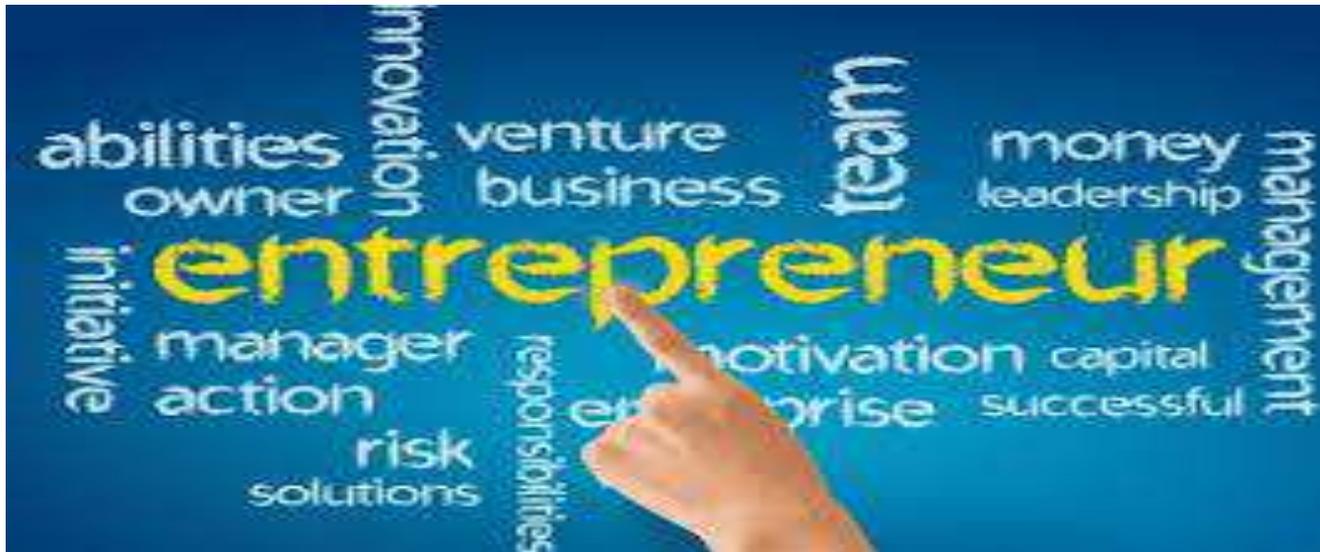


## PERTEMUAN 1

# ENTREPRENEURSHIP





# Dasar Pemikiran

1. Mendukung dan Menjalankan **Visi, Misi** UBSI menciptakan Entrepreneur dikalangan Mahasiswa/i kurang lebih **1000 wirausaha baru**.
2. Menjadikan UBSI **kampus** yang berbasis **Entrepreneurship**
3. Jumlah lowongan pekerjaan dunia industri tidak sebanding dengan jumlah lulusan perguruan tinggi



# KONSEP PEMBELAJARAN

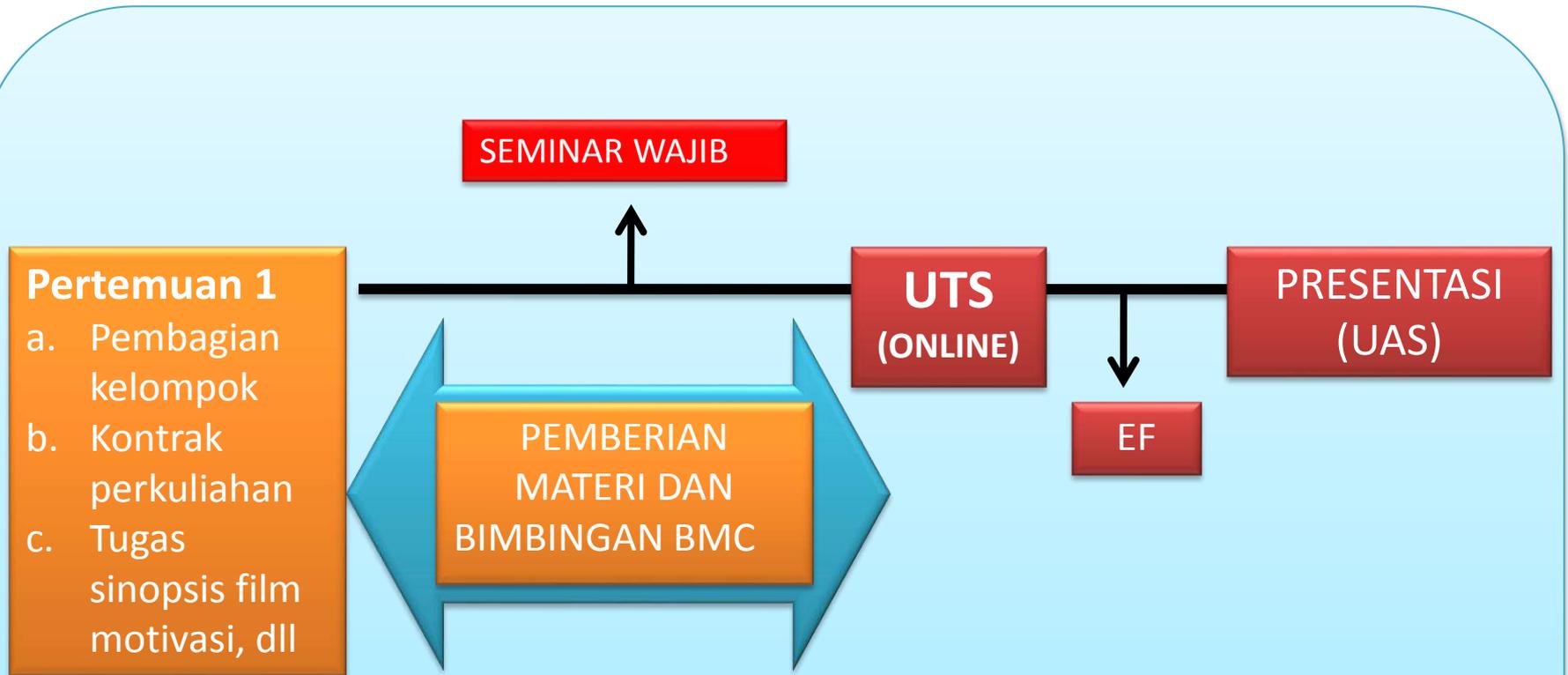
Konsep pembelajaran matakuliah entrepreneurship dilakukan dengan mekanisme sebagai berikut:

Pertemuan 1	Penjelasan mengenai: 1) kontrak perkuliahan matakuliah entrepreneurship, 2) Seminar Wajib, 3) Entrepreneur Fair, 4) Presentasi Penilaian, 5) Lembar Tugas Mahasiswa, 6) Pembagian Kelompok serta Tugas Wajib membuat resume Film Merry Riana Mimpi Sejuta Dolar dan / The Billionaire
Pertemuan 2 - 6	Pembahasan sesuai dengan slide
Pertemuan 3 & 4	Pembahasan sesuai dengan slide dan Bimbingan Business plan
Pertemuan 7	Review dan penjelasan Business Plan
Pertemuan 8	Ujian Tengah Semester dan dilaksanakan secara online.
Pertemuan 9	Entrepreneur Fair ( <a href="http://www.bec.bsi.ac.id">www.bec.bsi.ac.id</a> )
Pertemuan 10	Problem solving business plan
Pertemuan 11-15	Presentasi kelompok dan Jadwal presentasi diatur oleh dosen.

