompas, terlihat bahwa facebook merupakan media sosial yang paling banyak digemari oleh masyarakat yang rata rata adalah kalangan remaja, dengan waktu yang digunakna untuk melihat atau mengakses adalah (30 – 50 menit), hasil tersebut sangat luar biasa. Bayangkan apabila kita menjual produk pengunjung yang datang ke tempat kita adalah sekitar 1.096 pengunjung, apabila kita asumsikan 77, 5 % dari 1414. Angka tersebut sangat luar biasa dan membuktikan betapa saktinya media sosial tersebut.

Kenapa facebook menjadi pilihan utama tentu saja karena beberapa kemudahan yang ditawarkan, dibanding dengan produk serupa adapun kemudahan tersebut adalah: (1) Pada Facebook memiliki navigasi cukup mudah bagi penggunanya, (2) Facebook dapat dimanfaatkan sebagai media bisnis online mellalui jaringan pertemanan yang telah pengguna miliki, (3) Disediakan aplikasi chat pada Facebook yang menghubungkan para pengguna dengan teman local mupun interlocal, (4) Tersedia fasilitas album foto serta upload foto,

Pengguna dapat bergabung dengan group yang pengguna sukai seperti hobi, bisnis, lowongan pekerjaan.

5.6 membuat akun facebook

Sebelum membuat akun facebook kita diwajibkan untuk membuat e-mail terlebih dahulu, banyak sekali penyedia email yang bisa digunakan namun dalam buku ini penulis menggunakan gmail.com

Buat Akun Google Anda

Anda hanya membutuhkan satu akun
Satu akun gratis memberikan Anda akses ke semua produk Google.

Nikmati semuanya
Beralih antar-perangkat dan lanjutkan lagi yang tadi Anda tinggalkan.

Nama
Nama Depan Nama Belakang

Pilih nama pengguna Anda
@gmail.com
Saya lebih suka menggunakan alamat email saya yang sekarang

Buat sandi

Konfirmasi sandi Anda

Tanggal lahir
Tahun Bulan Tanggal

Gender
Saya...

Ponsel

Cukup mudah sekali dalam membuat email, cukup isikan saja semua perintah yang ada dalam kolom, dan klik ok maka dalam sekejap email bisa langsung digunakan. Setelah membuat email maka selanjutnya kita bisa langsung membuka facebook di halaman awal anda akan dihadapi dengan tampilan sebagai berikut :

Daftar
Dengan identitas asli untuk menjalin hubungan yang nyata.

Nama depan Nama belakang

Nomor seluler atau email

Masukkan ulang nomor ponsel atau email

Kata sandi baru

Tanggal Lahir
Tanggal Bulan Tahun Mengapa saya harus memberikan tanggal lahir saya?

Perempuan Laki-laki

Dengan mengklik Daftar, Anda menyetujui Ketentuan kami dan bahwa Anda telah membaca Kebijakan Data kami, termasuk Penggunaan Kuki.

Daftar

Terima kasih sudah singgah!
Semoga kita segera berjumpa lagi.

sama seperti membuat email, ikuti semua petunjuk yang telah tertulis di facebook dan klik daftar maka kita telah memiliki akun facebook, tinggal mengisi dengan tulisan dan gambar produk kita

5.7 CARA BERJUALAN DI FACEBOOK

Meskipun cukup mudah dalam membuat akun dan mengoperasikan facebook namun kita harus berhati-hati karena apabila kita posting sekehendak hati tanpa memperhatikan norma etika maka bisa saja kita di block atau dihapus dari pertemanan, serta apabila ikut grup dalam facebook harus paham akan aturan yang di dibuat dalam grup tersebut agar kita tidak dikeluarkan, ada beberapa hal yang harus kita perhatikan apabila kita ingin melakukan penjualan di facebook yaitu :

1. Gunakan bahasa pemasaran yang menarik ketika kita mempostingkan suatu produk sehingga menarik minat, para anggota dalam facebook sebagai contoh “ **MARI MBAK/MAS BELI JAMU KITA, JAMU TOLAK MISKIN**” karena badanya sehat tidak gampang sakit jadi bisa kerja keras untuk dapat uang dan menabung sehingga menjadi orang sukses .
2. Jangan hanya mengisi gambar mengenai produk-produk yang dijual, karena hal tersebut akan membuat orang cepat bosan perlu sesekali di isi dengan manfaat produk ataupun informasi yang tidak diketahui oleh banyak orang mengenai produk kita sebagai contoh “ **WOW TAHU GAK BUKAN TEMPE KALAU TEMULAWAK ITU LEBIH BAIK DARI GINSENG KOREA LOO, “ TANYA KENAPA, BACA POSTINGAN INI .**
3. Jangan melakukan banyak postingan status hanya dalam waktu singkat di satu group karena hal tersebut sangat membosankan untuk dibaca dan anda bisa dikatakan termasuk orang yang cerewet atau sok tau, kalau ingin berkomentar kita bisa menuliskan di kolom komentar tidak perlu di buat status
4. Jujur adalah kunci kesuksesan berdagang baik di dunia nyata terlebih di dunia maya atau dunia online, gunakan nama profil asli, serta produk – produk yang siap jual dan memang telah ada di gudang persediaan, jangan menjual produk yang tidak ada baranya serta membuat foto palsu.
5. Bergabunglah dengan banyak facebook yang memiliki member di atas 10 ribu member. Semakin banyak semakin baik karena apabila jumlah member banyak maka besar kemungkinan postingan kita akan terbaca
6. Cantumkan kontak sehingga orang mudah menghubungi Anda, tuliskan hanya menerima sms atau telpon atau keduanya serta waktu yang pas untuk melakukan telpon

dan sms, untuk kenyamanan bersama . Buatlah juga deskripsi secara rinci mengenai manfaat dan juga kelebihan jika mereka menggunakan produk Anda.

7. Bangunlah interaksi yang baik dengan member lain. Misalkan saja dengan mengajak kopi darat atau ketemu, sehingga silaturahmi akan terjaga dan akan membuat hubungan semakin solid

BAB VI

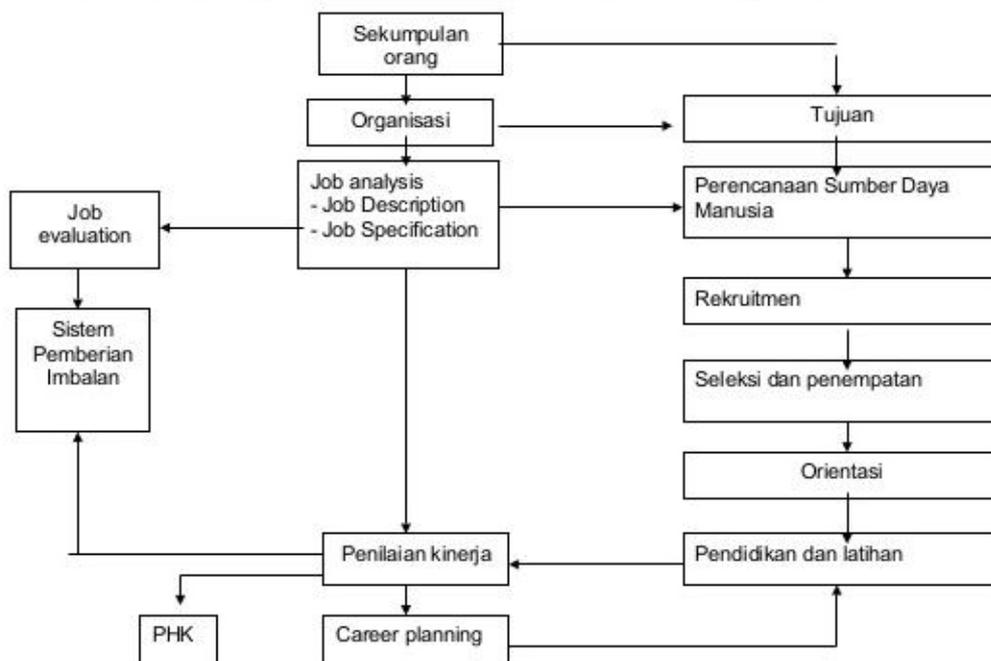
MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

6.1 SUMBER DAYA MANUSIA

Mungkin saat ini kita masih berfikir bahwa semua kegiatan bisa diatasi sendiri karena kita masih merintis usaha, namun lambat laun pastilah kita akan membutuhkan seorang karyawan untuk membantu tugas kita dan ikut mengembangkan usaha kita. Kita akan dihadapi dengan pertanyaan lebih gampang mana, cari uang atau pinjaman modal dengan cari karyawan, apabila kita cari pinjaman untuk modal pasti disekitar kita banyak sekali bank, pengadaian bahkan KSP (Koperasi Simpan Pinjam) dengan cukup bermodalkan BPKB kendaraan bermotor atau sertifikat setelah semua urusan administrasi beres maka uang bisa dipastikan ada di tangan kita. Bagaimana dengan mencari karyawan apakah semudah mencari pinjaman, tentu saja pasti akan lebih sulit, karena manusia adalah mahluk hidup yang memiliki keinginan dan kebutuhan serta bekerja dengan motivasi yang berbeda. Oleh karena itu penting kiranya untuk belajar mengenai sumber daya manusia atau (MSDM), menurut (Hendro, 2011) sumber daya manusia adalah fungsi manajemen yang berhubungan dengan perekrutan, penempatan, pelatihan dan pengembangan anggota organisasi

Dengan kita memiliki ketrampilan manajemen sumber daya manusia kita akan mampu untuk mendapatkan karyawan yang terampil dalam jumlah yang memadai dan konstan, sedangkan ruang lingkup dari manajemen adalah :

Skema Ruang Lingkup Manajemen Sumber Daya Manusia



1. Perencanaan sumber daya manusia, merupakan proses dimana manajer menjamin bahwa organisasi memiliki jumlah tenaga yang tepat di tempat yang tepat
2. Perekrutan pegawai, penarikan tenaga kerja yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan tambahan tenaga kerja melalui berbagai macam tahapan yang ditentukan oleh perusahaan
3. Seleksi karyawan, adalah suatu proses untuk memutuskan apakah calon yang sudah melamar dapat diterima atau tidak
4. Sosialisasi, memperkenalkan, melatih, membekali, membimbing serta memantau karyawan baru
5. Pelatihan dan pengembangan, serangkaian kegiatan yang memberikan peluang untuk mendapatkan dan meningkatkan ketrampilan yang berkaitan dengan pekerjaan
6. Penilaian prestasi, untuk melihat apakah karyawan yang dilatih dan dikembangkan itu memperoleh manfaat dari apa yang mereka lakukan, maka perlu dilaksanakan proses evaluasi
7. Penilaian prestasi, digunakan untuk melihat apakah karyawan yang dilatih dan dikembangkan itu memperoleh manfaat dari apa yang mereka lakukan
8. Promosi, transfer dan demosi, setelah karyawan diterima maka tugas seorang manager untuk menempatkan karyawan ditempat yang tepat sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Prinsip yang orang yang tepat untuk jabatan yang tepat adalah dengan jalan promosi, transfer, demosi dan terakhir (PHK) Pemutusan Hubungan Kerja

Kamu ini bangun pagi, mandi,
pamit kerja, pakai seragam,
kaki di bungkus sepatu
berangkat pagi - pulang sore
bayaran ga seberapa.

**KERJA APA
DIKERJAIN?**

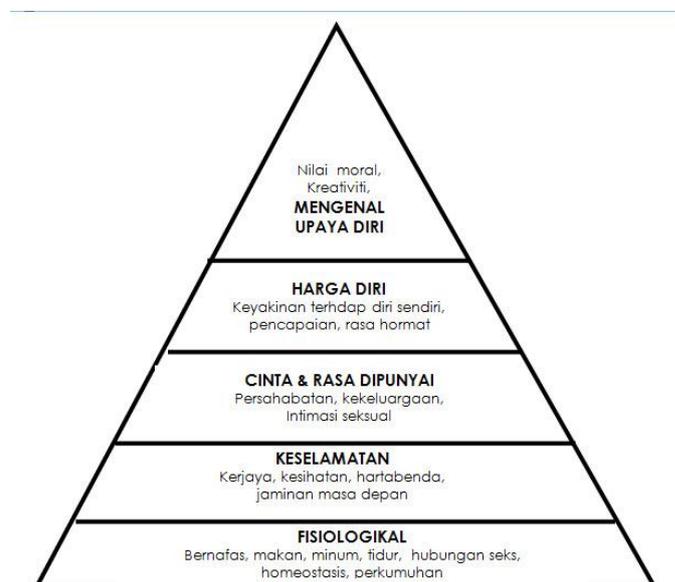
(Bob Sadino)



KOCHIEFROG.COM

6.2 MOTIVASI

Mungkin pernah terbesit dalam hati kita melihat seseorang yang bekerja sebagai seorang pembersih masjid atau marbot, wih gajinya berapa emang kerja seperti itu bisa dapat uang, walaupun dapat uang memang cukup, padahal ada pepatah yang mengatakan “ memang kebahagiaan bisa dibeli dengan uang “ mungkin bagi kita menganggap bahwa pekerjaan menjadi seorang pembersih masjid atau marbot adalah pekerjaan yang sia – sia dan tidak ada gunanya, tapi belum tentu bagi pekerja tersebut, alasannya adalah mereka bahagia bekerja sebagai marbot karena dengan media itulah mereka membuktikan kecintaan mereka dengan TUHAN dan bukti syukur merek. Nah keinginan tersebut dinamakan dengan motivasi menurut (Purwanti, 2012) Motivasi adalah serangkaian sikap dan nilai – nilai yang mempengaruhi individu untuk mencapai hal yang spesifik sesuai dengan tujuan individu. Sikap dan nilai tersebut merupakan suatu yang *invisible* yang memberikan kekuatan untuk mendorong individu bertindak laku dalam mencapai tujuan. Banyak sekali teori yang motivasi yang dipakai oleh para pengusaha untuk mengetahui apa motivasi dari karyawan bekerja, adapau salah satu teori motivasi yang terkenal adalah teori motivasi maslow :



1. Kebutuhan bertahan hidup , kebutuhan dasar yang dibutuhkan oleh manusia yaitu nafas, makan, minum, tidur dan berkumpul atau bersosialisasi
2. Kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan karyawan akan rasa aman dari ancaman kecelakaan atau rasa sakit

3. Kebutuhan sosial (cinta dan rasa dipunyai) , kebutuhan untuk bersama sama, bersosialisasi membentuk keluarga , bersembahyang bersama adalah wujud dari kebutuhan akan rasa sosial
4. Kebutuhan penghargaan, tidak memungkiri pada dasarnya manusia ingin diakui lebih tinggi dari manusia lain kebutuhan akan rasa hormat dan disegani oleh keluarga, teman atau lingkungannya
5. Mengenal diri, setiap orang menginginkan untuk melakukan pekerjaan yang disukai hal tersebut sangat sulit dirubah karena manusia tersebut berpendapat bahwa terpenuhinya harapan pribadinya di atas segalanya

Kasus seperti marbot diatas bisa dikatakan bahwa kebutuhannya adalah untuk aktualisasi diri, dengan dia menjadi seorang marbot dia merasa dekat dengan tuhan dan sebagai pembuktiaan kesetiaan dan loyalitas antara hamba dengan tuhnya. Berbanding terbalik dengan contoh yang dipaparkan diatas, masih sering pula kita temui ada karyawan atau pegawai yang mempunyai gaji yang besar namun bekerja malas –malasan. Orang yang malas sering disebut orang yang tidak mempunyai motivasi jadi hal yang harus kita lakukan adalah menyusun suatu cara untuk menentukan apa, bagaimana, dan siapa saja para pegawai yang perlu untuk dimotivasi. Jawaban dari pertanyaan tersebut adalah dengan menemukan dua bagian besar yang harus diketahui oleh seorang wirausahawan dalam memperlakukan dan memberdayakan para pegawainya yaitu : (1) berdasarkan kemampuan dibidangnya dan (2) berdasarkan kemauan kerjanya, ada beberapa kondisi yang perlu diperhatikan untuk mengatasi hal tersebut menurut (Hendro, 2011) beberapa keadaan yang bisa kita jadikan acuan untuk melakukan motivasi adalah sebagai berikut :

1. (kondisi 1) karyawan mampu dan mau kerja tidaknyanga adalah memperlebar tanggung jawab pekrjaan dengan penambahan tunjangan, promosi jabatan dengan posisi baru dan memberikan tantangan baru
2. (kondisi 2) karyawan yang mau bekerja tetapi belum mampu mengerjakanya, caranya adalah survei dengan menanyakan apakah ia suka dan cocok di pekerjaan tersebut ? jika tidak maka dapat dipindahkan atau jika memang menyukai pekerjaan tersebut maka berilah pelatihan (*training*), bimbingan, dan lengkapi derinya hingga mencapai skill yang baik
3. (kondisi 3) karyawan mampu melakukan pekrjaan tersebut tetapi tidak termotivasi atau tidak mau kerja dengan baik, caranya adalah dengan melakukan diskusi, survey dan tanya jawab mengenai

- a. Jika tidak cocok dengan pekerjaan tersebut maka, galilah alasannya mungkin karena tidak sesuai antara pendapatan dengan beban kerja yang diberikan
 - b. Bila tetap tidak mau bisa kemungkinan ia telah berada pada tahapan transformasi menjadi seorang wirausaha
 - c. Bila cocok dengan pekerjaannya dan bidangnya, maka lakukan evaluasi beban pekerjaan dan mungkin bisa diberdayakan untuk ditingkatkan posisinya dan berlatih tantangan yang lebih besar
4. (Kondisi empat) karyawan yang tidak mau bekerja dan tidak mampu untuk diperkerjakan lagi, maka galilah alasan mengapa ia tidak termotivasi
- a. Jika tidak termotivasi, berarti tidak berguna lagi bagi bisnis anda dan tidak lagi produktif, jadi lebih baik diganti atau dipersilahkan mencari pekerjaan lagi
 - b. Jika masih bisa dimotivasi atau adanya sedikit kemauan, berarti cobalah suatu tantangan baru dalam waktu 3 bulan, dan jika masih bisa dan dan terus termotivasi maka teruslah memotivasinya dan pantau dengan baik hingga semakin berkembang. Namun, jika dalam jangka waktu 3 bulan tidak termotivasi dan tidak mampu sehingga pekerjaan tersebut menjadi beban berat, maka jangan dipaksa dan persilahkan untuk mencari pekerjaan baru

Memberikan motivasi karyawan merupakan hal yang wajib dilakukan oleh para pemimpin usaha, dengan motivasi maka karyawan akan bekerja lebih giat serta disiplin sehingga karyawan akan memberikan produktivitas yang lebih baik lagi. Dengan produktifitas yang tinggi akan membuat mutu prouduk kita semakin baik. ada beberapa ciri – ciri yang dapat diperhatikan apabila karyawan kita termotivasi antara lain :

1. keinginan kuat untuk memberikan yang terbaik
2. Semangat kerja yang tinggi
3. Konsisten dalam bekerja, baik dalam semangat kerja yagn tinggi ataupun saat semangat kerja yang rendah
4. Tidak suka dipengaruhi oleh semangat kerja temanya yang memperlemah dirinya atau juga mempengaruhinya
5. Keinginan yang kuat untuk maju dan berkembang
6. Senang menerima tantang dan pekerjaan yagn baru
7. Mempunyai gairah kerja yang tinggi dibidangnya
8. Mau mengembangkan pengethauan, ketrampilan dan keahlian tanpa harus diperintah

Kita sudah mengetahui ciri – ciri seorang karyawan yang memiliki motivasi, setelah kita ketahui maka jaga dan pelihara jangan sampai kita tambah dengan pekerjaan namun tidak sebanding dengan pendapat yang mereka terima, puji dan akui kemampuan mereka tentu saja dengan batas kewajaran serta yang terpenting adalah bahagiakan mereka. Dengan menjadi seorang wirausaha kita berkesempatan lebih untuk membantu mereka. Kadangkalah menjadi seorang pegawai dengan gaji pas –pasan maka fokus kita hanya untuk keluarga saja tapi dengan wirausaha kita bisa mengatur sendiri berapa pendapatan kita tanpa mengenal kata pas-pasan

Kita telah mengetahui beberapa ciri karyawan yang mempunyai motivasi, namun kita wajib tahu karyawan yang sudah tidak memiliki motivasi antara lain :

1. Jenuh dengan tugas dan pekerjaan yang terlihat monoton
2. Tidak fokus dan sering santai dengan pekerjaannya
3. Tidak lagi tertarik pada pekerjaan yang dilakukannya
4. Mengalami pusing dan stress di pagi hari bila ia memulai pekerjaannya
5. Sering tidak masuk kerja
6. Sering melihat jam di saat kerja
7. Senang sekali ketika jam makan siang dan pulang kerja dibanding mulai bekerja
8. Sering murung, melamu, pendiam dan muram
9. Suka marah ditempat kerja dan mudah terbakar emosinya

Bila menemui karyawan yang seperti itu, seperti yang telah tertuang pada tulisan diatas, maka sebaiknya kita mulai melakukan survey dan wawancara dengan para karyawan, jangan asal pecat tapi kita harus tau dulu penyebab kenapa mereka tidak termotivasi atau motivasinya sudah mulai hilang



6.3 KONFLIK

Konflik, bisakah kita lepas dari namanya konflik atau masalah, bisakah kita hidup tanpa konflik jawabanya adalah pastinya tiak mungkin, tergantung dari sudut mana kita memandang mualai dari kita berangan-angan untuk wirausahapun kita sudah dihadapi dengan konflik, yaitu konflik batin pasti ada rasa kekawatiran dalam diri kita yang berfikir bahwa resikonya besar tidak mengambil pilihan wirausaha, enak gak sih menjadi seorang wirausaha, apa tidak lebih seorang pegawai kerja jelas gaji jelas sedangkan kalau wirausaha gaji masih mengambang barang pun belum tentu disukai orang, itu adalah sekelumit fikiran kita yang sedang terkena permasalahan konflik, atau bahasa zaman sekarang adalah sedang “ GALAU” namun kalau kita fikirkan dengan seksama dengan konflik kita belajar mengambil keputusan, dengan konflik kita akan lebih berhati hati dalam memutuskan segala sesuatu dengan konflik mengajari kita untuk menjadi seorang yang bijaksana.

