The background is a solid teal color. In the four corners, there are decorative white line-art patterns resembling circuit boards or neural networks, with lines of varying lengths and small circles at the ends.

PERTEMUAN 1

Pengenalan

ENTREPRENEURSHIP

APA ITU ENTREPRENEUR

“Kewirausahaan merupakan sebuah ilmu, seni, dan keterampilan untuk mengelola semua keterbatasan sumberdaya, informasi, dan dana yang ada guna mempertahankan hidup, mencari nafkah, atau meraih posisi puncak dalam karir”

PENDAHULUAN

- UMKM adalah andalan Indonesia ketika mengalami krisis 1998
- Meski dikelola dengan sederhana, pada saat itu mereka telah mengambil peran besar



Ekonomi UMKM menjadi tumpuan dan menjadi pilihan penting bagi para sarjana untuk hidup lebih sejahtera, mandiri dan menolong banyak orang mengatasi pengangguran

KARAKTERISTIK USAHA MIKRO & KECIL

Positif

1. Tahan banting
2. Flexibel
3. Mandiri
4. Efisien (dikerjakan seluruh anggota keluarga)
5. Self (or family) financing

Negatif

1. Informal
2. Skala ekonomi rendah
3. Tidak ada standar dan SOP
4. Belum menerapkan prinsip-prinsip manajemen
5. Tidak disiapkan untuk menjadi besar atau tumbuh
6. Pengembangan terbatas

JUMLAH PENDUDUK INDONESIA

- **2008** **228 Juta**
- **2009** **231 Juta**
- **2010** **234 Juta**
- **2011** **247 Juta**

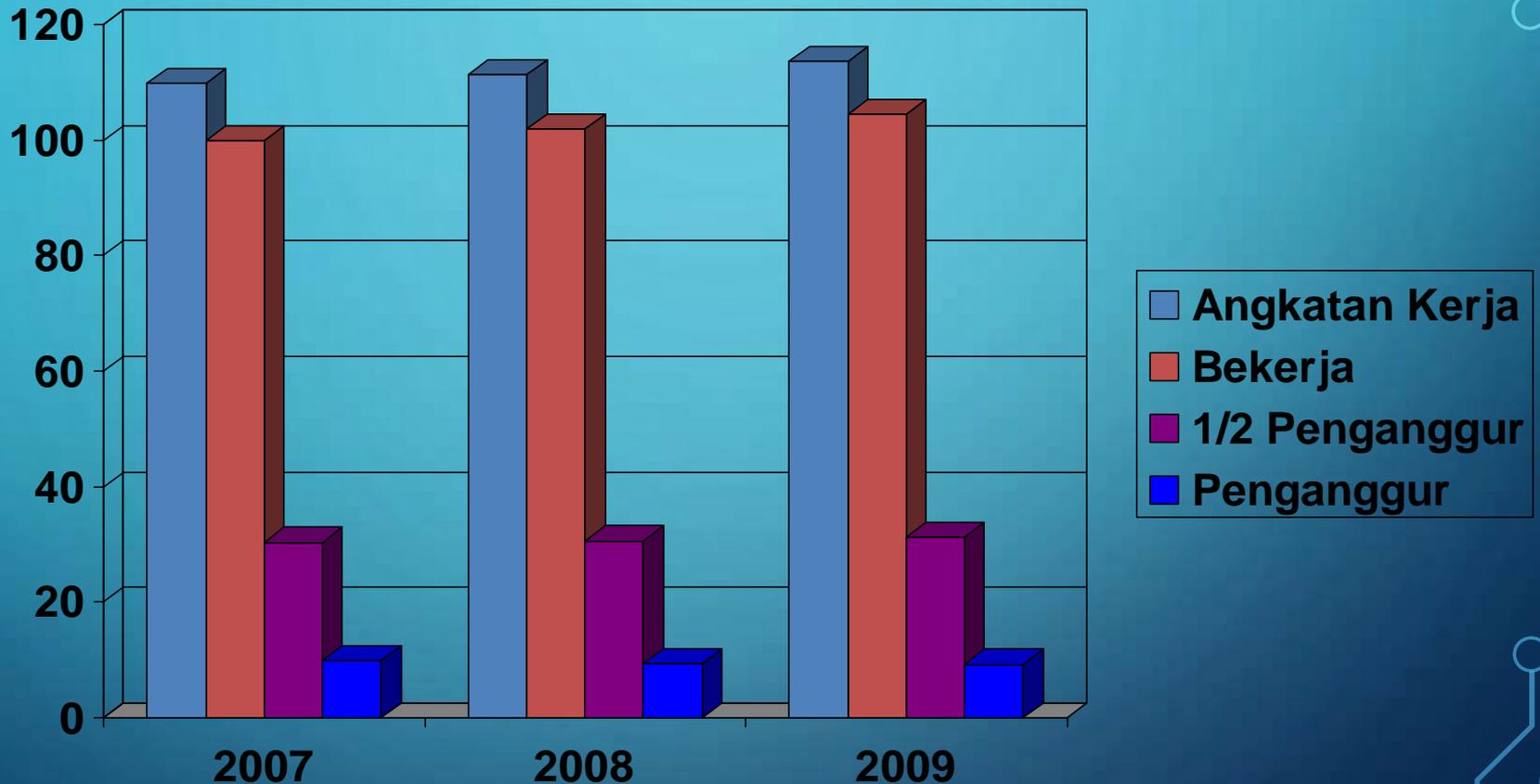
Terus Bertambah !!!

JUMLAH ANGKATAN KERJA

- 2008 111,48 Juta
- 2009 113,74 Juta

Dalam Setahun ini saja
Bertambah **2,26** Juta

YANG BEKERJA & MENGGANGGUR



Kewirausahaan dan Perencanaan Bisnis 2021/2022, 23/2/2021

8,14% atau 9,26 Juta Penganggur

LULUSAN DIPLOMA & UNIVERSITAS YANG MENGGANGGUR

	2007	2008	2009
Diploma	1.228.000	1.514.000	1.424.000
Universitas	1.260.000	1.319.000	1.198.000

Tahun 2009: 1.198.000 Sarjana menganggur



JUMLAH USAHA DI INDONESIA DAN PENYERAP TENAGA KERJA TERBANYAK

	Jumlah Usaha (Unit)		Jumlah Tenaga Kerja (Orang)
Usaha Mikro	50.700.000	Usaha Mikro	83.647.711
Usaha Kecil	520.220	Usaha Kecil, Usaha Menengah Usaha Besar	10.024.773
Usaha Menengah	39.660		
Usaha Besar	4.370	Total yg Bekerja	93.672.484

Usaha Mikro Menyerap 89,3%

Tenaga Kerja Indonesia

BAGAIMANA PRODUKTIVITAS

	Produktivitas (Rupiah/Tenaga Kerja)
Usaha Mikro	Dibawah 11,57 Juta
Usaha Kecil	11,57 Juta
Usaha Menengah	38,71 Juta
Usaha Besar	2,22 Milyar

**Agar Bisa Memberikan Kontribusi
yang lebih besar**

SEORANG WIRAUSAHA

- Menggeluti usaha tidak sekedar ala kadarnya, akan tetapi dengan keberanian, kegigihan sehingga usahanya **tumbuh**
- Bersahabat dengan **ketidakpastian**
- Menjalankan usaha yang **RILL**, bukan spekulatif

1. USAHA YANG SESUNGGUHNYA

- Didasarkan motif untuk melayani dan memperoleh kemandirian
- Dengan ketulusan, kerjakeras dan inovasi
- Bukan jalan pintas, cara cepat menjadi kaya
- Membangun secara bertahap
- Menjaga nama baik, membangun reputasi
- Bukan sekedar *passive income*, tetapi riil
- Pendidikan, persahabatan, spiritualitas sangat penting.

2. USAHA SPEKULATIF

- Didasarkan motif ingin cepat kaya
- Mengedepankan cara-cara instant
- Mendewa-dewakan “*passive income*”
- Tidak peduli kerugian pihak lain, yang penting, “saya untung”
- Pendidikan dan kehidupan spiritual tidak dianggap penting



CONTOH-CONTOH USAHA SPEKULATIF



WWW.MASADEPANMU.COM

Software Penghasil Uang Otomatis

**Tanpa Kerja Keras
Tanpa Buat Ebook**



[Home](#) | [Bonus](#) | [Tanya Jawab](#) | [Tentang Kami](#) | [Form Order](#) | [Member Area](#) | [Kontak](#)

**Rahasia Tersembunyi Metode Mencari Uang
di Internet Akhirnya Diungkap...**

**Hanya Dengan Beberapa Klik Saja Rekening
anda kebanjiran Puluhan Juta Rupiah
24 Jam Tanpa Henti dengan Modal Kecil
Lihat Buktinya di Bawah Ini**

GRATIS SOFTWARE PENARIK UANG ATM Tanpa Mengurangi
Saldo Rekening Anda Seharga **Rp.350.000,-** Dibawah ini !

Boleh mulai bikin duit dalam 30 menit!

www.bikinduit.com

Rumus Bikin Duit Indonesia Yang Paling Canggih & Mengesankan

Rahasia Hebat, bagaimana cara mendapat uang secara online hanya dalam 30 menit

**"Saya Akan Membuka Satu Satunya
RAHASIA Terhebat Masa Kini Yang
Telah Membuat Sedikit Orang
Mendadak Jadi Milyuner Hanya Dengan
Meng-klik Beberapa Kali Seminggu
Saja... **Pertama Kali Terbuka Untuk
Diketahui Orang Indonesia!**"**



www.danabonus.com

Software Pencari Uang Otomatis

*tidak perlu buat ebook
tidak perlu buat website
tidak perlu cari pembeli*

[Home](#) | [Produk Bonus](#) | [Testimonial](#) | [Tanya Jawab](#) | [Tentang Kami](#) | [Form Order](#) | [Member Area](#) | [Kontak](#)

RAHASIA TERHEBOH SAAT INI

Jika anda sudah bisa **mengetik dan mengakses internet**,
Maka anda sudah memiliki syarat yang cukup untuk
menghasilkan **2.5 Juta** dalam Sehari dari Internet,
Hanya Jika anda tahu caranya.

Lihat Buktinya di Bawah Ini

GRATIS Software Penarik Uang ATM Tanpa Mengurangi
Saldo Rekening Anda Seharga **Rp.350.000,-** Dibawah ini !

ILLUSIONARY WEALTH VS. INTRINSIC WEALTH

Illusionary Wealth Wealth = Money

Illusionary wealth, magic.
(Kehidupan yang bisa didapat melalui spekulasi).

Tingkat pengembalian (*rate of return*), kinerja ekonomi (*economic performance*), peringkat (*rating & scoring*).

Aset yang terus meningkat nilainya, penampilan yang berlebih (*over valued asset, handsome performance*).

Yang kaya semakin kaya, uang bisa memperbesar uang.

“Jangan bekerja untuk uang, buatlah uang bekerja untuk Anda.” Bekerja hari ini untuk hari ini.

Intrinsic Wealth Wealth = Well Being

Intrinsic wealth.
(Kehidupan yang artistik, *spiritual, intelligence, intellectual*)

Kontribusi ekonomi dalam jangka panjang terhadap manusia dan alam/habitatnya.

Saling memelihara/menjaga.
(mengurangi ketergantungan pada uang), mengutamakan tata nilai.

Kekayaan yang diperoleh dari kerja keras, inovasi, persaingan.

“Jangan berilusi, bekerja keraslah, hidup yang hemat, nikmati pada masanya.” Bekerja sekarang, nikmati hari tua, dan sisakan untuk generasi yang akan datang.

KATA KUNCINYA

Tumbuh,..

Ingatlah tujuan hidup kita bukanlah menjadi kaya,..
Melainkan tumbuh. Untuk tumbuh, Anda harus
percaya, mau, mampu, dan dipelihara,..

Kaya adalah akibat,..

Bukan tujuan,..

Kaya yang bermartabat, bukan sekedar kaya,..

Yaitu: Kaya melalui proses kemandirian (kewirausahaan)

BERSAHABAT DENGAN KETIDAKPASTIAN

Karyawan

Menolak ketidakpastian, butuh rasa aman dan nyaman

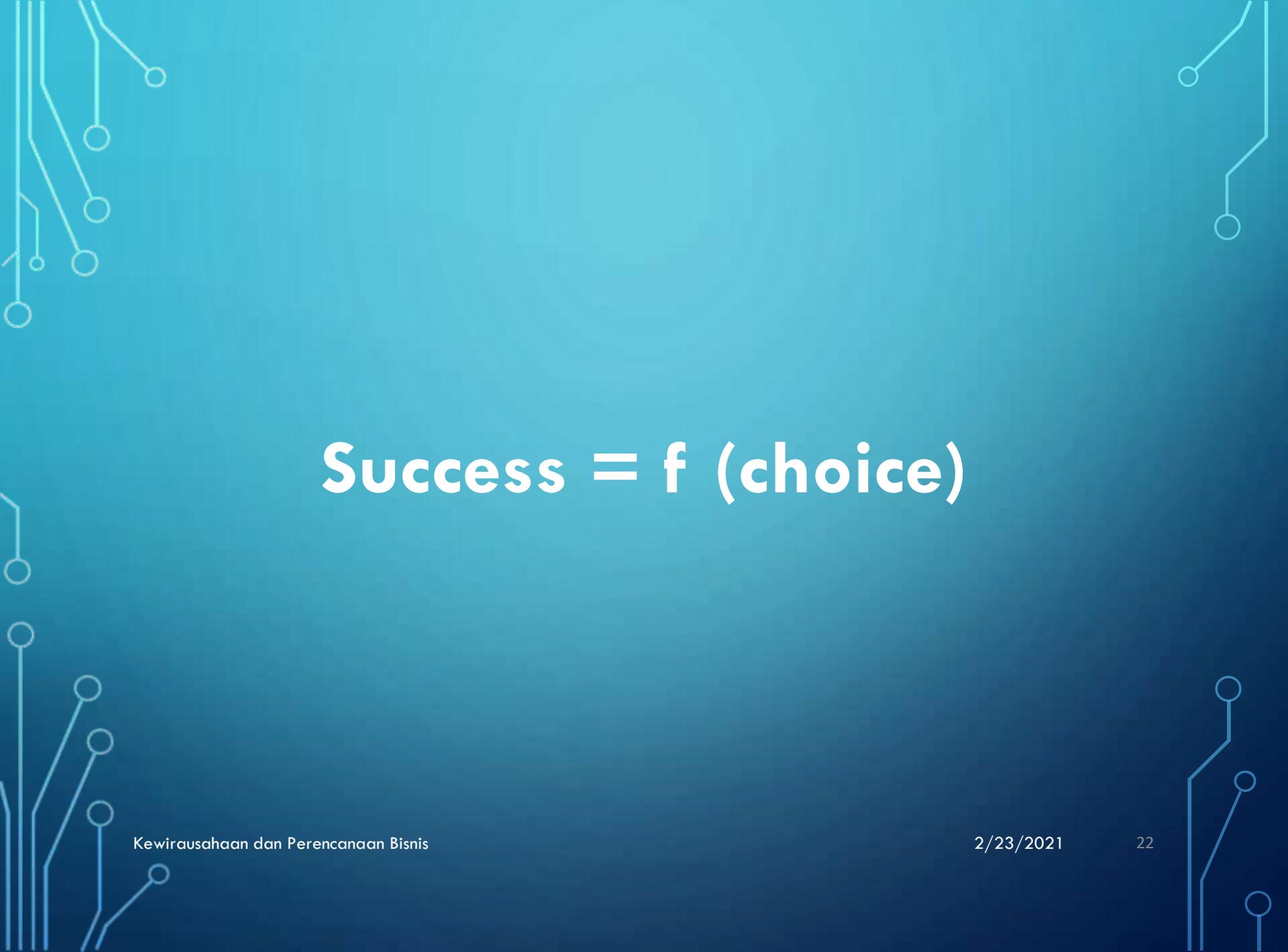
Wirausaha

Bersahabat dengan *uncertainties*

(kalau tidak bekerja keras, berani menghadapi risiko rugi, tidak bisa memberi makan keluarga dan karyawan)

ENTREPRENEURIAL MINDSET

- Action Oriented
- Berpikir Sempel
- Selalu Mencari Peluang Baru
- Mengejar Peluang dengan Disiplin Tinggi
- Hanya mengambil Peluang Terbaik
- Fokus pada Eksekusi
- Memfokuskan Energi setiap orang dalam bisnis

The background is a solid teal color. In the four corners, there are decorative white line-art patterns resembling circuit traces or neural network connections. These patterns consist of straight lines of varying lengths and angles, ending in small white circles.

Success = f (choice)

PILIHAN ENTREPRENEURSHIP

- Karyawan: Bekerja pada orang lain, *professional executive (decision maker)*
- *Intrapreneur*: Karyawan dengan jiwa kewirausahaan (inovatif dan tajam dalam melihat peluang). Yang dicari adalah kemerdekaan dan akses terhadap *resources*
- *Entrepreneur*: Memiliki usaha yang dikembangkan sendiri, pengambil resiko
- *Social entrepreneur*: Pelaku kegiatan sosial berwatak *entrepreneur*
- *Eco-Preneur*: Wirausaha dalam bidang lingkungan hidup

TIPS PRAKTIS

- Modal utama berwirausaha bukanlah uang, melainkan keyakinan untuk tumbuh dan menang
- Bersahabatlah dengan ketidakpastian
- Buka pikiran Anda, pelajari hal-hal baru
- *Be ready*, persiapkan diri Anda dengan baik
- Bangunlah network selagi muda, dan jagalah kepercayaan

end

2/23/2021

25

PERTEMUAN 2 BERPIKIR PERUBAHAN

POLA PIKIR ENTREPRENEUR

Perbedaan Pola Pikir Entrepreneur vs Non Entrepreneur:

- Produktif versus Konsumtif
- Resources Utilization Versus Resources Disposal.



HAMBATAN PERPEPSI MEMULAI USAHA

- Merasa Sudah Terlalu Tua atau Merasa Terlalu Muda
- Tidak Berbakat
- Tidak Punya Modal (uang)

RENUNGAN

Setiap hari seorang manusia melakukan self-talk sebanyak 55.000 s/d 60.000 kali.

Sayangnya 77% statement yang diucapkan bersifat negatif dan melemahkan diri kita (*Deepak Chopra*).

“Saya kurang sukses”

“Saya sudah terlambat untuk berubah dan menjadi orang sukses”

“Saya sudah terlalu tua untuk sekolah lagi”

“Saya bodoh”

“Saya tidak berbakat bisnis”

Kata siapa ??? ...