**Dosen melakukan kunjungan Dan Penilaian Pada Saat Entrepreneur Fair (diatur pada jadwal tersendiri).**

**Entrepreneurship adalah matakuliah KBK, Tidak ada pelaksanaan Ujian Akhir Semester (UAS).**

# ROAD MAP KEWIRAUSAHAAN





# PRESENTASI dan PENILAIAN

**20% Nilai Kehadiran + 25% Nilai Tugas + 25% Nilai UTS + 30% Nilai UAS**

- A. Nilai kehadiran 20% = jumlah kehadiran mahasiswa mengikuti perkuliahan.
- B. Nilai Tugas 25% = Nilai yang di dapatkan mahasiswa berdasarkan penugasan dari Dosen
- C. Nilai UTS 25% = Nilai yang di dapatkan Mahasiswa mengikuti UTS secara online
- D. Nilai UAS 30% = **Nilai Entrepreneur Fair dan Presentasi Kelompok beserta kelengkapannya).**

Catatan:

**Seminar Entrepreneurship bersifat wajib, Jika tidak ikut seminar, nilai presentasi akan menjadi nilai tugas. Dan UAS tetap 0 (Nol)**



# RENCANA TUGAS MAHASISWA (RTM)

1. RTM digunakan untuk mengontrol proses bimbingan
2. Penilaian tugas dilakukan sesuai dengan jadwal yang sudah di jelaskan di RTM
3. Tugas Wajib Dikumpulkan sesuai dengan jadwal pengumpulan perkuliahan.



# Jadwal SEMINAR WAJIB & EF

Semua Mahasiswa Wajib mengikuti kegiatan yang berhubungan dengan matakuliah Entrepreneur.

- **Pendaftaran Seminar Wajib melalui: [ektm.bsi.ac.id](http://ektm.bsi.ac.id) (*\*sesuai surat edaran*)**
- **Informasi Pelaksanaan Seminar melalui: [www.bec.bsi.ac.id](http://www.bec.bsi.ac.id) (*\*sesuai surat edaran*)**
- **Pendaftaran Kelompok EF dilakukan dosen melalui: [dosen.ef2.indonesiancreative.id](http://dosen.ef2.indonesiancreative.id)**
- **Kelengkapan dokumen EF melalui: [ef2.indonesiancreative.id](http://ef2.indonesiancreative.id)**



# Pembagian Kelompok

1. **Jumlah kelompok disesuaikan dengan jumlah mahasiswa, jumlahnya 3-5 orang**
2. Waktu presentasi dan tanya jawab maksimum 90 menit untuk setiap kelompoknya.
3. **Tema Studi Kasus, yang berhubungan dengan:**
  - Usaha di bidang kategori **Teknologi**.
  - Usaha di bidang katagori **Jasa dan Perdagangan**.
  - Usaha di bidang katagori **Industri Kreatif**.
  - Usaha di bidang katagori **Produksi dan Budidaya**.
  - Usaha di bidang katagori **Makanan dan Minuman**.



# Bimbingan, Entrepreneur Fair & Presentasi

Pertemuan 2,3,4 & 7 masing-masing kelompok dapat berkonsultasi dengan Dosen terkait perkembangan pelaksanaan “**Menciptakan Bisnis/Usaha**“. Dosen akan memberikan penilaian yang terdapat pada Lembar Tugas Mahasiswa (LTM).

**Entrepreneur Fair** dilakukan pada pertemuan 9 ([www.bec.bsi.ac.id](http://www.bec.bsi.ac.id)), dan Dosen melakukan *survey* dan Penilaian dari masing-masing kelompok (Form penilaian sudah dipersiapkan oleh panitia).

Presentasi dilaksanakan setelah pelaksanaan **Entrepreneur Fair**. Materi presentasi dibahas pada pertemuan ke 7. Pada saat pelaksanaan **Entrepreneur Fair** sesuai rencana yang sudah disampaikan, perkuliahan dikelas ditiadakan. Laporan **Entrepreneur Fair** disampaikan dalam bentuk *paper dan presentasi* dilengkapi dengan foto-foto **Entrepreneur Fair** .

# DOKUMENTASI SEMINAR WAJIB



# DOKUMENTASI ENTREPRENEUR FAIR



# DOKUMENTASI ENTREPRENEUR FAIR

## Lanjutan....

DOKUMEN	KETERANGAN
Foto Kelompok	
Modal	<p><i>Oktober 2018 = Rp. 1.080.000</i></p> <p><i>November 2018 = Rp. 2.080.000</i></p>
Omzet	<p><i>Oktober 2018 = Rp. 7.820.000</i></p> <p><i>November 2018 = Rp. 7.805.000</i></p>
Ide pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengirim proposal melalui E-mail kepada calon pelanggan</li> <li>2. Bekerjasama dengan akun official lain</li> <li>3. Menjadi media partner</li> </ol>

# DOKUMENTASI ENTREPRENEUR FAIR

## Lanjutan....

DOKUMEN	KETERANGAN
Ide mengambil bisnis tersebut	<i>Ide awal bisnis karena usaha pertama tahu tidak berjalan lancar (karena pabriknya kebakaran) dan salah satu anggota menyarankan untuk bisnis game dan kebetulan banyak anggota kami yg hobby bermain game (RF Online) disini kami berfikir kenapa tidak kalau kita bisa menghasilkan uang dari game yg kita mainkan dengan cara mengumpulkan item-item dan juga mengumpulkan dalant (uang dalam game untuk membeli item dsb) lalu kami jual ke gamers yg membutuhkan item atau dalant dalam game tersebut kepada mereka yg tidak punya waktu untuk mengumpulkan itu semua, jadi mereka bisa membeli item atau dalantnya kepada kami</i>
Modal	<i>Rp.400.000</i>
Omzet	<i>R p.3.115.000</i>



# DOKUMENTASI ENTREPRENEUR FAIR

## Lanjutan....

DOKUMEN	KETERANGAN
Ide pemasaran	<p><i>Mengenalkan kepada calon pembeli bahwa harga kita sangat bersaing bahkan lebih murah</i></p> <p><i>membuat card buyer atau yg isinya adalah seberapa sering di beli di lapak kita</i></p> <p><i>jika sudah beli subscription atau langganan maka akan dikasih diskon dengan rate 5-20%</i></p> <p><i>Pemasarannya juga melalui aplikasi chat LINE dan Line grup gamers</i></p> <p><i>Cara menghasilkan uang gamenya.</i></p> <p><i>Menjadi Makelar Membeli barang/item game Murah dalam uang game dan Menjual barang/item game lebih mahal dalam rupiah.</i></p> <p><i>Membuat item dalam game yg bermodal sangat sedikit, (nempa) jika berhasil mendapatkan keuntungan yg sangat berlimpah.</i></p>

# DOKUMENTASI ENTREPRENEUR FAIR

## Lanjutan....

DOKUMEN	KETERANGAN
Ide mengambil bisnis tersebut	<p>BISNIS yang kami dirikan bersama kelompok ini bergerak dalam bidang perniagaan pulsa seluler,internet,dan pulsa listrik,serta makanan ringan dengan harga yang terjangkau .sehingga konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya yang begitu mahal dan dengan rasa yang enak tentu nya.</p> <p>Berikut beberapa list makanan yang kami tawarkan :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-KENTANG GORENG</li> <li>-BAKSO GORENG</li> <li>-JAMUR CRISPY</li> <li>-TAHU SUMEDANG</li> <li>-TAHU GEJROT</li> </ul>
Modal	<i>Rp.350.000</i>
Omzet	<p>1.Pemasukan Per/Minggu penjualan pulsa seluler : 140.000,- @4bulan = Rp.2.260.000,-</p> <p>2.Pemasukan per/Hari penjualan Tahu 30.000,- @2bulan = Rp.1.440.000,-</p>



# DOKUMENTASI ENTREPRENEUR FAIR

## Lanjutan....

DOKUMEN	KETERANGAN
Ide pemasaran	<p>Awal mula kami ingin mengembangkan usaha ini, karena kami melihat kondisi langsung di lapangan bahwa jajanan anak sekolahan masih sangat diminati dari berbagai kalangan, bahkan di setiap tempat olahraga seperti lapangan sempur dan lapangan pakansari, masih banyak jajanan aneka ragam yang sangat murah dan terjangkau untuk dibeli.</p> <p>Karena untuk mendapatkan jajanan seperti ini sudah sangat sulit ditemukan ditempat umum, maka dengan melihat survey ini, kami memilih untuk membuka bisnis jajanan/makanan ringan.</p>



# Video Inspirasi

Mahasiswa wajib menyaksikan video inspirasi :

1. The Billionaire atau
2. Marry Riana, Mimpi sejuta dollar

Resume: Film tersebut sebagai Tugas Individu (Nilai Tugas 25 %).