Setelah usaha kita besar dan terkenal apakah konflik semakin memudar jawabanya bisa iya bisa malah lebih parah, karena dengan meningkatnya usaha kita maka permasalahan bisa semakin kompleks, mulai dari permasalahan dengan penambahan karyawan, semakin beragamnya permintaan konsumen akan produk kita, dan tentu saja berhadapan dengan pesaing usaha kita. Konflik muncul karena diawali dari berbagai sumber dan faktor penyebab menurut (Hendro, 2011) di antaranya adalah :

1. Perbedaan persepsi, perbedaan pola pandang tentang suatu hal bisa menimbulkan konflik karena masing-masing pribadi tetap mempertahankan pendapat masing-masing
2. Ketidakharmonisan pemikiran, hal tersebut bisa muncul karena adanya perbedaan visi dan misi, tetapi mereka mempertahankan ego masing-masing
3. Egoisme, semakin egosi semakin mudah pula menimbulkan suatu konflik
4. Persaingan, keinginan untuk elbih dari yang lain, baik berupa kekuasaan, prestasi atau popularitas dapat melahirkan persaingan yang memunculkan konflik
5. Situasi dan kondisi yang mendukung konflik, situasi dan kondisi bisa menciptakan konflik bila di dalam situasi itu disebut provokator karena itikad tidak baik
6. Perilaku seseorang, perilaku seseroang yang mungkin kurang menyenangkan bisa juga menimbulkan suatu konflik
7. Kurang komunikasi satu dengan yang lainnya, masalah komunikasi dapat menimbulkan konflik apabila tidak diarahkan dengan baik

8. Terjadinya diskriminasi, masalah tersebut bisa timbul karena sikap dan perilaku seseorang terhadap orang lain tidak sama
9. Kebencian, kebencian yang telah muncul sebelum terjadinya konflik akan menyebabkan konflik itu semakin dalam dan berujung pada pertikaian.

Bila konflik tidak segera diselesaikan maka yang terjadi adalah kerusakan dalam suatu organisasi, sudah banyak kenyataan yang kita lihat suatu perusahaan keluarga hancur karena perbedaan pandangan dari para pihak keluarga. Contoh tersebut merupakan sebagian kecil dari bahayanya suatu konflik apabila tidak segera diselesaikan, setiap individu, kelompok organisasi memiliki berbagai macam cara untuk menyelesaikan suatu konflik, ada beberapa teknik yang bisa digunakan untuk menyelesaikan suatu konflik yaitu :

1. Teknik undur –undur, dengan bersembunyi kita tidak perlu menyelesaikan konflik tersebut dan tidak ada gunanya menghadapi konflik itu biarkan mereda dengan sendirinya
2. Teknik harimau, meraih keberhasilan dengan cara bertarung dan menguasai pihak lawan
3. Teknik beruang, menjaga hubungan dan penciptaan komunikasi yang baik “ lawan jadikan kawan” dengan bernegosiasi
4. Teknik cendrawasih, berfikir bahwa setiap konflik pasti ada solusinya caranya adalah dengan teknik negosiasi dan ciptakan solusi win win solution
5. Teknik burung glatik, bila tugas dan keharmonisan sangat penting berilah waktu pada diri sendiri untuk berfikir dan mempertimbangan segala keputusan yang memungkinkan untuk diambil dan apabila telah selesai maka lakukan pembicaraan kembali

6.4 KEPEMIMPINAN WIRAUSAHA

Berbicara mengenai konflik dan motivasi kedua hal tersebut seyognya adalah tugas pemimpin sebagai pemegang keputusan tertinggi untuk menyelesaikan suatu konflik serta harus selalu memotivasi karyawan agar mampu memberikan hasil yang maksimal. Wirausaha tidak hanya berbicara mengenai suatu usaha tapi juga berbicara mengenai bagaimana menjadi seorang pemimpin, agar berhasil menjadi seorang wirausaha harus mampu memikul berbagai peranan, tugas dan tanggung jawab tetapi tidak ada yang lebih penting dari peranan seorang pemimpin , beberapa wirausaha mungkin merasa kurang nyaman dengan tugas dan tanggung jawab menjadi seorang pemimpin, tapi ketika anda sudah memulai untuk memilih jalur

wirausaha maka secara otomatis label pemimpin akan melekat dalam diri anda, minimal memimpin diri sendiri untuk selalu konsisten dalam mengejar dan mewujudkan mimpi menjadi hasil karya nyata yaitu kesuksesan secara teoritis menurut (Suharyadi & Faturohman, 2007) pemimpin adalah proses mempengaruhi dan memberikan semangat kepada orang lain untuk bekerja dalam mencapai suatu tujuan umum dan kemudian memberikan mereka kekuatan dan kebebasan dalam pencapaiannya, beberapa hal penting yang harus diperhatikan menurut (Suharyadi & Faturohman, 2007) seorang pemimpin dalam kepemimpinan wirausaha, antara lain :

1. Pemimpin yang baik harus mampu mempengaruhi orang lain dengan memberikan teladan, pandangan masa depan dan memberikan konsultasi serta motivasi
2. Seorang pemimpin usaha, selain mampu memotivasi harus mampu membangun sistem yang mendorong karyawan untuk terus-menerus mau bekerja keras demi tercapainya tujuan perusahaan
3. Seorang wirausaha harus selalu mengasah kemampuan kepemimpinannya agar mampu mengelola dan mengembangkan bisnisnya melalui pemanfaatan waktu dan tenaga orang lain
4. Kepemimpinan menyangkut distribusi kekuasaan, sehingga para wirausaha mempunyai otoritas untuk memberikan sebagian kekuasaan kepada karyawan atau seorang karyawan yang diangkat menjadi pemimpin pada posisi tertentu yang bisa mewakili dan bertindak atas nama dia

IMPLEMENTASI MANAJEMEN

9 Kiat Sukses Wirausaha ala Mooryati Soedibyo

INGIN merasa mandiri finansial dan merdeka secara waktu? Ukir saja karier sebagai *entrepreneurship*. Selain fulus mengalir, Anda pun turut memberdayakan lingkungan dengan terciptanya lapangan kerja yang mampu menyerap sumber daya masyarakat sekitar. Banyak orang yang merasa rendah diri dan tidak berani maju menjadi *entrepreneur* karena merasa tidak berbakat. Padahal *entrepreneurship* bukan menyoal bakat karena dapat dipelajari dan dilatih. Khususnya wanita yang diaungerahi *emotional quotation* atau kekuatan kesadaran dan impian untuk pantang menyerah berjuang guna meraih cita-cita. Namun, tentunya tidak hanya faktor itu saja yang mesti dikedepankan DR BRA Mooryati Soedibyo memaparkan sembilan kiat yang didasarkan filosofi Jawa berikut :

1. **Toto**, Yakni seseorang tersebut mesti memiliki kemampuan untuk menata diri dan juga orang lain. Sikap ini sangat diperlukan karena terjun sebagai *entrepreneurship* adalah mengukir karier sebagai pemimpin, baik pada diri sendiri maupun orang lain yang kelak menjadi anak buahnya.
2. **Titi (akurat)**, Seorang *entrepreneur* diharapkan memiliki keakuratan sehingga dapat menjalani bisnis dengan lancar.
3. **Titis (mengena)**, Setiap jiwa tentu memiliki tujuan tertentu, begitupun dengan *entrepreneur*. Untuk menjadi pebisnis yang sukses, dia pun mesti menancapkan tujuan dengan jelas dan dibarengi dengan sebuah tindakan nyata
4. **Tatak (berani)**, Seorang *entrepreneur* harus berani bersikap, berani bertanggung jawab, dan berani menerabas segala risiko. Jadi, kesampingkan rasa takut ataupun cemas akan sebuah kegagalan. Dengan bersikap berani, Anda dapat leluasa memainkan peran yang membantu kelancaran bisnis Anda.
5. **Tatas (efektif)**, Berpikir dan bertindaklah secara efektif. Orang yang berbuat dengan satu pemikiran yang kuat akan berhasil.
6. **Tetep (konsisten)**, Dunia bisnis penuh dengan gejolak, namun Anda perlu konsisten dengan passion bisnis yang Anda pilih. Meski terkadang pasang surut alias fluktuatif, tapi Anda tetap bertahan dengan “passion” Anda tersebut dan tidak mudah dipengaruhi atau terombang ambing orang lain.
7. **Tanggap (responsif)**, Pebisnis sukses meski memiliki jiwa yang responsif alias tanggap dengan peluang yang ada di depan mata. Ketika Anda menemukan sebuah peluang, maka segera eksekusi peluang tersebut menjadi sebuah celah rejeki yang bisa diberdayakan.

8. **Teguh**, Jiwa pebisnis mesti kokoh dan tidak boleh diombang ambing, teguh dalam mengambil keputusan dan harus pantang menyerah serta mampu mengubah kekurangan menjadi sebuah keistimewaan yang berdaya saing.
 9. **Trengginas**, Seorang entrepreneurship harus tampil aktif, terampil dan serba bisa mulai dari menciptakan ide, memproduksi hingga mempromosikannya. Dia tidak pernah lelah berkarya dan selalu mengisi waktu dengan berbagai aktivitas.
- (tty)**

BAB VII

Mengelola Keuangan Usaha

Modal adalah hal yang paling sering difikirkan ketika membuka suatu usaha . Modal usaha dapat berupa modal dana dan modal nondana berupa keahlian dan ketrampilan. Hal yang harus kita ketahui adalah beberapa kebutuhan modal usaha kita, dari mana sumber modal tersebut, dan bagaimana mengelola modal tersebut, memilih investasi yang benar, dan proses pencatatan dana, serta cara mengelola keuntungan yang kita peroleh. Berikut adalah bahasan teori mengenai permasalahan dana tersebut:

7.1 Mengetahui Kebutuhan Modal Usaha

Menurut (Suharyadi & Faturohman, 2007) Pada prinsip, dalam menjalankan usaha terdapat tiga jenis modal yang diperlukan, yaitu modal investasi awal, modal kerja, dan modal oprasional.

a. Modal Investasi Awal

Modal investasi awal adalah modal yang diperlukan di awal usaha, biasanya dipakai untuk jangka panjang. Contoh modal ini adalah bangunan serta peralatan seperti komputer, kendaraan, perabotan kantor, dan barang – barang lain yang dipakai untuk jangka panjang.

Jika memiliki usaha jamu , maka modal investasi awal kita adalah bangunan untuk memasak serta alat- alat untuk membuat jamu seperti kompor, panci, alat potong jahe, kunir Biasanya, modal awal ini nilainya cukup besar karena dipakai untuk jangka panjang, tetapi nilai dari modal investasi awal akan menyusut dari tahun ke tahun, bahkan bisa dari bulan ke bulan. Seluruh modal awal ini seterusnya dihitung biaya penyusutannya yang dibebankan dalam biaya produksi.

Banyak cara untuk menyiasati besarnya biaya investasi. Untuk bangunan, misalnya, kita bisa menyewa sebelum mampu membeli, atau bekerja sama dengan pemilik bangunan yang tidak dipakai. Untuk peralatan yang nilainya cukup besar kita dapat lakukan dengan sewa (*leasing*). Sekarang banyak perusahaan yang mau membiayai pembelian alat- alat kerja dan kita seterusnya membayar setiap bulan kepada perusahaan *leasing*.

b. Modal Kerja

Modal kerja adalah modal yang harus kita keluarkan untuk membelu atau membuat barang dan jasa yang kita hasilkan. Modal kerja bisa dikeluarkan setiap bulan, atau setiap datang permintaan. Sebagai contoh, jika usaha kita berupa usaha jamu, maka modal kerja yang kita butuhkan adalah modal untuk membeli bahan untuk membuat jamu. Jika usaha kita membuat. Prinsipnya, tanpa modal kerja kita tidak akan bisa menyelesaikan pembuatan barang dan jasa sesuai permintaan. Jadi, tanpa modal kerja kita tidak akan mendapatkan pembeli karena barang atau jasa tidak ada yang dapat dihasilkan. Banyak cara untuk memperkecil modal kerja dengan cara kerja sama produksi. Untuk pembuatan keripik kentang, misalnya, kita dapat melakukan kerja sama dengan distributor kentang untuk membeli dalam jumlah tertentu dan tidak pindah – pindah distributor. Hasilnya, kita mendapatkan pasokan kentang setiap minggu dengan pembayaran pada akhir minggu. Begitu pula dengan usaha fotocopy, kita dapat mengajak kerja sama pihak distributor kertas, demikian juga berlaku bagi usaha lainnya.

c. Modal Operasional

Modal yang terakhir adalah modal operasional. Modal operasional adalah modal yang harus kita keluarkan untuk membayar biaya operasi bulanan dari usaha kita. Contohnya, biaya untuk pembayaran gaji pegawai, telpon bulanan, listrik, air, bahkan retribusi.

Pos- pos dalam operasional ini pada setiap bisnis umunya hampir sama dan kita kenal sebagai biaya tetap. Pada prinsipnya, yang dimaksud dengan modal operasional adalah uang yang harus kita keluarkan untuk membayar biaya di luar bisnis kita secara langsung. Jika, modal operasional biasanya dibayar secara bulanan.

Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk memperkecil modal operasional, yang paling besar adalah biaya tenaga kerja. Jangan terlalu banyak pegawai dulu, usahakan mulai dari tenaga kerja harian atau kontrak, sebelum usaha kita mapan. Sebab dengan mempekerjakan karyawan tetap, jika usaha kurang berhasil dan harus melakukan PHK karyawan, konsekuensinya kita harus memberikan pesangon yang akan menjadi beban usaha kita.

Berikut adalah contoh kebutuhan modal pada usaha Mama Donuts (Majalah Pebisnis Mei 2007)

No	Contoh Kebutuhan	Jumlah Modal
1.	Total Modal Investasi Awal	12.800.000
	Sewa Lahan	300.000
	Peralatan Dan Counter	12.500.000
2.	Total Modal Kerja	2.462.500
	Tepung	312.500
	Mentega dan Telur	875.000
	Minyak Goreng	1.125.000
	Gula Halus	150.000
3.	Total Modal Operasional	900.000
	Gaji Karyawan	600.000
	Telpon Dan Listrik	300.000
4.	Total Kebutuhan Modal	16.162.500

Kita harus berhati – hati dalam menghitung kebutuhan modal ini. Apabila kekurangan, akan sulit untuk memperoleh tambahan modal jangka pendek. Sedangkan apabila modal berlebihan, maka akan mubazir dan menyebabkan beban bunga yang sebenarnya tidak perlu.

1. Mengetahui Sumber Permodalan

Untuk memulai suatu usaha, pada dasarnya sumber permodalan dapat diperoleh melalui:

a. Modal Sendiri

Sumber modal sendiri merupakan cara yang paling mudah. Kebutuhan modal dibiayai sendiri. Sumber pembiayaan sendiri dapat diperoleh dari tabungan, dana cadangan, atau mempergunakan aset yang tidak produktif. Selain itu kita bisa bekerja sama dengan orang tua dan kerabat dalam rangka patungan membiayai kebutuhan modal.

b. Pinjam Bank

Apabila modal sendiri ternyata tidak mencukupi, maka kita dapat memenuhi kebutuhan modal dengan melakukan pinjaman atau mengajukan kredit pada bank. Pada dasarnya, ada tiga jenis kredit perbankan, yaitu:

- 1) **Kredit usaha**, yaitu kredit ditunjukkan untuk membiayai usaha yang produktif. Kredit usaha ini pada umumnya untuk memenuhi kebutuhan modal kerja, seperti usaha perdagangan, usaha industri rumahtangga, usaha jasa konsultan, dan lain- lain. Bila memiliki usaha yang prospeknya kelihatan cukup cerah, kita bisa datang kepada bank dan mengajukan permohonan untuk bisa mendapatkan kredit usaha ini.
- 2) **Kredit konsumsi**, yaitu kredit yang digunakan untuk membeli sesuatu yang sifatnya konsumtif, misalnya untuk membeli rumah atau kendaraan pribadi. Dua kredit konsumsi yang biasanya cukup laris adalah Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dan Kredit Kendaraan Bermotor (KKB). Pada umumnya suku bunga yang dibebankan kepada nasabah untuk kredit konsumsi akan lebih besar dibandingkan bunga kredit untuk tujuan usaha.
- 3) **Kredit serba guna**, yaitu kredit yang biasanya digunakan untuk tujuan konsumsi maupun usaha. salah satu produk kredit serba guna yang sering dipasarkan adalah kredit tanpa agunan. Kredit tanpa agunan ini sekarang cukup populer, hanya dengan surat keterangan berupa pengangkatan pegawai, penghasilan tetap, dan ijazah, maka dapat mengajukan kredit serba guna.

untuk sejumlah kredittersebut, kita harus menjaminkan salah satu aset yang kita miliki kepada bank sebagai agunan sehingga apabila kita tidak mampu mengembalikan pinjaman tersebut, bank akan menyita aset yang kita jaminkan. Nilai jaminan biasanya lebih besar dibandingkan dengan nilai kredit yang diajukan.

Berikut adalah beberapa persyaratan yang diminta bank dalam mengajukan kredit:

1) Debitur Perorangan

Debitur perorangan berasal dari berbagai macam latar belakang pekerjaannya, yaitu pengusaha, karyawan, dan profesional. Persyaratan yang diminta untuk masing – masing debitur perorangan tersebut pada umumnya sama, yaitu:

- a) Fotokopi identitas diri (KTP, SIM, atau paspor).
- b) Fotokopi Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).
- c) Fotokopi akte nikah (bagi yang sudah menikah).

Bank meminta salinan akte nikah bagi debitur yang sudah menikah dengan tujuan untuk mengetahui apakah aset yang dijaminakan merupakan aset bersama suami-istri atau bukan, sehingga istri atau suami debitur bertanggung jawab terhadap aset yang dijaminakan ke bank berikut utangnya.

- d) Fotokopi kartu keluarga.
- e) Fotokopi rekening buku tabungan di bank manapun, antara tiga sampai dengan enam bulan terakhir.

Data ini diperlukan bank untuk melakukan analisis keuangan calon debiturnya sehingga dapat mengukur seberapa besar penghasilan debitur yang dapat disisihkan untuk membayar angsuran pinjaman beserta bungganya setiap bulan.

- f) Fotokopi slip gaji dan surat keterangan bekerja dari perusahaan.