Kewirausahaan dan Perencanaan Bisnis

PELAJARAN APA YANG KITA DAPAT

1. Balita berlatih berjalan karena “motivasi kuat” setelah bosan merangkak
2. Balita berlatih berjalan karena “tidak banyak berpikir risiko”
3. TAMBAHKAN list ini:

SIAPA BILANG

- Terlalu Tua

Ingat lah, Kolonel Sander pendiri KFC memulai bisnis pada umur 70 tahun

- Tidak Punya Modal

Ingat lah, Onasis memulai bisnis kapal angkut dengan OPM (*Other People Money*)

LALU APA YANG DIPERLUKAN

- Untuk Memulai Bisnis, Hanya Perlu 3M :

Motivasi,

Mindset

dan

Make it (Just Do IT)

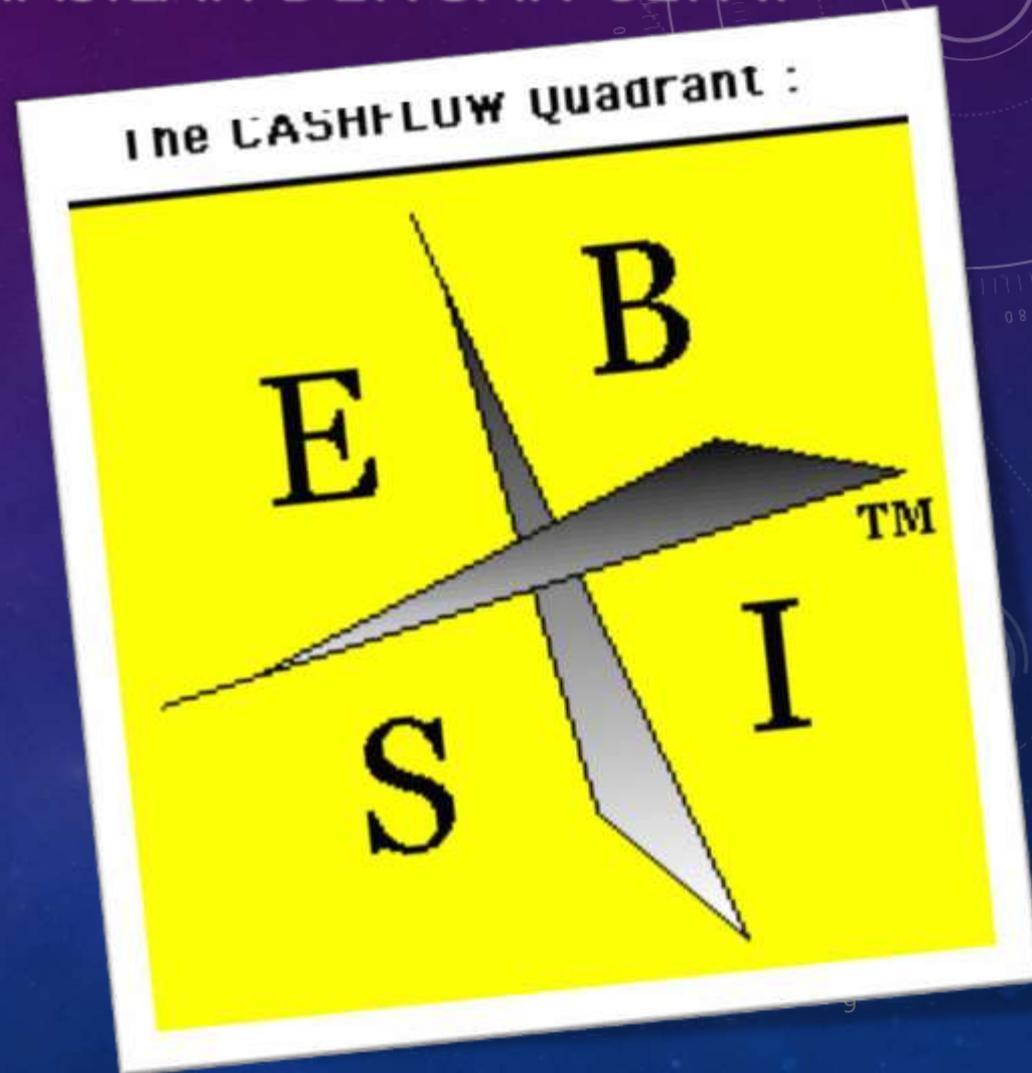
MANA YANG ANDA PILIH?

UANG	WAKTU
Minus	Minus
Minus	Surplus
Surplus	Minus
Surplus	Surplus

WHY? ,,,,

SO,... BERTRANSFORMASILAH DENGAN CEPAT
DAN TEPAT !

≈ Model Kiyosaki
≈ Model Stephen R
Covey



SEKALI LAGI, INGATLAH:

**Tingkatkan Hasrat Berwirausaha Anda
sebagaimana Hasrat Anda Saat Jatuh Cinta
Pertama**

"Kalau Anda menginginkan perubahan kecil dalam hidup, ubahlah perilaku Anda. Tetapi bila Anda menginginkan perubahan yang besar dan mendasar, ubahlah pola pikir Anda."

- Stephen Covey

end

*

Pertemuan 3

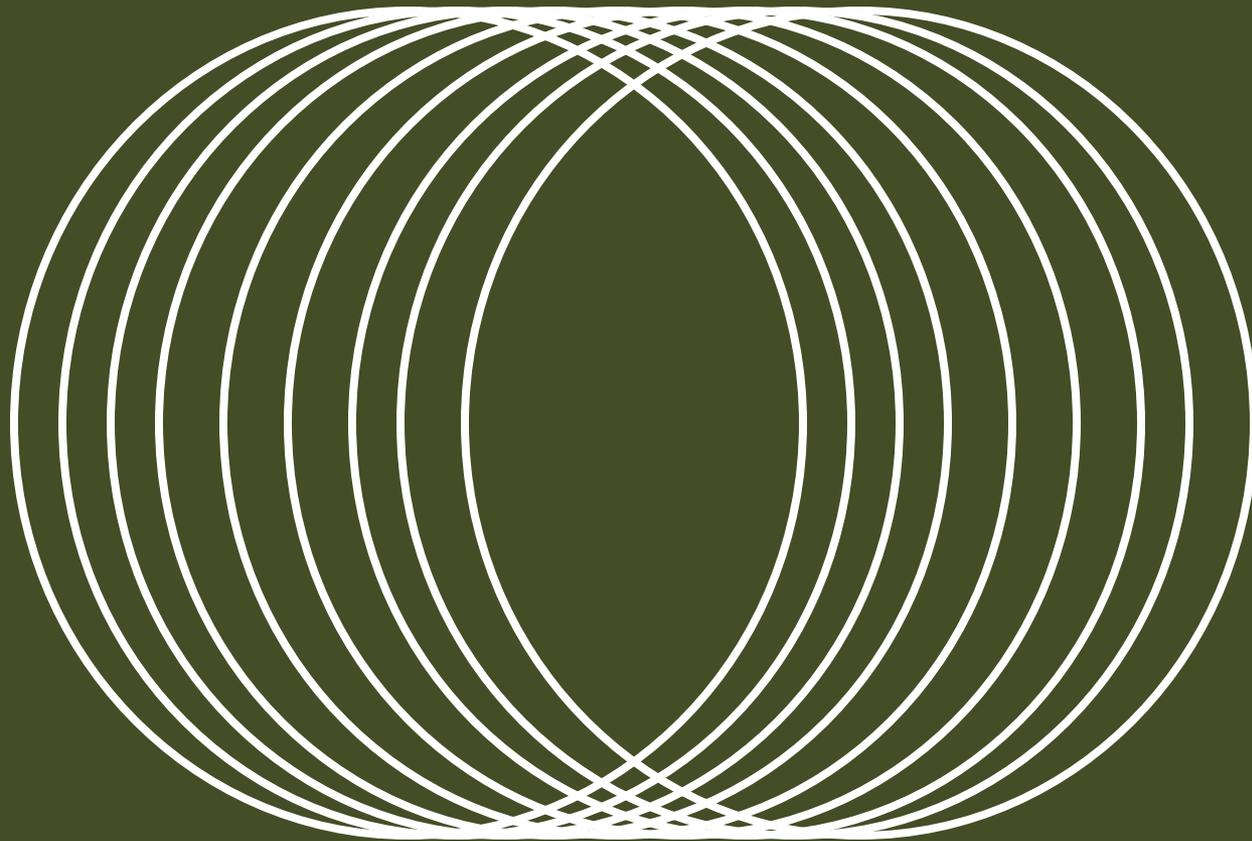
Berpikir Kreatif

1

Perspektif



Perspektif



Berpikir Kreatif

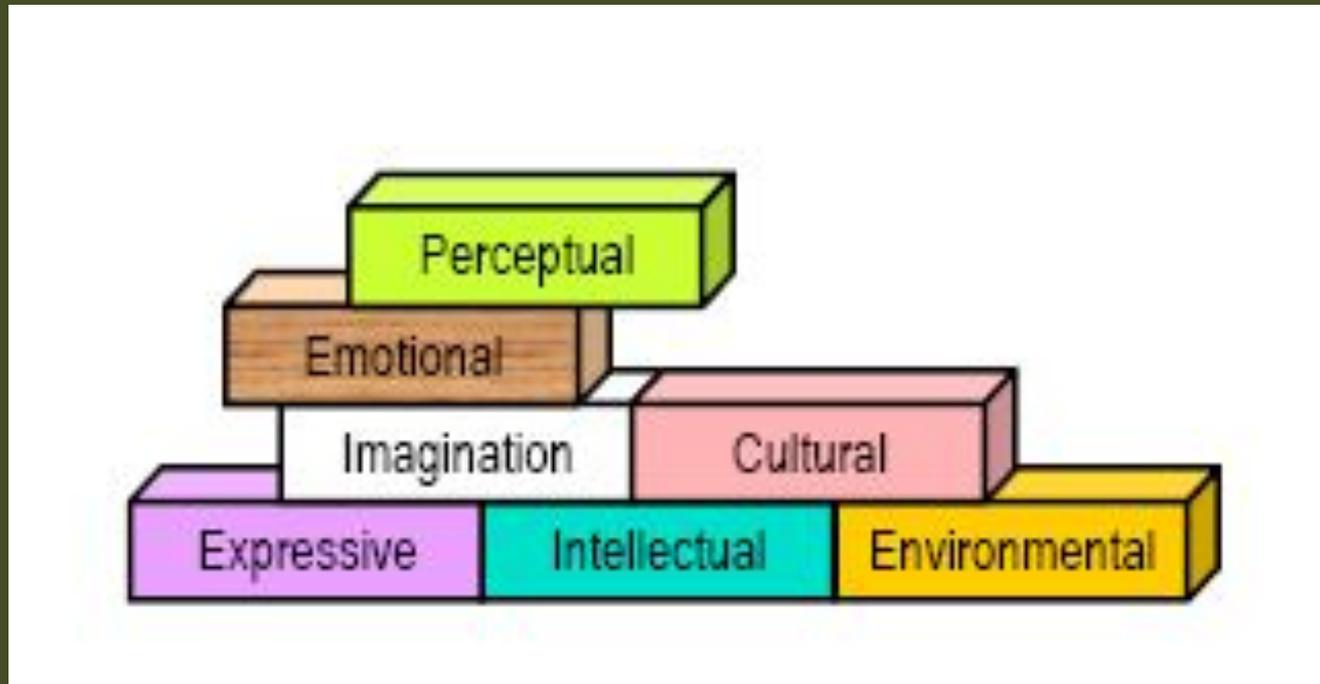
- Melihat dengan sudut pandang baru
- Menemukan hubungan baru
- Membentuk kombinasi baru

Melihat Dengan Sudut Pandang Baru

Sebenarnya masalah yang kita hadapi tidak berubah, tetapi yang kita ubah adalah cara kita dalam memandang masalah tersebut melalui pola pikir positif.

Misal : memandang kegagalan sebagai sukses yang tertunda, bukan kegagalan sebagai alasan untuk frustrasi berat.

Hambatan Kreativitas



Pemikir Kreatif Selalu Bertanya:

SCUMPS

Shape

Color

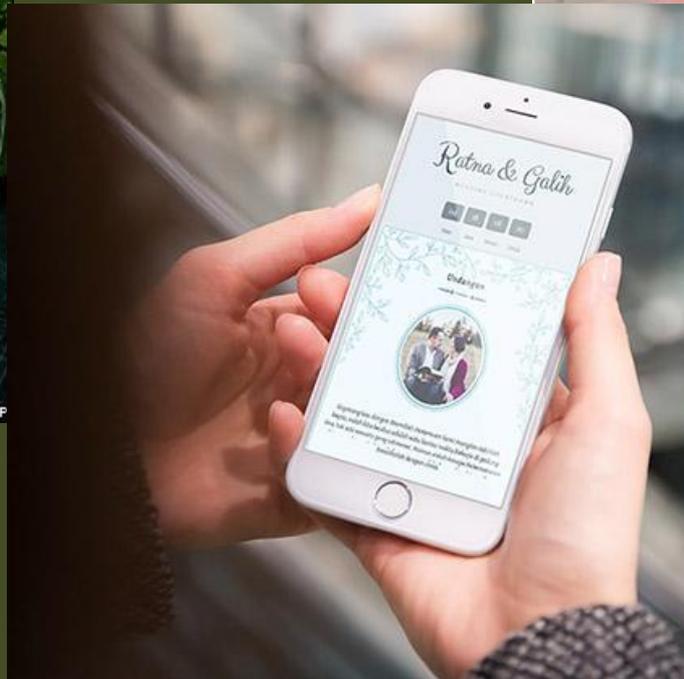
Use

Material

Part

Size

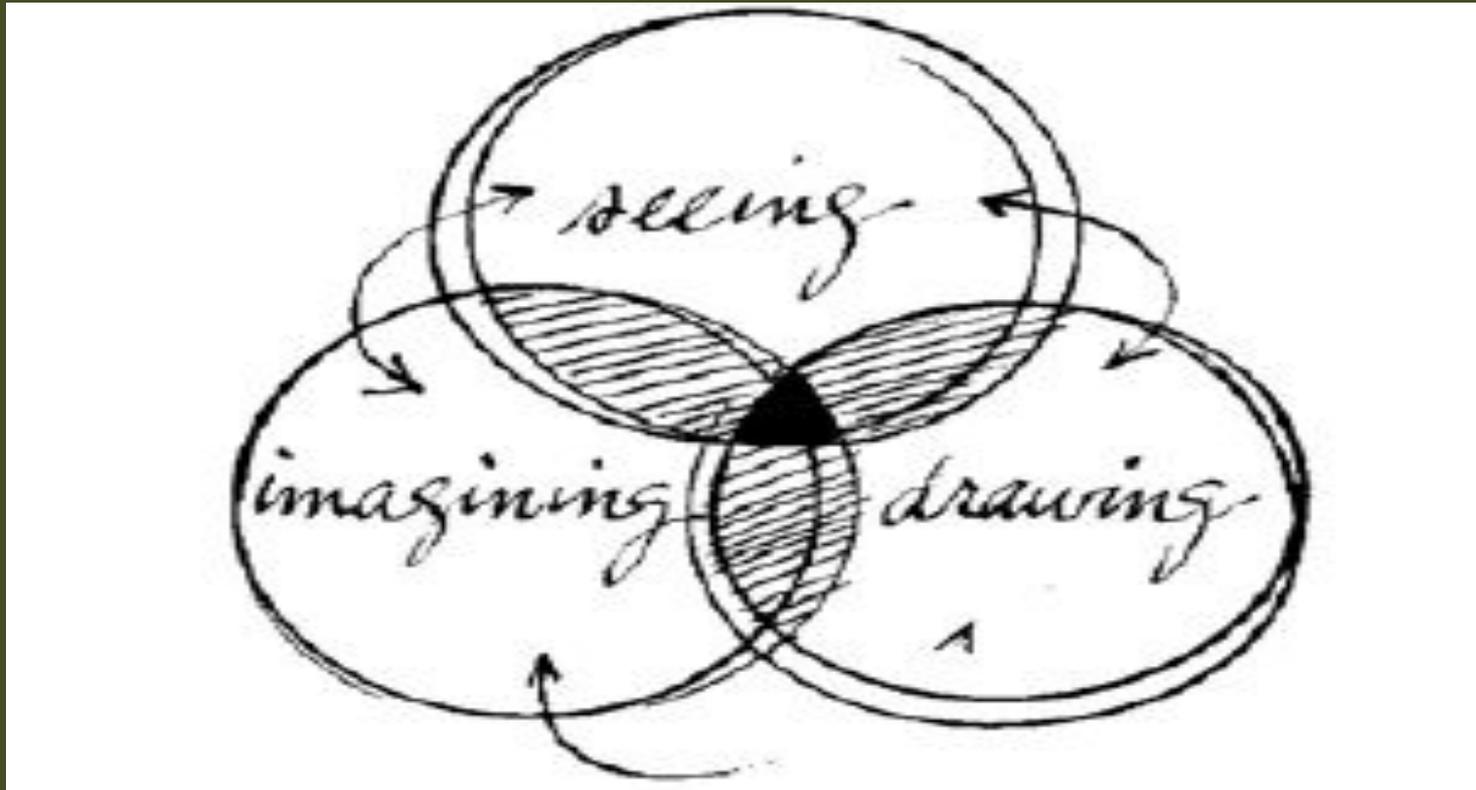
“SCUMPS”



Teknik “CREATE”

1. Membuat **COMBINASI** baru
2. Menggunakan Input yang **RANDOM**
3. Membuat **ELIMINASI**
4. Menggunakan **ALTERNATIF**
5. Mencoba Cara Pikir Terbalik
6. Kasus Ekstrim

Teknik Visual Thinking



www.howstuffworks.com

ATM = Amati, Tiru, Modifikasi

Tips Meningkatkan Kreativitas

1. Tingkatkan penggunaan otak kanan anda melalui stimulus visualisasi tujuan, mempelajari seni musik, serta berolahraga jalan kaki tanpa alas
2. Kenali hambatan kreatifitas anda, dan lakukan rencana aksi untuk mengeliminir hambatan tersebut
3. Biasakan berpikir **berbeda**

Quotation

“Kreatifitas terdiri dari 1 persen inspirasi dan 99 persen kerja keras.”