# TRACER PENGUSAHA

- Mahasiswa yang telah mempunyai usaha mengisi tracer pengusaha muda Universitas BSI melalui laman : **[tracer.indonesiancreative.id](http://tracer.indonesiancreative.id)**, dengan mempersiapkan bukti usaha berupa foto usaha/foto selfie di tempat usaha/legalitas usaha yang dijadikan satu dokumen dalam bentuk (pdf). Penamaan file : NIM.pdf  
contoh : 12116757.pdf dengan maksimal size 1Mb.



# YOUNG ENTREPRENEUR

Menjadi Seorang Pengusaha Muda  
Bukan Karena Keturunan/Bakat  
Melainkan Berawal dari Pengetahuan,  
Ketrampilan, Sikap, Pengalaman serta  
Teknik

Selamat Anda

**Menjadi Pengusaha Muda 2021**

# Rangkuman Tugas

1. Membentuk Kelompok (pert 2 sdh terbentuk)
2. Mencari ide usaha (pert 2 sdh ada ide)
3. Resume Film /video inspirasi, dikumpulkan pertemuan 2 (individu)

*Selamat mengerjakan!*





## Pertemuan 2

# **Wiraswasta dan Wirausaha, Berpikir Perubahan**



# KOMPETENSI DASAR DARI MK. KEWIRAUSAHAAN

- 1). Menjadi Ilmuwan Dan Profesional Yang Berfikir Kritis, Kreatif, Inovatif, Sistemik Dan Ilmiah
- 2). Menjadi Wirausahawan Yang Berbasis Ilmu Pengetahuan, Dengan Modal **“Bisnis”**.



# "BISNIS"

- "**B**" = BERBASIS ILMU
- "**I**" = NOVATIF
- "**S**" = STRATEGI
- "**N**" = NIAT YANG KUAT
- "**I**" = INFORMASI DAN TEKNOLOGI
- "**S**" = SUPEL



Hampir disetiap kesempatan, mahasiswa di tanya,  
“Apakah tujuan anda setelah  
Lulus kuliah dari UBSI?”

Ini jawabannya:

1. Mencari pekerjaan / jadi pegawai
2. Menjadi Wirausahawan
3. Menjadi karyawan sambil berwirausaha



# Hasil Penelitian

## alasan pilih no.1

- Mahasiswa sulit untuk mau dan memulai berwirausaha dg alasan mereka tdk diajar dan dirangsang berusaha sendiri.
- Didukung oleh lingkungan budaya masyarakat dan keluarga yg dari dulu selalu ingin anaknya menjadi orang gajian / pegawai.
- Para orang tua kebanyakan tdk memiliki pengalaman dan pengetahuan berusaha.

## FAKTANYA:

1. Banyak tenaga manusia sdh tergantikan mesin (teller, penjaga toll, dll)
2. Serbuan Tenaga Kerja Asing dengan skill yang lebih baik
3. Jumlah pekerjaan yang tersedia tidak sebanding dengan jumlah lulusan sekolah dan Perguruan Tinggi/pertumbuhan penduduk

Solo Raya, kecuali Sragen.



Suasana antrean para pelamar driver Gojek di kawasan Solo Baru, Sukoharjo, Jumat (20/9/2019). Antrean orang mendaftar menjadi driver Gojek sudah mengular sejak subuh. (TRIBUNSOLO.COM/AGIL TRI)

Mereka mulai mengantri sejak subuh, meskipun pendaftaran baru dilayani sekitar 08.00 wib.



# “Solusi”

- Lembaga pendidikan tinggi diharapkan mampu menciptakan jiwa entrepreneur sehingga mereka mampu mandiri dan menciptakan lapangan kerja. (lulusannya mampu menjadi *job creator* dan bukan hanya sekedar *job seeker*)
- Pendidikan Kewirausahaan/ Entrepreneurship Indonesia perlu ditingkatkan.



# Wiraswasta

Menurut literatur istilah **wiraswasta = wirausaha**. Pelopor wiraswasta Indonesia adalah DR. Suparman Suhamamijaya **Menekankan adanya peluang kelompok kreatif entrepreneur Indonesia untuk mengangkat bangsa dari kemiskinan.**

Istilah wiraswastawan dihubungkan dengan istilah saudagar, berasal dari **bahasa sansekerta** yg memiliki pengertian :

Wiraswasta terdiri dari kata **Wira, Swa, Sta.**

**Wira** berarti manusia unggul, teladan, berbudi luhur, berjiwa besar, berani, pahlawan/pendekar kemajuan & berwatak agung. **Swa** berarti sendiri, dan **Sta** artinya berdiri. Saudagar, **Sau** adalah seribu & **dagar** artinya akal. Jadi artinya seribu akal.



# Wirausaha

Istilah **wirausaha** berasal dari kata *Entrepreneur* (bahasa Perancis) yg kemudian diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris dengan arti between taker atau go-between (**Perantara**).

Secara Harfiah **Wira** artinya **berani** sedangkan **Usaha** adalah **Daya Upaya**

**Kewirausahaan** adalah hal-hal yang berhubungan dengan keberanian seseorang dalam menjalankan kegiatan bisnisnya

**Entrepreneur** adalah suatu kemampuan untuk mengelola sesuatu yang ada pada diri kita untuk dimanfaatkan dan ditingkatkan agar lebih optimal, sehingga dapat meningkatkan taraf hidup kita

**Sumber:** Modul Kewirausahaan MGMP Kota Yogyakarta (2007)

# Wirausaha Menurut Ahli

- ❖ **Menurut ahli ekonomi**, **wirausaha** adalah: seorang/sekelompok orang yg mengorganisir faktor-faktor produksi, alam, tenaga, modal & skill utk tujuan memproduksi
- ❖ **Menurut Ahli psikologis** **wirausaha** adalah seorang yg memiliki dorongan kekuatan dari dalam untuk memperoleh sesuatu tujuan, suka mengadakan eksperimen atau untuk menampilkan kebebasan dirinya di luar kekuasaan orang lain.
- ❖ **Menurut Ahli bisnisman** **wirausaha** merupakan : ancaman, pesaing baru, bisa juga partner, pemasok, konsumen / orang yg bisa diajak kerjasama.
- ❖ **Menurut Ahli pemodal** **wirausaha** adalah seorang yg menciptakan kesejahteraan tetapi orang lain yg menemukan cara baru utk menggunakan sumber daya, mengurangi pemborosan dan menciptakan lapangan kerja.



# Ada tiga jenis Wirausaha

(Ir.Ciputra)

**1. Necessity Entrepreneur** yaitu menjadi wirausaha karena terpaksa dan desakan kebutuhan hidup.

**2. Replicative Entrepreneur**, yang cenderung meniru-niru bisnis yang sedang ngetren sehingga rawan terhadap persaingan dan kejatuhan.

**3. Inovatif Entrepreneur**, wirausaha inovatif yang terus berpikir kreatif dlm melihat peluang dan meningkatkannya.

## MENGAPA HARUS JADI ENTREPRENEUR???

T Kiyosaki dalam bukunya ***Cash flow Quadrant***. Beliau membagi manusia ini dalam 4 kuadran, yaitu: E (*employee*), S (*Self Employee*), B (*Business Owner*) dan I (*Investor*)





# Wirausaha vs Karyawan

(A. sunarya, dkk, 2011:18)

No	Wirausaha	Karyawan
1.	Penghasilan bervariasi, tidak teratur, sehingga merasa tidak aman	Memiliki penghasilan yang pasti dan teratur sehingga merasa aman
2.	Memiliki peluang untuk jadi orang kaya	Peluang kaya relatif
3.	Pekerjaan bersifat tidak rutin	Pekerjaan bersifat rutin
4.	Kebebasan waktu yang tinggi	Waktu tidak bebas
5.	Ketidakpastian tinggi	Ada kepastian
6.	Kreativitas dan inovasi dituntut setiap saat	Menunggu instruksi
7.	Ketergantungan rendah	Ketergantungan Tinggi
8.	Risiko Tinggi	Risiko relatif rendah
9.	Terbuka peluang untuk menjadi bos	menjadi bos relatif sulit
10.	Tanggung jawab besar	Tanggung jawab relatif



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

- Terbuka peluang untuk mencapai tujuan yang dikehendaki sendiri
- Terbuka peluang untuk mendemonstrasikan kemampuan serta potensi seseorang secara penuh
- Terbuka peluang untuk memperoleh manfaat dan keuntungan secara maksimal
- Terbuka peluang untuk membantu masyarakat dengan usaha-usaha konkrit
- Terbuka kesempatan untuk menjadi bos



## Kelemahan menjadi wirausahawan:

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



Bagaimana memulai ???