Syarat ini hanya diberlakukan bagi calon debitur yang bekerja di suatu instansi, baik pemerintahan maupun swasta. Tujuannya untuk memastikan bahwa calon debitur memang bekerja di tempat tersebut dan memiliki penghasilan tetap setiap bulannya.

2) **Debitur Badan Usaha/Perusahaan**

Bagi debitur yang berbentuk badan usaha seperti CV, PT, firma, dan lain-lain, persyaratan yang diminta adalah:

- a) Fotokopi identitas diri dari para perusahaan (direktur dan komisaris).
- b) Fotokopi Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).
- c) Fotokopi Surat Izin Usaha Dagang (SIUP).
- d) Fotokopi akte Pendirian Perusahaan dari Notaris.
- e) Fotokopi Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

Poin huruf a sampai e digunakan oleh bank untuk memeriksa keabsahan atau legalitas antara yang tercantum di akte pendirian dengan bidang usaha, segala surat perizinan, dan kewajiban pajak terhadap negara

- f) Fotokopi rekening koran/giro atau buku tabungan di bank manapun selama tiga sampai enam bulan terakhir.
- g) Data keuangan lainnya, seperti neraca keuangan, laporan laba rugi, catatan penjualan dan pembelian harian, dan data pembukuan lainnya.

Huruf f dan g digunakan untuk melakukan berbagai analisis keuangan terhadap calon debitur. Kesanggupan debitur dalam membayar kembali utangnya akan dianalisis dari berbagai sisi, misalnya, kesanggupan dan efektivitas manajemen dalam mengelola sumber- sumber yang dimiliki, kemampuan dalam mencetak laba, dan sebagainya.

3) **Jaminan**

Saat mengajukan kredit ke bank, biasanya kita akan diminta untuk menjaminkan salah satu aset yang kita miliki kepada bank, sehingga apabila kita tidak mampu mengembalikan pinjaman tersebut, bank akan menyita aset yang kita jaminkan tersebut sebagai ganti uang yang kita pinjam. Tentunya nilai barang jaminan tersebut harus lebih besar atau minimal sama dengan nilai uang yang kita pinjam.

Jaminan yang diminta oleh bank Kredit Pemilikan Rumah (KPR) biasanya adalah rumah yang akan dibeli tersebut. Pada kredit Pemilikan Mobil, mobil yang akan dibeli itulah yang bisa dijadikan jaminannya. Sedangkan untuk Kredit Usaha dan Kredit Serba Guna, jaminan yang diminta biasanya lebih bervariasi seperti tanah, rumah tinggal, ruko, apartemen, kendaraan, pabrik, dan lain – lain.

Berikut adalah beberapa limit nilai kredit yang diberikan oleh perbankan:

- a. Kredit Usaha Mikro (KUM) Mandiri untuk perorangan maksimal 10 juta.
- b. KUM Mandiri untuk kelompok maksimal 50 juta.
- c. Kredit investasi, jangka waktu sampai 15 tahun dengan nilai kredit antara 500 juta sampai 12 miliar. Jumlah kredit yang dibiayai bank maksimal 65 % dan modal sendiri 35%.
- d. Kredit modal kerja, jangka waktu 1 tahun dan dapat diperpanjang. Kisaran kredit 500 juta sampai 2 miliar. Jumlah kredit yang dibiayai bank maksimal 70% dan modal sendiri 30%.
- e. Kredit usaha kecil dengan kisaran kredit antara 10 – 500 juta dengan tenggang waktu 10 tahun untuk investasi dan 1 tahun modal kerja. Jumlah kredit yang dibiayai bank maksimal 80% dan modal sendiri 20%.

Berdasarkan informasi tersebut, dapat diketahui bahwa untuk memulai usaha penjualan donat dengan modal 16 juta rupiah, maka kita harus mempersiapkan modal sendiri sebesar 3,2 juta dan 12,8 juta sisanya dapat diperoleh melalui kredit perbankan.

7.2 Proses Pengelolaan Keuangan

Setelah merencanakan usaha dan memperoleh modal untuk usaha, maka selanjutnya adalah mengelola keuangan selama proses usaha berjalan. Berikut beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam tata kelola keuangan.

- a. Kita harus memisahkan antara uang perusahaan dan uang pribadi. Jangan pernah mencampurkan antara uang perusahaan dan uang pribadi. Kebutuhan pribadi yang banyak, secara tidak langsung akan mendorong pemakaian uang perusahaan. Kalau hal ini terjadi pada saat perusahaan harus membayar kewajiban, maka kita akan mengalami kesulitan dan dalam jangka panjang dapat mengalami kebangkrutan.
- b. Kita harus memastikan sistem pencatatan yang rapi dan teratur sesuai dengan kaidah akuntansi, walaupun akuntansi sederhana. Setiap transaksi dicatat dalam jurnal harian, buku besar, laporan laba rugi, dan neraca. Hal ini sangat penting untuk mengetahui beban biaya yang sebenarnya dan perkembangan laba rugi serta menentukan harga pokok. Neraca juga diperlukan untuk melihat perkembangan perusahaan dari tahun ke tahun, mengetahui aktiva dan pasiva, dan berguna dalam pengajuan kredit ke perbankan untuk perluasan usaha.
- c. Melakukan manajemen kas. Manajemen kas diperlukan untuk mengoptimalkan set guna memastikan bahwa semua tagihan akan dapat dibayar dengan baik, menghindari saldo kas yang terlalu besar dan tidak perlu, serta memanfaatkan setiap nilai guna untuk menambahkan keuntungan. Ada beberapa hal yang penting dalam manajemen kas, yaitu:
 - 1) Menentukan saldo kas minimum yang memadai.
 - 2) Memperkirakan penjualan
 - 3) Memperkirakan penerimaan kas
 - 4) Memperkirakan pengeluaran kas
 - 5) Menentukan saldo kas akhir bulan

Kita harus berupaya agar rencana kas dan realisasi kas seiring dan sejalan, misalnya perbedaan antara rencana dan realisasi kas hanya 5%. Penyimpangan ini memang tidak terhindarkan karena adanya biaya yang tidak terduga, namun demikian kita harus memastikan bahwa antara rencana dan realisasi perbedaannya tidak terlalu mencolok.

- d. Melakukan evaluasi setiap bulan terkait dengan keuangan, yaitu realisasi produksi dan penerimaan, realisasi biaya, serta realisasi persediaan, jumlah piutang dan utang, dan kondisi kas. Evaluasi untuk memastikan bahwa rencana dapat berjalan dengan baik,

apabila ada gejala tidak normal, maka kita wajib membuat tindakan untuk memperbaikinya.

7.3 Pelaporan Keuangan

Sebagai sebuah badan usaha, kita harus membuat laporan keuangan untuk memastikan bahwa tidak ada uang yang hilang. Untuk membuat laporan keuangan, terdapat dua hal yang perlu dibuat, yaitu neraca dan laporan laba rugi. Neraca (*balance sheet*) adalah laporan keuangan yang menggambarkan posisi keuangan sementara dari sebuah usaha. Neraca merupakan gambaran dari perkiraan atas nilai perusahaan pada suatu waktu yang menyangkut aset dan utang perusahaan. Neraca terbagi menjadi dua komponen, yaitu bagian yang mengurangi aset-aset perusahaan dan bagian lain yang berisi kewajiban perusahaan. Komponen aset terdiri atas dua bagian, yaitu aset tetap (*fixed assets*) merupakan aset yang diperoleh untuk pemakaian jangka panjang. Kewajiban terdiri atas kewajiban jangka pendek (*current liabilities*), yaitu utang – utang yang harus dibayar dalam jangka pendek atau satu tahun dan kewajiban jangka panjang (*long term liabilities*), yaitu kewajiban yang jatuh tempo lebih dari satu tahun. Berikut adalah contoh dari neraca salah satu perusahaan yang diambil dari *Media Indonesia*, 2 Mei 2007.

ASET		KEWAJIBAN	
Aset Lancar		Kewajiban Jangka Pendek	
Kas	50.000	Utang Usaha	150.500
Piutang Usaha	172.500	Utang Bank	80.900
Persediaan	400.000	Upah dan Gaji Belum Dibayar	38.000
Beban Dibayar Dimuka	<u>9.000</u>	Utang Bunga	43.000
Total Aset Lancar	<u>631.500</u>	Utang Pajak	<u>50.200</u>
Aset Tetap		Total Kewajiban Jangka Pendek	<u>362.600</u>
Bangunan	59.200	Kewajiban Jangka Panjang	
Peralatan	67.500	Utang Bank Jangka Panjang	<u>200.000</u>
Mebel dan Alat Kantor	22.000	Total Kewajiban Jangka Panjang	<u>200.000</u>
Dikurangi Depresiasi	<u>14.870</u>		
Total Aset Tetap	<u>133.830</u>	TOTAL KEWAJIBAN	<u>562.600</u>
			MODAL
TOTAL ASET	<u>765.330</u>	TOTAL KEWAJIBAN DAN MODAL	<u>765.330</u>

Untuk dapat membuat neraca dengan baik, anda dapat belajar akuntansi atau menggunakan bantuan komputer seperti myob Accounting.

Secara umum sisi kanan menyatakan kondisi aset perusahaan, baik aset tetap maupun lancar, sedangkan sisi kiri menyatakan kewajiban lancar dan jangka panjang. Sedangkan selisih aset dengan kewajiban adalah modal yang merupakan nilai investasi dari pemilik usaha dalam suatu bisnis. Semakin tinggi modal yang letaknya di sisi kiri menunjukkan bahwa aset lebih besar dibandingkan kewajiban, dan apabila jumlah semakin besar menunjukkan bahwa usaha kita semakin mambaik.

Selain masalah neraca, kita juga harus membuat laporan laba rugi. Laporan laba rugi menggambarkan keadaan suatu usaha dalam waktu tertentu, dengan membandingkan antara pengeluaran dan pendapatan yang sekaligus dapat menunjukkan laba bersih perusahaan, baik berupa keuntungan maupun kerugian. Dalam laporan laba rugi terdapat komponen harga pokok penjualan yang menggambarkan jumlah biaya, termasuk ongkos kirim dari barang dagangan selama periode tertentu. Berikut contoh laporan laba rugi.

Dari tabel laporan laba rugi di samping dapat kita ketahui bahwa laba kotor adalah selisih dari total penjualan bersih (seluruh penjualan dikurangi diskon dan lain- lain) dengan harga pokok penjualan, sedangkan harga pokok penjualan merupakan pengurangan barang siap dijual (persediaan awal ditambah dengan pembelian dalam tahun tersebut) dengan persediaan akhir barang.

Laba bersih didapatkan melalui pengurangan laba kotor dengan seluruh beban, baik beban operasional, beban umum, beban lain- lain. Nilai laba ini menunjukkan keuntungan yang diperoleh perusahaan dalam satu tahun operasi.

LAPORAN LABA RUGI TAHUN 2016 (DALAM RIBUAN RUPIAH)		
Penjualan Bersih		1.980.500
Harga Pokok Penjualan		
Persediaan Awal	820.000	
Pembelian	<u>940.500</u>	
Barang Siap Dijual	1.760.500	
Persediaan Akhir Barang	<u>(460.500)</u>	
Harga Pokok Penjualan		<u>(1.300.000)</u>
Laba Kotor		680.500
Beban Oprasional		
Pemasaran	140.700	
Asuransi	45.000	
Penyusutan	27.700	
Gaji Karyawan	225.300	
Kesejahteraan	<u>6.500</u>	
Jumlah Beban Oprasional		(445.200)
Beban Umum		

Telepon	2.000		
Pos	1.500		
Pajak Gaji	27.000		
Utilitas	<u>5.000</u>		
Jumlah Biaya Umum		(35.500)	
Beban Lain			
Beban Bunga	40.900		
Beban Lingkungan	<u>2.500</u>		
Jumlah Beban Lain		(43.400)	
Beban Total			(524.100)
Laba Bersih			156.400

Apa yang kita peroleh dari laporan laba rugi dan neraca? Kita dapat melakukan evaluasi dan perencanaan untuk bisnis tahun depan.

1. Menentukan penjualan bersih tahun depan berdasarkan informasi laba bersih dan margin laba bersih.

$$\text{Penjualan bersih} = \text{laba bersih} / \text{margin laba bersih}$$

$$\text{Margin laba bersih} = \text{laba bersih} / \text{penjualan bersih}$$

Dari laporan laba rugi diketahui laba bersih 156.400, penjualan bersih 1.980.500, sehingga margin laba bersih = $156.400 / 1.980.500 = 0,08$. Oleh sebab itu, apabila perusahaan menginginkan keuntungan meningkatkan 20%, maka berapa target penjualan bersih tahun depan?

$$\text{Penjualan bersih} = (1,2 \times 156.400) / 0,08 = 2.376.600$$

Jadi kenaikan keuntungan 20% menyebabkan target penjualan meningkat dari 1.980.500 menjadi 2.376.600. Apabila dalam satu tahun ada 300 hari kerja, maka kita dapat menentukan target penjualan per hari, yaitu $2.376.600 / 300 = 7,922$

2. Rasio likuiditas, merupakan rasio yang menunjukkan apakah usaha kita dapat menutup kewajiban dalam jangka pendek yang jatuh tempo.

$$\begin{aligned} \text{Rasio likuiditas} &= \text{Aset lancar} / \text{kewajiban jangka pendek} \\ &= 631.500 / 362.600 = 1,74 \end{aligned}$$

Rasio tersebut menunjukkan bahwa tersedia 1,74 rupiah untuk membayar setiap 1 rupiah kewajiban jangka pendek. Ini menunjukkan bahwa dalam jangka pendek kita dapat membayar utang. Namun demikian standar yang baik untuk perusahaan kecil

adalah 2, yaitu 1 rupiah utang disediakan 2 rupiah aset lancar sehingga tidak mengganggu arus kas.

3. Rasio penjualan bersih atas aset total, merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan penjualan terkait aset yang dimilikinya.

Rasio perputaran aset total (RPAT) = penjualan bersih/ aset bersih

$$\text{RPAT} = 1.980.500/765.330 = 2,59$$

Rasio ini menunjukkan bahwa setiap aset tetap berputar 2,59 kali dalam penjualan bersih. Semakin tinggi tentu semakin baik, dan ini lebih baik dibandingkan dengan industri sejenis untuk melihat efektifitas perusahaan.

4. Rasio laba bersih menunjukkan bahwa setiap modal 1 rupiah dapat menghasilkan keuntungan 0,77 rupiah atau 77%. Nilai ini dapat dibandingkan dengan suku bunga perbankan. Apabila lebih tinggi, berarti modal kita produktif. Nilai 77% tentu lebih tinggi dibandingkan suku bunga pinjaman sekarang yang berkisar antara 12% hingga 15% sehingga dapat disimpulkan usaha ini menghasilkan tingkat keuntungan yang sangat baik.

Demikian beberapa manfaat dari laporan keuangan dan analisis rasio yang juga bermanfaat bagi prediksi penjualan, keuntungan, dan efisiensi modal perusahaan pada tahun mendatang. Banyak rasio lain yang dapat dipelajari dan banyak program komputer yang dapat kita gunakan untuk membantu melakukan analisis keuangan yang akurat

IMPLEMENTASI

PEMBUATAN MINUMAN TRADISIONAL

“ SECANG ”

1. Pembuatan Minuman Instan Secang

Pembuatan bubuk instan atau minuman tradisional secang dalam laporan ini dilakukan dengan cara :

- Jahe dikupas kulitnya sehingga diperoleh jahe bersih, dicuci lalu dihancurkan dengan bantuan blender dengan penambahan air 1: 5 sehingga dihasilkan bubur jahe. Disaring dan didapatkan cairan jahe, dan diamkan sebentar untuk memisahkan endapannya sehingga didapatkan cairan jahe bersih tanpa endapan
- Cairan jahe tanpa endapan dimasak bersama dengan daun serai, cengkeh, dan kayu secang yang telah dicuci bersih. Hasil pemasakan kemudian disaring sehingga diperoleh cairan secang, dibiarkan dingin
- Putih telur 7,5% dan maltodekstrin 15 % b/v ditambahkan ke dalam cairan secang yang telah dingin. Kemudian dikocok dengan mixer selama 10 menit sampai berbentuk foam
- Foam dituangkan di atas loyang yang telah dilapisi plastik kemudian dikeringkan dalam pengering kabine (cabinet drier) atau oven pada suhu 60 C selama 8 jam
- Setelah kering dicampur dengan gula pasir dengan perbandingan 1:1 kemudian dihaluskan dengan blender. Diayak dengan ayakan 100 mesh sehingga diperoleh bubuk instan secang yang seragam ukurnya, kemudian dikemas dalam botol gelap

2. Kelayakan Finansial

Usaha pembuatan bubuk minuman instan secang dilaksanakan dengan rencana sebagai berikut :

- Usaha didirikan sebagai home industri
- Pabrik bekerja 25hari/bulan atau 300 hari/tahun
- Kapasitas produksi sebesar 45 kg bubuk/hari dikemas dalam sachet plastik dengan berat per kemasannya 100 gram
- Modal diperoleh dengan pinjaman bank 70 % dari total modal dengan masa pengembalian 6 tahun dan 30 % modal sendiri.

Asumsi yang digunakan dalam perhitungan analisa finansial adalah sebagai berikut ini :

- Bahan baku dan tambahan tersedia sepanjang tahun
- Metode penentuan harga jual/unit dalam dengan menggunakan konsep biaya total
- Metode depresiasi yang digunakan adalah metode garis lurus
- Setiap akhir tahun dan selama umur usaha, produk habis terjual.
- Permintaan produk stabil
- Suku bunga pinjaman 18 % taun untuk kredit usaha kecil (KUK)

Hasil perhitungan biaya produksi untuk pembuatan minuman secang bisa dilihat pada tabel berikut :

a. Biaya Tetap

No	Jenis Alat	Kebutuhan	Harga Satuan	Harga Total
1	Panci besar	3	90.000	270.000
2	Mixer	1	350.000	350.000
3	Oven	1	1.600.000	1.600.000
4	Saringan	3	35.000	105.000
5	Lumpang martil	3	50.000	150.000
6	Kompor	2	155.000	310.000
7	Loyang	9	15.000	135.000
	Jumlah			2.920.000

umur ekonomis alat- alat sampai tidak terpakai = 2 tahun

depresiasi / hari = $\frac{\text{Rp. } 2.920.000 - 0}{600} = \text{Rp. } 4.867$

600

(TFC) Depresiasi / tahun = $\text{Rp. } 2.920.000 - 0 = \text{Rp. } 1.460.000$

b. Biaya Variabel

1. Bahan baku dan bahan tambahan

No	Jenis bahan	Kebutuhan	Harga satuan	Harga total
1	Kayu secang	4 kg	30.000	120.000
2	Jahe	30 kg	7000	210.000
3	Gula pasir	30 kg	6000	18.000
4	Serai	5 kg	4000	20.000
5	Cengkeh	1,5 kg	20.000	30.000
6	Kayu manis	3 kg	8000	24.000
7	Putih telur	30 kg	7000	210.000
8	Maltodekstrin	15 kg	8000	120.000
	Jumlah			914.000

2. Operasional

A. tenaga buruh harian

Produksi	2 orang	@ 30.000	Rp. 60.000
Kemasaan	1 orang	@ 15.000	Rp. 15.000

B. Lain lain

Tabung elpiji	1 buah	@ 12000	Rp. 12.000
Air dan listrik	1 orang	@ 15.000	Rp. 2000
Plastik 100 g	18 buah	@ 1000	Rp. 18.000
Jumlah			Rp. 107.000

TVC/Hari : Rp. 914.000 + 107.000 = **Rp 1.021.000**

TVC/thn : 300 X 1.021.000 = **Rp. 306.300.000**

c. Penentuan harga jual per unit instan secang

1. Biaya produksi (45 kg instan secang)/hari	= 1.021.000
Biaya pemasaran	= 10.000
Biaya administrasi	= 5.000
Total	Rp. 1.036.000

- a. Biaya per unit = $1.036.000/45 = \text{Rp. } 23.022$
- b. Laba yang dikehendaki $20 \% \times \text{Rp. } 1.036.000 = \text{Rp. } 207.200$
- c. Prosentase mark up = $\frac{\text{Rp. } 207.000}{\text{Rp. } 1.036.000} \times 100 \% = \text{Rp. } 19.980 \%$
- d. Mark up per unit = $19.980 \times \text{Rp. } 23.022 = \text{Rp. } 4.599,8$
- e. Harga jual per unit = $\text{Rp. } (23.022 + 4.599,8) = \text{Rp. } 27.622$

d. Biaya dan keuntungan pembuatan instan secang

- 1. TR/ Tahun = $(45 \times 300) \times \text{Rp. } 27.622 = 372.897.000$
- 2. TC/tahun = TFC + TVC
 $= (2.920.000 + 306.300.000)$
 $= \text{Rp. } 309.220.000$
- 3. Keuntungan/tahun = TR –TC ($372.894.300 - 309.220.000$)
 $= \text{Rp. } 63.674.300$
- 4. R/C ratio = $372.897.000/309.220.000 = 1,21$

Sedangkan analisis kelayakan finansial pada pembuatan minuman instan secang dapat dilihat dari perhitungan di bawah ini

$$1. \text{ BEP (Unit) } = \frac{\text{TFC}}{\text{P} - \text{TVC}}$$

$$= \frac{2.920.000}{27.6219 - 23.022}$$

$$= 2.920.000 / 4599$$

$$= 634,920 \text{ Kg}$$

$$\text{BEP (Harga) } = 634,920 \times 27.622$$

$$= 17.537.760.240$$

- 2. Pinjaman bank = 70 % dari investasi
 $= 0,70 \times 309.220.000$
 $= \text{Rp. } 216.454.000$
- Bunga 5 % /tahun = $0,05 \times \text{Rp. } 216.454.000$
 $= 10.822.700$

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Bersih} - \text{depresiasi} + \text{bunga}}{\text{Modal yang di investasikan}} \times 100 \%$$

$$\begin{aligned} \text{ROI} &= \frac{63.674.300 - 1.460.000 + 10.822.700}{309.220.000} \times 100 \% \\ &= 23,62 \% \end{aligned}$$

3. $\text{PP} = \frac{\text{modal yang diinvestasikan}}{\text{Laba bersih} + \text{depresiasi} + \text{bunga}} \times 1 \text{ tahun}$

$$\begin{aligned} &= \frac{309.220.000}{63.674.300 + 1.460.000 + 10.822.700} \times 1 \text{ tahun} \\ &= 309.220.000 / 75.956.700 \\ &= 4,07 \text{ atau } 4 \text{ tahun } 7 \text{ hari} \end{aligned}$$

BAB VIII

RENCANA BISNIS

8.1 RENCANA BISNIS

Rencana bisnis adalah ringkasan tertulis mengenai rencana pendirian perusahaan atau menjalankan usaha yang berisi rincian gambaran kegiatan operasi dan rencana keuangan, peluang dan strategi pemasaran serta kemampuan pengelolaan. Rencana bisnis ini menguraikan arah dan tujuan perusahaan yang ingin dicapai, beserta strategi mencapainya sebagai peta jalan bagi wirausahawan menuju pembangunan bisnis yang sukses.