- Thomas Alfa Edison

*

end

13

PERTEMUAN 4

BERORIENTASI PADA TINDAKAN

CIRI-CIRI PENGUSAHA

(MAMPU MENGAMBIL KEPUTUSAN DAN BERTINDAK CEPAT)

Orientasi PDCA (Plan, Do, Check and Action) □ Menghindari

- NATO (No Action Talk Only) □ hasil : gosip, konflik
- NADO (No Action Dream Only) □ hasil : visi, karya seni
- NACO (No Action Concept Only) □ hasil : teori, falsafah

NACO □
akademis, logika
formal (terlalu
berhati-hati)



*

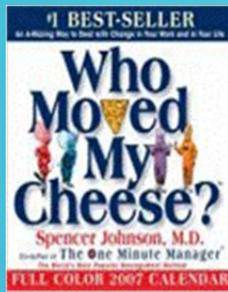
2

8TH HABITS OF HIGHLY EFFECTIVE PEOPLE (STEPHEN COVEY)

1. Proaktif
2. Bermula dari Ujung Pemikiran (end of mind)
3. Dahulukan Hal yang Utama
4. Berfikir Menang – Menang (win – win)
5. Memahami Untuk Dipahami
6. Sinergi
7. Menajamkan Ketahanan, Fleksibilitas dan Kekuatan
8. Menemukan Keunikan dan Membantu Orang Lain Menemukannya

1. PROAKTIF

- Mengambil inisiatif untuk bertindak, bukan menunggu atau berwacana
- Mengambil tindakan sebelum sebuah kejadian yang tidak dikehendaki muncul :
Terlatih di lapangan memiliki intuisi



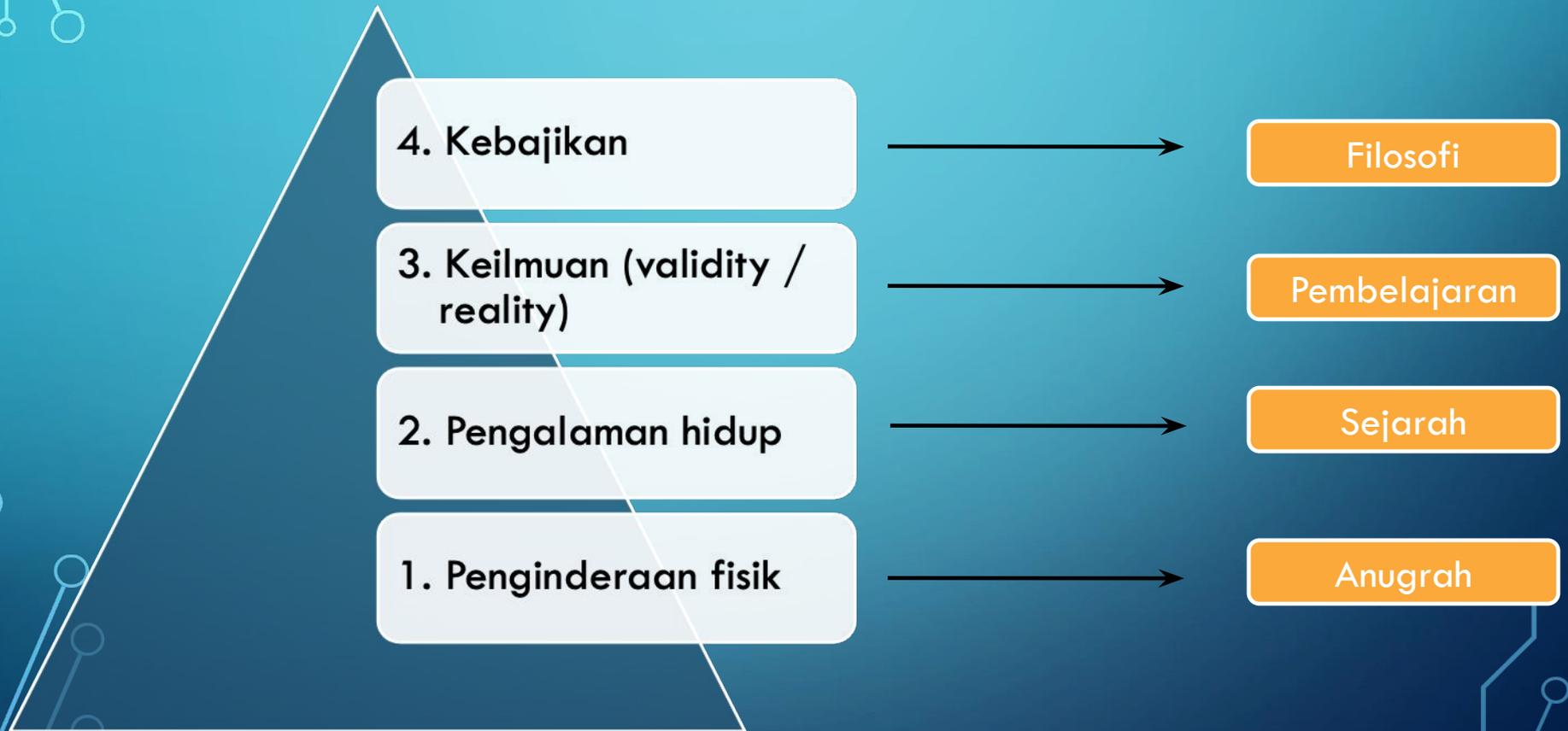
Contoh:

Pelajaran dari simbolisasi ini: Lebih baik proaktif, bertindak cepat mengenali lapangan dan memiliki pertimbangan yang 'Good', daripada sesuatu yang lambat meskipun dengan pertimbangan yang 'Great'

2. BERMULA DARI UJUNG PEMIKIRAN

- Tidak Sekedar Tujuan, tetapi Tujuan Yang Benar
- Agar Mencapai Tujuan Yang Benar: Tuliskan misi pribadi hidup Anda yang menggambarkan tujuan dan citra diri
- Misi pribadi ditemukan melalui serangkaian tindakan atau kejadian-kejadian pahit sehingga membentuk kebajikan dan filosofi hidup

KEBAJIKAN DAPAT DIPEROLEH MELALUI TAHAPAN BERIKUT:



Sumber: Rhenadi Kasali (2009), "Marketing in Crisis"

PENGINDERAAN MANUSIA TINGKAT 1



- Mulai dari bayi: melalui stimulus temperatur (panas/hangat-dingin)
- Gerakan-gerakan
- Konsep
- Bahasa Tubuh

PENGINDERAAN MANUSIA TINGKAT 2 & 3

Agar Mempunyai Intuisi □ Matangkan Panca Indera Dengan Pengalaman

1. Maksimalisasi/Optimalisasi Penginderaan Dengan Pengalaman Lapangan
2. Sinkronisasi Pikiran
3. Indera Ke-enam Diaktifkan
4. Action/Movement

PENGINDERAAN MANUSIA TINGKAT 4

- Merupakan Tahap Tertinggi, Tahap Penerapan Pengetahuan Dengan Kebijakan...
- Kebijakan Membuat Kepemimpinan Seseorang Lebih Dari Sekedar Pemimpin Biasa □ Magnet yang berisi: *Visi, Hope* dan *Inspirasi*

HIDUP DENGAN KEJELASAN TUJUAN

- Untuk menjadi seseorang yang berorientasi pada tujuan, maka lakukanlah dalam hidup Anda langkah-langkah sebagai berikut:
 - Tetapkan tujuan akhir (misalnya: Hidup yang bahagia, sehat, terjamin secara ekonomi dan sejahtera);
 - Tentukan langkah-langkah kecil untuk mencapai tujuan tersebut (misalnya: Menyelesaikan studi, bekerja selama 5 tahun, lalu membuka usaha);
 - Perhatikan setiap kemajuan yang sudah dicapai (misalnya: Melakukan evaluasi, lalu berevolusi, pindah usaha, merekrut manajer, memperbaiki proses produksi);
 - Saat dapat mencapai *goal*, rayakanlah bersama karyawan dan keluarga; dan
 - Pikirkan tujuan-tujuan baru yang lebih menantang (eHow, 2009).

3. DAHULUKAN HAL YANG UTAMA

Jadikanlah kebiasaan ini berkaitan dengan sikap yang mengedepankan prioritas

Bisa membedakan antara **Urgent** dan **Penting** :

URGENT □ situasi yang mendesak

PENTING □ membutuhkan perhatian yang besar



Berikan waktu lebih untuk bekerja dengan perencanaan, mengembangkan hubungan, memanfaatkan peluang-peluang dan *recharge* pengetahuan

INGATLAH! TIDAK SEMUA MASALAH HARUS MENJADI PRIORITAS

Manusia yang gagal adalah manusia yang tidak bisa membedakan mana pekerjaan prioritas dan bukan...

4. BERPIKIR MENANG-MENANG WIN-WIN

Berwirausaha Pada Dasarnya Adalah Berupaya Untuk Memenangkan Kehidupan.

*Managing differences:
the possible combinations*

Win-Win

Win-Lose

Lose-Lose

Kewirausahaan dan Perencanaan Bisnis

Jika saya,...

- Menang, Anda kalah (rugi),... Saya hanya menang sekali saja.
- Kalah, Anda menang,... Anda hanya bisa menang sekali saja.
- Kalah, dan Anda juga kalah,... Buat apa kita teruskan kerjasama ini?
- Menang dan Anda juga menang,... Kita akan berjalan beriringan, saling memperbaiki, kekal abadi.

*

5. MEMAHAMI UNTUK DIPAHAMI

- Seorang Wirausaha haruslah:
- Memiliki keterbukaan (*open mind*) untuk mendengarkan, dan tidak cepat-cepat menolak, berargumentasi, atau melawan atas apa yang di dengar dari pihak lain.
- Kebiasaan mendengarkan dan memikirkannya.
- Ada usaha menempatkan diri kita pada posisi orang lain.

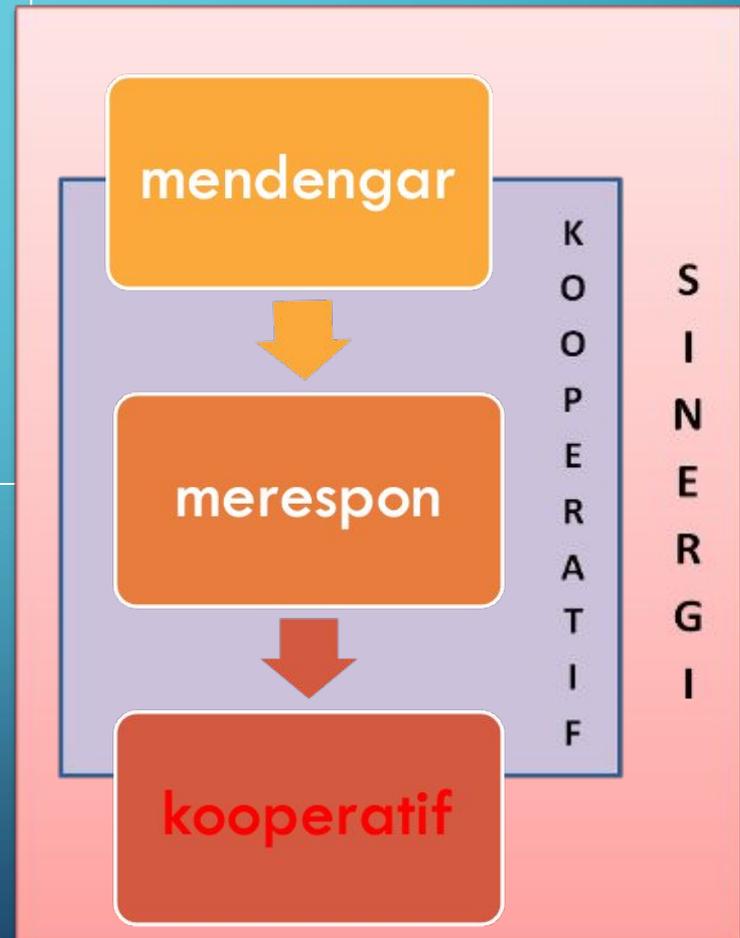
6. SINERGI

(1 + 1 > 2)

Seorang Wirausaha:

- harus mencari sinergi, yaitu suatu total yang lebih besar dari penjumlahan elemen-elemen tunggalnya.
- Sinergi yang efektif sangat bergantung pada komunikasi.

carilah rekan usaha yang saling melengkapi, yang berorientasi pada *sinergy* agar Anda dapat berorientasi pada tindakan.



7. MENAJAMKAN KETAHANAN, FLEKSIBILITAS DAN KEKUATAN

Upaya yang dapat dilakukan adalah :

- ✓ Berikan makanan pada jiwa (spiritual), hidup yang seimbang, lakukan meditasi, bacalah buku-buku *self help* yang membangkitkan semangat atau dengarkanlah musik yang menggairahkan.
- ✓ Jangan pernah takut menghadapi kesalahan kecil.

Smart Mistakes Vs. Dumb Mistakes

(Ingatlah: Ketika manusia menciptakan pensil, manusia juga menciptakan penghapus)

Bukan yang terkuat melainkan yang adaptif yang berumur panjang
(Charles Darwin)

8. TEMUKAN KEUNIKAN PRIBADI DAN BANTULAH ORANG LAIN MENEMUKANNYA

Dari perilaku efektif menjadi luar biasa. Mulailah dengan menemukan atau mengenali keunikan diri sendiri.

Potensi diri, pada empat elemen utama

1. Pikiran (mind)
2. Tubuh
3. Hati
4. Jiwa

end

*

19

Pertemuan ke 5

Pengambilan Risiko

Konsep Risiko: Sebuah Pengantar

- Definisi Risiko
 - Ketidakpastian (*uncertainty*)
 - Konsekuensi yang memunculkan dampak yang merugikan
 - Risiko dan Pengambilan keputusan bisnis
 - Hubungan antara: Risk - Risiko – Rizki – Rejeki
- Motivasi mengambil risiko
 - Menginginkan pengembalian yang sepadan (*return*)
 - mampu mengkalkulasi risiko
 - Kepepet
 - tidak mampu mengkalkulasi risiko, atau
 - tidak tahu risiko yang dihadapi

Konsep Risiko: Sebuah Pengantar

- Jenis-jenis Risiko Dalam Bisnis
 - Risiko Murni
 - Risiko hilang/rusaknya aset yang dimiliki
 - Kecelakaan kerja
 - Risiko akibat tuntutan hukum
 - Risiko operasional lainnya
 - Bencana alam (force majeure)
 - Risiko spekulatif
 - Risiko Perubahan Harga
 - Perubahan harga input
 - Perubahan harga output
 - Risiko Kredit

Konsep Risiko: Sebuah Pengantar

- Bentuk Kerugian Akibat Risiko
 - Kerugian Langsung
 - Nominal yang harus ditanggung akibat dampak langsung risiko yang terjadi
 - Kerugian Tidak Langsung
 - Kemungkinan sales/profit yang gagal diterima
 - Munculnya biaya operasional tambahan
 - Kesempatan investasi yang hilang
 - Kerugian lainnya

Konsep Risiko: Sebuah Pengantar

- Bagaimana Mengkalkulasi Risiko
 - Tentukan seberapa sering risiko tersebut terjadi (frekuensi atau probability)
 - Tentukan dampak yang timbul dari risiko yang terjadi (dampak)
 - Hitung kemungkinan prediksi kerugian, dengan formula:

Frekuensi x Dampak

Konsep Risiko: Sebuah Pengantar

- Contoh Mengkalkulasi Risiko
 - Risiko terjadinya pencurian barang dagangan
 - Frekuensi: 1 bulan 5 kali
 - Dampak: Dalam setiap kejadian rata-rata kerugian yang ditanggung adalah Rp300 ribu
 - Kemungkinan prediksi kerugian:
 $5 \times 300.000 = 1.500.000$

Artinya: Dalam satu bulan terdapat risiko pencurian barang dagangan yang berpotensi menyebabkan kerugian sebesar Rp1,5 juta

Konsep Risiko: Sebuah Pengantar

- Pengelolaan Risiko
 - Mulai dari Risiko yang memiliki kemungkinan prediksi kerugian terbesar (prinsip Pareto)
 - Pilihan Strategi Pengelolaan:
 - Dikontrol, supaya risiko-risiko tidak muncul, misal: SOP, Quality Control
 - Ditransfer kepada pihak lain, misal: konsumen, supplier dan asuransi
 - Dibiayai sendiri, dibuat cadangan dana untuk membiayai jika risiko terjadi

Tips & Trik

- Bagaimana menghadapi risiko
 - Perlu difahami bahwa risiko tidak untuk menjadi penghambat untuk maju. Risiko harus diambil sebagai konsekuensi menginginkan sesuatu yang lebih baik (keberhasilan)
 - Identifikasi risiko apa yang berpotensi muncul dalam bisnis
 - Identifikasi seberapa sering risiko tersebut muncul
 - Identifikasi seberapa besar dampak dari risiko yang muncul tersebut
 - Siapkan langkah-langkah mitigasi risiko hanya pada risiko yang dominan/prioritas

*

end

• Pertemuan Ke 6

Kepemimpinan

Kewirausahaan dan Perencanaan Bisnis

*

1

KISAH MC'DONALD

- Tahun 1937-an, masyarakat Amerika mulai gandrung dengan mobil, kakak beradik Dick & Mac berinovasi dengan membuka kedai khusus yang bisa memesan dari mobil. Bisnis meraih sukses besar.
- Menu andalan adalah hot-dog, gorengan (french fries), burger, roti sandwich, coca cola dan aneka salad. Bisnis ini meledak, bahkan antrian semakin panjang hingga keluar pintu.
- Inovasi dilakukan yaitu dengan menghapus pesanan dari mobil, fokus pada walk-up customer, mengurangi daftar menu, fokus pada hamburger. Perubahan menjadi berita di media, dan mereka mendapatkan iklan gratis.
- Tahun 1955, usaha mereka stuck, omsetnya tetap, dan banyak pendatang-pendatang baru yang meniru. Akhirnya usaha itu mengalami kemunduran.

KISAH MC'DONALD

- Adalah Ray Kroc yang menuangkan semua konsep yang ada di kedua kepala kakak beradik itu ke dalam sebuah manual tertulis McDonald's system. Manual itu dibeli dan ia pun mendapat hak untuk memperluas bisnis McDonald's dengan konsep franchise!
- Dalam tempo 4 tahun, Ray Kroc berhasil membuka 100 cabang McDonald's tanpa modal sama sekali. Semuanya dibiayai oleh para franchise.

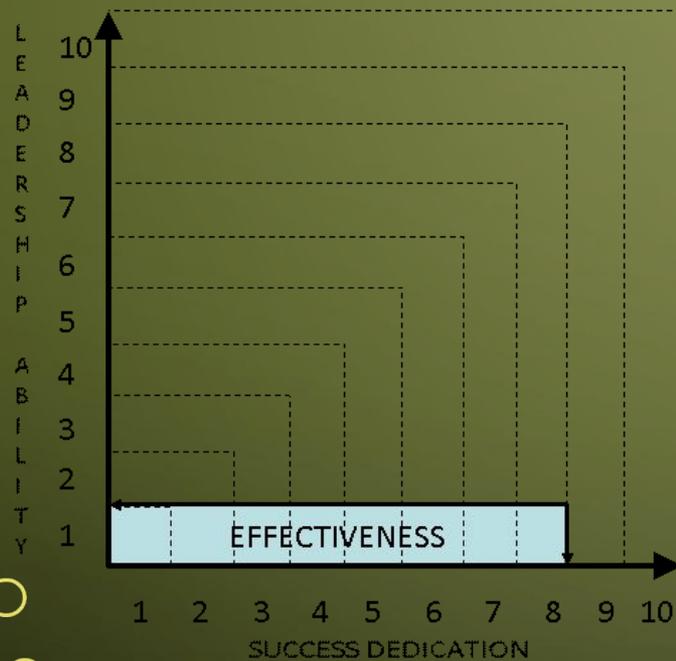
Apakah yang membuat usaha Dik & Mor *stagnant*?

apa yang membuat Ray Kroc berhasil?

Itulah kepemimpinan. Tanpa kepemimpinan, entrepreneurship akan terhenti, stagnant. Dengan kepemimpinan usaha akan tumbuh menjadi besar dan luas.

TANPA KEPEMIMPINAN, MIMPI ANDA AKAN TERBELENGGU

SUCCESS WITHOUT LEADERSHIP



Sukses Tanpa Kepemimpinan

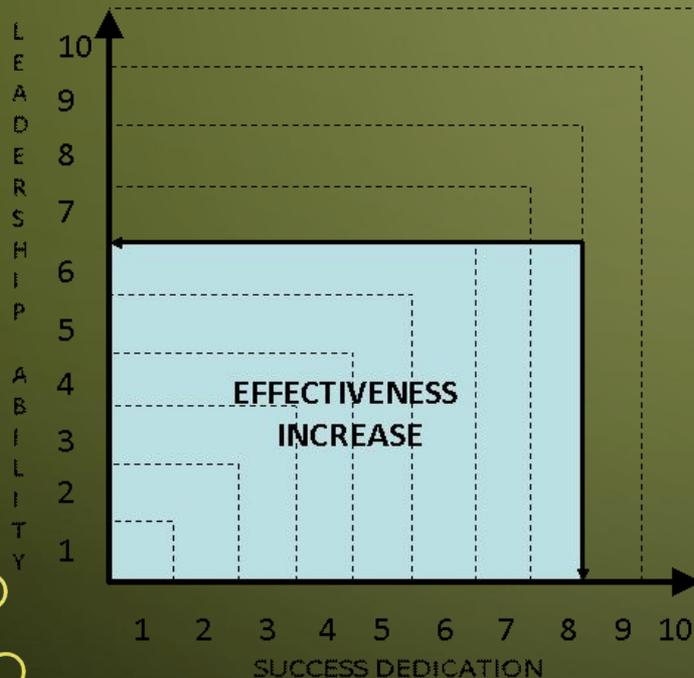
Source: Maxwell (1993)

- Dengan bekerja keras, kesungguhan dan kejujuran mencapai skor 8.
- Kalau bekerja 2x lebih keras, skor yang diperoleh \neq 10 karena Anda sudah letih, sudah kebanyakan bekerja. Skor tertinggi Anda 8,5.