# · Mindset Menggerakkan Perilaku

- ❖ Mindset adalah posisi atau pandangan mental seseorang yg memengaruhi pendekatan orang tersebut dalam menghadapi suatu fenomena.
- ❖ Pola pikir atau mindset adalah keseluruhan/ kesatuan dari keyakinan yang kita miliki, nilai-nilai yang kita anut, kriteria, harapan, sikap, kebiasaan, keputusan.
- ❖ Mindset adalah pola pikir yg mencakup, hal-hal berikut:
  1. Sumber pikiran dan memori
  2. pusat kesadaran menghasilkan ide, persepsi, perasaan
  3. Sikap mental dalam merespon sesuatu
  4. Kepercayaan-kepercayaan yg memengaruhi cara pandang, perilaku, atau sikap.



# Jenis Mindset

Carol Dweck(2006)

## 1. Fixed Mindset

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

Ciri-cirinya:

- Menghindari adanya tantangan.
- Mudah menyerah.
- Menganggap usaha tidak ada gunanya.
- Mengabaikan kritik.
- Merasa terancam dengan kesuksesan orang lain.

## 2. *Growth Mindset* (Mindset Berkembang)

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

- Ciri-cirinya:
  - Menerima tantangan dan bersungguh-sungguh menjalankannya.
  - Tetap berpandangan ke depan dari kegagalan
  - Berpandangan positif terhadap usaha.
  - Belajar dari kritik.
  - Menemukan pelajaran dan mendapatkan inspirasi dari kesuksesan orang lain.



# Komponen Mindset

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



# Membentuk Mindset Entrepreneur

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

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



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

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

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



# Bagaimana Mencari Ide???

Ide usaha bermula dari:

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



Tugas kelp:

1. Setelah kelompok dan ide terbentuk, coba jalankan.
2. Buatlah desain:
  - Company Profile
  - Katalog
  - X Banner
  - Brosur



# Pertemuan 3

# Business Plan

## BISNIS MODEL CANVAS



# PERENCANAAN USAHA (*Business Plan*)

## Pengertian

*“Suatu dokumen yg menyatakan keyakinan akan kemampuan sebuah bisnis u/ menjual barang/jasa dgn menghasilkan keuntungan yang memuaskan & menarik bagi penyandang dana”*

**(Bygrave: 1994:114)**

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

**(Histrich, 1995:113)**



# Manfaat Rencana Bisnis

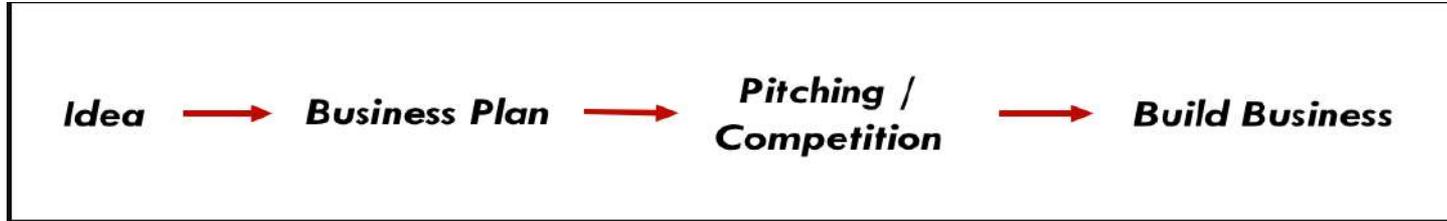
Rencana bisnis, yaitu sebuah rencana mengenai langkah-langkah apa saja yg harus dilakukan dalam merealisasikan ide bisnis menjadi sebuah bisnis yang sukses.

Pentingnya Bisnis plan disusun sebelum memulai usaha, sbb:

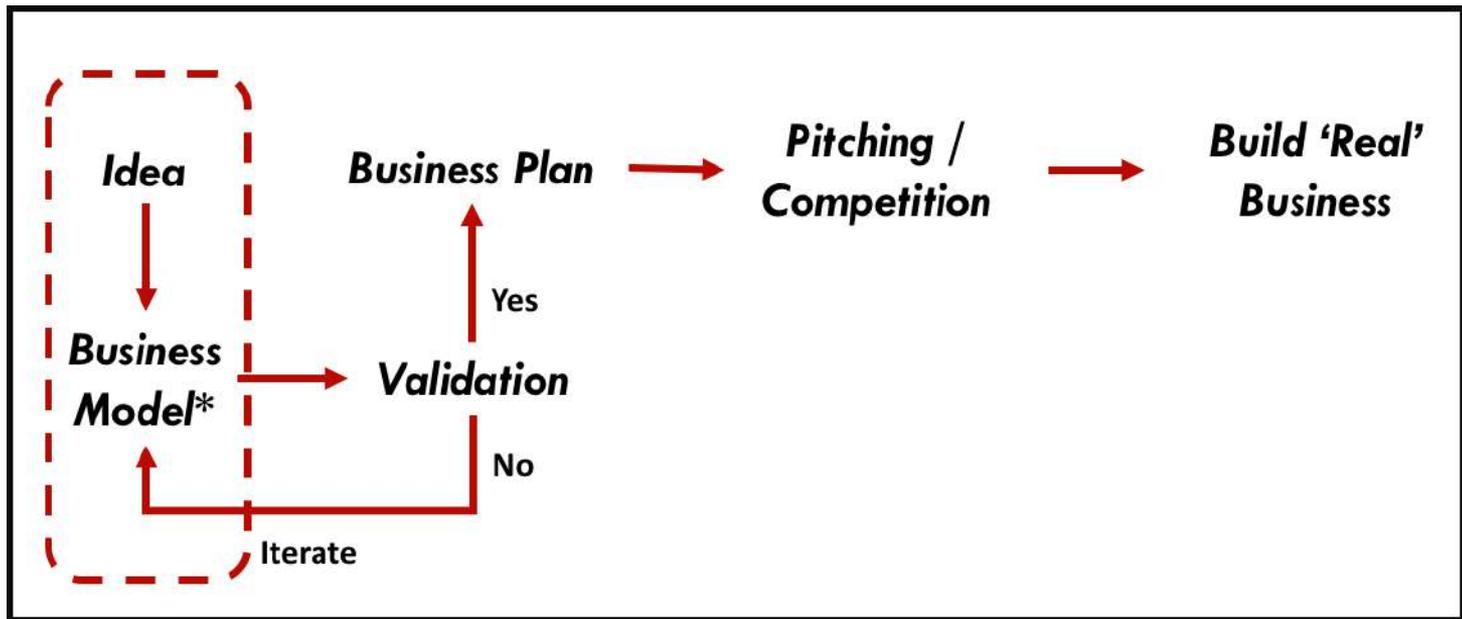
1. Sebagai Panduan dalam Menjalankan Bisnis
2. Diperlukan untuk Mencari Sumber Dana
3. Memberikan Gambaran Hasil Di Masa Depan

# Alur Membangun Bisnis antara Dulu dan Sekarang

Dulu



Sekarang



Sumber <https://arryrahmawan.net/>



# Business Model Canvas (BMC)

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

- Secara umum, BMC dikembangkan dengan mempertimbangkan 9 blok utama yang harus diperhatikan dalam memetakan model bisnis. Kesembilan blok utama ini, semua terangkum dalam satu canvas (1 halaman).
- Inilah yang juga membuat BMC unggul karena dengan kesederhanaannya yang hanya terdiri dari 1 halaman ini, ternyata *powerful* untuk memberikan pemahaman tentang model bisnis secara utuh.
- Model ini digunakan untuk menjelaskan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah suatu model bisnis, agar mampu menghasilkan kinerja yang lebih optimal.