Perencanaan adalah serangkaian tindakan yang akan dilakukan untuk masa mendatang dalam rangka mencapai tujuan yang diinginkan. Menurut Dan Steinhoff dan John F. Burgess (1993) (dalam Suryana,2003) wirausaha adalah orang yang mengorganisir, mengelola dan berani menanggung resiko untuk menciptakan usaha baru dan peluang berusaha. Untuk dapat melakukan semua itu diperlukan sebuah perencanaan yang tepat dan terperinci, sebab perencanaan usaha merupakan suatu alat untuk memastikan bahwa sebuah usaha dijalankan dengan benar dan tepat, yang mencakup pemilihan kegiatan yang akan dijalankan, bagaimana menjalankan dan kapan dimulai dan selesainya pekerjaan itu, untuk membantu tercapainya tujuan usaha.

Seorang wirausaha, menurut (Suryana & Praktis, 2006) mengemukakan definisi wirausaha sebagai berikut : Wirausaha adalah orang yang menciptakan bisnis baru dalam menghadapi resiko dan ketidakpastian dengan maksud untuk memperoleh keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengenali peluang dan menggabungkan sumber-sumber yang diperlukan untuk memanfaatkan peluang tersebut. Untuk itu seorang wirausaha harus memiliki kemampuan menyusun rencana usaha yang terangkum di dalamnya teknik bisnis yang akan dijalankan, visualisasikan usaha, cara menggali dan mengelola sumber daya perusahaan.

8.2 Pentingnya Rencana Usaha

Rencana usaha merupakan sesuatu yang penting bagi seorang pengusaha di mana David H. Bangs, Jr. (1995) menyatakan bahwa seorang pengusaha yang tidak bisa membuat perencanaan sebenarnya merencanakan kegagalan. Rencana usaha harus dibuat tertulis sehingga dapat dijadikan sebagai rujukan dan pedoman untuk menjaga agar kegiatan bisnis terarah dan focus pada pencapaian tujuan. Dengan membuat suatu penilaian terlebih dahulu sebelum melakukan investasi yang kemudian dituangkan dalam suatu laporan secara tertulis, Manfaat yang bisa diperoleh dari perencanaan bisnis adalah, bisa digunakan sebagai pedoman atau alat untuk mengetahui apakah kegiatan bisnis yang akan dijalankan itu memungkinkan dan memiliki kelayakan untuk dijalankan dan berapa waktu yang dibutuhkan untuk mewujudkannya serta dapat dijadikan sebagai alat pengawasan. Memang kelihatan sangat rumit sekali dalam menyusun rencana bisnis namun sebenarnya rencana bisnis tersebut akan memudahkan para pengusaha untuk melaksanakan usahanya, namun dibalik kerumitan dalam proses pengerjaan laporan bisnis tersebut ada beberapa manfaat yang dapat kita peroleh menurut (Hendro, 2011) beberapa manfaat yang kita dapat adalah :

1. Membantu wirausaha untuk berfikir mengenai bisnisnya melalui ide yang dituangkan dalam sebuah rencana yang terintegrasi dengan baik
2. Membantu wirausaha dalam mengambil keputusan dan mengevaluasi ide bisnis
3. Memberikan informasi dan sinyal bagi bisnisnya agar tetap berjalan dengan benar sehingga akan menjadi pedoman untuk melaksanakan bisnis tersebut
4. Meningkatkan kepercayaan diri dari wirausahawan bila bisnisnya berjalan dengan baik sesuai rencana bisnis
5. Untuk belajar dari kegagalan, kesalahan dan pandangan bisnis yang tidak sesuai
6. Menuntun wirausahawan agar menjadikan bisnis pertamanya mempunyai kemungkinan untuk sukses
7. Membantu wirausahawan dalam mencari rekan bisnis, pemodal, investor atau mengajukan kredit di bank

Menurut Bygrave, (1994:115) ada beberapa alasan penting mengapa orang harus menyusun perencanaan usaha:

- ✚ Untuk Menunjukkan Bahwa Bisnis Ini Layak Dan Menguntungkan Perencanaan usaha akan membuat kita dapat melihat dengan jelas apakah usaha yang dijalankan nanti memiliki keberhasilan yang tinggi dan juga harus bisa menyakinkan orang lain tidak akan merugi bila melakukan kerjasama dengan anda.
- ✚ Untuk Mendapatkan Pembiayaan Bank Dengan adanya perencanaan usaha yang jelas akan memudahkan kita untuk mencari bantuan kerjasama dari berbagai pihak karena didalam perencanaan usaha menunjukkan aspek keuangan,dan aspek pemasaran yang hal tersebut akan memudahkan kita mendapat dukungan berupa pinjaman melalui bank
- ✚ Untuk Mendapatkan Dana Investasi, Perencanaan usaha yang jelas juga memungkinkan kita untuk mendapatkan pinjaman melalui pihak-pihak lain yang potensial yang akan mendukung pemenuhan investasi usaha kita.

Perencanaan yang baik menjamin adanya perhatian yang fokus pada tujuan dari berbagai personil yang ada dalam perusahaan. Sebab sebuah perusahaan akan bertumbuh makin lama makin kompleks sehingga business plan menjadi komponen yang sangat penting bagi setiap orang untuk tetap berpijak pada arah yang benar.

Disamping itu perencanaan usaha juga merupakan dokumen yang disediakan oleh wirausaha yang memuat rincian tentang masa lalu, keadaan sekarang dan kecenderungan masa depan dari sebuah perusahaan. Isinya bisa mencakup analisis tentang pengelolaan usaha, keadaan fisik bangunan, karyawan, produk, sumber permodalan, informasi tentang jalannya perusahaan selama ini dan posisi pasar dari perusahaan. rincian profit, neraca perusahaan, proyeksi aliran kas untuk dua tahun yang akan datang. Juga memuat pandangan dan ide dari anggota tim pengelola usaha. Hal ini menyangkut strategi tujuan perusahaan yang hendak dicapai. Perencanaan usaha bisa dibuat dalam bentuk jangka pendek ataupun jangka panjang sehingga dapat ditentukan langkah awal dan pentahapan program kegiatan yang akan dilakukan dan target yang hendak dicapai serta resiko, hambatan dan tantangan yang akan dihadapi pada setiap tahapannya dan ini merupakan rencana perjalanan yang akan diikuti oleh wirausaha. kedalaman dan rincian dari sebuah perencanaan usaha sangat tergantung kepada luasnya bisnis yang akan dilakukan, dan kompleksitas dari proses pengelolaan bisnis tersebut. Perencanaan usaha juga harus didasarkan pada kebutuhan masyarakat akan adanya barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut, sehingga perencanaan usaha harus

berbasis pada permintaan pasar.

8.3 ISI RENCANA USAHA

1. Tampilan Cover

Tampilan cover depan perencanaan usaha harus menarik dan dapat mewakili jenis karakter dari usaha yang tercerminkan melalui design dan warna yang sesuai. Disamping itu harus sedapat mungkin memiliki perbedaan dengan pesaing serta, berisi informasi nama usaha, domisili / alamat tempat usaha serta nomor telepon yang dapat dihubungi.

2.1 Pendahuluan

Pada pendahuluan berisi mengenai rangkuman kegiatan rencana usaha, adapun rangkuman kegiatan usaha tersebut mencakup :

- ✚ Laporan singkat gambaran perusahaan
- ✚ Laporan singkat gambaran tentang produk
- ✚ Laporan singkat gambaran pasar tentang produk
- ✚ Laporan singkat gambaran Manajemen perusahaan
- ✚ Laporan singkat gambaran anggaran perusahaan

2.2 Latar belakang bisnis

Berisi mengenai latar belakang kenapa anda mendirikan usaha tersebut, dianjurkan untuk menggunakan model 5 W 1 H (What, Who, Why, Where, When dan How) munculkan keunikan yang dimiliki oleh perusahaan anda dan lebih baik dari pesaing dan apa yang membuat anda atau bisnis anda berbeda dengan yang lain.

2.3 Visi dan Misi

visi adalah, Visi adalah cita-cita yang akan dicapai oleh perusahaan pada periode waktu tertentu 5 sampai dengan 10 tahun

Misi, adalah penjabaran dari visi yang difokuskan dari keberadaan kenapa perusahaan ini penting untuk dijalankan. Biasanya didalamnya memasukkan unsur kepentingan-kepentingan dari pemangku kepentingan perusahaan (Konsumen, Pemilik modal, karyawan)

2.4 Tujuan dan Sasaran

Tujuan perusahaan, merupakan jabaran cita-cita anda berhubungan dengan hasil yang ingin dicapai dari kegiatan usaha yang dijalankan

Sasaran perusahaan, penjabaran terperinci yang ingin anda capai dari kegiatan usaha

yang dijalankan, harus terukur dengan jelas

Rencana strategis pencapaian tujuan dan sasaran perusahaan, program yang dilakukan oleh perusahaan dan ke mana anda akan membawa tim dan sistem anda secara bersama sama untuk mendapatkan hasil yang maksimal

Analisis SWOT, pemetaan dalam analisis SWOT ini akan membantu kita untuk menjadikan kekuatan lawan kita yang dapat kita rangkul untuk menutupi kelemahan kita bisa juga disebut aliansi bisnis analisis SWOT meliputi analisis eksternal (sosial budaya, ekonomi, politik, teknologi, pesaing, pelanggan, kreditur, debitur, pemerintah, pemasok, serikat buruh, asosiasi usaha, persero) sedangkan analisis internal mengenai kekuatan dan kelemahan organisasi.

3. Aspek Perijinan dan Lokasi Usaha

- a) Perijinan, berisi tentang aspek-aspek perijinan yang diperlukan untuk legalitas usaha dan kebutuhan kerjasama
- b) Lokal usaha, perencanaan lokasi usaha merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan usaha apakah harus berdekatan dengan sumber bahan baku, sumber tenaga kerja atau pasar tergantung dari spesifikasi usaha yang dijalankan

4. Aspek Pemasaran

- a) Perencanaan produk, berisi mengenai perencanaan produk meliputi spesifik produk yang dijual, pembentukan lini produk dan penawaran individu pada masing-masing lini
- b) Penetapan harga, yaitu penentuan harga yang dapat menggambarkan nilai kuantitatif dari produk
- c) Sistem distribusi yaitu wholsale dan retail yang dilalui produk hingga mencapai konsumen akhir
- d) Kegiatan promosi meliputi periklanan, personal selling dan tenaga penjualan
- e) Pasar, penentuan pasar dan mengukur permintaan pasar
- f) Segmentasi pasar, segment pasar merupakan langkah dimana perusahaan harus menentukan sasaran pasar yang akan dilayani, penyeleksian pasar sasaran dan mengukur permintaan pasar
- g) Persaingan, berisi mengani analisa pesaing utama yang ada dari bisnis yang dijalankan perusahaan kemudian menggunakan analisa daya saing yang ada untuk menentukan wilayah pasar yang potensial

5. Aspek Manajemen dan Organisasi

- a) Manajemen dan organisasi usaha, diperlukan untuk menjamin keberlangsungan dan berkembangnya suatu usaha
- b) Relasi dan jaringan, strategi untuk menjaring relasi dan jaringan yang dapat mendukung kegiatan usaha

6. Aspek produksi

- a) Deskripsi produk dan jasa, berisi mengenai penjelasan produk dan jasa yang ditawarkan
- b) Proses produksi, berisi informasi tentang metode ataupun teknik bagaimana produksi itu dilaksanakan untuk menciptakan suatu produk dan menambah kegunaan
- c) Mesin dan peralatan yang dibutuhkan, berisi informasi tentang mesin ataupun peralatan produksi atau jasa yang dibutuhkan untuk menciptakan suatu produk dan menambah kegunaan suatu barang dan jasa
- d) Bahan baku dan bahan pembantu yang dibutuhkan, berisi mengenai perencanaan bahan baku dan bahan pembantu yang dibutuhkan perusahaan untuk menghasilkan produk atau jasa
- e) Tenaga produksi, perencanaan tenaga produksi baik langsung maupun tidak langsung yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk menghasilkan produk atau jasa
- f) Biaya produksi, berisi tentang perencanaan keuangan khususnya biaya produksi yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk menghasilkan produk atau jasa
- g) Aspek keuangan, aspek keuangan terdiri dari tiga hal yaitu (1) proyeksi anggaran usaha, (2) analisa kelayakan usaha (3) sumber pendanaan usaha
- h) Perencanaan resiko, resiko merupakan sesuatu yang dikaitkan dengan kemungkinan terjadinya kegiatan yang merugikan disebabkan oleh kesalahan manusia, system maupun kejadian diluar kendali manusia

IMPLEMENTASI RENCANA USAHA

CAFÉ SEMBADA (ANEKA JAMU DAN KLEPON ISI)



Pemilik Usaha:

SUPARTINI	L2H009004
JUMIARSIH	L2H009012
MUHDAM AZHAR	L2H009032
ANITA MUSTIKASARI	L2H009038
RAJIB WAHYU N	L2H009048

Executive Summary

1. JUDUL KEGIATAN USAHA

Identitas perusahaan

- ✚ **Nama Usaha** : Cafe Sembada
- ✚ **Lokasi Usaha** : Gombel Banyumanik Semarang
- ✚ **Telepon Perusahaan** : 024 70822699
- ✚ **Tagline** : "Demi kemajuan ciri khas nusantara"
- ✚ **Produk** : Berbagai macam jamu yang berkhasiat dan berbagai macam rasa isi klepon

Visi dan Misi Perusahaan

- ✚ **Visi** : Kembali mempopulerkan produk tradisional khas nusantara berupa jamu dan klepon serta mampu menempatkannya di hati generasi muda.
- ✚ **Misi** :
 - Menyajikan panganan dan minuman tradisional, klepon dan jamu, dalam suasana modern cafe
 - Panganan dan minuman tradisional, klepon dan jamu, disajikan dengan penampilan yang menarik
 - Membangun Brand Activation konsumen untuk ikut melestarikan budaya dan kekayaan bangsa yang dalam hal ini adalah minuman jamu dan klepon
 - Berbagai rasa isi klepon yang unik dan bentuk yang menarik

2. LATAR BELAKANG USAHA

Indonesia merupakan negeri yang memiliki keanekaragaman budaya yang tinggi. Kultur budayanya yang khas dan unik memiliki tempat tersendiri di mata penduduk dunia. Misalnya pada pengolahan sumber daya alam dengan cara tradisional, bahan baku, proses pembuatan, dan produk yang dihasilkan menghasilkan daya tarik tersendiri baik dari segi khasiat, nilai budaya, maupun kualitas rasa . Karena itu merupakan suatu kebaikan untuk peduli dalam pengembangan budaya lokal sebagai ikon yang akan membawa nama Indonesia hingga ke negara asing sehingga produk yang dihasilkan dapat mencitrakan Indonesia dengan baik.

Jamu, merupakan salah satu minuman tradisional Indonesia yang terbuat dari bahan-bahan alami, bagian dari tumbuhan seperti [rim pang](#) (akar-akaran), daun-daunan dan kulit batang buah. Ada juga yang menggunakan bahan dari tubuh hewan, seperti [empedu](#)

kambing atau tangkur buaya. Minuman ini memiliki banyak manfaat bagi kesehatan, karena terbuat dari 100% bahan herbal. Saat ini jamu dipasarkan dalam bentuk jamu gendong dan jamu kemasan. Jamu gendong dibuat dengan cara tradisional yaitu, mencampurkan dan merebus rempah rempah yang telah dihaluskan kemudian hasil rebusan ini disaring untuk diambil airnya. Sedangkan untuk Jamu kemasan dibuat dengan proses pabrik. Namun, kedua cara ini menghasilkan jamu yang notabene sama cita rasanya.

Klepon atau kelepon adalah sejenis makanan tradisional Indonesia yang termasuk ke dalam kelompok jajan pasar. Terbuat dari tepung beras ketan yang dibentuk seperti bola-bola kecil yang biasanya dengan isi gula kelapa kemudian direbus dalam air mendidih lalu disajikan dengan parutan kelapa.

Untuk menemukan jamu yang dijual oleh penjual jamu gendong saat ini terasa susah, sebab jumlah bakul atau pembuat jamu gendong semakin berkurang sebab tidak ada penerus dari yang terdahulu maupun sebagian beralih profesi. Untuk jamu dalam kemasan yang diproduksi di pabrik manufaktur memang mudah ditemukan di pasaran, tetapi kualitas rasa dan kemurnian tidak senikmat jamu gendong. Oleh karena itu bussiness plan ini dibuat untuk memenuhi kebutuhan jamu para konsumen tanpa harus menunggu lama bakul jamu datang atau sebagai alternatif lain menikmati jamu dalam kemasan yang tidak senikmat jamu gendong, sekaligus sebagai wahana untuk melestarikan warisan bangsa di tengah era globalisasi.