Efektivitas usaha terbatas!!

TANPA KEPEMIMPINAN, MIMPI ANDA AKAN TERBELENGGU

SUCCESS WITH LEADERSHIP



Sukses Dengan Kepemimpinan

Source: Maxwell (1993)

- Bekerja dengan leadership bukan semata-mata entrepreneurship, diawali dengan melakukan pendelegasian dan mulai menggunakan orang lain sebagai staf.
- Leadership skor sekarang melonjak dari 1 menjadi 7. Efektivitas berubah menjadi $7 \times 8 = 56$. ini berarti meningkat dari 8 ke 56 atau melonjak 600% * 6

TEORI KEPEMIMPINAN AWAL

Teori kepemimpinan awal berfokus pada pemimpin (teori ciri) dan cara pemimpin berinteraksi dengan anggota kelompok (teori perilaku). Enam ciri terkait kepemimpinan yang efektif.

Dorongan

**Kehendak
untuk
memimpin**

**Kejujuran dan
Integritas**

Kecerdasan

**Kepercayaan
Diri**

**Pengetahuan
terkait
pekerjaan**

TEORI KEPEMIMPINAN AWAL

Gaya Demokratis

- Gaya Demokratis: melibatkan bawahan, delegasi wewenang, mendorong partisipasi

Gaya Otokratis

- Gaya otokratis: mendiktekan metode kerja, membatasi partisipasi

Gaya Laissez Faire

- Gaya Laissez Faire: memberikan kebebasan pada kelompok untuk membuat keputusan

PENDEKATAN KEPEMIMPINAN MODEL TERKINI

Kepemimpinan Transformasional Transaksional

- Pemimpin transaksional: pemimpin yang membimbing atau memotivasi pengikutnya menuju sasaran yang ditetapkan dengan memperjelas atau persyaratan tugas
- Pemimpin transformasional: pemimpin yang memberi inspirasi untuk bertindak melebihi kepentingan pribadi demi organisasi

PENDEKATAN KEPEMIMPINAN MODEL TERKINI

Kepemimpinan Kharismatis Visioner

- **Pemimpin kharismatis:**
pemimpin yang antusias, dan percaya diri yang kepribadian dan tindakannya mempengaruhi orang untuk berperilaku dengan cara tertentu.
- **Pemimpin visioner:**
pemimpin yang melampaui karisma karena kemampuannya menciptakan dan menyatakan visi yang realistis, layak dipercaya, dan menarik mengenai masa depan .

PENDEKATAN KEPEMIMPINAN MODEL TERKINI

Kepemimpinan

- Pertama, pemimpin tim adalah penghubung dengan pihak luar,
- Kedua, pemimpin tim adalah penyelesaian masalah.
- Ketiga, pemimpin adalah manajer konflik.
- Dan keempat, pemimpin tim adalah pembina.

PERILAKU PEMIMPIN YANG EFEKTIF

- Memberikan contoh kepada para karyawan
- Menciptakan suatu tatanan nilai dan keyakinan bagi para karyawan dan dengan bergairah mengejarnya
- Memfokuskan upaya para karyawan terhadap tujuan yang menantang dan terus mengarahkan mereka kepada tujuan tersebut
- Menyediakan sumberdaya yang dibutuhkan karyawan untuk mencapai tujuan mereka
- Menghargai dan mendukung para karyawan
- Berkomunikasi dengan para karyawan

PERILAKU PEMIMPIN YANG EFEKTIF

- Menghargai keragaman para pekerja.
- Merayakan keberhasilan para pekerja
- Mendorong kreativitas di antara para pekerja
- Mempertahankan selera humor
- Menatap terus masa depan

The background is a dark olive green with decorative white and yellow circuit-like lines in the corners. The word "end" is written in a large, bold, yellow font in the center.

end

Pertemuan 7

Etika Bisnis

Pendahuluan

- Menjadi Wirausaha bukan jalan pintas untuk menjadi kaya
- Menjadi Wirausaha adalah sebuah perjuangan
- Apa pun yang dilakukan, kewirausahaan tidak dapat dibangun dalam tempo sekejap.
 - *Kalau Anda merasa telah berhasil dalam waktu singkat, periksalah kembali apakah fondasi usaha Anda sudah cukup kuat? Periksa kembali apakah sukses yang Anda peroleh itu diraih dengan jujur dan halal, apakah bisnis anda riil atau fiktif-spekulatif atau ada pihak yang dirugikan? Apakah Anda sudah memenuhi syarat-syarat dan kewajiban Anda?*

Pertanyaan yang perlu direnungkan oleh calon wirausaha

3

- (1) Apakah benar ada cara yang instant yang halal untuk menjadi kaya?
- (2) Apa yang dilakukan orang agar ia menjadi kaya?
- (3) Apakah dengan kaya otomatis Anda menjadi wirausaha?
- (4) Apakah Anda sudah pantas (sudah saatnya) hidup bergelimang harta?



berusahalah dengan memegang teguh nilai-nilai etika sedari Anda muda dan jangan berkompromi sekecil apapun.

Bangunlah karakter dan milikilah reputasi

Reputasi:

Apa yang
diucapkan
para pelayat
di sisi
jenazah kita

Karakter:

Apa yang
diucapkan
malaikat di
hadapan
Tuhan tentang
kita

Bagaimana Berbisnis dengan Etis?

- *Berperilaku jujur dalam menjalankan aktivitas bisnis. Ini meliputi seluruh aspek dalam menjalankan usaha*
- *Mentaati tata nilai*
- *'Walk the Talk' bermakna konsisten antara apa yang dilakukan dengan apa yang diucapkan*

Pemahaman mengenai Etika dalam Berbisnis

- Usaha yang langgeng adalah usaha yang dijunjung oleh nilai-nilai etika
- Perusahaan yang tumbuh menjadi besar dimulai dari:
 - orang-orang biasa yang sedari awal memegang teguh nilai-nilai moral dan etika.
 - menjaga kepercayaan dan tidak sembarangan dalam berkata-kata, apalagi dalam bertindak.
 - bekerja dengan tata nilai, dan merekrut orang dengan melihat nilai-nilai yang dianutnya. Mereka menanamkan nilai-nilai yang sehat sedari awal.

Apakah Etika?

- Suatu pedoman untuk mendapatkan hidup yang bernilai atau bermartabat.
- Etika memberikan petunjuk tindakan-tindakan apa yang benar dan apa yang salah.
 - Menurut The World Book Encyclopedia (2008), etika mengajukan pertanyaan-pertanyaan tentang benar dan salah dengan menggunakan metode “*reasoning*”, bukan benar-salah menurut kepercayaan atau tradisi.

- Oleh karena itu, selalu ada "*reason*" (alasan) mengapa kita harus memegang teguh etika. Perhatikanlah pernyataan-pernyataan berikut ini dan lihatlah apa yang Anda akan dapatkan kalau Anda konsisten menjalankan apa yang Anda katakan (Maxwell, 1982):

Apa yang Saya Katakan	Apa yang Saya Lakukan	Apa Yang Mereka Kerjakan
<ul style="list-style-type: none"> Saya bilang pada karyawan: "Datanglah ke kantor tepat waktu." 	<ul style="list-style-type: none"> Saya tiba tepat waktu 	<ul style="list-style-type: none"> Mereka datang tepat waktu
<ul style="list-style-type: none"> Saya katakan pada karyawan: "Bersikaplah positif" 	<ul style="list-style-type: none"> Saya menunjukkan sikap positif 	<ul style="list-style-type: none"> Mereka akan berperilaku positif
<ul style="list-style-type: none"> Saya katakan pada karyawan: "Utamakan pelanggan" 	<ul style="list-style-type: none"> Saya mendahulukan konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> Mereka mengutamakan konsumen

- Sekarang, apa jadinya kalau hal yang saya lakukan berbeda dengan yang saya ucapkan seperti berikut ini:

Apa yang Saya Katakan	Apa yang Saya Lakukan	Apa Yang Mereka Kerjakan
<ul style="list-style-type: none"> • Saya bilang pada karyawan: “Datanglah ke kantor tepat waktu.” 	<ul style="list-style-type: none"> • Saya selalu terlambat 	<ul style="list-style-type: none"> • Beberapa karyawan akan tepat waktu dan yang lainnya tidak.
<ul style="list-style-type: none"> • Saya katakan pada karyawan: “Bersikaplah positif” 	<ul style="list-style-type: none"> • Saya menjalankan perilaku negatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Hanya beberapa orang yang positif, selebihnya berperilaku negatif.
<ul style="list-style-type: none"> • Saya katakan pada karyawan: “Utamakan pelanggan” 	<ul style="list-style-type: none"> • Saya mengutamakan diri saya lebih dulu 	<ul style="list-style-type: none"> • Hanya beberapa orang yang mendahulukan pelanggan, yang lainnya tidak.

Peter Koestenbaum (2002) memberikan formula untuk memahami etika sebagai “melayani sesama”, dengan cara:

- Janganlah melakukan sesuatu pada orang lain atas apa yang kita sendiri tidak senang menerimanya
- Melayani sesama juga berarti Anda mau melihat dari kacamata orang lain. Masuklah ke dalam alam berpikir orang lain (*another person's point of view*) dan lihatlah apakah perbuatan Anda menyenangkan atau tidak.
- Seringkali orang tidak menyadari perbuatannya akan mencelakakan orang lain sebelum waktunya tiba
- “Melayani sesama” juga berarti Anda menjadi seorang yang lebih dari orang yang mengembangkan orang lain (karyawan)

Tips

- Jangan masuk ke dalam bisnis yang tidak riil, apalagi yang menjanjikan kekayaan dalam waktu cepat (*instant*). Hindarilah membaca buku-buku yang menjanjikan cara-cara cepat, instan dan memotong kompas.
- Yakinkan dan ucapkan terus dalam diri Anda bahwa Anda mampu bekerja keras dan kerja keras selalu berakhir baik.
- Berbisnislah dengan nilai-nilai kejujuran, keadilan, persamaan, keterbukaan, win-win, melayani dan tanamkanlah nilai-nilai itu di usaha yang Anda bangun.
- Jangan tergoda untuk cepat berhasil. Ingatlah semua ada waktunya. Waktu yang terlalu cepat dipacu dapat beresiko negatif.
- Rekrutlah karyawan yang jujur dan jalankan apa yang Anda ucapkan.

Thank You

Pertemuan 8

Faktor X

PENDAHULUAN

- *Di Italia, ada sebuah desa yang bernama Rocca di Papa. Desa yang sejuk di daerah perbukitan ini terletak pada jarak 1 jam sebelah selatan kota Roma. Di tepi danau yang airnya biru itu, puluhan jenis burung berkicauan tiada henti. Angin semilir yang tertiuip ke atas ke arah perbukitan membuat pemandangan menjadi semakin mengesankan. Tak ada yang menyangka pada salah satu bukit itu terdapat sebuah vila yang dioperasikan seorang perempuan Indonesia asal pulau Dewata.*
- *Vila itu diberi nama sesuai nama asli pemiliknya: Dewi Francesca. Dewi, pengusaha muda itu pun bercerita bagaimana ia membuka usaha di Rocca di Papa dan menumbuhkan jiwa kewirausahaannya. Ketika media massa di Italia tak henti-hentinya menyuarakan krisis keuangan global pada akhir tahun 2008, vila Dewi Francesca tetap ramai diminati para honey mooners. Pesanan kamar sudah full-book hingga 2 tahun ke depan. Nuansa Bali yang dipadu dengan interior Italia terlihat dominan.*

POTENSI MENEMUKAN 'PINTUNYA'

- *Bagaimana kita menjelaskan seorang gadis desa, anak seorang petani yang selepas sekolah bekerja sebagai seorang pelayan restoran di sebuah hotel di Bali dapat menjadi seorang usahawan yang terhormat di luar negeri?*
 - Ia telah menemukan 'pintunya'
 - *Tentu setelah dijalani dengan tekun dan penuh perjuangan*
 - Bukan merupakan sebuah keniscayaan

Renungkan bagaimana Pyramid Mesir dibangun

Malcom Gladwell (2008) yang meneliti tentang kesuksesan manusia menemukan karya-karya besar ternyata tidak ditentukan oleh tingginya skor IQ yang dimiliki manusia, latar belakang keluarga, tanggal lahir, darah biru atau bukan, melainkan oleh dedikasi suci dalam mencari pintu keluar dari berbagai labirin kesulitan.



Ia menyebut dedikasi itu sebagai suatu
kecerdasan praktis

Talenta atau bakat itu hanyalah sebuah kesempatan, namun untuk menjadi "sesuatu", bakat itu harus diasah agar ia mengeluarkan aura cahayanya dan menemukan pintunya (Maxwell, 2007)

MEMANCIING KEBERUNTUNGAN

- Hoki atau keberuntungan tak akan datang tiba-tiba. Seperti yang banyak dipelajari dari praktek-praktek penerapan ilmu keberuntungan China (*fengshui*), keberuntungan harus dipancing agar ia mau datang. Misalnya kasus Dewi Fransesca
- Demikianlah dalam kehidupan spiritual kita, Allah yang maha pengasih pun mendengarkan doa manusia yang tulus, yang terus mengetuk-ngetuk pintunya dan menunjukkan keseriusan dalam berusaha.
- Dan keberuntungan hanya datang pada orang-orang yang siap, yang sejak awal cocok menerimanya. Itulah yang disebut "pintu" oleh Maxwell atau kecerdasan praktis oleh Gladwell, atau dedikasi suci.

BAKAT MENEMUKAN PINTUNYA

- “Faktor X” itu melekat pada diri Anda masing-masing dan baru menjadi “faktor X” kalau ia berhasil menemukan pintunya → maka temukan dan ketuklah pintu-pintu itu.
- Sikap Anda terhadap “pintu” itu akan tercermin pada apa yang Anda dapatkan. Sikap itu adalah sebuah pilihan.

Pilihannya bermacam-macam:

- Ada yang mendiamkan saja. Ia adalah orang yang percaya diri dengan “bakat”-nya dan membiarkan “pintu” menemukan dirinya.
- Mengirim sinyal positif. Ia mengetuk “pintu” itu dengan bahasa tubuhnya. Apakah itu penampilannya yang menarik, suaranya yang khas, dan sebagainya.
- Mencari pintu, mengetuk pintu. Mereka sadar bahwa “pintu” tidak akan terbuka kecuali mereka mendatangi dan mengetuk-ngetuknya. Jika tidak terbuka, Anda harus pergi mencari pintu lainnya. Terus mencari dan mengetuknya.

- Dalam berwirausaha, seorang pemula dapat diibaratkan sebagai seseorang yang mencari pintu.
- Sukses yang dicapainya adalah sebuah keberhasilan menemukan pintu yang sesuai dengan minat dan masa depannya.
 - Untuk “menemukan” pintu itu ia harus mengetuk-ngetuk dan menemukannya. Ia melawan rasa nyaman sampai benar-benar mendapatkan jawaban yang setimpal.

“X” KECIL DAN “X” BESAR

- Faktor “X” adalah sesuatu yang harus kita cari dan kita miliki. Ia akan menemani siapa saja yang ingin berubah, menjadi lebih baik.
- Orang yang tidak ingin berubah juga memiliki faktor “X”, namun itu hanyalah “X” Kecil yang berarti sebuah kenyamanan. Ia sudah nyaman dengan kondisi sekarang dan tentu saja hidupnya tidak akan mengalami kemajuan.

- *Entrepreneur* adalah orang yang merasa hidupnya kurang nyaman, terancam, miskin atau kurang bermakna.

→ ia berjuang mengejar kenyamanan baru. Ia bergerak, berjalan, berpikir, mengetuk pintu, mengambil resiko, mencari produk, membuat, membangun usaha, mendatangi pelanggan

Faktor “X” yang melekat dengan diri Anda itu adalah benda tak berwujud, namun dapat dirasakan.

Awalnya ia tidak berada pada diri Anda, atau kecil sekali. Namun kalau Anda tekun ia akan terus tumbuh karena ia hidup.

Dan karena ia hidup, ia pun dapat menjadi mati. Ia akan hidup kalau Anda menjaga kepercayaan, menumbuhkan kreatifitas dan keahlian, dan memberi banyak oksigen dari lingkungan yang bersih. Ia akan mati kalau Anda main-main dengan kepercayaan, berperilaku arogan, menentang pembaharuan, dan membiarkan terjadi penuaan.

IDENTIFIKASIKAN FAKTOR X

“X” besar ada di tangan orang dewasa, yaitu orang-orang yang sudah memiliki kepercayaan pasar. Sedangkan “X” kecil ada pada diri kita masing-masing. Bentuk “X” pun macam-macam. Ia dapat berasal dari diri Anda sendiri, orang lain, lembaga lain, dan sebagainya. Darimanapun sumbernya, ia bisa tumbuh menjadi besar dan sebaliknya.