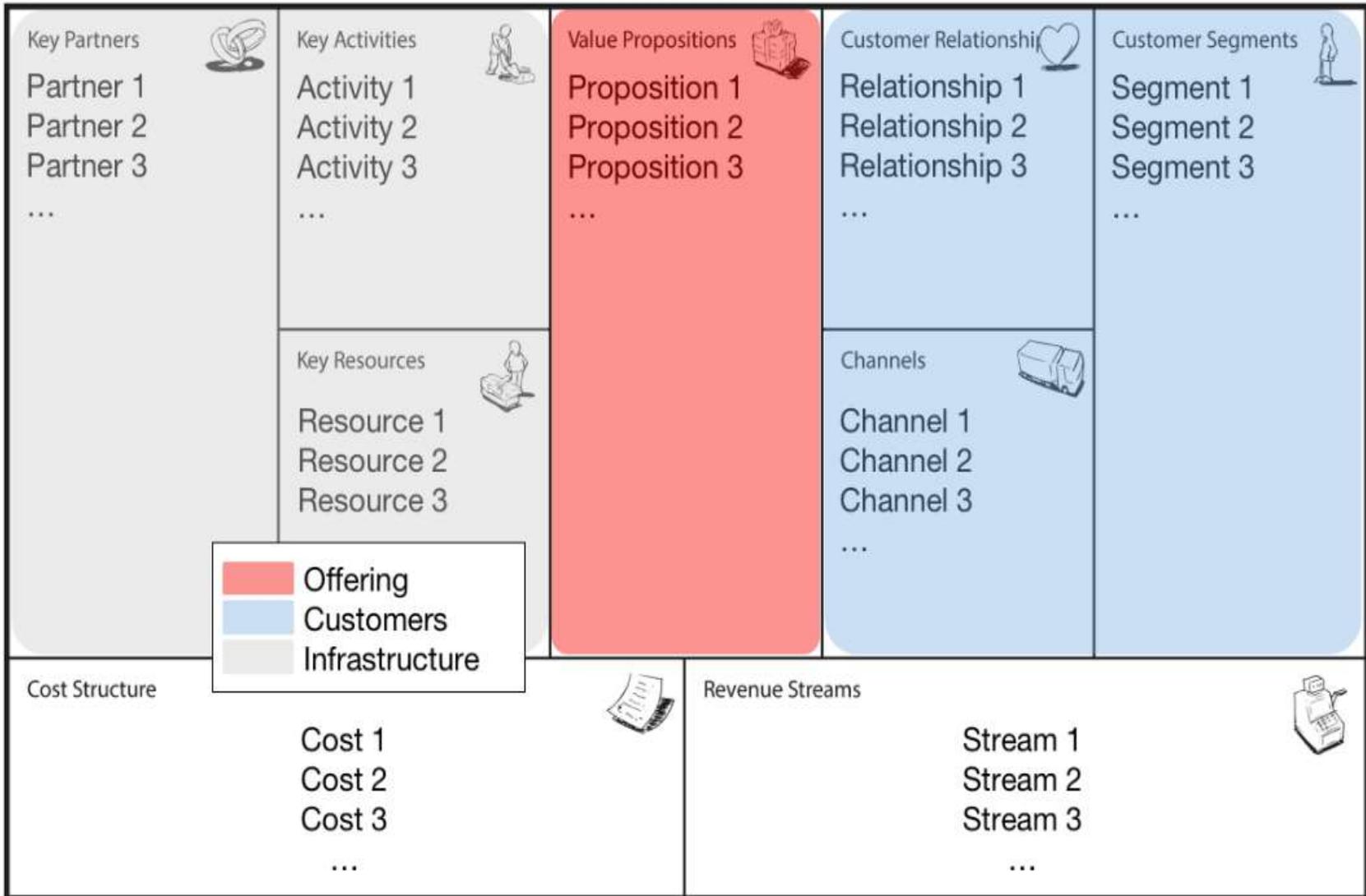


# Apa kegunaannya?

- BMC dapat digunakan untuk semua lini bisnis tanpa terbatas sektor usahanya.
- BMC sangat membantu untuk mempercepat proses analisis kekuatan dan kekurangan bisnis.
- Dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan, maka analisis kebutuhan dan profit dapat dilakukan dengan cepat.



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





# Offering : Value Proposition

- Dalam bisnis selalu ada produk atau jasa yang akan ditawarkan. Dalam blok area Value Proposition mencakup produk atau layanan apa yang ditawarkan untuk calon customer.
- Contoh : Jilbab Pasmina, Jilbab Segi Empat, Bross, Jarum Pentul, Dll.



# Customer [1] : Customer Segments

- Customer Segments menjadi blok area yang paling utama karena dari pelanggan-lah kita akan mendapatkan pemasukan.
- Contoh : Wanita Berhijab maupun Tidak Berhijab dengan usia 15-50 Tahun di area Jabodetabek.

## Customer [2] : Channels

- Channels merupakan sarana untuk menyampaikan nilai atau manfaat dari produk kepada customer segment.
- Contoh : Promosi melalui media instagram dengan melakukan endors ke publik figur Fatin Shidqia yang di publis dalam bentuk video testimoni produk hijab Xxx.

# Customer [3] : Customer Relationship

- Di dalam lingkup ini yang dinilai adalah bagaimana menjalin hubungan dengan pelanggan. Agar pelanggan tidak mudah berpaling ke bisnis yang lain, maka sangat penting untuk menjalin hubungan yang baik. Selain itu, diperlukan juga pengawasan yang ketat dan intensif.
- Contoh : Menanyakan tingkat kepuasan terhadap pelanggan, membalas dengan cepat chat dari pelanggan, merespon baik komplain dari pelanggan dengan memberikan win win solution.



# Infrastructure [1] : Key activities

- **Key activities** mencakup segala aktivitas yang harus dilakukan seorang pelaku bisnis untuk menghasilkan produk atau layanan yang baik dan memuaskan. Yang termasuk dalam lingkup ini adalah branding, packaging, pasaran internet dan lainnya.
- Contoh : Branding dengan menjadi sponsor dalam event-event besar, Mempercantik kemasan, memasarkan via marketplace XXX.

# Infrastructure [2] : Key Resources

- Yang termasuk dalam area Key Resources adalah berbagai sumber daya yang dimiliki pebisnis atau organisasi untuk mewujudkan proposisi nilai seperti manusia, brand, peralatan, dan teknologi.
- Contoh : Si A : Sebagai digital marketing, Si B : sebagai social influencer/brand ambassador, Si C : sebagai penata keuangan, Si D : sebagai inovator produk dan survey pelanggan, dst.



# Infrastructure [3] : Key Partnership

- Key Partnership berisi pihak-pihak yang menjadi penentu terhadap jalannya suatu bisnis. Key Partnership mempengaruhi suksesnya suatu bisnis. Bisnis yang baik tidak hanya mampu menjalin hubungan dengan para pelanggan saja, tapi juga dengan pihak yang bersangkutan lainnya seperti pemasok dan tim pemasaran.
- Contoh : SriTex sebagai penyedia bahan baku pembuatan jilbab, Mang XXX sebagai penyedia bahan baku pembuatan bross, dll.

# Finance [1] : Revenue Stream

- Model bisnis kanvas adalah mencakup langkah-langkah yang harus dikuasai oleh seorang pebisnis. Seperti pemanfaatan biaya iklan, langganan, penjualan retail, lisensi, dan sebagainya.
- Contoh : Adanya reseller hijab di setiap kota di Indonesia, Adanya Dropshipper di setiap kota di Indonesia, Pembukaan franchise merk dagang untuk outlet2 di kota2 besar di Indonesia, Penjualan Asesoris, dll.

## Finance [2] : Cost Structure

- Meliputi biaya-biaya apa saja yang harus dikeluarkan untuk membentuk, memproduksi dan memasarkan produk atau layanan bisnis. Dengan pengelolaan biaya yang benar, bisnis yang kita jalankan akan menjadi lebih efisien, hemat dan meminimalkan risiko kerugian.
- Diisi semua biaya yg dikeluarkan, mulai dari bahan baku, produksi, pemasaran, promo, sewa ruko, bayar karyawan, dll. Termasuk bayar pemilik bisnis.