Meskipun selama ini jamu telah dikenal banyak orang secara luas. Namun, konsumennya masih terbatas pada orang - orang usia dewasa yang hidup dalam kondisi budaya lokal yang masih kental. Bisa dikatakan bahwa jamu merupakan suatu minuman yang tidak favorit di kalangan remaja dan tidak dipungkiri bahwa penjual jamu sangat sulit ditemui di kota besar yang bergaya metropolis. Begitu pula dengan klepon. Padahal tingkat konsumtifitas remaja dan masyarakat di kota besar sangatlah tinggi. Hal inilah yang menjadi peluang pasar dari produk yang kami tawarkan. Mengingat keenganan masyarakat kota untuk mengkonsumsi jamu bukanlah karena cita rasa dan kandungan yang ada di dalamnya. Melainkan karena persepsi “minuman desa” dan penyajiannya yang kurang elegan. Begitu pula dengan klepon, persepsi masyarakat tentang klepon adalah “makanan desa” yang rasanya itu-itu saja. Oleh karena itu, Café “SEMBADA” hadir untuk menyajikan jamu yang biasanya dibawa oleh bakul gendong dipadukan dengan makanan tradisional klepon dengan variasi rasa pada isinya, tentu dikemas dengan menarik agar tidak dikatakan produk desa, melainkan produk nasional yang tetap elegan.

3. DISKRIPSI PRODUK

✚ **Nama Produk** : Aneka Jamu dan Aneka Rasa Isi Klepon
✚ **Produk** : Minuman Jamu Tradisional dan Klepon Isi

✚ **Variasi Rasa** : Jamu (untuk tahap awal)

- Beras Kencur
- Kunir Asem
- Sinom
- Cabe Puyang
- Kunci Suruh

Klepon (untuk tahapan awal)

- Strawberry
- Keju
- Coklat
- Kacang
- Original (gula jawa)

✚ **Pengemasan** : Pengemasan jamu didalam gelas bambu dan pengemasan klepon didalam besek kecil (piring bambu)

✚ **Karakteristik** : Satu – satunya cafe jamu yang ada di Semarang yang menyediakan jamu tradisional beserta kudapan klepon dengan aneka rasa isinya

✚ **Originalitas Produk** : Produk berupa jamu memang telah biasa diproduksi, tetapi dalam hal ini disajikan di suatu tempat berbentuk kafe dimana setiap orang dapat mengaksesnya dengan nyaman. Klepon dengan aneka rasa isi merupakan inovasi baru dari produsen.

SWOT Perusahaan:

✚ **Strength**

- Jamu dan klepon merupakan jenis produk yang familiar di kalangan masyarakat
- Di Semarang belum ada cafe jamu dan klepon
- Jamu yang disediakan bermacam-macam dan menarik penyajiannya
- Aneka isi rasa klepon yang terbuat dari bahan alami tanpa menggunakan bahan-bahan kimia

✚ **Weakness**

- Usaha baru di bentuk

✚ **Opportunity**

- Minuman jamu yang tanpa menggunakan bahan pengawet dan hasil dari produk alami
- Mengenalkan akan khasiat jamu untuk kaum remaja, mahasiswa
- Mengenalkan makanan klepon yang lezat pada kalangan remaja, mahasiswa.

✚ Threats

- Kompetitor jauh (Sprite, Fanta, Coca - cola) banyak, stigma negative masyarakat terhadap jamu
- Berbagai jenis makanan yang beredar di masyarakat dengan harga yang dapat dijangkau

✚ Produk

Produk yang ditawarkan adalah ramuan rempah – rempah yang diolah menjadi sebuah minuman yang biasa dikenal dengan sebutan jamu dan salah satu makanan khas dari Jawa yang enak dan menarik. Tujuan dari produk yang kami hasilkan adalah untuk memperkenalkan produk makanan dan minuman tradisional kepada remaja dan mahasiswa. Keunikan dari produk ini adalah penyajian jamunya di dalam gelas bambu dan kleponnya di dalam besek kecil (pring bambu kecil).

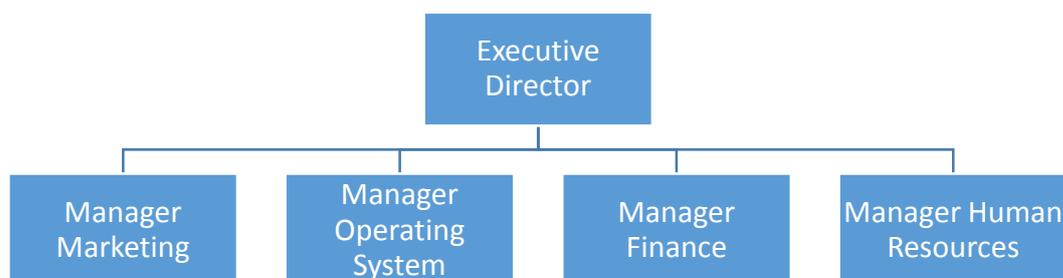
Pemasaran produk ini dilakukan dengan mendirikan sebuah kafe dengan suasana modern, menyesuaikan perkembangan zaman agar tetap diterima oleh semua kalangan.

Produk ini original, karena dalam pembuatan jamu dan klepon tanpa menggunakan bahan pengawet, bahan kimia, dan pewarna buatan.

✚ Struktur Organisasi

- Personil di posisi kunci

Terdiri dari lima orang yang menjadi pemilik saham utama yang dipimpin oleh executive director dan dibantu oleh manager pemasaran, manager produksi dan desain serta manager keuangan dan administrasi



Executive Director (Muhammad Azhar)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengkoordinasikan seluruh pengurus 2. Bertanggungjawab terhadap keberlangsungan usaha secara keseluruhan 3. Mengambil kebijakan – kebijakan berkenaan dengan seluruh permasalahan (e.g. finance, marketing, bahan baku dll) 4. Bertanggungjawab terhadap kinerja pengurus.
Operating System (Supartini)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menangani seluruh proses produk mulai dari bahan baku, peralatan, hingga proses produksi dsb. 2. Bertanggung jawab terhadap kondisi pabrik dan Laboratorium
Finance (Anita Mustikasari)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menghitung Break Event Point dan keuntungan yang diperoleh 2. Mengelola Keuangan usaha
Marketing (Rajib Wahyu Nugroho)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membaca peluang pasar dan menyusun strategi pemasaran 2. Bertanggung jawab terhadap nilai penjualan 3. Mengkomunikasikan kondisi demand di pasar dengan kondisi produk pada bagian operating system
Human Resources (Jumiarsih)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan recruitmen pegawai 2. Memonitor dan mengupgrade kinerja seluruh pegawai 3. Melakukan kebijakan terkait gaji, bonus, dan sanksi berikut segala aturan yang berkenaan dengan pegawai

- Dewan direksi
Terdiri dari pemegang saham yang juga merangkap sebagai pengelola perusahaan.
- Konsultan
Konsultan dalam hal ini adalah Nia Budi Puspitasari sebagai Dosen pengampu mata kuliah Pengantar Manajemen dan Bisnis di Jurusan Teknik Industri UNDIP.
- Struktur organisasi dan gaya manajemen
Gaya manajemen yang diterapkan adalah gaya partisipatif dari 4 gaya kepemimpinan menurut Likert yaitu dengan memperlakukan semua orang dalam organisasi secara sama walaupun secara struktur dan peranan berbeda.

4. ANALISA KOMPETISI DAN PELUANG PASAR

Tren dan pertumbuhan industri

Industri minuman dan makanan modern sedang saat ini mengalami peningkatan, dapat dilihat dari banyaknya produk – produk minuman dan makanan yang tersedia di toko – toko dan mini market mulai dari teh, juice, susu, cola, minuman isotonic, dan lain –

lain. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat gemar mengkonsumsi minuman dalam kemasan. Dan saat ini kami mengembangkan produk – produk makanan dan minuman tradisional dengan konsep modern sekaligus untuk melestarikan produk tradisional yang saat ini sudah banyak ditinggalkan oleh masyarakat.

✚ **Lingkungan persaingan**

Industri minuman dan makanan kemasan di dominasi oleh produk – produk asing. Untuk itu perlu adanya suatu strategi yang unik dalam mengembangkan makanan dan minuman tradisional.

✚ **Peluang usaha jangka panjang**

Peluang usaha sangat besar. Pertama, karena produk minuman dan makanan tradisional adalah produk yang original tanpa bahan kimia maupun bahan pengawet. Kedua, originalitas produk sangat memungkinkan untuk dilakukan pengembangan – pengembangan kedepanya mengingat belum adanya pesaing serupa.

✚ **Target Konsumen**

Seluruh masyarakat. Baik itu anak – anak, remaja, maupun orang tua. Hal ini disebabkan karena produk yang kami jual baik dikonsumsi semua usia

✚ **Segmentation**

- Geografis

Semarang (daerah Gombel)

- Demografis

Umur : Semua usia

Jenis Kelamin : laki-laki dan perempuan

- Behaviural

Memiliki kepedulian tinggi akan pemanfaatan produk buatan negeri sendiri. Memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi bahan organic yang berasal dari alam

- Psikografis

Kelas sosial : menengah ke atas

Gaya Hidup : aktif dalam kegiatan komunitas dan konsumeris

- Pendapat konsumen

Konsumen akan tertarik dengan produk kita karena jamu merupakan suatu minuman yang telah dikenal luas oleh masyarakat. Begitu juga dengan klepon. hingga saat ini di kawasan Semarang belum ada cafe yang menyediakan jamu dengan berbagai rasa dan klepon dengan beranekaragam isi.

✚ Pesaing dan Kondisi Persaingan

- Pesaing
Kompetitor Dekat : Belum ada karena produk merupakan produk baru yang original
Kompetitor Jauh : Berbagai jenis minuman berkarbonasi seperti Coca – cola, Pepsi, Sprite, Fanta, minuman isotonic, aneka macam juice kemasan, dan makanan modern yang beraneka ragam
- Distribusi pangsa pasar
Menggunakan strategi antara lain:
 - Distribusi secara face to face
 - Cafe yang modern
- Kelebihan dibanding pesaing
Mempunyai nilai tambah karena cafe yang bernuansa modern tetapi didalamnya menyajikan jamu dan klepon isi dalam berbagai macam rasa yang bernuansa tradisional
- Posisi dalam persaingan
Satu-satunya cafe yang menyajikan jamu dan klepon isi dengan beraneka ragam rasa di kota Semarang
- Evaluasi risiko
 - Produksi
Minimalisasi risiko dilakukan dengan melakukan produksi produk setiap hari yang sesuai dengan kondisi pasar untuk meminimalisir barang tidak habis terjual
 - Marketing
Melakukan pemberlakuan periode 3 bulanan untuk evaluasi tujuan umum dan khusus perusahaan.
 - Finansial
Melakukan pembukuan per bulan untuk menjaga prediksi keuntungan yang meleset

5. ANALISA MEKANISME PRODUKSI PRODUK

✚ Jenis Produk

Produk berupa rempah – rempah yang diolah menjadi suatu minuman berkhasiat yang biasa dikenal dengan nama jamu serta klepon yang biasa hanya memiliki satu macam rasa isi yaitu gula kelapa. Inovasi hanya dilakukan dalam produksi klepon dengan

variasi rasa isi meliputi rasa strowberry, keju, coklat, dan kacang. Keduanya dijual dalam suatu tempat berbentuk café modern dan disajikan dengan menyesuaikan perkembangan zaman.

✚ **Nilai/Manfaat Produk**

Manfaat yang dapat ditawarkan oleh produk dapat dibagi dalam 3 tingkatan, yaitu:

- **Manfaat inti** (*core benefit*): Memenuhi kebutuhan masyarakat akan minuman dan makanan berkhasiat yang menyehatkan
- **Manfaat dasar** (*basic benefit*): Memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap minuman dan makanan yang dapat menemani setiap aktifitas
- **Manfaat yang diharapkan** (*expected benefit*): Menjadi produk yang digemari oleh masyarakat karena identitasnya yang membawa keunggulan local

✚ **Bahan baku dan bahan penolong**

Jamu yang akan kami gunakan dalam usulan ini adalah jamu beras kencur, jamu kunyit asam, sinom, cabe puyang, dan kunci suruh.

Dalam pembuatan jamu beras kencur, terdapat beberapa variasi bahan yang digunakan, namun terdapat dua bahan dasar pokok yang selalu dipakai, yaitu beras dan kencur. Bahan-bahan lain yang biasa dicampurkan ke dalam racikan jamu beras kencur adalah biji kedawung, rimpang jahe, biji kapulogo, buah asam, kunci, kayu keningar, kunir, jeruk nipis, dan buah pala. Sebagai pemanis digunakan gula merah dicampur gula putih.

Jamu kunyit asam/kunir asam dibuat dengan bahan utama buah asam ditambah kunir/kunyit, dicampur dengan sinom (daun asam muda), temulawak, biji kedawung, dan air perasan buah jeruk nipis. Sebagai pemanis digunakan gula merah dicampur gula putih, serta dibubuhkan sedikit garam.

Cara pembuatan jamu sinom tidak banyak berbeda dengan jamu kunir asam. Perbedaan hanya terletak pada tambahan bahan sinom.

Bahan dasar jamu cabe puyang adalah cabe jamu dan puyang. Tambahan bahan baku lain dalam jamu cabe puyang sangat bervariasi, baik jenis maupun jumlahnya. Bahan lain yang ditambahkan antara lain temu ireng, temulawak, jahe, kudu, adas, pulosari, kunir, merica, kedawung, keningar, buah asam, dan kunci. Sebagai pemanis digunakan gula merah dicampur gula putih serta dibubuhkan sedikit garam.

Jamu kunci suruh dibuat dengan bahan baku jamu yang sesuai dengan namanya, yaitu rimpang kunci dan daun sirih. Biasanya selalu ditambahkan buah asam yang

masak. Tambahkan bahan lain yang biasa digunakan dalam ramuan jamu keputihan atau jamu sari rapat seperti buah delima, buah pinang, kunci pepet, dan majakan. Bahan lain yang ditambahkan yaitu jambe, manis jangan, kayu legi, beluntas, dan kencur. Sebagai pemanis digunakan gula pasir, gula merah, dan dibubuhkan sedikit garam.

Perbedaan resep yang disusun secara tradisional antara satu pedagang dan pedagang lain adalah suatu tantangan sekaligus peluang bagi usaha ini. Keadaan ini menantang karena seorang perajin jamu harus menemukan resep miliknya sendiri melalui cara coba-ralat (*trial and error*) dan ini menyulitkan bagi seorang pemula untuk masuk ke dalam usaha ini sebab tiap racikan bersifat personal dan memiliki penggemar sendiri-sendiri. Namun, keadaan ini dapat menyediakan peluang yang luar biasa karena tidak distandarisasinya metode. Seorang perajin dapat berkreasi sebebas mungkin untuk menciptakan racikan khasnya dan menjaring pelanggan yang loyal.

Sedangkan untuk membuat klepon memerlukan bahan-bahan antara lain tepung ketan, air hangat, kentang kukus yang dihaluskan, garam, dan gula. Untuk pewarna menggunakan daun suji atau daun pandan sebagai pewarna hijau, kunyit sebagai pewarna kuning, dan kulit buah naga atau mahkota bunga sepatu sebagai pewarna merah. Untuk bahan isi menggunakan selai strawberry untuk rasa strawberry, keju padat untuk rasa keju, coklat pasta untuk rasa coklat, selai kacang untuk rasa kacang, dan gula kelapa untuk rasa original.

Untuk bahan kemasan seperti gelas dan piring (besek) kami menggunakan bahan dari bambu.

Pasokan bahan baku

Bahan baku dari produk jamu dan klepon relatif mudah untuk didapatkan karena berupa bahan alam yang dapat dengan mudah didapatkan di pasar – pasar tradisional. Namun, untuk menjamin kualitas dan ketersediaan bahan. Kami berencana untuk bekerja sama dengan petani yang terdapat di daerah Ungaran, Demak, dan Pati untuk memasok langsung hasil panen mereka ke kami

Proses produksi

- Jamu

Pada umumnya produksi jamu tidak jauh berbeda, yaitu direbus dan dibiarkan sampai dingin, kemudian disediakan sesuai kebutuhan.

Untuk jamu beras kencur mula-mula beras disangon, selanjutnya ditumbuk sampai halus. Bahan-bahan lain sesuai dengan komposisi racikan ditumbuk menggunakan lumpang dan alu besi atau batu. Bahan-bahan ini kemudian dicampur,

diperas, dan disaring dengan saringan atau diperas melalui kain pembungkus bahan. Sari perasan bahan dicampurkan ke dalam air matang yang sudah tersedia, diaduk rata.

Untuk membuat jamu cabe puyang pertama-tama air direbus sampai mendidih dan dibiarkan sehingga dingin, jumlahnya sesuai dengan kebutuhan. Bahan-bahan sesuai dengan komposisi racikan ditumbuk menggunakan lumpang dan alu besi atau batu. Seluruh bahan ini kemudian diperas melalui saringan ke dalam air matang yang sudah tersedia.

Cara pengolahan jamu kunci suru yaitu air direbus sampai mendidih sesuai dengan kebutuhan. Bahan-bahan sesuai dengan komposisi racikan ditumbuk secara kasar menggunakan lumpang dan alu, kemudian diperas, disaring, dan dimasukkan ke dalam air matang yang sudah didinginkan. Selanjutnya, ditambahkan gula sesuai kebutuhan, sampai diperoleh rasa manis sesuai selera.

- Klepon

- Tuang air hangat ke daun suji atau bahan pewarna alami lain lalu peras dan saring
- Tuang campuran air warna ke dalam tepung ketan. Uleni hingga rata
- Masukkan kentang kukus, garam, uleni sampai adonan kalis
- Ambil adonan kulit @ 10 gram, pipihkan lalu tambahkan isi. Bentuk bulat
- Didihkan air lalu masukkan bulatan klepon. Rebus sampai terapung. Angkat
- Kukus kelapa parut, garam, daun pandan selama 20 menit
- Angkat lalu gulingkan bulatan klepon hingga terbalut kelapa
- Siram dengan saus manis.

Keterangan: proses produksi dilakukan di rumah Anita Mustikasari di Jalan Argomukti 760 Pedurungan Semarang.

6. ASPEK RENCANA PEMASARAN PRODUK

✚ Cara/metode pemasaran

Strategi	Actions	Milestones
a. Melakukan Launching Produk secara unik	Kafe dibuka hanya selama beberapa jam saja di waktu santai. Dan memberikan undangan makan gratis terhadap beberapa orang penting di Semarang	Banyaknya tamu undangan yang datang pada jumlah waktu yang sedikit membuat café terlihat ramai, dapat meningkatkan kredibilitas café
b. Sales Promotion	Promosi dilakukan melalui berbagai macam media promosi yang ada di kota semarang (TV, videotron, spanduk, dan baliho)	Peningkatan <i>brand awareness</i> . Peningkatan penjualan sebesar 5 %
c. Personal Selling (mobile cafe)	Promosi melalui penjualan langsung ke tempat konsumen berada dengan menawarkan dan mencoba produk langsung. Melalui gerai – gerai sederhana yang ditempatkan dipusat – pusat keramaian. Penjualan dilakukan dalam kemasan gelas plastik dan piring bambu	Pada bulan keenam terdapat 6 buah gerai mobile di 6 tempat yang berbeda
d. Menerapkan sistem konsinyasi	Melakukan kerjasama dengan LSM pecinta masakan Indonesia dan pemerintah serta program – program kuliner	Banyak tamu penting dari kota lain dan turis yang datang menuju café sembada
e. Perluasan usaha	Melakukan riset tentang masakan tradisional Indonesia yang sudah mulai dilupakan oleh masyarakat.	Akan semakin mengukuhkan kafe sebagai pelindung tradisi masakan Indonesia, dan dapat menguasai pasar masakan tradisional di Semarang
f. Public Relation	Cara promosi ini cenderung untuk membuat image perusahaan baik dimata konsumen. Dilakukan pada event – event tertentu yang memiliki visi misi usaha dengan usaha. Seperti, gathering, jalan santai, sepeda sehat, seminar tentang kesehatan dll.	1000 Flier dan 100 sample produk yang dibuat perusahaan dapat didistribusikan secara tepat ke target pasar

Promosi

- Above the Line

1. Spanduk

Dalam satu tahun dibuat 2 spanduk yang menjelaskan cafe kita. Spanduk dibuat pada saat event – event khusus di Semarang, seperti ulang tahun Semarang dan spanduk ditempatkan di daerah pusat kota

Milestone: setiap orang dapat membaca dan tertarik untuk datang ke café Sembada

2. Fliers dan Pamflet

Dibuat secara insidental dalam rangka off air event yang dibuat 6 bulan sekali

Milestone: untuk setiap off air event sebanyak 300 fliers dan 70 pamflet tersebar di sekitar venue

3. Website

Web ini dibuat untuk membantu promosi dan penjualan on line dengan desain lay out yang catchy. Blog tersebut dapat diakses di www.cafesembada.com

Milestone: setiap minggu website selalu di-up date, dan target pengunjung blogs setiap hari sebanyak 7 orang

4. Iklan

Dibuat dengan cukup sederhana yang mengedepankan keunikan café. Dan ditayangkan oleh TV local pada waktu *primetime*

Milestone: dengan semakin seringnya orang menonton iklan tersebut maka semakin banyak orang yang hadir.