“X” yang berasal dari diri sendiri adalah bakat (talenta), kerja keras, kejujuran, kecerdasan, keterampilan, penampilan fisik Anda, kualitas suara, pendidikan

Kita dapat menunggang “kuda” yang berasal dari orang lain atau lembaga lain untuk menemukan pintu. Orang tua, mertua, atasan, almamater, kantor tempat Anda bekerja, pasangan hidup, sahabat, keanggotaan pada suatu organisasi. Carilah dan temuilah orang-orang itu, jadikan mereka guru dan mentor Anda

KARAKTERISTIK FAKTOR X

- Merupakan penentu keberhasilan
- Merekat pada diri manusia
- Tidak diperoleh dalam waktu sekejap
- Namun ia dapat tumbuh dan berkembang menjadi “X” besar
- Dapat berasal dari diri sendiri, namun juga dapat berasal dari luar diri
- Sekali tumbuh ia dapat dipakai untuk usaha lainnya

TAK DAPAT DIRAMPAS

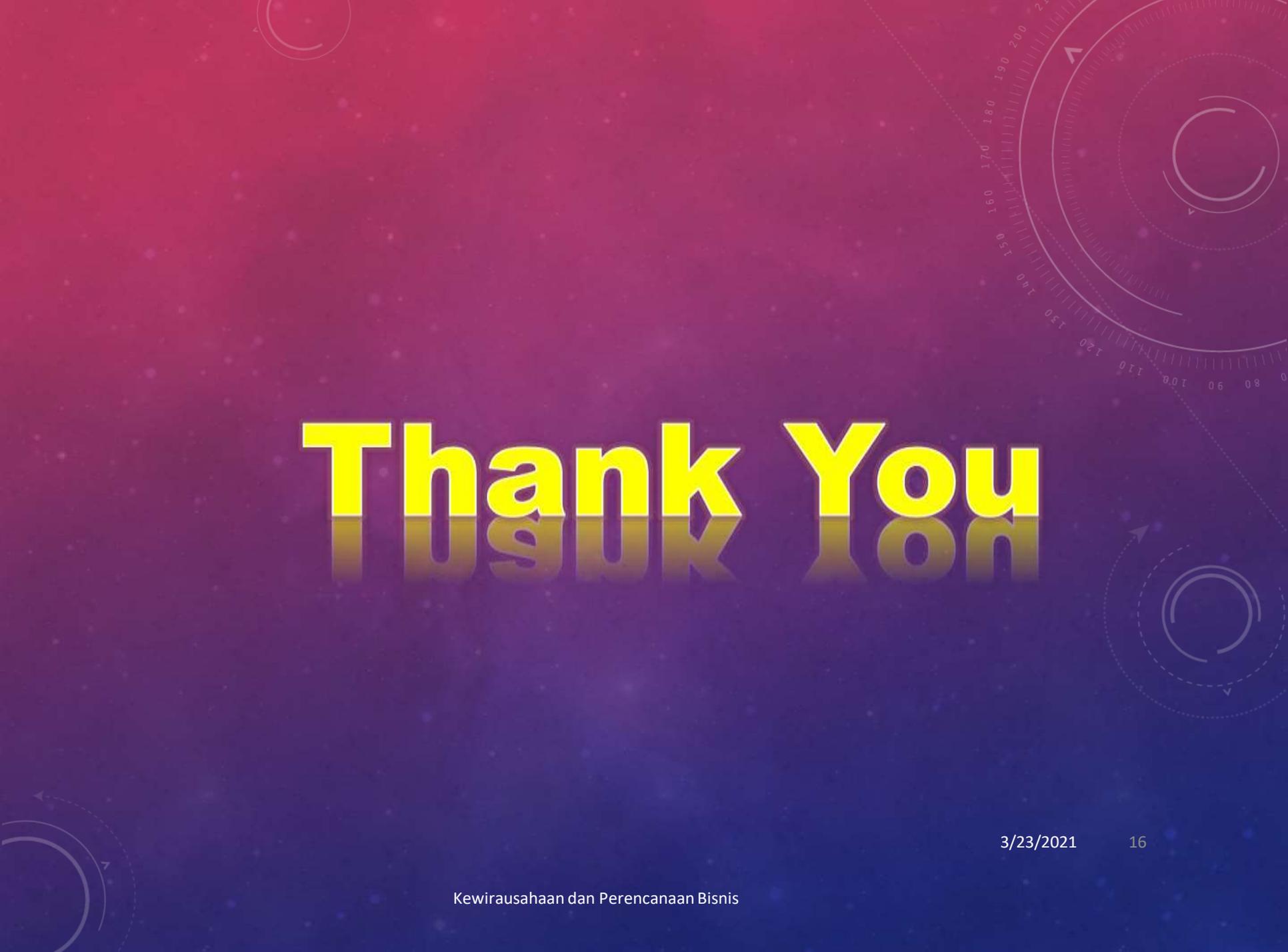
- Karena melekat pada diri Anda sendiri, maka ia harus dipelihara. Banyak orang berusaha merampas “X” itu dengan merampas kuda-kuda tunggangan yang dimiliki seseorang. Padahal “X” itu merupakan kombinasi dari berbagai hal yang melekat pada seseorang.

TUGAS

- Deteksilah faktor “X” yang ada pada diri Anda, dan buatlah list sebanyak-banyaknya. Ambil dua saja dan mulailah menumbuhkan “X” itu agar ia menjadi besar.
- Deteksi juga faktor “X” yang ada pada orang-orang atau lembaga di sekitar Anda, lalu buatlah rencana apa yang dapat saudara lakukan untuk menungganginya.

TIPS

- Kenalilah diri Anda sendiri dan mulailah menimbulkan “X” pada diri Anda.
- Carilah pintu yang mampu membuat “X” Anda tumbuh. Datangi dan ketuklah masing-masing pintu itu.
- Pintu yang bagus adalah pintu yang di dalamnya terdapat ruang besar bagi Anda untuk berkembang dan di dalamnya terdapat pintu-pintu lain yang dapat Anda buka.
- Waspadailah hidup yang nyaman, karena hidup yang demikian dapat membuat hidupmu sulit. Berselancarlah pada gelombang-gelombang ketidaknyamanan dengan berani menembus hal-hal baru yang sulit karena Anda akan mendapatkan pembejaraan-pembelajaran baru.
- Pintu yang tepat adalah pintu yang membuat Anda merasa mampu untuk tumbuh dan memberi ruang untuk berkembang.



Thank You

PERTEMUAN 9

MENCARI GAGASAN USAHA

METODE ATM

- Mempelajari bisnis yang sudah ada
- Mengkaji input dan output suatu bisnis
- Menganalisa trend populasi dan data demografi
- Mengkaji trend ekonomi
- Meniru dan Memodifikasi 4 P (Place, Price, Product, Promotion)

MODIFIKASI 4P

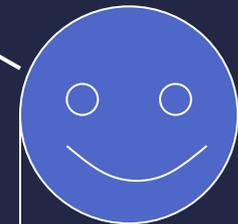
**Apa yang diinginkan konsumen?
Bagaimana cara memuaskan konsumen?
Apakah cara terbaik untuk memuaskan konsumen?**

Konsumen yang memiliki masalah/keinginan dalam 4P

Apa solusinya?



Apa produk/jasa yang dapat ditawarkan?

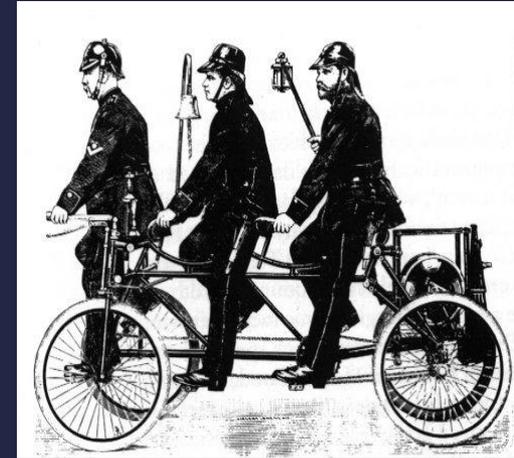


Analisis Dimensi



- tinta : cepat kering
- badan : warna-warni
- tutup : bahan
- fungsi : tambah radio/lampu

- Sepeda
- mobil



<http://sepedakreatif.files.wordpress.com/2007/08/frequada1a.jpg>

ANALOGI

2-Kolom

- truk
- foto



<http://www.grassrootsstore.com/index.asp?PageAction=VIEWPROD&ProdID=264>



- medium yang dibersihkan
- Kemasan
- bentuk bahan
- cara membersihkan

**MATRIKS
MORFOLOGI**

Analisis Kompetitif



- break-down
- rakit kembali
- analisis proses
- analisis biaya



selera saat ini :

- Inovasi
- suasana nyaman
- kemasan menarik

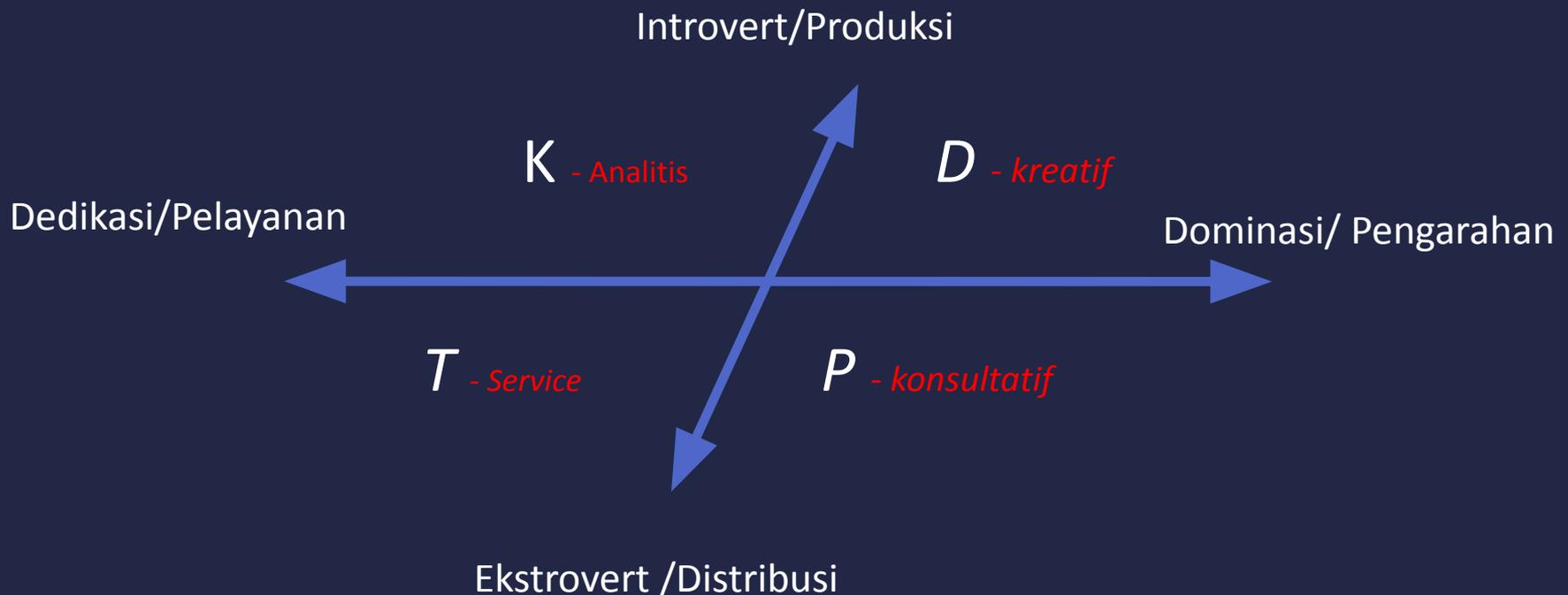
ORDER WINNER

Inovasi



REMEMBER!

“Sesuaikan pilihan bisnis dengan karakter, bakat, ketrampilan, dan hobi anda” ... Questionnaire



QUESTIONER

- ✓ Berada di Kuadran Kepribadian Manakah Anda ?
- ✓ Apa Jenis Usaha Yang Cocok Untuk Kepribadian Anda ?

HUBUNGAN KREATIVITAS, IDEA, DAN PELUANG



Ada 4 cara untuk menilai apakah sebuah ide merupakan peluang yang baik:

- ✓ Pasar
- ✓ Potensi Pertumbuhan Pasar
- ✓ Biaya
- ✓ Resiko

Pasar +/-



- **JENIS PRODUK**
(CUSTOMIZED/MASSAL)
- **BESAR/UKURAN**
- **SASARAN (STP)**
- **PENGEMBANGAN**

Ekonomi +/-

- Margin Cukup
- Tahan Lama



Risiko +/-

- Persaingan Ketat/Tidak
- Sulit/Mudah Ditiru



FORMAT PENILAIAN

Format Cek List Potensi Peluang Suatu Ide

TIPS PRAKTIS

Carilah Idea Bisnis dengan :

- Sering menghadiri pameran perdagangan dan investasi
- Mempelajari keahlian tenaga kerja lokal
- Investigasi material lokal dan sumber daya lain
- Mengkaji peluang substitusi produk impor

QUOTATION

“Ketika satu pintu tertutup maka pintu lain terbuka. Namun, kita seringkali terpaksa menyesali pintu yang tertutup itu, hingga tak bisa melihat pintu lain yang terbuka bagi kita”

- Alexander Graham Bell

Teruslah Maju Dengan Ide-Ide Cemerlang

Thank You

PERTEMUAN 10. MENCARI GAGASAN USAHA

METODE ATM

- Mempelajari bisnis yang sudah ada
- Mengkaji input dan output suatu bisnis
- Menganalisa trend populasi dan data demografi
- Mengkaji trend ekonomi
- Meniru dan Memodifikasi 4 P (Place, Price, Product, Promotion)

MODIFIKASI 4P

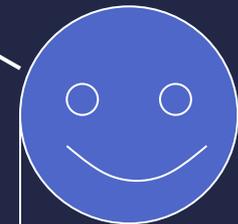
**Apa yang diinginkan konsumen?
Bagaimana cara memuaskan konsumen?
Apakah cara terbaik untuk memuaskan konsumen?**

Konsumen yang memiliki masalah/keinginan dalam 4P

Apa solusinya?



Apa produk/jasa yang dapat ditawarkan?

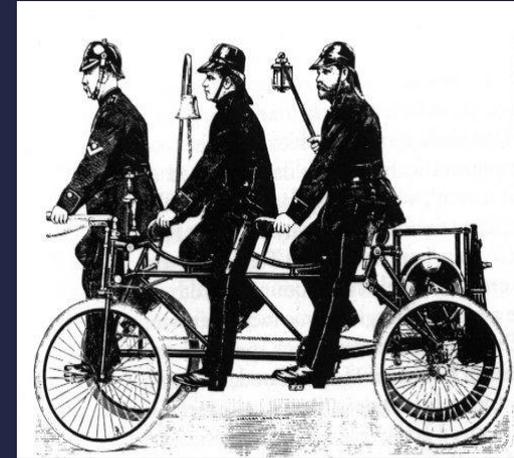


Analisis Dimensi



- tinta : cepat kering
- badan : warna-warni
- tutup : bahan
- fungsi : tambah radio/lampu

- Sepeda
- mobil



<http://sepedakreatif.files.wordpress.com/2007/08/frequad1a.jpg>

ANALOGI

2-Kolom

- truk
- foto



<http://www.grassrootsstore.com/index.asp?PageAction=VIEWPROD&ProdID=264>



- medium yang dibersihkan
- Kemasan
- bentuk bahan
- cara membersihkan

MATRIKS MORFOLOGI

Analisis Kompetitif



- break-down
- rakit kembali
- analisis proses
- analisis biaya



selera saat ini :

- Inovasi
- suasana nyaman
- kemasan menarik

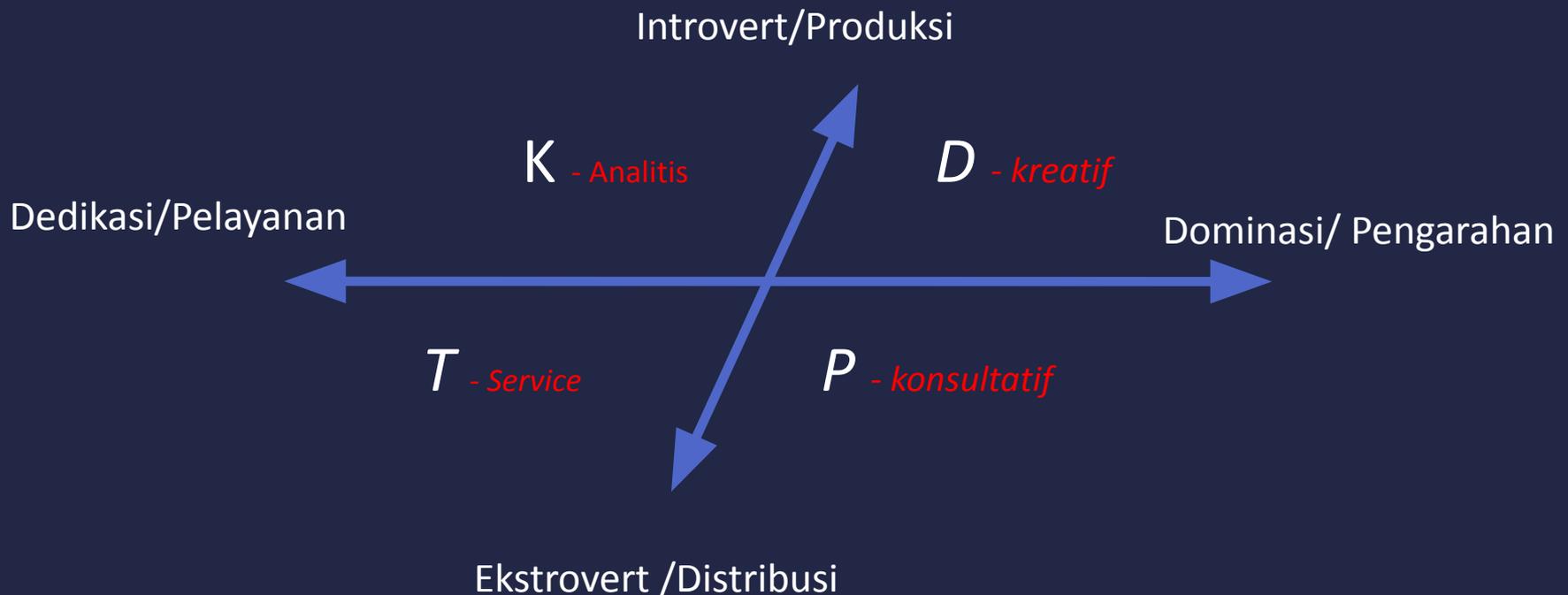
ORDER WINNER

Inovasi



REMEMBER!

“Sesuaikan pilihan bisnis dengan karakter, bakat, ketrampilan, dan hobi anda” ... Questionnaire



QUESTIONER

- ✓ Berada di Kuadran Kepribadian Manakah Anda ?
- ✓ Apa Jenis Usaha Yang Cocok Untuk Kepribadian Anda ?

HUBUNGAN KREATIVITAS, IDEA, DAN PELUANG



Ada 4 cara untuk menilai apakah sebuah ide merupakan peluang yang baik:

- ✓ Pasar
- ✓ Potensi Pertumbuhan Pasar
- ✓ Biaya
- ✓ Resiko

Pasar +/-



- **JENIS PRODUK**
(CUSTOMIZED/MASSAL)
- **BESAR/UKURAN**
- **SASARAN (STP)**
- **PENGEMBANGAN**

Ekonomi +/-

- Margin Cukup
- Tahan Lama



Risiko +/-

- Persaingan Ketat/Tidak
- Sulit/Mudah Ditiru



FORMAT PENILAIAN

Format Cek List Potensi Peluang Suatu Ide

TIPS PRAKTIS

Carilah Idea Bisnis dengan :

- Sering menghadiri pameran perdagangan dan investasi
- Mempelajari keahlian tenaga kerja lokal
- Investigasi material lokal dan sumber daya lain
- Mengkaji peluang substitusi produk impor

QUOTATION

“Ketika satu pintu tertutup maka pintu lain terbuka. Namun, kita seringkali terpaksa menyesali pintu yang tertutup itu, hingga tak bisa melihat pintu lain yang terbuka bagi kita”

- Alexander Graham Bell

Teruslah Maju Dengan Ide-Ide Cemerlang

Thank You

Pertemuan 11

Pemasaran

- Kotler dan Lane (2007): Pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.
- Ducker (1954): Pemasaran bukan sekedar perluasan dari penjualan, pemasaran sama sekali bukan aktivitas khusus, tetapi merupakan keseluruhan bisnis yang dilihat dari sudut pandang hasil akhir yang dicapai, yaitu dari sudut pelanggan. Dalam setiap bisnis hanya pemasaran dan inovasi yang menciptakan pendapatan yang lain hanya menciptakan biaya.