# Format Laporan

1. Halaman Judul, terdiri dari nama bisnis, logo dan alamat/kontak
2. Isi :

## BAB I: OVERVIEW

1. Business Background
2. Vision & Mission
3. Statement Product Description
4. Organization Structure

## BAB II LAYOUT BUSINESS MODEL CANVAS

## BAB III FINANCIAL PLAN

1. Business Preparation Budgets
2. Business Execution Budgets
3. Break Event Point
4. Profit Revenue Sharing

## BAB IV CLOSURE

Contoh format laporan [NEW - contoh-format-proposal kewirausahaan \(1\).pdf](#)



# A Marketing Strategy

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

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

Hal-hal yg perlu diperhatikan untuk pemasaran, dr sudut pandang pembeli/konsumen:

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



# Konsep Dasar Pemasaran

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

AIDA + S merupakan singkatan dari:

**A** = *Attention* (perhatian)

**I** = *Interest* (minat/ketertarikan)

**D** = *Disire* (keinginan)

**A** = *Action* (tindakan)

**S** = *Satisfaction* (kepuasaan)

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



# MARKETING MIX

## [BAURAN PEMASARAN]

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

Yang dikenal dengan **konsep 4-P**, yaitu:

**P1** = **Product** [produk]

**P2** = **Price** [harga]

**P3** = **Place** [saluran distribusi]

**P4** = **Promotion** [promosi]



# Lanjutan...

- ⇒ **Produk** adalah merupakan titik sentral dari kegiatan Marketing.
- ⇒ **Harga** masalah kebijakan harga turut menentukan keberhasilan pemasaran produk, melalui kebijaksanaan harga oleh produsen, grosir dan retailer.
- ⇒ **Saluran distribusi** atau perantara adalah sangat penting karena dalam segala hal mereka berhubungan dengan konsumen.
- ⇒ **Promosi** antara produk dan promosi tdk dapat dipisahkan bagaikan dua sejoli yang saling berangkulan untuk suksesnya pemasaran, harus ada keseimbangan produk, baik sesuai dengan selera konsumen, dibarengi dgn teknik promosi yang tepat akan membantu suksesnya usaha marketing.



# Konsep Pemasaran Yang Sedang Tren

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

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



Pertemuan kuliah ke-3

# **BIMBINGAN KE -1**

# **BUSINESS PLAN**

*Entrepreneur Festival*



# Bimbingan Business Plan-1

Pert.Kuliah ke - 3

- BSI & NUSA MANDIRI ENTREPRENEUR FESTIVAL diselenggarakan oleh mahasiswa dengan mata kuliah entrepreneurship pada pertemuan ke – 9 untuk memenuhi nilai UAS (Ujian Akhir Semester)
- BSI & NUSA MANDIRI ENTREPRENEUR FESTIVAL memberikan peluang bagi mahasiswa untuk merasakan atmosfer bisnis dengan terjun langsung dan memberikan pelayanan pada customer. Mahasiswa dibebaskan untuk memilih jenis bisnis apapun yang ingin ditampilkan dengan bimbingan dosen matakuliah entrepreneur masing-masing
- Tujuan dari BSI & NUSA MANDIRI ENTREPRENEUR FESTIVAL adalah memberikan pengalaman pada mahasiswa tentang bagaimana mengelola sebuah bisnis, mulai dari tahap persiapan, pelaksanaan, hingga tahap evaluasi dan problem solving
- Kelas dibagi beberapa kelompok bisnis dengan tugasnya masing-masing, misal: 5 orang sebagai pelaku produksi-bisnis, dan 5 orang lainnya sebagai pelaku marketing-produk/EO



# Bimbingan Business Plan-1

Pert.Kuliah ke - 3

Kelengkapan mahasiswa sebelum BSI & NUSA MANDIRI FESTIVAL, yaitu :

1. Kelengkapan Administratif
2. Kelengkapan Teknis

Kesemua kelengkapan tersebut harus dilengkapi sebagai syarat untuk mendapatkan penilaian dari dosen (juri BSI & NUSA MANDIRI FESTIVAL).

**Kelengkapan Administratif**, meliputi: (form di download di [www.bec.bsi.ac.id](http://www.bec.bsi.ac.id))

- a. Data kelompok, Mahasiswa mengisi formulir yang sudah diberikan berisi tentang data kelompok masing-masing selengkap mungkin.
- b. Nama bisnis, Mahasiswa memberi nama pada bisnis yang akan mereka pameran.

*Nama bisnis harus sesuai dengan form yang sudah dikumpulkan ke BEC (BSI ENTREPRENUER CENTER) untuk menghindari kesalahan penilaian dari team juri.*

- c. Jenis bisnis, Mahasiswa menentukan Bisnis , mengklasifikasikan jenis bisnis yang mereka pilih sesuai dengan list yang sudah ditentukan oleh BEC (BSI ENTREPRENUER CENTER).

**Note : Mahasiswa mengisi FORM PENDAFTARAN FESTIVAL ENTREPRENEUR dan Form tersebut WAJIB dikumpulkan ke Dosen Pengampu untuk kemudian diserahkan kepada BEC (BSI ENTREPRENUER CENTER) sesuai deadline masing-masing (pertemuan ke-7 sebelum UTS) via admin kampus**



# Bimbingan Business Plan-1

Pert.Kuliah ke - 3

**Kelengkapan Teknis**, meliputi beberapa hal yang dibuat oleh setiap kelompok :

1. **Company Profile (Wajib)**, membuat sebuah Company Profile singkat yang berisi gambaran singkat tentang bisnis yang mereka buat dan pameran.
2. **Signage (Wajib)**, berisi informasi sekilas tentang bisnisnya, Template sudah disiapkan oleh BEC dan dapat didownload di web [www.bec.bsi.ac.id](http://www.bec.bsi.ac.id) masing-masing mahasiswa
3. **Catalogue (Wajib)**, mendeskripsikan secara singkat lengkap tentang produk mahasiswa. Catalogue didesain secara menarik layaknya Catalogue dalam bisnis sesungguhnya.
4. **X-Banner (Wajib)**, digunakan sebagai media untuk menarik calon customer, akan dipasang di lokasi BSI & NUSA MANDIRI FESTIVAL
5. **Brochure (Wajib)**, sebagai sarana promosi, dengan menerangkan segala hal yang bisa membuat orang tertarik untuk membeli produk mereka. *Brochure* diharapkan memenuhi unsur promosi yang diperlukan untuk menarik calon konsumen.
6. **Job Description (Wajib)**, memastikan mahasiswa mengerti pentingnya pembagian/ pendelegasian tugas dalam pengelolaan bisnis. *Job Description* 2 jenis;
  - ❖ **Job Description** "Company" contoh, ada 5 mahasiswa dalam kelompok diposisikan pada posisi seperti direktur, bagian produksi, finance, purchase dll
  - ❖ **Job Description** "Event Organizer-Marketing" contoh. 5 mahasiswa yang berperan customer service, design grafis, marketing, dll
7. **Rundown (Wajib)**, Mahasiswa membuat urutan tahap kerja dalam mempersiapkan BSI & NUSA MANDIRI FESTIVAL dari Pra Event, H-Event sampai dengan Pasca Event



# Tugas Kelp

Segera Isi dan lengkapi konsep BMC

Panduan Laporan

[PANDUAN PENULISAN BUSINESS PLAN 2020.doc](#)



# Pertemuan 4

## Bimbingan ke-2

### Business Model Canvas

### *Entrepreneur Festival*



# Bimbingan Business Plan-2

Pert.Kuliah ke - 4

## Format Business Plan

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

Cover harus terdiri atas:

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



# Bimbingan Business Plan-2

Pert.Kuliah ke - 4

## 2. **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisi gambaran singkat tentang bisnis yang ada didalam Business Plan ini.

Overview terdiri atas:

- ❖ Business Background, Latar belakang mengapa bisnis ini (akan) didirikan. Atau bisa disebutkan mengapa ide bisnis ini muncul (untuk bisnis yg belum berjalan).
- ❖ Vision & Mission Statement, Visi (cita-cita yang ingin dicapai (jangka panjang) dan Misi (langkah-langkah yg ditempuh utk mencapai visi yg sudah ditetapkan).
- ❖ Product Description, Deskripsi singkat tentang produk (*bisnis*) diperlukan untuk memberikan penjelasan singkat pada calon investor tentang bisnis ini.
- ❖ Organization Structure, Struktur organisasi harus disebutkan hingga calon investor bisa melihat tingkat kemapanan pelaku bisnis ini secara organisasi, yang akan terlihat dari kejelasan struktur organisasi serta pengisian pos-pos dalam struktur organisasi sesuai dengan kapasitas dan tugas yang harus dikerjakan.