- Below the Line

1. Bekerjasama dengan Instansi pemerintah, organisasi sosial, dan perusahaan tertentu untuk membuat aksi kampanye yang berhubungan dengan pelestarian kebudayaan bangsa

Milestone: untuk setiap even happening art minimal ada dua organisasi yang bersedia bekerjasama, dan menyerap sebesar 10% pembeli dari jumlah peserta even.

2. Pemberian undangan makan gratis terhadap orang penting pada kurun waktu 1 bulan pertama

Milestone: seluruh produk pada kurun produksi 1 bulan pertama habis terjual

✚ Tenaga penjualan

Strategy	Actions	Milestone
a. Merekrut karyawan untuk café	Jumlah karyawan yang direkrut sebanyak 6 orang. Setiap hari dibagi 2 shift, masing-masing shift diisi oleh dua orang karyawan dengan durasi kerja tiap shift 6 jam. Shift pertama dimulai dari jam 15.00 sampai jam 21.00; shift ke dua dari jam 21.00 sampai dengan jam 03.00.	Tingkat kehadiran karyawan sesuai dengan kontrak jadwal sebesar 85% setiap bulan.
b. Recruitmen tenaga marketing	Sistem kontrak kerja yang dipakai freelance. Job description: memperkenalkan adanya café sembada. Honor dihitung setiap café disewa untuk mengadakan sebuah event	Banyaknya pengunjung yang hadir dalam setiap event yang diadakan

✚ Rencana Pengembangan Jangka Panjang

- Tujuan usaha jangka panjang
 - Tujuan Umum
 1. Mencapai BEP pada periode usaha 2 tahun 7 bulan. Waktu BEP relative lama karena tingkat kecintaan masakan Indonesian masih cukup rendah
 2. Tahun kelima melakukan ekspansi pasar dengan membuka berbagai gerai baru di Indonesia
 - Tujuan Khusus
 1. Tujuan Produksi

Di tahun pertama menjalin hubungan yang baik dengan pemasok barang dan terciptanya standarisasi produk. Tahun kedua, dipatenkannya produk dan diluncurkannya varian produk yang baru
 2. Tujuan Marketing

Membangun brand equity cafe dalam kurun waktu empat tahun pertama. Tahun pertama, kedua, dan ketiga membangun brand awareness (pemahaman terhadap produk) dan perceive quality (asosiasi merk dan positioning yang kuat). Pada tahun keempat membangun brand association dan other proprietary brand assets yaitu memberikan nilai pada perusahaan melalui efektivitas program pemasaran, loyalitas merk, penjualan, dan keunggulan kompetitif
 3. Tujuan Finansial
 - a. Mencapai keuntungan sebesar Rp. 6.000.000, 00 per bulan untuk tahun pertama dan bertambah sebesar 30 % untuk setiap tahunnya
 - b. Mampu mencapai Break Even Point selama 29 bulan pertama.

✚ Sasaran-sasaran dan jadwal pencapaian (milestones)

Menerapkan measurement yang jelas dalam mengukur masing-masing strategi, dengan demikian dapat dilakukan kontrol atas kebijakan yang diambil

✚ Penetapan Harga Produk

Komposisi untuk 1 liter produk : (Beras Kencur)

- Beras C4 ½ ons 275
- Gula merah ½ kg 4000
- Gula pasir 10 gram 110
- Kencur ½ ons 300

Total biaya 1 liter produk 4675.

Biaya 200 ml produk(1 gelas) = $(4675/1000)*200 = 935$

Biaya Pokok = 935

Sewa tempat(per bulan) = 50.000.00

Target produksi(per bulan) = 10000 gelas

Beban biaya sewa = $(50.000.000/10000)=5000$

Harga Jual per gelas 200 ml = 8000

Keuntungan per gelas = 2065

Keuntungan per liter = $(1000/200)*2065 = 10.035$

Komposisi untuk 1buah klepon

- Gula Jawa 2 ons 600
- Tepung ketan ½ kg 3500
- Daun suji 10 helai 5000
- Kelapa parut 1 butir 2000
- Garam ¼ kg 300
- Kapur sirih 5000
- Isi klepon (coklat,keju ,dan kacang) 10.000

Total biaya 1 buah klepon

Biaya 4 buah klepon(1 piring) =

Biaya Pokok =

Sewa tempat(per bulan) = 50.000.000

Target produksi(per bulan) = 10000 gelas

Beban biaya sewa = $(50.000.000/10000)=5000$

Harga Jual per piring 4 buah klepon =

Keuntungan per piring =

Keuntungan per liter =

Wilayah Pemasaran

Wilayah pemasaran di orientasikan dalam 3 tahun kedepan adalah seluruh Jawa Tengah dan DIY. Tetapi pada tahun pertama berdirinya usaha kami hanya memfokuskan untuk Semarang (Untuk satu tahun pertama berdirinya usaha) Perluasan wilayah pemasaran akan ditingkatkan bertahap pada setiap tahunnya

✚ **Kebutuhan Dana Aktiva Tetap**

Keterangan	Jumlah	Harga/Unit	Jumlah Harga	Jumlah Depresiasi/th
Refrigerator	1	3,000,000.00	3,000,000.00	300,000.00
Mesin Ekstraktor Jamu	3	1,500,000.00	4,500,000.00	450,000.00
Fasilitas Café		15,000,000.00	15,000,000.00	1,500,000.00
Perlengkapan Dapur	2 Set	1,500,000.00	3,000,000.00	300,000.00
Desain Tempat Jamu dan Klepon		1,500,000.00	1,500,000.00	150,000.00
Peralatan Masak	2	750,000.00	1,500,000.00	150,000.00
Mixer	2	750,000.00	1,500,000.00	150,000.00
Etalase Cafe	1	3,000,000.00	3,000,000.00	300,000.00
Komputer	1	1,500,000.00	1,500,000.00	150,000.00
Administrasi Kantor		1,000,000.00	1,000,000.00	100,000.00
Biaya Tidak Terduga		3,000,000.00	3,000,000.00	300,000.00
TOTAL		32,500,000.00	38,500,000.00	3,850,000.00

✚ **Kebutuhan Dana Modal Kerja**

Keterangan	Kebutuhan Dana (Rp)
Sewa Tempat	10,000,000.00
Beban Promosi	500,000.00
Beban Gaji	3,000,000.00
Beban Produksi Jamu	3,000,000.00
Beban Produksi Klepon	3,000,000.00
Beban Izin Usaha & Paten Merk	2,000,000.00
Biaya Listrik, Air, Telepon	1,000,000.00
Biaya Tak Terduga	1,000,000.00
TOTAL	23,500,000.00

Kesimpulan:

Bisnis ini membutuhkan dana awal sebesar Rp. 38,500,000.00 + Rp. 23,500,000.00= Rp. 62,000,000.00

✚ **Proyeksi Produksi Per Bulan**

Jenis Barang	Kuantitas Produksi	Kuantitas Produksi	Biaya Produksi
Jamu (5 jenis)	3000 liter	600 gelas	3,000,000.00
Klepon (5 Jenis)	7500 biji	1500 porsi	3,000,000.00
TOTAL			6,000,000.00

Nb: perhitungan sudah memasukan biaya penyusutan selama proses produksi. Biaya produksi diprediksi mengalami peningkatan sebesar 20 % setiap tahunnya agar bisa mengimbangi target penjualan dari bagian marketing

✚ **Proyeksi Penjualan Per Bulan**

Jenis Barang	Harga	Jumlah produksi	Target Penjualan (100%)	Total Sales
Jamu (1 gelas)	10,000.00	600 gelas	600 gelas	6,000,000.00
Klepon (1 porsi)	5,000.00	1500 porsi	1500 porsi	7,500,000.00
TOTAL SALES				13,500,000.00

Nb: perhitungan tersebut hanya untuk tahun pertama, setiap tahunnya perusahaan menargetkan peningkatan penjualan sebesar 30 % (masuk dalam kalkulasi proceeds) agar bisa mencapai misi jangka panjang berupa pasar internasional

✚ **Proyeksi Operasional Per Bulan**

Uraian	Biaya
Beban Promosi	500,000.00
Beban Gaji	3,000,000.00
Beban Produksi Jamu dan Klepon	6,000,000.00
Beban Listrik, Air, Telepon	1,000,000.00
Biaya Perawatan	200,000.00
TOTAL BIAYA	10,700,000.00

✚ **Proyeksi Proceeds dalam Tiga Tahun**

N O	URAIAN	2010	2011	2012
		1	2	3
1	Investasi Awal	Rp 74,400,000 (+ bunga bank 20%)	Rp6,000,000	Rp6,000,000
2	Pendapatan	Rp 162,000,000	Rp210,600,000	Rp273,780,000
3	Pengeluaran			
	i. Biaya Operasional	Rp 128,400,000	Rp154,080,000	Rp184,896,000
	ii. Depresiasi	Rp 3,850,000	Rp3,850,000	Rp3,850,000
	Total Pengeluaran	Rp 132,250,000	Rp157,930,000	Rp188,746,000
	Arus Kas Sebelum Pajak	-Rp 44,650,000	Rp46,670,000	Rp49,658,000
4	Pajak (10%)	Rp 4,465,000	Rp4,667,000	Rp4,965,800
5	Arus Kas Sesudah Pajak	-Rp 49,115,000	Rp42,003,000	Rp44,692,200
6	Depresiasi	Rp 3,850,000	Rp3,850,000	Rp3,850,000
7	Arus Kas Bersih	-Rp 45,265,000	Rp45,853,000	Rp48,542,200
8	Akumulasi Arus Kas Bersih	-Rp 45,265,000	Rp588,000	Rp49,130,200
9	NPV	Rp 49,130,200		

Asumsi

- Umur Ekonomi Investasi : Tiga tahun
- Pajak : 10 %
- Depresiasi : Garis lurus

Kesimpulan:

Dari hasil perhitungan pada tabel diatas dapat diperoleh informasi sebagai berikut:

Net Present Value (NPV). : Rp49,130,200

Karena NPV = Rp49,130,200 > 0, dan POT < 3 tahun (Umur ekonomis investasi). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa investasi ini menguntungkan

7. JADWAL KEGIATAN

Langkah-langkah dari pengembangan usaha kami adalah sebagai berikut:

- Pengujian Klinis dan Eksperimen : Riset di laboratorium terkait formulasi campuran yang tepat antara bahan jamu, konsentrat pendukungnya dan proses treatment yang sesuai untuk pembuatan jamu. Juga dalam klepon, riset di laboratorium terkait campuran yang tepat gizi antara bahan klepon. Tujuan dari riset ini adalah mendapatkan standarisasi resep yang nantinya akan dipatenkan (**1 Bulan**)
- Start Awal : Perizinan usaha, penandatanganan kerja sama dengan pihak – pihak terkait, pengadaan alat produksi, sertifikasi sehat dari BPOM dan halal dari MUI, hunting lokasi untuk tempat pembuatan jamu serta makanan tradisional (klepon).
- Set – Up Usaha : Penataan kondisi cafe, penyetingan alat – alat produksi, perekrutan pegawai, perancangan , persiapan promosi cafe, audisi band untuk pembukaan cafe. (**3 Bulan**)
- Promosi Cafe : Pamfletisasi, kampanye konsep usaha melalui media, penyebaran brosur, penyebaran kupon potongan harga. (**2 Bulan**)
- Pembukaan Cafe : Dekorasi cafe dan pertunjukan music (**1 Bulan**)



BAB IX

BUDIDAYA TANAMAN JAHE

9.1 Profile tanaman jahe

Jahe termasuk dalam suku temu-temuan (*Zingiberaceae*), se-famili dengan temu-temuan lainnya seperti temu lawak (*Cucuma xanthorrhiza*), temu hitam (*Curcuma aeruginosa*), kunyit (*Curcuma domestica*), kencur (*Kaempferia galanga*), engkuas (*Languas galanga*) dan lain-lain.

Klasifikasi

Divisi : Spermatophyta
Sub-divisi : Angiospermae
Kelas : Monocotyledoneae
Ordo : Zingiberales
Famili : Zingiberaceae
Genus : Zingiber
Species : Zingiber officinale

Deskripsi Tanaman Jahe

Terna berbatang semu, tinggi 30 cm sampai 1 m, rimpang bila dipotong berwarna kuning atau jingga. daun berpasangpasangan dua-dua berbentuk pedang, panjang 15 – 23 mm, lebar 8 – 15 mm, tangkai daun berbulu dengan panjang 2–4 mm, bentuk lidah daun memanjang kurang lebih 7,5 – 10 mm dan tidak berbulu, seludang agak berbulu. Perbungaan berupa malai tersembul di permukaan tanah, berbentuk tongkat atau bundar telur yang sempit dengan panjang 2,75–3 kali lebarnya, sangat tajam, panjang malai 3,5–5 cm, lebar 1,5–1,75 cm, tangkai bunga hampir tidak berbulu dengan panjang 25 cm, rahis berbulu jarang, terdapat sisik pada tangkai bunga yang berjumlah 5–7 buah, berbentuk lanset, letaknya berdekatan atau rapat, hampir tidak berbulu, panjang sisik 3–5 cm, daun pelindung berbentuk bundar telur terbalik, bundar pada ujungnya, tidak berbulu, berwarna hijau cerah, panjang 2,5 cm, lebar 1–1,75 cm, mahkota bunga berbentuk tabung 2 – 2,5 cm, helainya agak sempit, berbentuk tajam, berwarna kuning kehijauan, panjang 1,5 – 2,5 mm, lebar 3 – 3,5 mm, bibir berwarna ungu, gelap, berbintik-bintik berwarna putih kekuningan, panjang 12 – 15 mm, kepala sari berwarna ungu, panjang 9 mm, tangkai putik berjumlah 2

9.2 Jenis Tanaman Jahe

Jahe dibedakan menjadi 3 jenis, yaitu :

1. Jahe gajah atau jahe badak Rimpangnya lebih besar dan gemuk, ruas rimpangnya lebih menggembung dari kedua varietas lainnya. Jenis jahe ini bias dikonsumsi baik saat berumur muda maupun berumur tua, baik sebagai jahe segar maupun jahe olahan.
2. Jahe putih atau disebut juga jahe emprit Ruasnya kecil, agak rata sampai agak sedikit menggembung. Jahe ini selalu dipanen setelah berumur tua. Kandungan minyak atsirinya lebih besar dari pada jahe gajah, sehingga rasanya lebih pedas, disamping seratnya tinggi. Jahe ini cocok untuk ramuan obat-obatan, atau untuk diekstrak oleoresin dan minyak atsirinya.
3. Jahe merah. Rimpangnya berwarna merah dan lebih kecil dari pada jahe emprit, jahe merah selalu dipanen setelah tua, dan juga memiliki kandungan minyak atsiri yang sama dengan jahe kecil, sehingga cocok untuk ramuan obat-obatan.

9.3 Manfaat Tanaman Jahe

Rimpang jahe dapat digunakan sebagai bumbu masak, pemberi aroma dan rasa pada makanan seperti roti, kue, biskuit, kembang gula dan berbagai minuman. Jahe juga dapat digunakan pada industri obat, minyak wangi, industri jamu tradisional, diolah menjadi asinan jahe, dibuat acar, lalap, bandrek, sekoteng dan sirup. Dewasa ini para petani cabe menggunakan jahe sebagai pestisida alami. Dalam perdagangan jahe dijual dalam bentuk segar, kering, jahe bubuk dan awetan jahe. Disamping itu terdapat hasil olahan jahe seperti: minyak atsiri dan koresin yang diperoleh dengan cara penyulingan yang berguna sebagai bahan pencampur dalam minuman beralkohol, es krim, campuran sosis dan lain- lain. Adapun manfaat secara farmakologi antara lain adalah sebagai karminatif (peluruh kentut), anti muntah, pereda kejang, anti pengerasan pembuluh darah, peluruh keringat, anti inflamasi, anti mikroba dan parasit, anti piretik, anti rematik, serta merangsang pengeluaran getah lambung dan getah empedu.

9.4 Syarat Pertumbuhan

Iklm

Tanaman jahe membutuhkan curah hujan relatif tinggi, yaitu antara 2.500-4.000 mm/tahun. Pada umur 2,5 sampai 7 bulan atau lebih tanaman jahe memerlukan intensitas cahaya matahari 70 - 100%. Dengan kata lain penanaman jahe sebaiknya dilakukan di tempat yang terbuka sehingga mendapat sinar matahari sepanjang hari. Suhu udara optimum untuk budidaya tanaman jahe antara 20-35 oC.

Tanah

Tanaman jahe paling cocok ditanam pada tanah yang subur, gembur dan banyak mengandung humus. Tekstur tanah yang baik adalah lempung berpasir, liat berpasir dan tanah laterik. Tanaman jahe dapat tumbuh pada keasaman tanah (pH) sekitar 4,3-7,4. Tetapi keasaman tanah (pH) optimum untuk jahe gajah adalah 6,8-7,0.

Ketinggian Tempat

Jahe tumbuh baik di daerah tropis dan subtropis dengan ketinggian 0 - 2.000 m dpl. Di Indonesia pada umumnya ditanam pada ketinggian 200 - 600 m dpl.

9.5 Pedoman Budidaya Jahe

a. Pembibitan

Persyaratan Bibit

Bibit berkualitas adalah bibit yang memenuhi syarat mutu genetik, mutu fisiologik (persentase tumbuh yang tinggi), dan mutu fisik. Yang dimaksud dengan mutu fisik adalah bibit yang bebas hama dan penyakit. Rimpang yang terpilih untuk dijadikan benih, sebaiknya mempunyai 2 - 3 bakal mata tunas yang baik dengan bobot sekitar 25 - 60 g untuk jahe putih besar, 20 - 40 g untuk **jahe** putih kecil dan jahe merah. Kebutuhan benih per ha untuk **jahe** putih besar yang dipanen tua membutuhkan benih 2 - 3 ton/ha dan 5 ton/ha untuk jahe putih besar yang dipanen muda. Sedangkan jahe merah dan jahe emprit 1 – 1,5 ton.

Teknik Penyemaian Bibit

Untuk pertumbuhan tanaman yang serentak atau seragam, bibit jangan langsung ditanam sebaiknya terlebih dahulu dikecambahkan. Penyemaian bibit dapat dilakukan dengan peti kayu atau dengan bedengan.

Penyemaian pada peti kayu

Rimpang jahe yang baru dipanen dijemur sementara (tidak sampai kering), kemudian

disimpan sekitar 1-1,5 bulan. Patahkan rimpang tersebut dengan tangan dimana setiap potongan memiliki 3-5 mata tunas dan dijemur ulang 1/2-1 hari. Selanjutnya potongan bakal bibit tersebut dikemas ke dalam karung beranyaman jarang, lalu dicelupkan dalam larutan fungisida dan zat pengatur tumbuh sekitar 1 menit kemudian keringkan. Setelah itu dimasukkan ke dalam peti kayu. Lakukan cara penyemaian dengan peti kayu sebagai berikut: pada bagian dasar peti kayu diletakkan bakal bibit selapis, kemudian di atasnya diberi abu gosok atau sekam padi, demikian seterusnya sehingga yang paling atas adalah abu gosok atau sekam padi tersebut. Setelah 2-4 minggu, bibit jahe tersebut sudah siap disemai.

Penyemaian pada bedengan

Buat rumah penyemaian sederhana ukuran 10 x 8 m untuk menanam bibit 1 ton (kebutuhan jahe gajah seluas 1 ha). Di dalam rumah penyemaian tersebut dibuat bedengan dari tumpukan jerami setebal 10 cm. Rimpang bakal bibit disusun pada bedengan jerami lalu ditutup jerami, dan di atasnya diberi rimpang lalu diberi jerami pula, demikian seterusnya, sehingga didapatkan 4 susunan lapis rimpang dengan bagian atas berupa jerami.