- **Pemasaran Barang Konsumsi (Consumers Goods)**
yaitu produk yang dibeli untuk penggunaan pribadi.
- **Pemasaran Barang Industri (Industrial Goods)**
yaitu produk yang digunakan oleh perusahaan untuk memproduksi produk lain.
- **Pemasaran Pada Jasa (Service),**
yaitu produk yang tidak nyata seperti waktu dan keahlian atau aktivitas yang tidak dapat dibeli.
- **Pemasaran Gagasan.**

Strategi Pemasaran

4

Strategi penetrasi pasar

Strategi pengembangan pasar

Strategi pengembangan produk

Segmentasi pasar

Segmentation-Targeting-Positioning (STP)

5



Segmentasi.
Membagi atau mengelompokkan pasar ke dalam beberapa segmen



Targeting
Memilih satu atau lebih segmen pasar yang dijadikan target pasar



Positioning
Upaya mengkomunikasikan konsep produk agar masuk ke dalam benak konsumen

Taktik Pemasaran

6

Diferensiasi

- **Product**
- **service**
- **People**
- **image**

Bauran Pemasaran

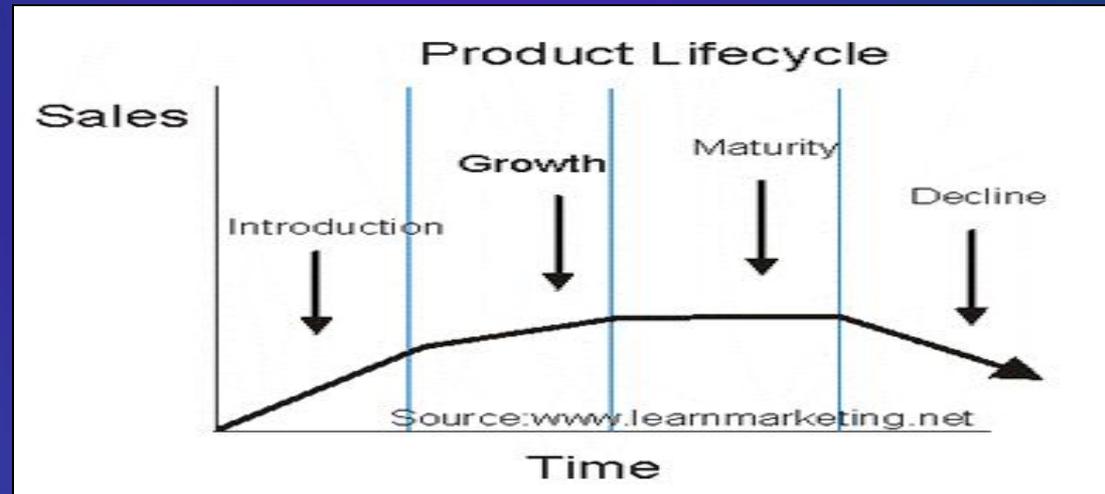
- **Product**
- **Price**
- **Place**
- **Promotion**

Penjualan

- **Fitur selling**
- **Benefit selling**
- **Solution selling**

Produk

7



Produk berjalan melalui berbagai tingkatan. *Product Life Cycle* (daur hidup produk) menunjukkan tahapan dari pertumbuhan yang dapat memberi gambaran manajemen perusahaan untuk mengambil keputusan apakah produk tersebut akan dilanjutkan atau tidak dan kapan produk baru harus diperkenalkan.

Price

Pendekatan penetapan harga secara umum meliputi satu atau lebih tiga perangkat pertimbangan:

Cost Based Pricing

Value Based Pricing

Competition Based Pricing

Place

Saluran 1

- **Distribusi Langsung dari Produk Konsumsi**
- **Produsen ---->> Pemakai**

Saluran 2

- **Distribusi Eceran dari Produk konsumsi**
- **Produsen ---->> Produsen ---->> Konsumen**

Saluran 3

- **Distribusi Grosir dari produk konsumsi**
- **Produsen --> Grosir --> Pengecer --> Konsumen**

Saluran 4

- **Distribusi melalaui agen penjualan**
- **Produsen -> Agen -> Grosir -> Pengecer -> konsumen**

Promotion

10

Advertising

Koran, televisi, direct mail, radio, majalah, iklan luar ruangan, internet, periklanan maya

Personal Selling

Bentuk penjualan yang sangat efektif untuk pemasaran hubungan

Promotion

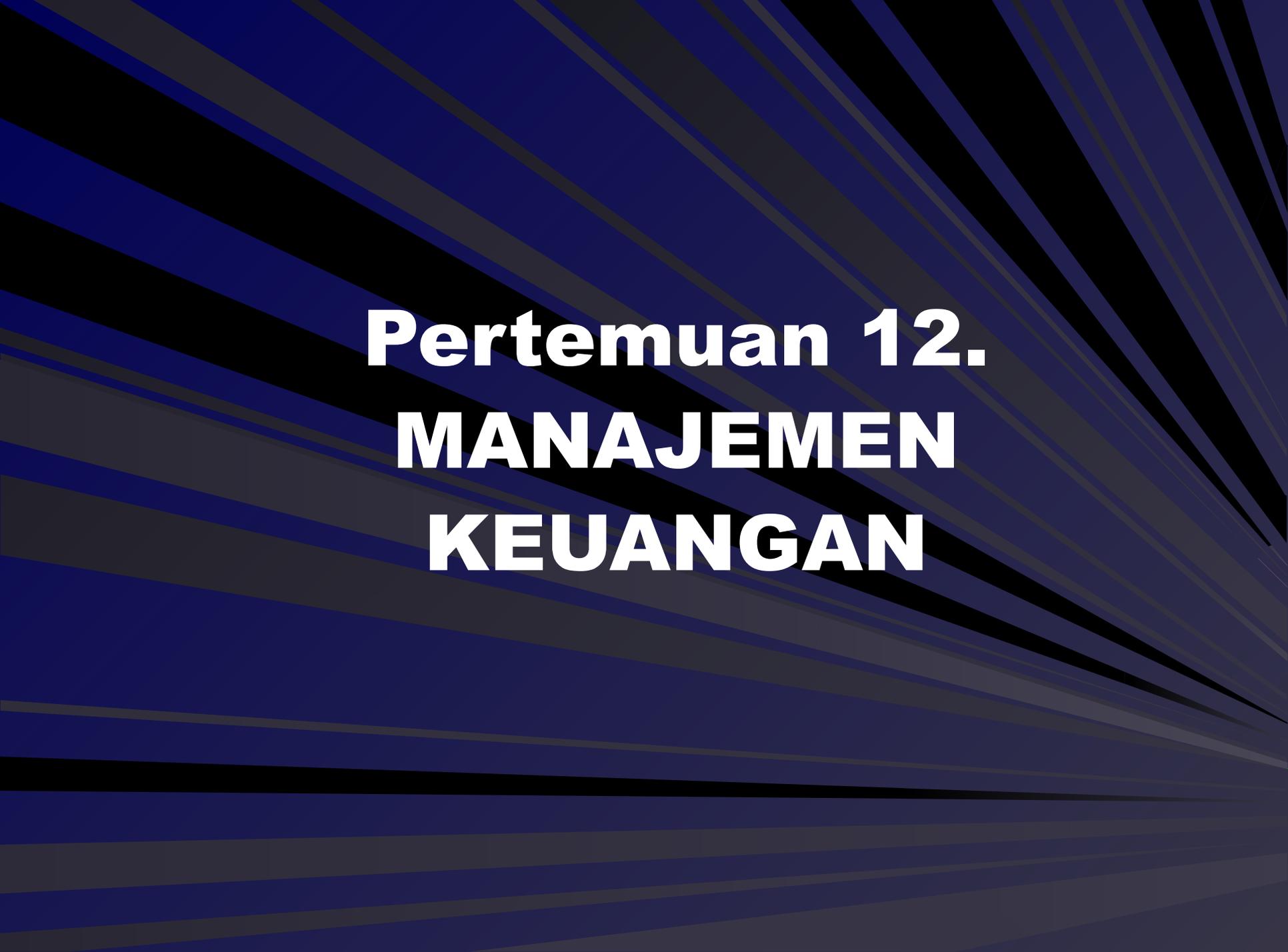
Sales Promotion

Produk get out the crowd, Penghubung ke media lain, mendorong trial purchase, lebih diingat oleh konsumen

Public Relation

Publikasi kegiatan pelayanan terhadap masyarakat umum

**Thank
You**



Pertemuan 12.
MANAJEMEN
KEUANGAN

KELEMAHAN - KELEMAHAN UKM (Dari Aspek Keuangan)

- Tidak ada pencatatan aktivitas, hanya mengandalkan ingatan.
- Pengelolaan keuangan perusahaan bercampur dengan keuangan keluarga.
- Tidak dilakukan evaluasi kondisi usaha, sehingga tidak diketahui tingkat perkembangannya.

MANAJEMEN KEUANGAN

Merupakan semua aktivitas perusahaan dalam usaha mendapatkan dana yang dibutuhkan beserta usaha untuk menggunakan dana tersebut secara efisien.

MANAJEMEN KEUANGAN

SUMBER
DANA

MODAL
USAHA

MODAL
INVESTASI

MODAL
KERJA

MANAJEMEN KEUANGAN

MENGELOLA
MODAL KERJA

MENGENDALIKAN
LABA

KEPUTUSAN
INVESTASI

1. MODAL INVESTASI / MODAL

TETAP

adalah keseluruhan dana yang digunakan untuk pembelian harta-harta tetap, yang mempunyai manfaat berurang kali (tidak habis sekali pakai).

JENIS	JML	HARGA SATUAN	HARGA TOTAL	UMUR EKONOMIS	PENYUSUTAN
MEJA KAYU	4	150.000.-	600.000.-	4 TH	$600.000.- : 48 =$ 12.500.-
KURSI PLASTIK	16	25.000.-	400.000.-	2 TH	$400.000.- : 24 =$ 16.666
MANGKOK	16	15.000.-	240.000.-	5 TH	$240.000.- : 60 =$ 4.000
PANCI	3	75000.-	225.000.-	5 TH	$225.000.- : 60 =$ 3.750.-
JUMLAH			1.465,00 0		36.916.-

2. MODAL KERJA

MERUPAKAN KESELURUHAN
DANA YANG DIGUNAKAN UNTUK
MEMBIYAI KEGIATAN
OPERASIONAL SEHARI – HARI,
DAN MEMPUNYAI MANFAAT HANYA
SEKALI SAJA

BIAYA

**SETIAP PENGELUARAN YANG
TIDAK BISA DIHINDARKAN,
YANG JUMLAHNYA BISA KITA
DUGA SEBELUMNYA**

PENGGOLONGAN BIAYA

- **Biaya Tetap (Fixed Cost) :**
Seluruh biaya yang dikeluarkan jumlahnya tetap, tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya jumlah produksi.

Contoh :

(Gaji, Sewa, Pemeliharaan, Penyusutan)

□ **Biaya Tidak Tetap (Variable Cost) :**
Seluruh biaya yang dikeluarkan jumlah selalu berubah, tergantung dari besar kecilnya jumlah produksi.

Contoh :
(Bahan baku, Listrik, Air, Telp, upah borongan, dlsb).

HARGA POKOK PENJUALAN DAN HARGA JUAL

$$\text{HPP} = \frac{\text{BIAYA TETAP} + \text{BIAYA TAK TETAP}}{\text{Jumlah Produksi}}$$

$$\text{Harga Jual} = \text{HPP} + \% \text{ Laba}$$

$$= \text{Rp. X}$$

CARA MENETAPAN HARGA JUAL

- Selidiki harga pasar produk melalui riset pasar
- Pastikan luas pasar, segmen pasar, dan volume penjualan yang realistis
- **Hitung seluruh biaya yang dikeluarkan**
- Hitung tingkat penjualan yang menjamin titik impas pada harga pasar yang berlaku
- **Penetapan harga jual**

BREAK EVEN POINT (BEP)

Adalah, suatu keadaan dimana pada tingkat penjualan tertentu, perusahaan tidak mengalami keuntungan maupun mengalami kerugian.

Kegunaannya :

- ✓ Untuk menetapkan penjualan minimal.**
- ✓ Mengendalikan biaya.**
- ✓ Merencanakan kebutuhan dana**

TITIK PULANG POKOK (*BREAK EVEN POINT*)

Rumus:

$$\text{BEP}_{(\text{Unit})} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga jual persatuan} - \text{Biaya Tdk Tetap persatuan}}$$

PERHITUNGAN LABA

- Mencari Laba :

Lab a = Hasil Penjualan – Biaya

Modal Kerja = Biaya Tetap + Biaya Tak Tetap

- Tingkat Profitabilitas = Kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan dari modal yang telah diinvestasikan

Profitabilitas = $\frac{\text{Lab a Usaha}}{\text{Modal Investasi}} \times 100\%$

= x %

- Tingkat kelayakan usaha:

Profitabilitas > Bunga Bank + Faktor Resiko

HASIL AKHIR

U K M

```
graph TD; UKM[UKM] --> 1[DAPAT MENGENALI PRODUK SENDIRI]; UKM --> 2[DAPAT MENGENALI PRODUK PESAING]; UKM --> 3[MAMPU MEMPERKUAT PASAR YANG SUDAH DIKUASAI]; UKM --> 4[TERCIPTANYA DAERAH PASAR YANG BARU]; UKM --> 5[BERKEMBANGANYA USAHA BERLANDASKAN PRODUKTIVITAS & PENATAAN TEMPAT KERJA YANG BERKUALITAS];
```

**BERKEMBANGANYA
USAHA BERLANDASKAN
PRODUKTIVITAS &
PENATAAN TEMPAT
KERJA YANG
BERKUALITAS**

5

**DAPAT MENGENALI
PRODUK SENDIRI**

1

**TERCIPTANYA
DAERAH PASAR
YANG BARU**

4

**MAMPU MEMPERKUAT PASAR
YANG SUDAH DIKUASAI**

3

**DAPAT MENGENALI
PRODUK PESAING**

2

KESIMPULAN

- = JENIS USAHA YANG AKAN DIPILIH HARUS MENGANDUNG 5 MUDAH (Mudah Pasar, Mudah Bahan Baku, Mudah Tenaga Kerja, Mudah Peralatan & Mesin, Mudah Prosesnya).
- = AKAN LEBIH BAIK JIKA PELAKU USAHA MAU BELAJAR TEKNICAL SKILL SESUAI DGN BIDANG YANG AKAN DIUSAHAKAN.
- = PENTING MEMPELAJARI MANAGERIAL SKILL SEBAGAI PENGAWAL KEBERHASILAN SUATU USAHA.
- = TERUS Mencari Pengetahuan dan Informasi Untuk Pengembangan.
- = Penataan Tempat Kerja yang Berkualitas.

The background consists of a series of diagonal stripes in various shades of blue and black, creating a sense of depth and movement. The stripes are arranged in a way that they appear to recede into the distance, converging towards the right side of the frame.

TAMBAHAN

PERHITUNGAN LABA

- Berdasarkan jenis biaya:

Laporan Laba/Rugi

Periode ...s.d.....

- Penjualan Bersih Rp.
- Harga Pokok penjualan Rp.-
- Laba Kotor Rp.
- Biaya Administrasi & Umum Rp.
- Biaya Penjualan Rp.+

Biaya Usaha Rp.-

 Laba Usaha Rp.

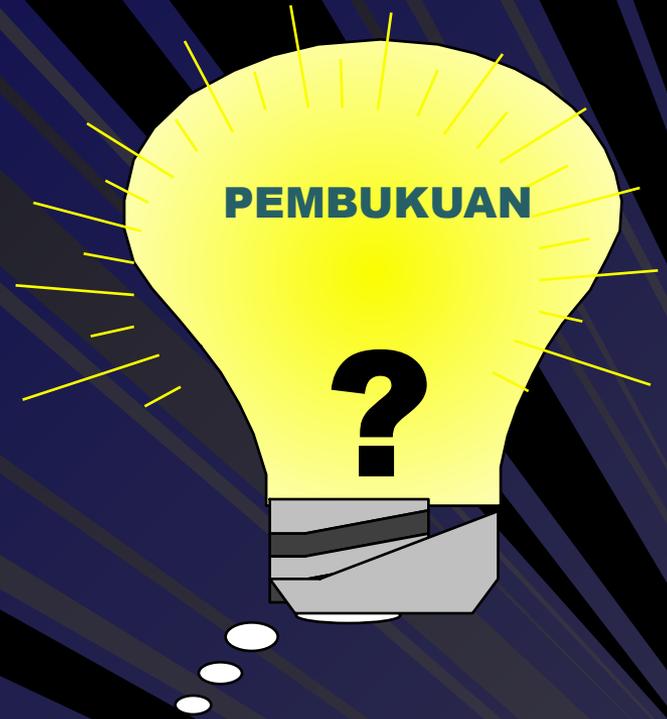
- Pendapatan Bersih lain-lain Rp.+

 Laba (sebelum Pajak) Rp.

- Pajak Rp.-

 Laba Bersih Rp.

PEMBUKUAN SEDERHANA



PEMBUKUAN SEDERHANA

Adalah kegiatan yang terdiri dari **pencatatan** (*recording*), **pelaporan** (*reporting*), **analisis kondisi usaha** (*evaluation*) yang dilakukan secara tertib, teratur, kronologis, dan sistematis

Kegunaan:

- Alat pengingat
- Sarana pemisah harta perusahaan dengan harta pribadi
- Bahan informasi pengambilan keputusan
- Bahan informasi perkembangan usaha
- Bahan informasi bagi penyandang dana
- Pemenuhan kewajiban perusahaan

PENCATATAN (RECORDING)

Pencatatan aktivitas perusahaan dalam berbagai jenis buku, al: bk kas, bk persediaan bahan baku dan barang jadi, bk hutang, bk piutang, dlsb.

Proses pencatatan:

- 1. Mengumpulkan bukti-bukti pembukuan**
- 2. Mengelompokkan kegiatan sesuai fungsi buku**
- 3. Pelaksanaan pencatatan kegiatan ke dlm buku**

TRANSAKSI USAHA YANG SERING DILAKUKAN

- 1. Membeli bahan baku secara tunai.**
- 2. Membeli bahan baku secara kredit.**
- 3. Menjual barang secara tunai.**
- 4. Menjual barang secara kredit.**
- 5. Membayar hutang.**
- 6. Menerima pembayaran piutang.**
- 7. Mengambil bahan baku untuk diproses.**

PELAPORAN (*REPORTING*)

Ikhtisar pencatatan harian yang telah dilakukan dituangkan dalam bentuk laporan keuangan:

- **Laporan Laba Rugi:** menggambarkan hasil operasi perusahaan yang dicapai dalam periode waktu tertentu
- **Neraca:** laporan yang menunjukkan posisi keuangan perusahaan pada saat tertentu, menggambarkan jenis dan nilai harta, jenis dan nilai hutang, serta besar modal

NAMA PERUSAHAAN NERACAPER.....