# BAB II. Business Model Canvas (BMC):

Panduan Lengkap Menyusun Rencana Bisnis

## LANGKAH 1 (dari 10) : Customer Segments

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

Untuk dapat mengisi *customer segment* dengan jelas, hal berikut ini perlu diperhatikan:

### **1. Customer Segment Dimensions (Dimensi Segmen Konsumen)**

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

## 2. *Customer Characteristics (Karakteristik Konsumen)*

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

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

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

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

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

#### Output:

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



## LANGKAH 2 (dari 10) : Value Propositions

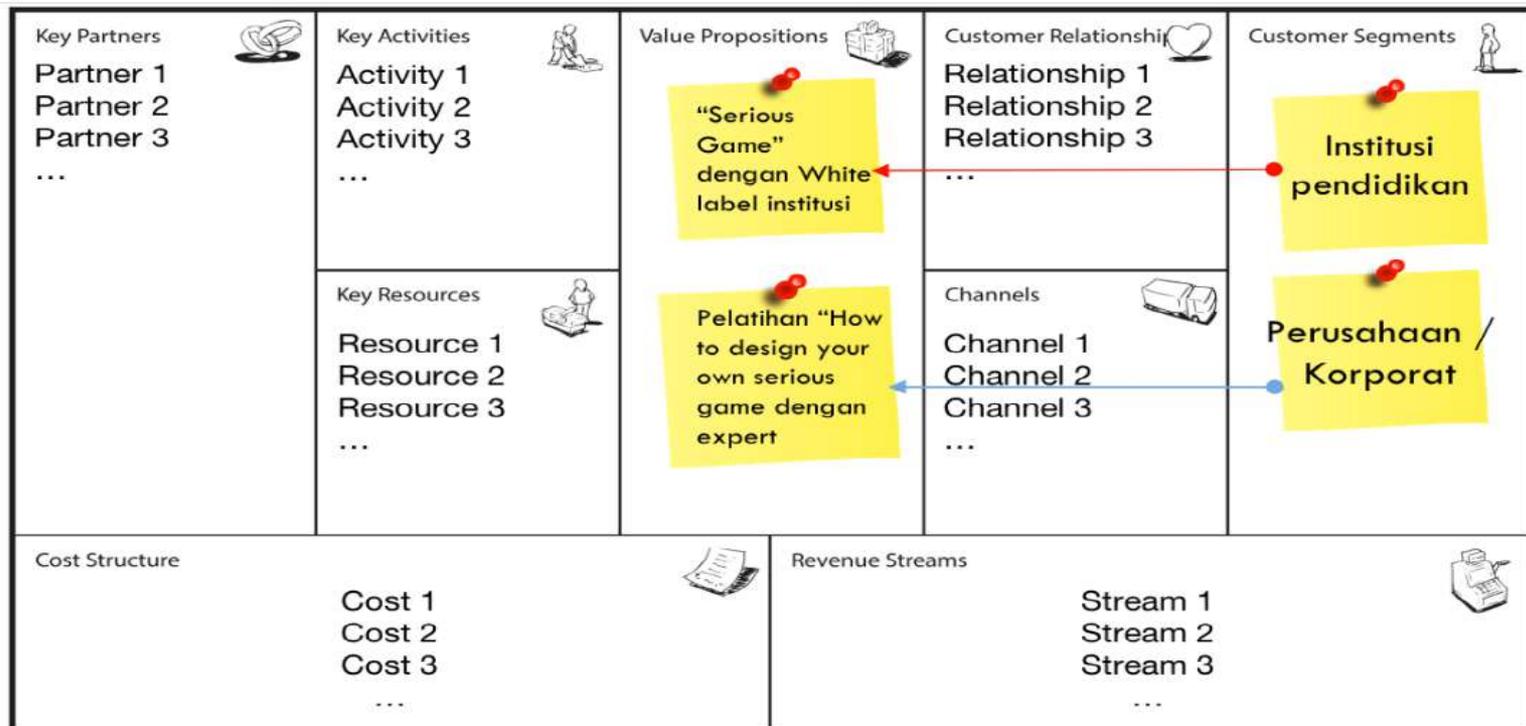
Ketika pemetaan *customer segment* sudah jelas, maka selanjutnya kita memilih mana masalah atau kebutuhan dari pelanggan itu yang ingin kita penuhi? Selain itu, di *value proposition* juga harus mempertimbangkan apa keunikan / keunggulan solusi yang kita tawarkan dibandingkan solusi – solusi lainnya?

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

Sebagai contoh,

salah satu *startup* yang sedang saya kembangkan, SignifierGames.com membuat *value proposition* penyediaan *Serious Games* untuk pembelajaran konsep – konsep kompleks di bidang *engineering*, khususnya *industrial engineering*. Solusi ini dibuat dengan harapan dapat mengurangi *pain* berbagai institusi pendidikan di Indonesia dalam mengajarkan konsep sulit kepada peserta didiknya. Beberapa *game* yang dikembangkan adalah permainan di bidang *operation management*, seperti *Operation Management Game (OMG)*, *Project Management Game (PMG)*, dan *Strategic Sourcing Management Game (SSMG)*. *Value proposition* ini berbeda karena kebanyakan pengembang *Serious Games* tidak mengembangkan permainan untuk bidang – bidang *engineering*.

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



### Output :

Daftar solusi atau "obat" yang lebih baik atau kompetitif dari yang sudah ada berdasarkan masalah atau kebutuhan konsumen

### LANGKAH 3 (dari 10) : CHANNELS

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

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

- Membuat iklan
- Memasang FB Ads atau Google Adwords

Dua contoh di atas adalah termasuk *channels*

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

- **Output:**

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



## Langkah 4 (dari 10) : Customer Relationship

- Bagian *customer relationship* diisi tentang bagaimana kita berinteraksi kepada konsumen setelah terjadi transaksi, untuk memastikan konsumen puas dengan *value* yang kita tawarkan sepanjang hingga akhir *life cycle* nya.
- Perusahaan penerbangan, misalnya setelah kita menggunakan jasa penerbangannya umumnya akan ditawarkan berbagai email penawaran, memberikan *membership* khusus, yang apabila sudah mencakup beberapa poin akan mendapatkan benefit tertentu.