Perawatan bibit pada bedengan dapat dilakukan dengan penyiraman setiap hari dan sesekali disemprot dengan fungisida. Setelah 2 minggu, biasanya rimpang sudah bertunas. Bila bibit bertunas dipilih agar tidak terbawa bibit berkualitas rendah. Bibit hasil seleksi itu dipatah-patahkan dengan tangan dan setiap potongan memiliki 3-5 mata tunas dan beratnya 40-60 gram.

Penyiapan Bibit

Sebelum ditanam, bibit harus dibebaskan dari ancaman penyakit dengan cara bibit tersebut dimasukkan ke dalam karung dan dicelupkan ke dalam larutan fungisida sekitar 8 jam. Kemudian bibit dijemur 2-4 jam, barulah ditanam.

b. Persiapan Lahan Budidaya Jahe

Pembukaan Lahan

Pengolahan tanah diawali dengan dibajak sedalam kurang lebih dari 30 cm dengan tujuan untuk mendapatkan kondisi tanah yang gembur atau remah dan membersihkan tanaman pengganggu. Setelah itu tanah dibiarkan 2-4 minggu agar gas-gas beracun menguap serta bibit penyakit dan hama akan mati terkena sinar matahari. Apabila pada pengolahan tanah pertama dirasakan belum juga gembur, maka dapat dilakukan pengolahan tanah yang kedua sekitar 2-

3 minggu sebelum tanam dan sekaligus diberikan pupuk kandang dengan dosis 1.500-2.500 kg/Ha.

Pembentukan Bedengan

Pada daerah-daerah yang kondisi air tanahnya jelek dan sekaligus untuk mencegah terjadinya genangan air, sebaiknya tanah diolah menjadi bedengan-bedengan dengan ukuran tinggi 20-30 cm, lebar 80-100 cm, sedangkan panjangnya disesuaikan dengan kondisi lahan.

Pengapuran

Pengapuran dilakukan pada saat pembentukan bedengan. Pada tanah dengan pH rendah, sebagian besar unsur-unsur hara didalamnya, terutama fosfor (p) dan calcium (Ca) dalam keadaan tidak tersedia atau sulit diserap. Kondisi tanah yang masam ini dapat menjadi media perkembangan beberapa cendawan penyebab penyakit fusarium sp dan pythium sp. Pengapuran juga berfungsi menambah unsur kalium yang sangat diperlukan tanaman untuk mengeringkan bagian tanaman yang berkayu, merangsang pembentukan bulu-bulu akar, mempertebal dinding sel buah dan merangsang pembentukan biji.

9.6 Teknik Penanaman Jahe

Penentuan Pola Tanaman

Pembudidayaan jahe secara monokultur pada suatu daerah tertentu memang dinilai cukup rasional, karena mampu memberikan produksi tinggi. Namun di daerah, pembudidayaan tanaman jahe secara monokultur kurang dapat diterima karena selalu menimbulkan kerugian. Penanaman jahe secara tumpangsari dengan tanaman lain mempunyai keuntungan-keuntungan sebagai berikut :

- a. Mengurangi kerugian yang disebabkan naik turunnya harga.
- b. Menekan biaya kerja, seperti: tenaga kerja pemeliharaan tanaman.
- c. Meningkatkan produktivitas lahan.
- d. Memperbaiki sifat fisik dan mengawetkan tanah akibat rendahnya pertumbuhan gulma (tanaman pengganggu). Praktek di lapangan, ada jahe yang ditumpangsarikan dengan sayursayuran, seperti ketimun, bawang merah, cabe rawit, buncis dan lain-lain. Ada juga yang ditumpangsarikan dengan palawija, seperti jagung, kacang tanah dan

beberapa kacang-kacangan lainnya.

Pembutan Lubang Tanam

Untuk menghindari pertumbuhan jahe yang jelek, karena kondisi air tanah yang buruk, maka sebaiknya tanah diolah menjadi bedengan-bedengan. Selanjutnya buat lubang-lubang kecil atau alur sedalam 3-7,5 cm untuk menanam bibit.

Cara penanaman

Cara penanaman dilakukan dengan cara melekatkan bibit rimpang secara rebah ke dalam lubang tanam atau alur yang sudah disiapkan. Jarak tanam yang digunakan untuk penanaman **jahe** putih besar yang dipanen tua adalah 80 cm x 40 cm atau 60 cm x 40 cm, **jahe** putih kecil dan **jahe** merah 60 cm x 40 cm.

Perioda Tanam

Penanaman jahe sebaiknya dilakukan pada awal musim hujan sekitar bulan September dan Oktober. Hal ini dimungkinkan karena tanaman muda akan membutuhkan air cukup banyak untuk pertumbuhannya.

Pemeliharaan Tanaman

1. Penyulaman, Penyulaman dilakukan pada umur 2–3 minggu setelah tanam.
2. Penyiangan, Penyiangan pertama dilakukan ketika tanaman jahe berumur 2-4 minggu kemudian dilanjutkan 3-6 minggu sekali. Tergantung pada kondisi tanaman pengganggu yang tumbuh. Namun setelah jahe berumur 6-7 bulan, sebaiknya tidak perlu dilakukan penyiangan lagi, sebab pada umur tersebut rimpangnya mulai besar.
3. Pembubunan, Tanaman jahe memerlukan tanah yang peredaran udara dan air dapat berjalan dengan baik, maka tanah harus digemburkan. Disamping itu tujuan pembubunan untuk menimbun rimpang jahe yang kadang-kadang muncul ke atas permukaan tanah. Apabila tanaman jahe masih muda, cukup tanah dicangkul tipis di sekeliling rumpun dengan jarak kurang lebih 30 cm. Pertama kali dilakukan pembubunan pada waktu tanaman jahe berbentuk rumpun yang terdiri atas 3-5 anakan, umumnya pembubunan dilakukan 2-3 kali selama umur tanaman jahe. Namun tergantung kepada kondisi tanah dan banyaknya hujan.
4. Pemupukan, Pada budidaya jahe secara organik yang tidak menggunakan bahan kimia termasuk pupuk buatan dan obat-obatan, maka pemupukan secara organik yaitu dengan menggunakan pupuk kompos organik atau pupuk kandang dilakukan lebih sering disbanding kalau kita menggunakan pupuk buatan. Adapun pemberian pupuk

kompos organik ini dilakukan pada saat pembuatan guludan sebagai pupuk dasar sebanyak 60 – 80 ton per hektar yang ditebar dan dicampur tanah olah. Untuk menghemat pemakaian pupuk kompos dapat juga dilakukan dengan jalan mengisi tiap-tiap lobang tanam di awal penanaman sebanyak 0.5 – 1kg per tanaman. Pupuk susulan selanjutnya dilakukan pada umur 2 – 3 bulan, 4 – 6 bulan, dan 8 – 10 bulan. Adapun dosis pupuk susulan sebanyak 2 – 3 kg per tanaman. Pemberian pupuk kompos ini biasanya dilakukan setelah kegiatan penyiangan dan bersamaan dengan kegiatan pembubunan. Apabila kita akan menggunakan pupuk kimia, maka pupuk organik cukup diberikan pada saat pemupukan dasar dengan dosis 15-20 ton/ha.

5. Pemupukan Kimia, Selain pupuk dasar (pada awal penanaman), tanaman jahe perlu diberi pupuk susulan kedua (pada saat tanaman berumur 2-4 bulan). Pemupukan tahap kedua digunakan pupuk buatan (urea 20 gram/pohon, TSP 10 gram/pohon, dan ZK 10 gram/pohon).
6. Pengairan dan Penyiraman, Tanaman Jahe tidak memerlukan air yang terlalu banyak untuk pertumbuhannya, akan tetapi pada awal pertumbuhannya tanaman jahe membutuhkan air yang cukup, sehingga saat memulai budidaya jahe diusahakan penanaman pada awal musim hujan sekitar bulan September.

Hama Penyakit Tanaman Jahe

Beberapa penyakit penting pada **tanaman jahe** yang umum dijumpai, terutama **jahe** putih besar, adalah layu bakteri (*Ralstonia solanacearum*), layu fusarium (*Fusarium oxysporum*), layu rizoktonia (*Rhizoctonia solani*), nematoda (*Rhizoglyphus similis*) dan lalat rimpang (*Mimergralla coeruleifrons*, *Eumerus figurans*) serta kutu perisai (*Aspidiella hartii*). Penyemprotan pestisida sebaiknya dilakukan mulai dari penyimpanan bibit dan pada saat pemeliharaan dengan interval 14 hari sekali. Penyemprotan pestisida pada fase pemeliharaan biasanya dicampur dengan pupuk cair atau vitamin-vitamin yang mendorong pertumbuhan jahe

PANEN

Panen untuk konsumsi dimulai pada umur 6 sampai 10 bulan. Tetapi, rimpang untuk benih dipanen pada umur 10 – 12 bulan. Cara panen dilakukan dengan membongkar seluruh rimpangnya menggunakan garpu, cangkul, kemudian tanah yang menempel dibersihkan. Dengan menggunakan varietas unggul jahe putih besar dihasilkan rata-rata 27 ton rimpang segar, jahe putih kecil dengan cara budidaya yang direkomendasikan, dihasilkan rata-rata

16 ton/ha rimpang segar dengan kadar minyak atsiri 1,7 – 3,8%, kadar oleoresin 2,39 – 8,87%. Sedangkan jahe merah 22 ton/ha dengan kadar minyak atsiri 3,2 – 3,6%, kadar oleoresin 5,86 – 6,3

BAB X

AKSES PERBANKAN

Sampai dengan saat ini jumlah masyarakat Indonesia yang *unbanked / unbankable* masih cukup tinggi, menurut data dari World Bank untuk tahun 2014 jumlah bank account yang dimiliki penduduk Indonesia hanya 19.6% dari total populasi dan jumlah simpanan di lembaga formal selain bank hanya sebesar 15.3%. Sementara, jumlah total pinjaman dari lembaga formal hanya mencakup 8.5% dari keseluruhan jumlah populasi dan jumlah pinjaman dari lembaga nonformal seperti teman, keluarga ataupun rentenir mencapai 42.3%. Dengan kata lain, sekitar 80% dari penduduk Indonesia belum mendapatkan akses perbankan baik untuk simpanan maupun kredit.

Berdasarkan kajian OJK, sekitar 99 persen dari seluruh usaha di Indonesia merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang jumlahnya mencapai 60 juta unit dengan kontribusi ke PDB mencapai 60,43 persen. Sementara, jumlah UMKM yang layak di mata perbankan (*bankable*) mencapai 11 juta unit, sedangkan 49 juta unit lainnya diperkirakan belum mendapat akses pembiayaan.

Berdasarkan hal tersebut, berikut merupakan informasi beberapa produk BRI sebagai sarana untuk mengenal perbankan lebih jauh terutama akses permodalan sebagai mitra untuk pengembangan usaha di masa mendatang.

10.1 TABUNGAN

A. Simpedes

Simpanan masyarakat dalam bentuk tabungan dengan mata uang rupiah, yang dapat dilayani di Kantor Cabang Khusus BRI / Kanca BRI / KCP BRI / BRI Unit / Teras BRI, yang jumlah penyetoran dan pengambilannya tidak diatasi baik frekuensi maupun jumlahnya, sepanjang memenuhi ketentuan yang berlaku.

1. Keunggulan

- Jaringan yang tersebar luas di seluruh Indonesia dan terhubung secara On Line
- Peluang besar untuk memenangkan hadiah, total Milyaran Rupiah
- Dilengkapi dengan BRI Card (Kartu BRI) yang berfungsi sebagai Kartu ATM dan Kartu Debit dengan fitur transaksi yang lengkap.

- Pembukaan Rekening Tabungan Simpedes BRI yang mudah dan praktis, di seluruh unit kerja BRI.
- Jumlah dan frekuensi setoran dan pengambilan tidak dibatasi, sepanjang memenuhi ketentuan yang berlaku

2. Fasilitas

a. Transfer Otomatis Antar Rekening

- Automatic Fund Transfer (AFT)

Fasilitas untuk mentransfer otomatis dana dari rekening Simpedes ke rekening lainnya di BRI, baik di Unit Kerja sendiri ataupun di Unit Kerja lain, setiap tanggal tertentu dengan nominal transfer tertentu yang bersifat tetap (secara rutin).

- Account Sweep

Fasilitas untuk mentransfer dana dari satu rekening ke rekening lainnya di Unit Kerja sendiri ataupun di Unit Kerja lain secara otomatis yang sebelumnya di *set up* saldo minimal atau saldo maksimalnya. Transfer otomatis terjadi apabila batas saldo minimal atau maksimal tersebut terlampaui. Fasilitas ini dapat digunakan untuk keperluan Simpedes mem-*back up* giro secara otomatis.

- Automatic Grab Fund (AGF)

Fasilitas transfer otomatis untuk menarik (mendebet) dana secara otomatis oleh satu rekening dari rekening lainnya, baik di Unit Kerja sendiri maupun Unit Kerja lain. Inisiatif pendebitan berasal dari rekening yang akan mendebet, dengan nominal transaksi yang bersifat tetap. Fasilitas ini dapat digunakan untuk pembayaran angsuran pinjaman secara otomatis, dimana rekening pinjaman akan secara otomatis mendebet rekening Simpedes untuk membayar angsurannya.

- Aksesibilitas Kartu ATM/Debit BRI di jaringan BRI, ATM Bersama, Link, Prima, Cirrus, Maestro dan MasterCard baik di dalam maupun di luar negeri.
- Transaksi real time online di lebih dari 10.600 Unit Kerja BRI dan 23.041 ATM BRI seluruh Indonesia.

3. Persyaratan

- Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening
- Setoran awal sebesar Rp 100.000,-

- c. Perorangan : Melengkapi identitas diri : WNI (KTP / SIM / Paspor), WNA (KITAS atau KITAP)
- d. Non Perorangan : melengkapi identitas perusahaan, Anggaran Dasar, SIUP, SITU, dsb

B. BritAma

Produk tabungan yang memberikan beragam kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan dengan didukung fasilitas *e-banking* dan sistem *real time online* yang akan memungkinkan nasabah untuk bertransaksi kapanpun dan dimanapun.

1. Keunggulan BritAma:

- a. Transaksi real time online di lebih dari 10.600 Unit Kerja BRI dan 23.041 ATM BRI seluruh Indonesia.
- b. Aksesibilitas Kartu ATM/Debit BRI di jaringan BRI, ATM Bersama, Link, Prima, Cirrus, Maestro dan MasterCard baik di dalam maupun di luar negeri.
- c. Gratis cover asuransi kecelakaan diri hingga Rp 150.000.000,-
- d. Didukung oleh Fasilitas e-Banking (mobile banking, Internet banking, sms notifikasi dll)
- e. Suku bunga tabungan kompetitif
- f. Dapat memilih Fasilitas Transaksi Otomatis
- g. Limit Transaksi Antar Cabang hingga Rp.300.000.000,-

2. Fasilitas:

- a. E-banking BRI (ATM, CDM, Mini ATM, *SMS Banking*, *Internet Banking*, *Mobile Banking*, SMS Notifikasi, dll.)
- b. Asuransi kecelakaan diri bagi nasabah perorangan:
 - Nasabah Tabungan BRI BritAma dengan saldo akhir minimal Rp. 500.000 diberikan fasilitas asuransi kecelakaan diri secara gratis.
 - Pertanggung yang diberikan sebesar 250% dari saldo akhir atau maksimal sebesar Rp. 150 juta.
 - Diberikan tambahan manfaat asuransi untuk nasabah yang meninggal karena kecelakaan yaitu: Santunan pendidikan (200% dari saldo akhir atau maksimal Rp.10 juta), Santunan pendapatan (100% dari saldo akhir atau maksimal Rp 12 juta), Santunan duka sebesar Rp1,5 juta.

- c. Diikutsertakan pada program undian Untung Beliung BritAma, dan Program hadiah menarik lainnya.
 - d. Fasilitas Transaksi Otomatis, meliputi:
 - Automatic Fund Transfer (AFT)
Fasilitas untuk mentransfer dana dari Tabungan BRI BritAma ke rekening lainnya di BRI pada tanggal tertentu yang ditetapkan nasabah.
 - Account Sweep
Fasilitas untuk mentransfer dana dari Tabungan BRI BritAma ke rekening lainnya secara otomatis, yang sebelumnya telah di *set up* sesuai dengan batasan saldo minimal dan maksimal yang ditetapkan nasabah.
 - Automatic Grab Fund (AGF)
Fasilitas untuk menarik (mendebet) dana Tabungan BRI BritAma secara otomatis oleh satu rekening tertentu, misalnya untuk angsuran pembayaran rekening pinjaman Bank.
3. Persyaratan:
- a. Mengisi form aplikasi pembukaan rekening
 - b. Identitas diri : WNI (Kartu Tanda Penduduk (KTP) berbasis NIK dan NPWP), WNA (Paspor dan KIMS/KITAP/KITAS atau surat keterangan pendukung).
 - c. Setoran awal sebesar Rp 250.000,-

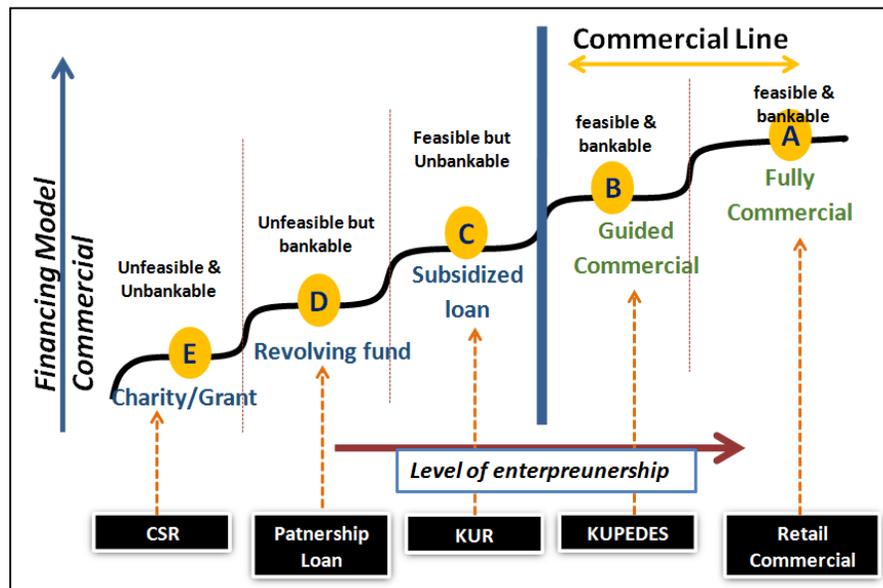
10.2 KREDIT

Menurut UU RI NO.7/1992, pasal 1 butir 12 bahwa Kredit adalah penyediaan uang berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga, imbalan atau pembagian hasil keuntungan. Kredit dapat diberikan pada semua sektor usaha baik untuk tujuan produktif maupun konsumtif dengan jangka waktu tertentu

Definisi UMKM menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yaitu:

1. Usaha Mikro yaitu usaha produktif milik perorangan dan atau badan usaha perorangan dengan aset < Rp 50 Juta (excl. tanah & bangunan tempat usaha) dan omzet paling banyak Rp 300 Juta per tahun.

2. Usaha Kecil yaitu Usaha produktif milik perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari usaha menengah atau besar dengan aset Rp 50 Juta – Rp 500 Juta (excl. tanah & bangunan tempat usaha) dan omzet Rp 300 Juta – Rp 2,5 M per tahun.
3. Usaha menengah yaitu usaha produktif milik perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari usaha kecil atau besar dengan aset Rp 500 Juta – Rp 10 M (excl. tanah dan bangunan usaha) dan omzet antara Rp 2,5 M – Rp 50 M per tahun.



Fase pembiayaan pelaku UMKM

A. KUR BRI

Debitur yang dapat dilayani dengan KUR adalah Individu/perseorangan atau badan hukum yang melakukan usaha produktif berupa:

- Usaha mikro, kecil dan menengah
- Calon TKI
- Calon Pekerja Magang di luar negeri
- Anggota keluarga dari karyawan/karyawati atau TKI
- TKI Purna

- Pekerja yang terkena Pemutusan Hubungan Kerja (PHK)

Kriteria pengusaha mikro yang dapat disalurkan KUR adalah:

- Memiliki Usaha Produktif
- Memiliki Usaha Layak
- Tidak memiliki agunan sesuai persyaratan Bank.