AKTIVA

Aktiva Lancar:

- Kas : xxx
- Piutang : xxx
- Persediaan: xxx +

Jumlah A. Lancar: xxx

Aktiva Tetap xxx +

Jumlah Aktiva xxx

PASIVA

Hutang:

- H. Jk. Pendek : xxx
- H. Dagang : xxx
- B. y.m.h. dibayar : xxx +

Jmlh H. Jk. Pendek: xxx

H. Jk. Panjang xxx +

Jumlah Hutang xxx

Modal xxx +

Jumlah Pasiva xxx

Pertemuan 13

Memulai Usaha Baru

Pendahuluan

- *Action* untuk memulai sebuah usaha baru.
- Semua proses yang akan dijabarkan dalam bab ini mengacu pada business plan Anda:
 - *Sales & marketing,*
 - Operasional
 - Keuangan (Membuat kalkulasi perencanaan pengeluaran menjadi sangat penting agar *financial planning* Anda tidak terlalu melenceng)

11 Hal Praktis dalam Memulai Usaha

- Memilih Nama dan membuat logo
- Memilih tempat usaha
- Membeli perlengkapan
- Pemenuhan terhadap mesin dan alat-alat produksi
- Merekrut pegawai
- Melakukan training persiapan dan uji coba
- Memproduksi alat-alat promosi
- Pilihan secara legal atau informal
- Peresmian
- Proses tambahan
- Belajar dari *common mistakes*

Memilih Nama dan membuat logo

- Terdapat hal-hal yang sangat prinsipil dalam membuat nama dan logo karena peran strategisnya di kemudian hari.
- Nama dan logo Anda akan diingat selamanya serta memiliki karakter yang akan menunjang keberhasilan bisnis Anda

Tips Praktis

- Pilihlah nama yang mudah diingat, sesuai dengan industri Anda
- Perhatikan apakah nama yang Anda ciptakan sudah ada yang memiliki (terutama di lingkungan sekitar) atau sangat umum karena akan berdampak pada *branding* Anda
- Buatlah logo yang sesuai dengan cita-rasa Anda sebagai owner, buatlah agar ia mengandung sebuah cita-cita yang bisa bercerita
- Citrakanlah ke dalam masyarakat melalui *story telling*, iklan dan sebagainya.

Menerjemahkan nama menjadi logo

- Nah, bagaimana caranya?
 - Akan sangat ideal jika Anda memiliki kemampuan program *design* seperti *photoshop* atau *corel*. Jika tidak, Anda bisa mencari teman mahasiswa lain yang menguasainya untuk menciptakan logo dan turunannya untuk Anda.
 - Sebaiknya jangan memaksakan diri jika Anda tidak memiliki kemampuan dan cita rasa seni. Mengeluarkan beberapa ratus ribu rupiah rasanya amat pantas.
 - Anda juga bisa melakukan *browsing* di Google untuk mencari inspirasi logo perusahaan sejenis di dunia dan membuat penyesuaian-penyesuaian yang perlu.

Memilih tempat usaha

Rambu-rambu yang harus diperhatikan

- Jika usaha Anda tidak pernah didatangi pelanggan, maka lakukan operasional dari rumah (misalnya tempat kos) saja. Untuk alamat, Anda bisa menyewa alamat usaha, baik yang resmi misalnya *digital office* maupun di tempat teman Anda.
- Jika Anda harus berada di lokasi tertentu, cari kemungkinan Anda bisa menyewa dengan harga miring seperti lantai 2 pada sebuah ruko.
- Jika usaha Anda harus di lantai 1, cari kemungkinan Anda bisa melakukan *profit sharing* dengan pemilik tempat. (Ingat, tekan semua *fixed cost*, sebarikan resiko dan bandingkanlah setiap pengeluaran dengan profit Anda)

Membeli perlengkapan

Tips dalam membeli perlengkapan:

- Jika memungkinkan, beli semua perlengkapan yang *second hand*. Ada banyak tempat yang menjual meja-kursi dan peralatan kantor yang bekas pakai, atau rak display bekas. Anda cukup klik di internet atau beli koran Pos Kota, atau segera cari tempat sentra barang bekas
- Lakukan renovasi kecil seperti memperbaiki bagian-bagian yang rusak, dan lakukan pengecatan agar kembali tampak baru
- Jika Anda tidak ahli pertukangan, cari tukang yang mau dibayar harian, Anda beli sendiri bahan-bahannya, (Upah tukang per orang sekitar Rp. 50-70 ribu per hari)
- Untuk barang-barang elektronik yang harus baru, janganlah membeli *premium brand*. Anda cukup membeli kualitas Korea atau produk dalam negeri. Pastikan barang itu bergaransi minimal setahun sehingga Anda aman menggunakannya selama setahun.
- Untuk barang-barang pecah belah, jika kebutuhan Anda adalah desain dan warna tertentu, lakukanlah *hunting* pada pasar-pasar yang menjual produk-produk itu dengan harga miring. Jika hanya perlu asal piring atau gelas, Anda bisa mendekati pedagang grosir untuk membeli piring-piring eks display promosi mereka.

Pemenuhan terhadap mesin dan alat-alat produksi

- Sebelum membeli perlengkapan, periksalah sebaik-baiknya usaha dan keahlian Anda berkisar pada produksinya atau proses kreatifnya?
- Jika pada proses kreatifnya maka dapat menggunakan *outsourcing*, jika pada proses produksinya maka gunakan tips membeli perlengkapan pada bagian sebelumnya

Fokuslah pada keahlian utama:

- Prinsip utama dalam berbisnis adalah, jika bisa sewa sebaiknya tidak usah beli
- Jika bisa dikerjakan secara *outsourcing* (misalnya fotocopy), tidak usah sewa apalagi beli.
- Jika Anda harus menyewa, pastikan semua *spare parts* dan *service* sudah termasuk dalam harga sewa (karena bagian inilah yang paling mahal)
- Cari kemungkinan Anda bisa melakukan cicilan lunak dengan *down payment* (uang muka) yang rendah jika Anda harus membeli. Pelajari kontraknya jika Anda melakukan wanprestasi, apakah cukup diselesaikan dengan penyitaan mesin atau harus ada tambahan yang lain?

Merekrut Pegawai

11

- Bagian agak krusial atau vital, karena Anda harus memilih orang-orang yang akan menggerakkan usaha Anda
- Tiga kategori pegawai untuk bisnis baru:
 - *Frontliners*
 - *Sales*
 - *Management*

Merekrut Pegawai Frontliner

12

TIPS :

- Pelajari karakteristik pekerja pada industri sejenis, berapa dan bagaimana skema gaji-nya.
- Pastikan pegawai Anda akan memiliki pekerjaan yang cukup sibuk, ada atau tidak ada order (lebih murah membayar overtime dari pada kelebihan pegawai)
- Utamakan referensi dari teman atau saudara agar bisa 'mengikat' pegawai Anda dan mendapatkan pegawai yang jujur.
- Lakukan wawancara langsung, dan pastikan nilai-nilai yang dimiliki calon pegawai itu kurang lebih sama dengan nilai-nilai yang Anda miliki. Cobalah menggunakan *insting* Anda untuk memastikan orang itu akan klop dengan pekerjaannya.

Merekrut Pegawai *Frontliner*

TIPS :

- Lakukan test dengan melihat kemungkinan apakah tamatan SMP mampu mengerjakannya dan tidak harus D1/D2 atau sarjana. Anda bisa melakukan penghematan.
- Jika cukup secara informal, tidak usah menggunakan kontrak kerja.
- Kontrak pegawai Anda untuk masa tertentu dengan masa percobaan 3 bulan pertama
- Jika sudah positif diterima, kemukakan hal-hal yang Anda harapkan termasuk imbalan-imbalan tambahan yang akan diterima jika mereka dibutuhkan untuk kerja lembur, pekerjaan di luar tugas, waktu libur dipanggil, dan sebagainya, sehingga Anda memiliki reservasi waktu mereka untuk melakukannya nanti.

Merekrut Pegawai Sales

14

- Pelajari *sales person* seperti apa yang Anda perlukan, seberapa senior mereka
- Jika Anda perlu *sales person junior* untuk memasarkan produk Anda, pilihan komparasinya kurang lebih sebagai berikut:

	Full Komisi	Semi Komisi	Fixed Income
Kompensasi	Lebih besar	Uang transport Rp 500 ribu sd Rp 1 juta/bulan	Sesuai standar gaji pada industry tersebut
Loyalitas	Rendah	Sedang	Tinggi

Merekrut Pegawai Management

15

- Pegawai bagian *Management* membantu Anda mengurus aspek *finance* dan akuntansi, pemasaran termasuk SDM
- Pertimbangan di merekrut tim *Management*:
 - Jika Anda merasa memerlukan orang yang senior, Anda harus menghindari pemberian *fixed income* karena gaji mereka akan menggerogoti *cash flow* Anda.
 - Carilah ibu rumah tangga yang sebelumnya pernah bekerja di perusahaan sejenis atau jenis pekerjaan yang kurang lebih sama.
 - Tawarkan waktu kerja yang fleksibel, keleluasaan mengatur diri sendiri dan pekerjaan, serta penghasilan tak terbatas melalui skema *full* komisi.
 - Anda bisa menjanjikan saham setelah tenggat waktu tertentu atau pencapaian prestasi tertentu atau gabungan keduanya.
 - Jika diperlukan, Anda bisa memberikan tawaran langsung pembagian kepemilikan (saham).

Melakukan training persiapan dan uji coba

- Untuk menghasilkan produk/jasa yang maksimal, para pegawai harus melalui tahap latihan dan uji coba
- Tips:
 - Ada atau tidak ada pegawai, Anda harus melakukan ujicoba. Jika bisnis Anda adalah rumah makan, maka mengundang teman dan keluarga dekat untuk ‘mencoba’ sebuah situasi ramai amat diperlukan. Jika bisnis Anda adalah usaha dalam jasa *laundry*, berikan pelayanan pertama kepada mereka dan mintalah pendapat mereka.
 - Jika Anda memiliki pegawai, latihlah mereka mengerjakan tugas mereka dalam keadaan ramai (*under pressure*). Misalnya menyajikan makanan dalam waktu cepat. *Order* yang banyak akan menguji kemampuan mereka memproduksi dalam jangka waktu tertentu. Buatlah simulasi dalam menghadapi situasi yang ekstrem.
 - Lakukanlah pencatatan waktu dan kendala yang dialami untuk didiskusikan dengan mereka. Mungkin mereka punya usulan yang lebih baik.

- Usaha yang baru memerlukan promosi yang dipersiapkan dengan matang
- Jika logo sudah final, maka langkah selanjutnya adalah membuat turunannya seperti:
 - Kop surat dan amplop (jika perlu)
 - Stempel
 - Brosur (jika perlu)
 - Display dan neon sign jika usaha Anda adalah retail atau rumah makan
 - Kemasan dan alat penunjang seperti tas plastik

Pilihan Legalitas Usaha, Formal atau Nonformal

18

- Untuk tahap awal, lakukan secara non-formal, karena akan menghemat biaya *set-up* (contoh: biaya notaris untuk *set-up* PT memerlukan Rp 8 juta dan untuk pembukaan rekening bank minimal Anda perlu menaruh Rp 1 juta dan sejumlah rupiah tertentu untuk modal di setor yang harus masuk ke rekening bank)
- Jika Anda khawatir logo dan brand Anda dijiplak orang lain, daftarkanlah ke Departemen Kehakiman, lakukan sendiri karena biayanya hanya beberapa ratus ribu rupiah (Rp. 1.5 juta jika melalui notaris)
- Meskipun tidak menggunakan PT atau CV, Anda tetap bisa masuk dan ikut tender pada perusahaan besar dengan meminjam PT milik orang lain dengan memberikan *service fee* tertentu.

	Non Formal	Semi Formal	Formal
Legalitas	None	UD (Usaha Dagang)	CV-PT
Modal Awal	Relatif sangat kecil	Relatif Cukup	Relatif Besar
Operations	Dari Rumah, sewa mesin	Sewa tempat kecil, shared office	Sewa atau beli sendiri
Marketing	Sendiri, atau full variable cost Image sederhana	Ada team dengan gaji basic/transp ortation Image dikontrol	Full Team, mixed fixed & variable Full control
Customer	Beberapa dalam lingkungan terbatas	Cukup besar	Kompleks

Peresmian

- Peresmian tempat usaha menjadi sebuah hal penting karena Anda mengundang teman dan kerabat yang akan membantu Anda memasarkan usaha Anda
- Peresmian dengan tumpengan sederhana dan doa bersama sudah cukup
- Undang juga tetangga sekitar tempat Anda buka usaha, agar usaha Anda dikenal, didukung dan didoakan oleh orang-orang di sekitar anda
- Sebarkan *voucher* dan kupon diskon agar mereka bisa menggunakannya sendiri atau memberikannya pada orang lain untuk mencoba usaha Anda
- Jika Anda memilih memproduksi brosur, titipkan brosur dalam jumlah tertentu kepada tamu undangan dan minta bantuan mereka untuk menyebarkannya kepada para kenalan. Hal ini efektif karena mereka pasti memuji usaha Anda.

Proses Tambahan : Websites dan seragam

21

- Website
 - Membuat *website* untuk beberapa bidang industri adalah mutlak, seperti pada industri toples cantik, jaket kulit atau makanan ringan, bahkan rumah makan.
 - Lakukanlah secara gratis, cari *websites* yang memberikan Anda kemudahan ini seperti: *blogspot*, *wordpress*, *weebly*, *multiply*, atau bahkan *facebook*.
 - Jika Anda merasa perlu alamat *web personal*, beli *domain name* saja (sekitar 500-600 ribu rupiah untuk 5 tahun) dan forward semuanya klik ke web hosting gratis Anda. Contohnya adalah *ketjap.net* atau *emasoekamto.com*.

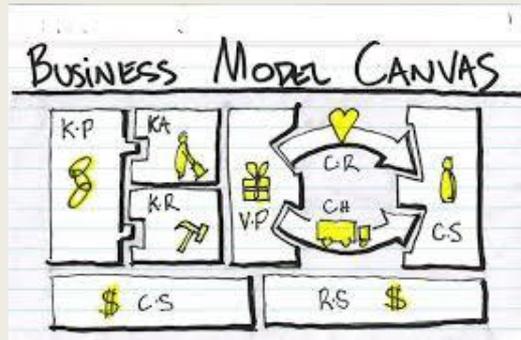
- Seragam
 - Untuk beberapa bidang seperti rumah makan, jasa Event Organizer maka diperlukan pakaian seragam petugas untuk mengangkat citra Anda.
 - Carilah cara untuk menghemat, misalnya dengan *sponsorship* dari para supplier Anda
 - Gunakanlah kualitas sedang sampai murah untuk tahap awal.

Belajar dari *Common Mistakes*

23

- Pengalaman adalah Guru yang paling baik
- Hal-hal yang perlu diperhatikan :
 - Membuat usaha bisnis secara legal di tahap awal atau terburu-buru pada bulan-bulan pertama, mengikat hubungan hukum tanpa mengalami kerjasama sebelumnya
 - Tidak melakukan riset mendalam terhadap persaingan dan kekuatan internal (SWOT analysis)
 - Menghabiskan terlalu banyak dana untuk membeli peralatan dan renovasi, termasuk sewa tempat, salah memilih lokasi
 - Membayar upah tenaga kerja lebih mahal dari pesaing
 - Menggunakan tenaga kerja yang level-nya lebih tinggi dari pesaing
- Cara terbaik mempelajari *common mistakes* adalah berinteraksi langsung dengan pelaku usaha yang pernah mengalaminya. Pelajarilah kiat-kiat mereka untuk bangkit dari kesalahan dan untuk memperbaiki kesalahan itu.

Thank You



MENENTUKAN IDE
USAHA DENGAN
BISNIS MODEL
CANVAS

Sub pokok bahasan:

1. Pengertian Bisnis Model Canvas



2. Kerangka bisnis model Canvas



3. Perumusan ide usaha



4. Menentukan Nama Usaha/Perusahaan

1. Apa itu Bisnis Model Canvas ?

Business Model : sebuah *template* yang digunakan untuk menggambarkan seperti apa bisnis yang ingin kita bangun atau bisnis apa yang sedang kita jalani sekarang secara menyeluruh dan dari berbagai aspek.

Saat ini, mungkin bagi pengusaha pemula sudah cukup menjelaskan tentang bisnisnya dengan singkat. Seperti “saya pengusaha kuliner”, “saya pengusaha *fashion*“, atau “saya pengusaha *consulting services*“.

Tapi kemudian ada pertanyaan, “siapa target *customernya*?“, “bagaimana cara untuk mempertahankan hubungan dengan pelanggan?“, sampai akhirnya banyak hal lain yang sebelumnya tidak terpikirkan oleh pengusaha *start-up* dan itu semua terangkum dalam sebuah *business model* untuk menggambarkan bisnis kita secara lengkap.

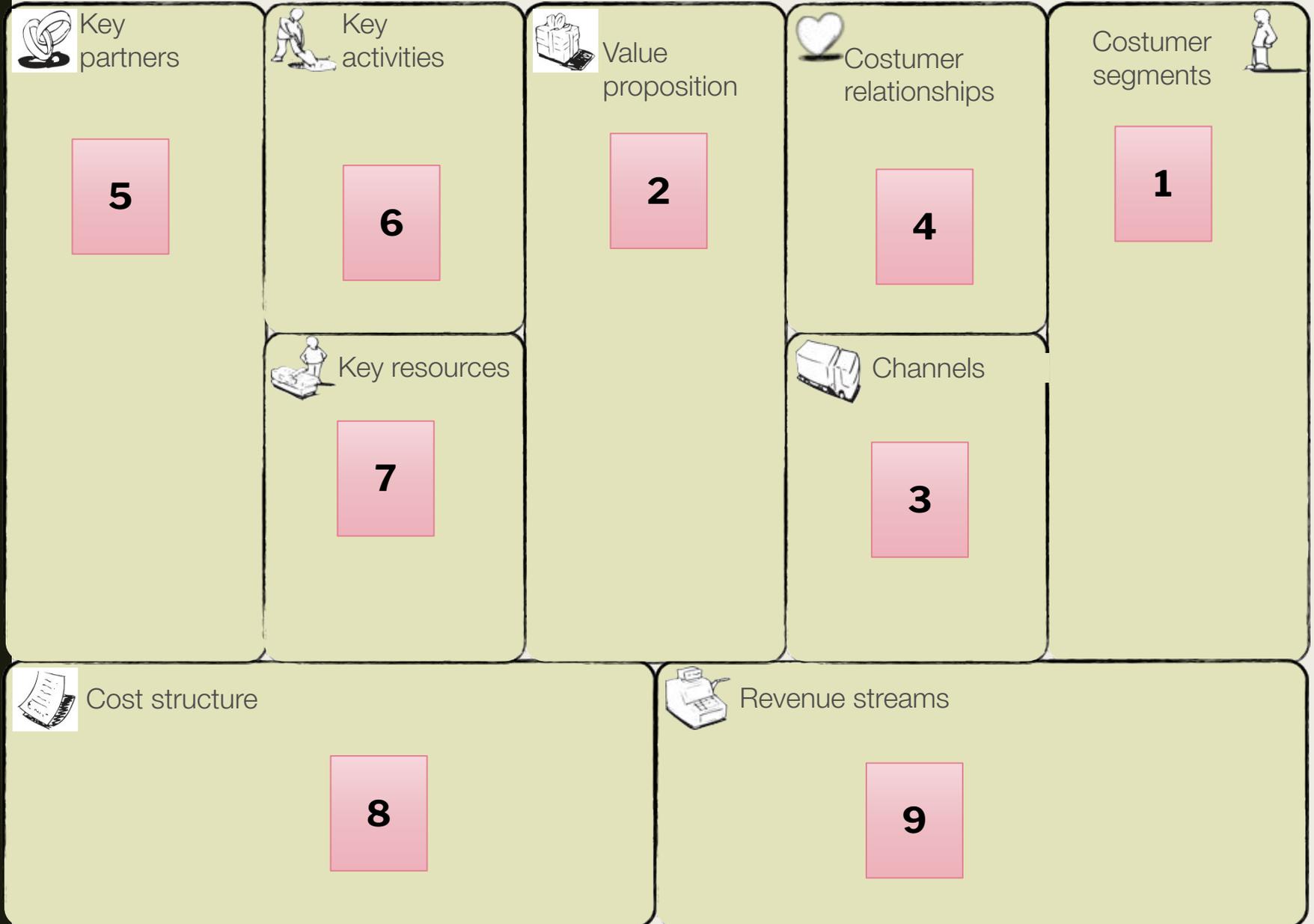
1. Apa itu Bisnis Model Canvas ?

Salah satu cara termudah menyiapkan rencana bisnis adalah membuat “kerangka” atau building block yang terintegrasi dengan baik.

Business Model Canvas yang dikembangkan oleh *Alexander Osterwalder* adalah berisi 9 building block atau kerangka yang bisa kita jadikan acuan untuk membuat rencana bisnis kita, yang disebut Bisnis Model Canvas.

9 kerangka ini digunakan untuk menyederhanakan konsep model bisnis yang rumit dan kompleks agar dapat dimanfaatkan oleh sebuah perusahaan/ wirausaha untuk membuat, mendiskusikan, dan memahami sebuah model bisnis dengan lebih sistematis.

2. Kerangka Bisnis Model Canvas



1. Segmen Pelanggan (Customer Segments)

Mengetahui Pelanggan Anda

Apakah anda sudah mengetahui dengan persis siapa calon pelanggan anda?

Segmentasi Pasar Konsumen:

- a. Demografis □ data statistik penduduk: pendapatan, rata-rata umur, pendidikan, jenis kelamin, pekerjaan, dll
 - b. Geografis □ berdasarkan wilayah
 - c. Psikografis □ gaya hidup atau kepribadian
 - d. Perilaku □ pengetahuan, sikap, pemakaian terhadap produk tertentu
- Kesalahan yang biasa dilakukan oleh pebisnis pemula adalah langsung menentukan bisnisnya dan baru memutuskan siapa pelanggan mereka.

Lanjutan Customer Segments

...

- Bagian ini akan menjelaskan siapa pelanggan potensial dari produk Anda.
- Bisa juga berisi profil orang yang memiliki masalah yang akan dipecahkan oleh bisnis Anda.
- Untuk model bisnis ecommerce yang berkembang sekarang ini, customer segment mencakup si penjual barang dan pembeli.
- Untuk lebih jelas mengenali siapa segmentasi pelanggan Anda, ada baiknya anda juga mempelajari apa itu buyer persona.

Jenis Segmentasi pasar ada 3, yaitu:

- Pemasaran massal: pendekatan segmentasi yang tidak membagi pasar sama sekali. Semua jenis pelanggan dilayani. Contoh: melayani anak-anak, dewasa, laki-laki, perempuan, dll
- Pemasaran segmen: pendekatan segmentasi yang membagi pasar kedalam kelompok-kelompok pelanggan yang memiliki kebutuhan dan keinginan yang relatif sama. Contoh: segmen anak-anak, segmen dewasa, segmen pelanggan yang mengalami cedera tulang/ otot, dll
- Pemasaran Ceruk (Niche market) : pendekatan yang digunakan oleh perusahaan yang hanya ingin berfokus pada satu segmen kecil yang memiliki kebutuhan yang spesifik. Contoh: hanya melayani pelanggan dewasa laki-laki dan

Mulai fokuskan segmen pelanggan dari bisnis Anda, Sekarang..

*Lanjutan
Customer
Segments*

...

2. *Value Proposition* atau Manfaat yang ditawarkan dari Usaha Anda

- Manfaat atau nilai tambah ini dapat menjadi alasan mengapa sekelompok pelanggan memilih suatu nilai manfaat tertentu yang Anda ditawarkan bila dibandingkan dengan nilai manfaat yang ditawarkan perusahaan lain.
- Blok ini berisi tentang nilai tambah yang akan membuat bisnis Anda terlihat menarik dan berbeda dengan bisnis lainnya. Biasanya berupa solusi atau inovasi yang Anda tawarkan dan menjadi keunggulan utama perusahaan.
- *Value Proposition* harus mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan seperti:
 - ✓ *Nilai tambah apa yang bisa kita tawarkan ke pelanggan?*
 - ✓ *Permasalahan pelanggan mana yang ingin diselesaikan?*
 - ✓ *Kebutuhan pelanggan apa yang hendak di penuhi?*

Lanjutan Value Proposition....

Nilai tambah yang ditawarkan bisa sama dengan yang lain namun beda atribut dan fitur atau bisa juga sebuah penawaran yang baru yang lebih inovatif dan lebih menarik, *diantaranya:*

- Jenis pelayanan yang berbeda
- Harga yang berbeda
- Kenyamanan
- Fasilitas
- Lokasi yang strategis

Apapun bisnis yang anda putuskan, anda harus menentukan saluran penjualan, bagaimana cara agar produk/layanan anda sampai ke pelanggan anda.

Apakah anda akan membuka tempat usaha sendiri?

Atau membuka counter kecil di dalam toko besar?

Apakah anda akan menawarkan secara online atau hanya membuka gerai?

Sederhananya, channel adalah media yang bisnis Anda gunakan untuk *men-deliver* solusi yang kamu tawarkan untuk sampai ke konsumen.

Channel ini bisa berupa website, online advertisement, aplikasi, bahkan seorang sales person.

Untuk mempelajari lebih dalam mengenai channel marketing di era modern, kamu bisa simak dalam tulisan strategi marketing era digital.

□ Analisa kelebihan dan kekurangan dari setiap pilihan anda di atas, lalu pilihlah yang terbaik

3. Channel s atau Saluran Distribu si

Cara untuk **mendapatkan, menambah jumlah konsumen dan untuk mempertahankan konsumen** agar terus setia dengan kita adalah dengan membuat hubungan baik dengan pelanggan. Ini yang dimaksud dengan customer relationship, yaitu wadah untuk terus berhubungan dan semakin mempererat hubungan dengan pelanggan kita.

Jika *channel* lebih banyak menjangkau orang yang belum tahu produk Anda, maka customer relationship adalah kebalikannya. Kamu harus tahu bagaimana cara bisnis Anda bisa terus *keep in touch* dengan para pelanggan. Bentuknya pun bisa sangat beragam, mulai dari newsletter, layanan *after sales*, dan sejenisnya.

Di era nya teknologi informasi dan komunikasi sangat banyak cara untuk membuat hubungan dengan konsumen. **website, facebook, twitter, kaskus, forum, bbm, ym, whatsapp dll**, semua itu bisa dijadikan cara untuk menjalin hubungan dengan konsumen. Dengan hubungan yang lancer, kita bisa dengan mudah menyampaikan sesuatu kepada konsumen, misalnya produk baru, diskon, penawaran khusus dll. Dan yang tidak kalah penting adalah kita bisa dapat info tentang apa yang jadi keinginan dari konsumen kita.

4. Customer Relationshi p

Untuk bisa berjalan dengan baik, tidak ada usaha yang bisa berjalan tanpa adanya kerja sama dengan pihak lain. Untuk itu ada yang namanya partner kunci atau key partner.

Paling sederhana, Anda perlu menjalin kerja sama yang baik dengan **supplier atau pemasok Anda**. Kalau Anda butuh modal lebih besar sehingga memerlukan pinjaman ke Bank, maka pihak Bank adalah merupakan partner Anda juga.

Barangkali juga usaha Anda akan berjalan lebih lancar jika Anda ikut dalam organisasi tertentu, maka hal itu juga akan menjadi partner Anda.

Tidak ada bisnis besar yang berjalan sendiri, dalam menjalankan sebuah aktivitas bisnis, tentu kita membutuhkan mitra.

Disinilah tempat kita memasukkan mitra strategis yang kita miliki. Dalam konteks bisnis, mitra bisa berupa supplier, vendor, agensi, dan sejenisnya.

Intinya, siapa saja atau pihak mana saja yang harus berhubungan dengan Anda sehubungan dengan aktivitas usaha Anda, akan menjadi partner kunci Anda.

5. Key Partners (Partner Utama)

6. Key Activities (Kegiatan Utama)

Blok ini adalah bagian yang menjelaskan bagaimana kamu bisa menciptakan value proposition perusahaan.

Jika bisnis kamu adalah product-based, maka inovasi teknologi dalam proses pembuatan produk bisa menjadi key activities.

Jelaskan apa saja aktivitas yang harus dilakukan.

Sebagai contoh, kalau kita membuat usaha rumah makan, maka aktivitas kuncinya adalah memasak, memilih bahan makanan di pasar, melayani pelanggan, menyusun menu, dan lainnya.

7. Key Resources (Sumber Daya

Sumber daya utama, key resources merupakan kolom yang akan menjelaskan asset strategis perusahaan. Aset ini bisa berupa bahan baku produk, infrastruktur yang dibutuhkan dan semacamnya.

Untuk bisa menjalankan bisnis yang kita lakukan, kita perlu key resources, artinya adalah sumber daya utama.

Contoh: bisnis rumah makan
□ memerlukan tukang masak atau koki yang menjadi sumber daya kita yang utama, kita perlu uang untuk modal, tempat, resep, sistem dan sebagainya.

Jadi ini adalah tentang apa yang harus kita punyai agar bisnis kita bisa berjalan. Key resources pada dasarnya adalah modal, namun kita harus ingat, modal tidak hanya uang saja.

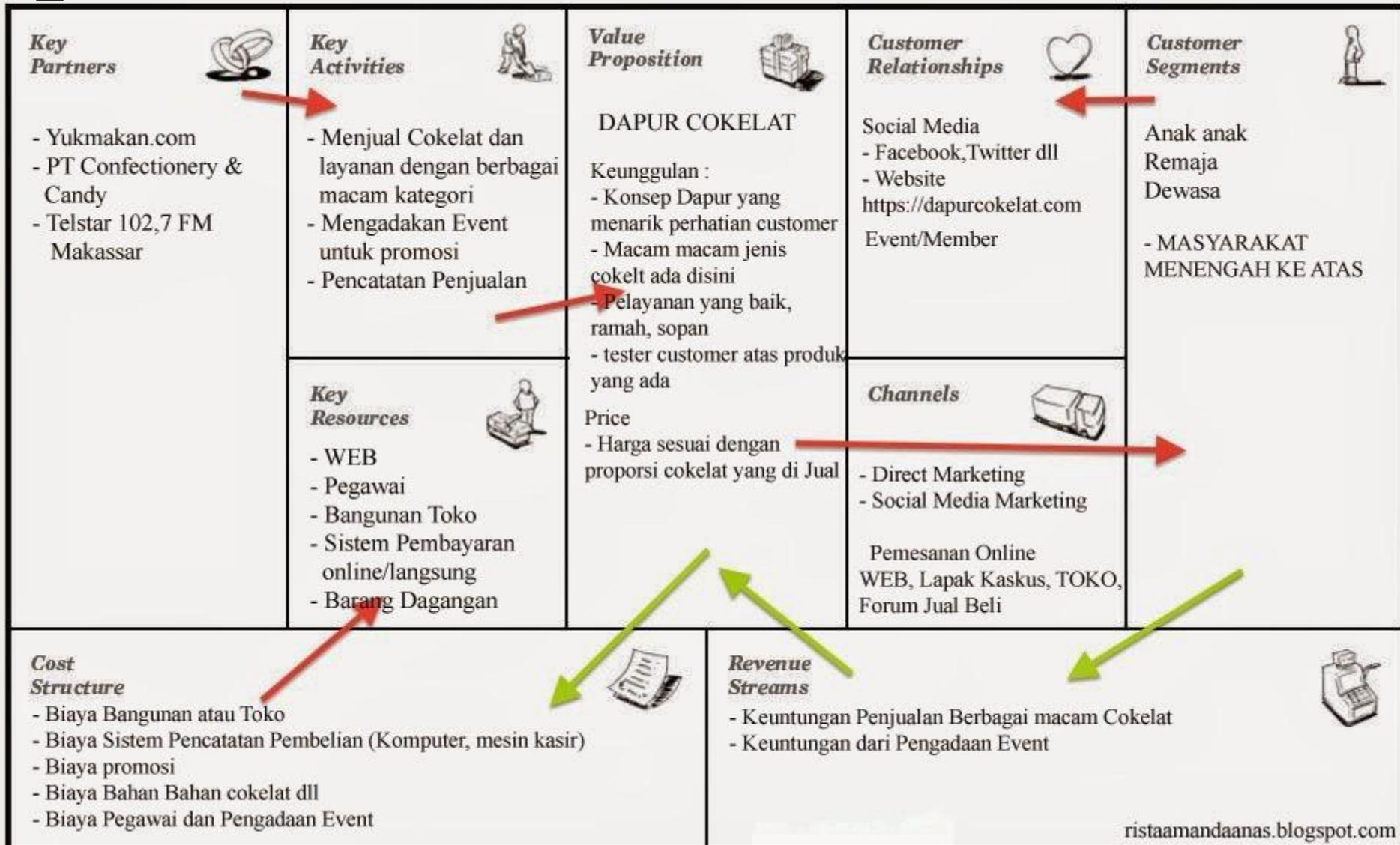
8. Cost Structure (Biaya)

- Pada bagian ini, kita harus menentukan biaya apa saja yang dibutuhkan untuk menjalankan keseluruhan aktivitas bisnis. Untuk mempermudah, struktur biaya dapat diisi berdasarkan isian pada kolom **key activities**, **key resources**, dan **channel**.
- Semua usaha jelas butuh biaya. Sumber daya yang Anda miliki, seperti pegawai hingga kegiatan yang Anda lakukan, akan membutuhkan biaya (costs). Maka Anda perlu menjelaskan, biaya-biaya apa saja yang harus Anda keluarkan.
- Contoh: membayar biaya pegawai, biaya telepon, biaya operasional, pajak dan lain sebagainya.
- Mengetahui menguntungkan/tidaknya sebenarnya sederhana saja,
- Apakah penghasilan anda lebih besar dari pengeluaran? Jika tidak, berarti anda akan merugi dan bisnis ini tidak layak dijalankan.

9. Revenue Streams (Pendapatan)

- Pada kedua blok bagian bawah (cost & revenue), kamu perlu menjabarkan struktur finansial dari perusahaan. Di bagian revenue, tentu yang perlu kamu tuliskan adalah produk/jasa apa saja yang dapat memberikan pemasukan.
- Dari semua hal di atas, ini merupakan kerangka yang paling penting. Bagaimana rencana anda untuk memperoleh penghasilan? Banyak bisnis yang dibuat tanpa tahu bagaimana memperoleh penghasilannya dan ini sangat berbahaya bagi bisnis.
- **Tidak semua model bisnis menghasilkan uang dari selisih penjualan-biaya (profit) aja.** Misalnya bisnis jasa. Model bisnis perusahaan yang menawarkan jasa tentu tidak menghasilkan uang dari profit (saja) tapi yang lebih utama adalah dari pembayaran atas jasa yang diberikan.
- Ada juga yang menghasilkan uang dari royalty fee, atau bayaran jasa + komisi dari supplier, misalnya dokter, dia mendapat penghasilan dari pembayaran jasa nya dan juga dari perusahaan obat karena sudah menuliskan resep obat dengan merk tersebut.
- Jangan terpaku pada pemasukan yang umum saja, gunakan kreativitas Anda untuk membuat pemasukan makin besar.

Contoh Kerangka Bisnis Model Canvas “Dapur Cokelat”



The Business Model Canvas

Designed for:

Kreakaos.com Bikin Kaos Satuan

Designed by:

aguswibisono.com

agustus 2013

Iterasi 1 tahun

Key Partners

Who are our Key Partners?
Who are our key suppliers?
Which Key Resources are we acquiring from partners?
Which Key Activities do partners perform?

Tukang Jahit

Tukang Sablon

Supplier bahan kaos

Desainer Freelancer

Key Activities

What Key Activities do we perform?

cari pelanggan

Produksi :
- beli bahan
- sablon
- jahit
- packing

Desain

Key Resources

Alat desain:
- pc
- laptop
- printer

Marketing:
- HP
- BB
- Laptop

Transport : motor

Value Propositions

What value do we deliver to the customer?
Which one of our customer's problems are we solving for them?
Which benefits do we provide for them?

Melayani sablon satuan

Waktu pengerjaan cepat

Kualitas kaos

Pengemasan kaos

Menjual kaos dengan desain kaos yang unik

Customer Relationships

What type of relationship does each of our Customer Segments expect?
Which relationship do we offer?
How are we integrating them with customer routines?

Media sosial (Fb, twitter)

Event dan hadiah

Pelayanan yang personal dan cepat

Channels

Through which Channels do our Customer Segments want to be reached?
How are we reaching them?
How are we integrating them with customer routines?

Kreakaos.com

Sosial media (facebook, twitter, pinterest)

direct selling dan komunitas kampus

Customer Segments

For whom are we creating value?
Who are our most important customers?

Kampus Solo:
- mahasiswa
- HMJ
- event kampus

kantor:
- pekerja
- event kantor

Reseller kaos

Cost Structure

What are the most important costs inherent in our business model?
Which Key Resources are most expensive?

Produksi :
bahan kaos,
sablon, packing,
kirim

Marketing:
event, brosur,
pamflet

Gaji Pegawai

BOP
listrik,
inet,
telepon

Revenue Streams

For what value are our customers really willing to pay?
For what do they currently pay?
How are they currently paying?
How would they prefer to pay?
How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?

Jualan Kaos !!!

KEY PARTNERS

- Petani strawberry
- Middle man (pengepul) strawberry
- Pemilik toko oleh-oleh di kota Bandung

KEY ACTIVITIES

- Membeli hasil panen strawberry dari petani
- Mengolah strawberry segar menjadi produk olahan

KEY RESOURCES

- Lahan tani strawberry
- Alat pengolahan standar makanan

VALUE PROPOSITIONS

- Strawberry24 sebagai produsen camilan sehat berbahan dasar buah strawberry segar
- Meningkatkan daya saing produk oleh-oleh khas Bandung

COSTUMER RELATIONSHIPS

- Diskon dan promo ke toko oleh-oleh
- Program giveaway

CHANNELS

- Ecommerce
- Media social
- Toko oleh-oleh

COSTUMER SEGMENTS

- Anak-anak
- Wisatawan lokal
- Pecinta makanan sehat
- Restoran dan cafe

COST STRUCTURE

- Bahan baku dan buah strawberry segar
- Gaji pegawai
- Proses pengolahan produk
- Biaya marketing
- Biaya kemasan dan packaging

REVENUE STREAMS

- Penjualan produk selai, dodol, dan syrup strawberry
- Kunjungan wisata ke tempat produksi Strawberry24

RUMUSKAN
IDE BISNIS
ANDA

Business Model Canvas

Key Partners

• x

Key Activities

• x

Value Propositions

• x

Customer Relationships

• x

Customer Segments

• x

Key Resources

• x

Channels

• x

Cost Structure

• x

Revenue Streams

• x

Menentukan Nama Perusahaan

Poin ini sederhana namun sangat menentukan.

Nama perusahaan tidak hanya dipakai satu atau dua periode saja, namun untuk selamanya. Oleh karena itu perlu pemikiran yang cermat dalam menentukan nama perusahaan ini. Menurut Canon dan Wichert, ciri-ciri nama yang baik adalah :

- Sederhana
- Mudah dieja
- Mudah diingat
- Enak dibaca
- Tidak meniru nama lain
- Tidak ada nada sumbang
- Tidak ketinggalan jaman
- Ada hubungan dengan barang dagangan
- Bila diekspor gampang dibaca oleh orang luar negeri
- Tidak menyinggung perasaan kelompok/orang lain atau tidak negatif
- Dapat memberi sugesti pada pengguna produk tersebut





TERIMA KASIH