Sektor Ekonomi yang dapat dilayani pada saat ini adalah sebagai berikut :

Pertanian	Perikanan	Industri Pengolahan	Perdagangan Terkait	Jasa
<ul style="list-style-type: none"> • Pertanian Padi • Pertanian Palawija • Pertanian rempah-rempah • Perkebunan Tebu • Perkebunan Sayuran; Buah-buahan; Bunga-bunga • Pembibitan dan Budidaya Domba, Sapi potong, Unggas 	<ul style="list-style-type: none"> • Penangkapan Ikan • Penangkapan Udang • Budidaya Rumput Laut • Budidaya Biota Air Tawar • Pembenihan Biota Laut 	<ul style="list-style-type: none"> • Industri Minuman • Industri Roti • Industri Makaroni, Mie, Spageti, Bihun dan Soun • Industri Tempe Tahu • Industri Alas Kaki • Industri Keramik 	<ul style="list-style-type: none"> • Perdagangan Beras • Perdagangan Hasil Bumi • Perdagangan Pupuk • Perdagangan Makanan, minuman, Industri olahan • Perdagangan Hasil Ternak • Perdagangan hasil Perikanan. • Perdagangan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Penyedia akomodasi dan penyediaan makanan. • Transportasi, pergudangan dan komunikasi. • Real estate, usaha persewaan, jasa perusahaan. • Jasa pendidikan. • Salon, Bengkel, Penjahit

Ketentuan dan Syarat Kredit

	KUR MIKRO	KUR RITEL
PASAR SASARAN	Debitur yang dapat dilayani dengan KUR adalah Individu/perseorangan atau badan usaha yang melakukan usaha produktif berupa: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Usaha mikro, kecil dan menengah ❖ Calon TKI ❖ Calon pekerja Magang diluar negeri ❖ Anggota keluarga dari karyawan/karyawati tetap atau TKI ❖ TKI purna ❖ Pekerja yang terkena Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) 	
PLAFOND	Sampai dengan Rp 25 Juta; Maksimal Plafon yang dinikmati Rp 75 juta perdebitur	> Rp 25 Juta s.d 500 Juta; Maksimal Plafon yang dinikmati Rp 500 juta perdebitur
SUKU BUNGA	9% efektif per tahun setara dengan 0.41% flat perbulan	9% efektif
JANGKA WAKTU	KMK 3 tahun ; KI 5 tahun	KMK 4 tahun ; KI 5 tahun
LAMA USAHA	Minimal 6 bulan	Minimal 6 bulan

Syarat Calon Debitur

a. KUR Mikro BRI

- Individu (perorangan) yang melakukan usaha produktif dan layak
- Telah melakukan usaha secara aktif minimal 6 bulan
- Tidak sedang menerima kredit dari perbankan kecuali kredit konsumtif seperti KPR, KKB, dan, Kartu Kredit
- Persyaratan administrasi
Identitas berupa KTP, Kartu Keluarga (KK), dan surat ijin usaha

b. KUR Ritel BRI

- Mempunyai usaha produktif dan layak
- Tidak sedang menerima kredit dari perbankan kecuali kredit konsumtif seperti KPR, KKB, dan, Kartu Kredit
- Telah melakukan usaha secara aktif minimal 6 bulan
- Memiliki *Surat Ijin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK)* atau surat ijin usaha lainnya yang dapat dipersamakan

c. KUR TKI BRI

- Identitas berupa KTP dan Kartu Keluarga
- Perjanjian kerja dengan pengguna jasa
- Perjanjian penempatan
- Passpor
- Visa
- Persyaratan lainnya sesuai ketentuan

B. Kupedes

Kredit dengan bunga bersaing yang bersifat umum untuk semua sektor ekonomi, ditujukan untuk individual (badan usaha maupun perorangan) yang memenuhi persyaratan dan dilayani di seluruh BRI Unit dan Teras BRI.

1. Besaran *Plafond*

Kupedes Besar plafond yg dpt diberikan maksimal s/d Rp. 200 juta

2. Bentuk Kredit

Kupedes dapat diberikan dalam bentuk *non annuitet (flat rate)* atau persekot *annuitet*

3. Tujuan Penggunaan

Pada dasarnya penggunaan kredit di segmen mikro belum sepenuhnya dapat dipisahkan antara penggunaan untuk keperluan usaha atau untuk keperluan rumah tangga. Untuk keperluan analisa pemberian Kupedes, pelaporan dan pencatatan administrasi pemberian kredit di segmen mikro menggunakan pendekatan jenis penggunaan :

- a. Kupedes Modal Kerja : Penggunaan Kupedes untuk membiayai modal kerja dari usaha debitur
- b. Kupedes Investasi : Penggunaan Kupedes untuk pembelian barang-barang modal yang diperlukan guna melakukan rehabilitasi, modernisasi, ekspansi atau pendirian usaha baru, termasuk untuk sektor pertanian tanaman keras

4. Suku Bunga : bersaing, murah dan *reviewable* pada periode tertentu

5. Provisi dan Biaya Administrasi : bebas biaya provisi untuk plafond s.d 50 juta

6. Jangka Waktu

Modal Kerja dan Investasi max. 5 Tahun kecuali Kupedes Investasi untuk pembelian, pembangunan dan atau merenovasi tempat usaha dapat diberikan jangka waktu maks 120 bulan. Pola angsuran sesuai karakteristik, siklus usaha dan cashflow debitur : Bulanan, 3/4/6 Bulanan, Sekali Lunas. Untuk debitur yg memilih 3/4/6 bulanan dan sekali lunas dpt diberi alternatif : bayar angsuran sesuai jk. waktu pola angsurannya atau bayar pokok tetap sesuai pola angsuran tetapi angsuran bunga di bayar per bulan

7. Fasilitas

- a. Memperoleh asuransi jiwa kredit.
- b. Memperoleh asuransi jiwa, kesehatan, kecelakaan, dan meninggal dunia.
- c. Setoran dapat dilakukan di semua BRI Unit maupun melalui EDC Collection.

8. Persyaratan

- a. Melampirkan legalitas usaha, minimal surat keterangan usaha dari Kepala Desa / Lurah / Pasar.
- b. Pengalaman usaha minimal 1 tahun.
- c. Melampirkan dokumen identitas diri KTP / SIM

10.3 BRILINK

BRILink adalah layanan keagenan milik Bank BRI untuk melayani transaksi perbankan melalui agen bagi masyarakat disekitarnya terutama masyarakat yang berlokasi jauh dari jangkauan kantor bank dan masyarakat unbanked/unbankable, sehingga dapat melakukan transaksi tanpa harus datang ke kantor bank. Sedangkan Agen BRILink merupakan perluasan channel dan layanan Bank BRI dimana Bank BRI menjalin kerjasama dengan nasabah untuk menjadi agen yang dapat melayani transaksi perbankan bagi masyarakat secara *real time online* dengan konsep *sharing fee*.

A. Manfaat BRILink :

1. Bagi Agen

- Tambahan sumber pendapatan
- Peningkatan *image* karena di-branding dari BRI
- Menambah segmen pelanggan dan potensi *cross selling* usaha

2. Bagi Masyarakat

- Dekat dengan domisili sehingga menghemat waktu dan biaya
- Bisa bertransaksi tanpa harus dibatasi jam kantor atau hari libur
- Bisa menabung dan tarik tunai dengan nominal kecil
- Suasana lebih kekeluargaan dan informal

B. Keunggulan menjadi Agen BRILink

1. Tanpa modal alat

2. Bebas biaya sewa bulanan alat

3. Dapat melayani pembukaan rekening Tabunganku Basic Saving Account, Referral Pinjaman Mikro, Asuransi Mikro, T-Bank, transfer sesama Bank BRI dan antar bank serta fitur transaksi lainnya (bayar listrik, bayar telepon, cicilan, beli pulsa, dan lainnya)

4. Fee yang diberikan kompetitif

C. Persyaratan menjadi Agen BRILink :

1. Perseorangan/ instansi non berbadan hukum

2. Memiliki usaha minimal 2 tahun

3. Memiliki rekening simpanan berkartu di Bank BRI dan menyetor uang jaminan sebesar Rp 3.000.000,- dan saldo tersebut diblokir selama menjadi agen atau

4. Memiliki rekening pinjaman di Bank BRI (tanpa harus menyetor uang jaminan) dengan kolektibilitas Lancar selama 6 bulan terakhir.
5. Memiliki surat keterangan usaha (sekurang-kurangnya dari perangkat desa)
6. Belum menjadi agen dari Bank penyelenggara Laku Pandai

D. Kelengkapan dokumen pengajuan Agen BRILink :

1. Fotocopy dokumen identitas individu/ pengurus usaha : KTP pemilik/ pengurus, NPWP pemilik/ pengurus.
2. Fotocopy dokumen legalitas usaha :
 - Surat Keterangan Usaha minimal dari RT/RW, atau
 - Akte Pendirian (Untuk Agen BRILink berbadan usaha)
 - SIUP, SITU, TDP (Untuk Agen BRILink berbadan usaha)
 - Izin usaha lainnya
3. Fotocopy bukti kepemilikan rekening : buku tabungan/ rekening koran

E. Pendaftaran Agen BRILink :

1. Formulir dari Bank BRI : Formulir pengajuan, perjanjian kerjasama
2. Kelengkapan dokumen agar diajukan ke Unit Kerja BRI terdekat (Kanca/KCP/ BRI Unit/ Teras BRI)

BRILink

 Setor & Tarik Tunai  Bayar Telepon  Isi Pulsa  Tabunganku	 Pinjaman Mikro  Cicilan  Bayar Listrik  Transfer Antar Bank
---	---



... IT BRI menjangkau semua lapisan masyarakat di seluruh pelosok Indonesia ...



Asuransi Mikro **KKM** Pemasaran AMKKM
Keselamatan Kesehatan Meninggal Dunia

BAB XI

OLAHAN PRODUK BERBASIS REMPAH

11.1 Es Krim Jamu

Ketika mendengar kata jamu pasti dalam pikiran kita adalah, minuman tradisional dari Jawa yang sangat pait dan tidak enak, namun dengan kemajuan zaman jamu, bukan hanya menjadi minuman pait yang tidak modern, kita dapat memodifikasi jamu menjadi es krim yang enak tapi tetap memiliki khasiat yang menyehatkan, adapun resep untuk membuat es krim jamu adalah sebagai berikut

Beberapa bahan untuk Pembuatan Es Krim Jamu yang Sehat antara lain :

Bahan Jamu 1

- ✚ 3 sdm beras
- ✚ 10 cm kencur
- ✚ 5 cm jahe
- ✚ 2 batang serai
- ✚ 5 lembar daun jeruk

Bahan Jamu 2

- ✚ 5 buah botor
- ✚ 5 buah daung (kedaung)
- ✚ 2 buah pekak
- ✚ 5 buah cengkeh
- ✚ 5 buah kapulaga
- ✚ 2 buah cabe jawa
- ✚ Gula jawa secukupnya
- ✚ 2 cm kayu manis

Bahan-bahan adonan ice cream

- ✚ 2 sdm tepung tapioka
- ✚ 1 sdm tepung hunkwe
- ✚ air dingin secukupnya
- ✚ air panas secukupnya



Cara Membuat Es Krim Jamu

Berikut ini adalah urutan *Cara Membuat Es Krim Jamu* :

Cara Membuat Jamu

1. Rendam beras sampai kurang lebih 10n menit, setelah itu tiriskan, setelah air sudah tiris, sangrai beras, tunggu hingga sekiranya beras sudah tidak panas. Setelah beras dingin,blender beras bersamaan dengan kencur,saring, sisihkan.
2. sangrai bahan 2 (bumbu-bumbu) kemudian tumbuk kasar, sisihkan.
3. Bumbu-bumbu yang telah di sangrai kemudian di rebus bersamaan dengan sisa bahan dasar kemudian disaring dan disatukan dengan beras dan kencur yang telah di blender.

Cara Membuat Es Krim Jamu

1. Larutkan tepung tapioka dan tepung hunkwe dengan sedikit air dingin kemudian ditambahkan dengan air panas mendidih sampai mengental dan pekat seperti lem, kemudian blender dan saring.
2. Campur adonan ice cream yang telah jadi dengan adonan beras kencur yang telah jadi. Setelah itu, masukan semua adonan ke dalam tempat pembuatan ice cream (termos es puter) kemudian letakan termos es puter kedalam ember, setelah itu masukan es batu dan garam ke dalam ember. Kemudian diputar-putar sampai menjadi ice cream.

11.2 LULUR REMPAH

Sebagai wanita tentu saja pasti sangat akrab dengan lulur, yaitu semacam ramuan yang dapat memberikan efek yang baik bagi kulit, baik untuk mencerahkan atau untuk membersihkan kotoran badan, seperti dilansir dari vemale.com ada beberapa jenis lulur tradisional yang di Indonesia, ada empat jenis lulur yang dapat digunakan untuk memutihkan kulit dan mempercantik kulit kita. Adapun jenis lulur dan cara pembuatannya adalah sebagai berikut :

1. Lulur kuning pandan Jawa, Lulur ini terbuat dari campuran tepung beras, kunyit, kencur, temu giring dan daun pandan serta ditambahkan beberapa tetes air mawar. Lulur ini dapat menghilangkan sel kulit mati, menyejukkan serta melembabkan kulit. Selain itu kunyit dalam lulur ini dapat memberi kesan warna kuning langsung pada kulit sehingga kulit terlihat lebih cerah.

2. Lulur boreh Bali Bali , memiliki lulur tersendiri yang dikenal dengan nama boreh. Lulur ini dibuat dari campuran beras, kencur, jahe, kunyit, cengkeh, biji pala, kayu cendana, kemiri

dan kelapa parut. Bahan-bahan ini dipercaya dapat mengangkat sisa kotoran, membersihkan kulit dari bakteri serta memiliki unsur stimulan alami sebagai penghangat tubuh.

3. Lulur Kalimantan Lulur dari daerah Kalimantan, semuanya mengandung susu yang dicampur dengan bahan baku yang terbuat dari rempah-rempah alami berbentuk serbuk yang sangat halus. Ramuan ini merupakan warisan turun temurun dari suku Dayak yang mampu mengangkat kotoran tubuh secara maksimal sehingga kulit menjadi lebih halus dan cerah. Selain dari bahan susu dan rempah-rempah, Kalimantan juga menghasilkan lulur cokelat, kopi, teh hijau, dan masih banyak lagi.

4. Lulur Scrub Ada dua jenis lulur scrub, yaitu granule atau butiran dan tanpa granule atau tanpa butiran. Granule pada lulur tradisional yang terbuat dari bahan alami biasanya memiliki butiran yang lebih keras dan kasar daripada body scrub. Untuk itu scrub disarankan tidak dipakai di kulit wajah yang lebih sensitif dari kulit tubuh lainnya. Nah itulah ladies beberapa jenis lulur tradisional yang ada di Indonesia yang bisa Anda coba. Pasti dari keempat jenis lulur di atas salah satu diantaranya gampang dan mudah Anda gunakan. Silahkan dipilih mana yang Anda sukai dan semoga kulit Anda jadi cantik. Semoga bermanfaat!



DAFTAR PUSTAKA

- Boone, L. E., & Kurt, D. L. (2007). Pengantar Bisnis Kontemporer. *Jakarta, Salemba Empat*.
- Hendro, M. (2011). Dasar-Dasar Kewirausahaan. *Panduan bagi Mahasiswa untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Dunia Bisnis, Jakarta*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran. *Jakarta: Penerbit Erlangga*.
- Nugraha, R. S., & Esfand, M. (2012). *Jangan Jadi Pemimpin Sebelum Baca Buku Ini! : VisiMedia*.
- Purwanti, T. (2012). Pengaruh Motivasi dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada Kantor Direksi PDAM Tirta Wampu Kabupaten Langkat.
- Sucipto, A. (2010). Studi Kelayakan Bisnis: Analisis Integratif dan Studi Kasus. *Aditya Media. Malang*.
- Suharyadi, P., & Faturohman, M. (2007). Kewirausahaan: Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda. *Salemba Empat. Jakarta. Hal, 121*.
- Supriyono, I.(2008). Guru Goblok Ketemu Murid Goblok.*Surabaya: Pustaka Progresif*
- Suryana, K., & Praktis, P. (2006). Kiat dan Proses Menuju Sukses Edisi 3. *Salemba Empat*.
- Tedjasutisna, A. (2004). Memahami Kewirausahaan SMK Tingkat 1: Berdasarkan Kurikulum
- Valentino Dinsi Penyunting Bahasa, I. JANGAN mau seumur hidup jadi orang.
- <http://livemakefun.blogspot.co.id/2014/01/cara-membuat-siup-surat-izain-usaha.html>
- <http://www.kemenperin.go.id/artikel/1430/Industri-Jamu-Targetkan-Penjualan-Sampai-Rp-36-Triliun>
- <https://id.scribd.com/doc/37462313/Bisnis-Plan>
- <http://smeindonesia.org/inkubator-bisnis-di-indonesia-bagaimana-upayanya-mendorong-start-up-bisnis/811/>
- <http://newslifestyle4u.blogspot.co.id/2014/07/lulur-tradisional-buatan-sendiri.html>
- <http://ahlimanajemenpemasaran.com/2011/07/tahapan-dalam-pengembangan-produk-baru-new-product-development/>
- <http://sardanisitumorang.blogspot.co.id/2014/07/ccontoh-perusahaan-yang-melakukan.html>
- <http://www.mncgroup.com/page/news-feed/mnc-life-edukasi-mahasiswa-studentxceos-tentang-kewirausahaan>



buku kewirausahaan ini merupakan buku kedua setelah buku “ panduan wirausaha bagi purna TKI” tema yang diusung masih berputar masalah kewirausahaan. Namun disusun dengan gaya penulisan serta topik yang berbeda, pembinaan kewirausahaan berbahan dasar rempah di pilih karena kami, melihat Indonesia adalah negara yang luar biasa serta sumber daya alam yang berlimpah khususnya tanaman rempah, diharapkan dengan buku ini dapat membuka wawasan kita untuk memulai mengali potensi khususnya produk yang berbahan dasar rempah agar rempah tidak hanya berhenti sampai di dapur saja, tapi dapat dikembangkan dan dikemas menjadi suatu produk yang memiliki nilai jual, serta buku ini merupakan wujud nyata STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG dalam memerangi jumlah pengangguran yang semakin meningkat.

Yuniep Mujati Suaidah.M.Si, (Ketua STIE PGRI Dewantara Jombang)

Bekerja nyata untuk bangsa, Bank Rakyat Indonesia membuktikan keseriusannya dalam memperkuat ekonomi rakyat dengan memunculkan generasi wirausaha yang baru serta berdaya saing. Dalam buku kewirausahaan ini terangkum program-program bank BRI yang bertujuan untuk membantu sektor UMKM untuk lebih maju dan berdaya saing global

(BRI 2)

Indonesia adalah negara yang kaya akan sumber daya alam, salah satunya adalah rempah –rempah, maka sudah sepatutnya kita melestarikan dan memanfaatkan sumber daya tersebut untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam bentuk usaha berbasis rempah, akan sangat ironis sekali apabila potensi tersebut justru dimanfaatkan oleh negara lain. Sehingga kita akan menjadi pembantu di rumah kita sendiri. Dalam buku kewirausahaan ini tidak hanya mengupas mengenai cara memulai bisnis namun juga memberikan wawasan mengenai potensi usaha berbasis rempah.

Achmad Fadly, S.I.P (wakil ketua paguyuban rempah Kab. Jombang)

Sukses adalah hasil dari suatu proses, bukan pemberian yang jatuh dari langit. Nikmati tiap prosesnya dimulai dari mencari ide usaha, menjalankan usaha, ritme jatuh bangun usaha. Nikmati, pelajari, evaluasi dan introspeksi maka niscaya proses tersebut akan mengantarkan kepada kesuksesan. Sama seperti yang tersaji dalam buku ini sangat runtut, dimulai dari pencarian jati diri sebagai wirausaha dan di tutup dengan strategi produk dan pendanaan.

Prof. R. Adi Seputra, MBA, Ph.D (Kabid. Kewirausahaan KADIN RI)