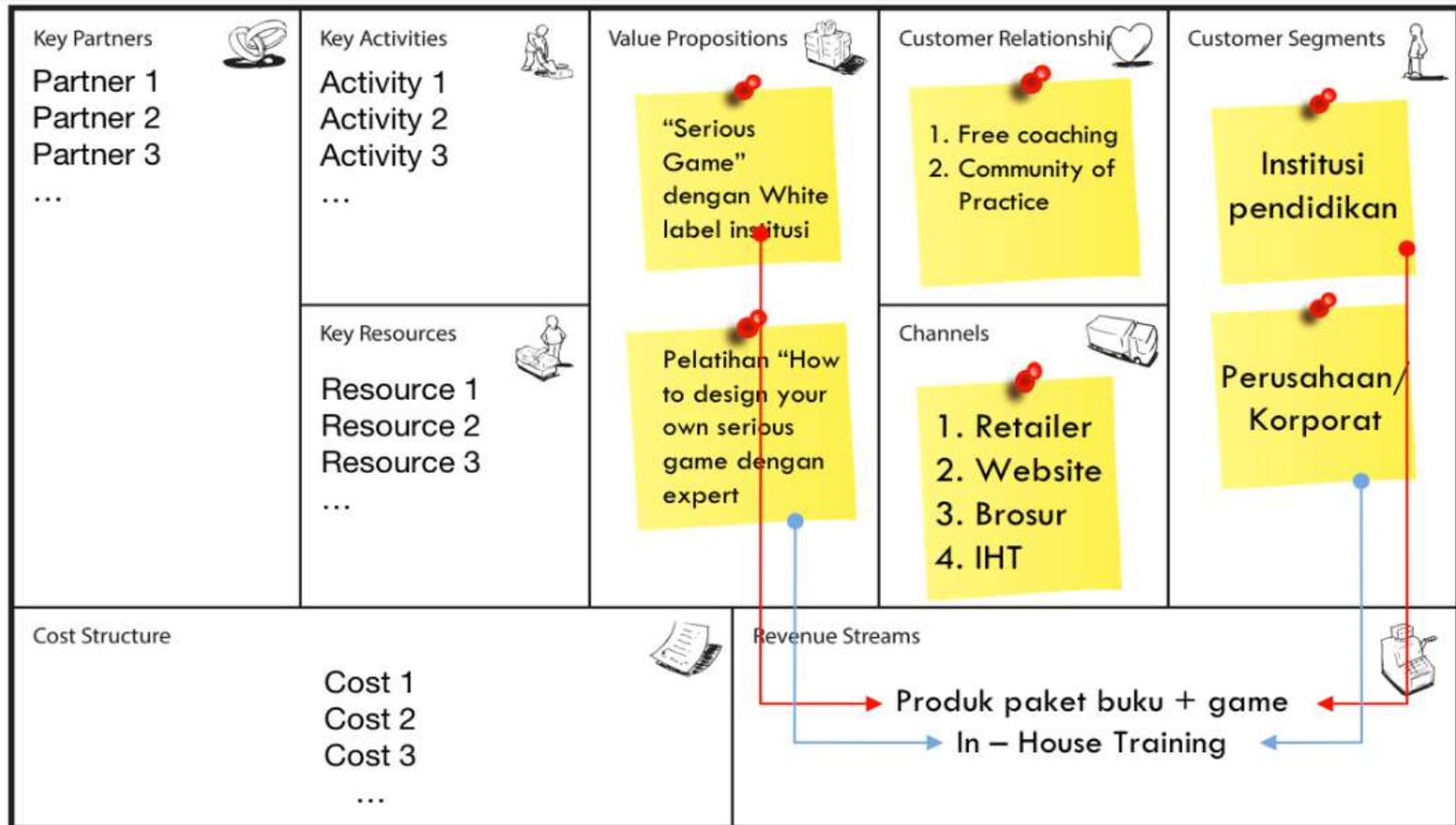
### Output:

- penjelasan tentang bagaimana caranya organisasi menjalin hubungan dengan konsumen yang sudah 'membeli' *value* yang ditawarkan agar tercipta loyalitas atau transaksi kembali.



## Langkah 5 (dari 10) : Revenue Stream

- *Revenue streams* adalah pendapatan yang diterima oleh perusahaan atau organisasi yang berasal dari *value proposition* yang ditawarkan. Hal paling penting adalah harus terjadi koneksi yang *clear* antara *revenue stream* yang dihasilkan dari *value proposition*, dan *customer segment* mana yang membayar untuk hal tersebut.
- Sebagai contoh, di bawah ini saya ambil dari BMC Signifiergames.com, di mana *revenue streams* berasal dari penjualan paket game dan buku untuk akademik, dan yang membayar adalah institusi pendidikan.

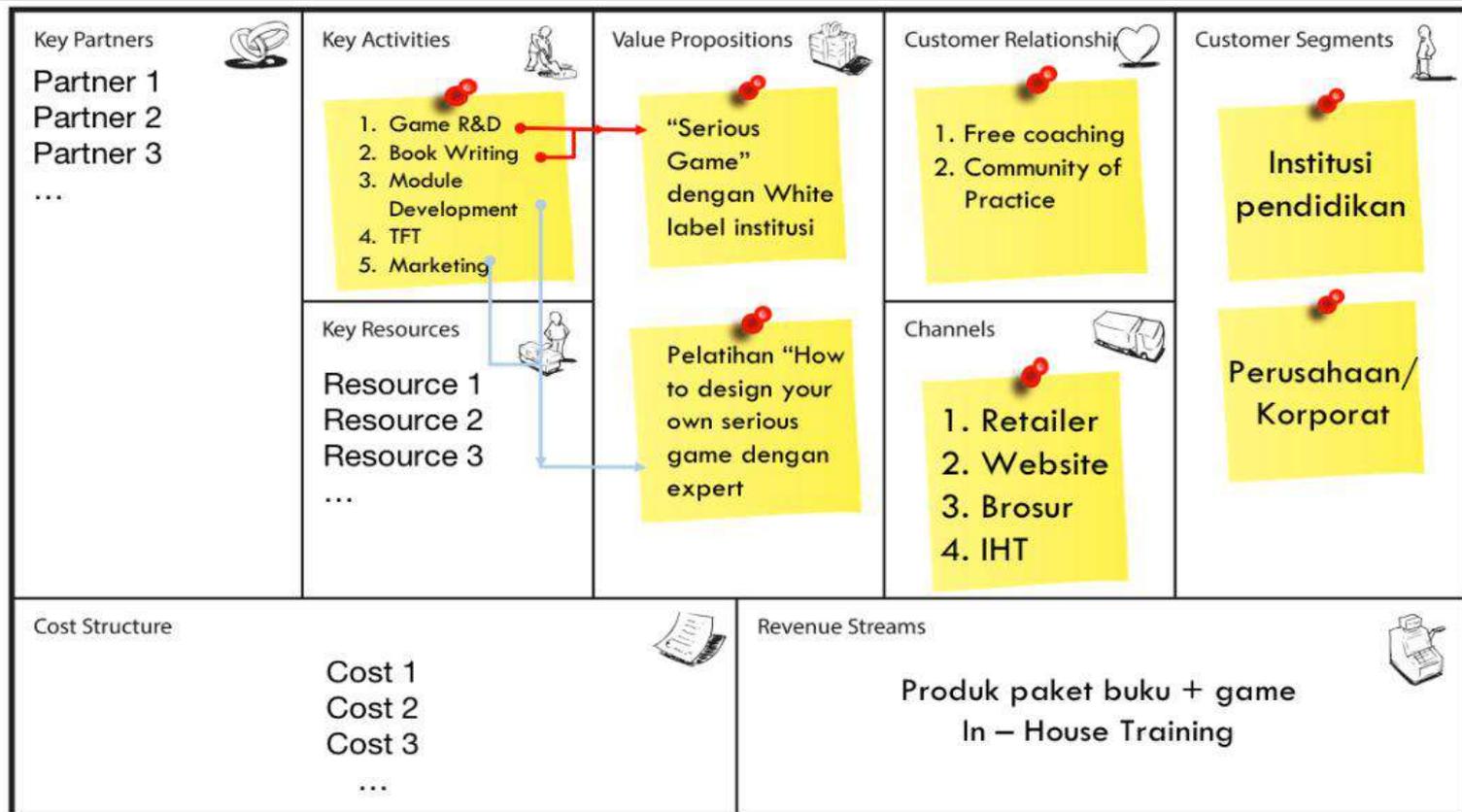


**Output:** Daftar dari *revenue streams*, yang berasal dari *value proposition x* yang ditawarkan, dengan *customer segmen y* sebagai pihak yang bersedia membayar

# Langkah 6 (dari 10) : Key Activities

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

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



## Langkah 7 (dari 10) : Key Resources

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



- Sebagai lembaga pengembang 'serious games', SignifierGames.com bergantung penuh terhadap SDM bertalenta atau para *expert* di bidang pengembangan *serious games*. *Talented people* ini kemudian menjadi *key resources* dari SignifierGames.com
- **Output:**Daftar dari sumber daya utama yang dibutuhkan untuk menunjang *key activities* agar dapat menghasilkan *value proposition* yang diinginkan.



## Langkah 8 (dari 10) : Key Partnership

- Sebuah organisasi bisnis tentunya tidak bisa berjalan hanya mengandalkan dirinya sendiri. Ketimbang mengembangkan dan menjalankan semuanya sendiri, ada baiknya untuk bekerjasama dengan mereka yang telah *expert* di bidangnya masing – masing.
- **Output:** Daftar rekanan kunci di luar organisasi yang dapat mendongkrak performa *key activities* sehingga dapat menghasilkan *value proposition* dengan lebih kompetitif lagi.



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



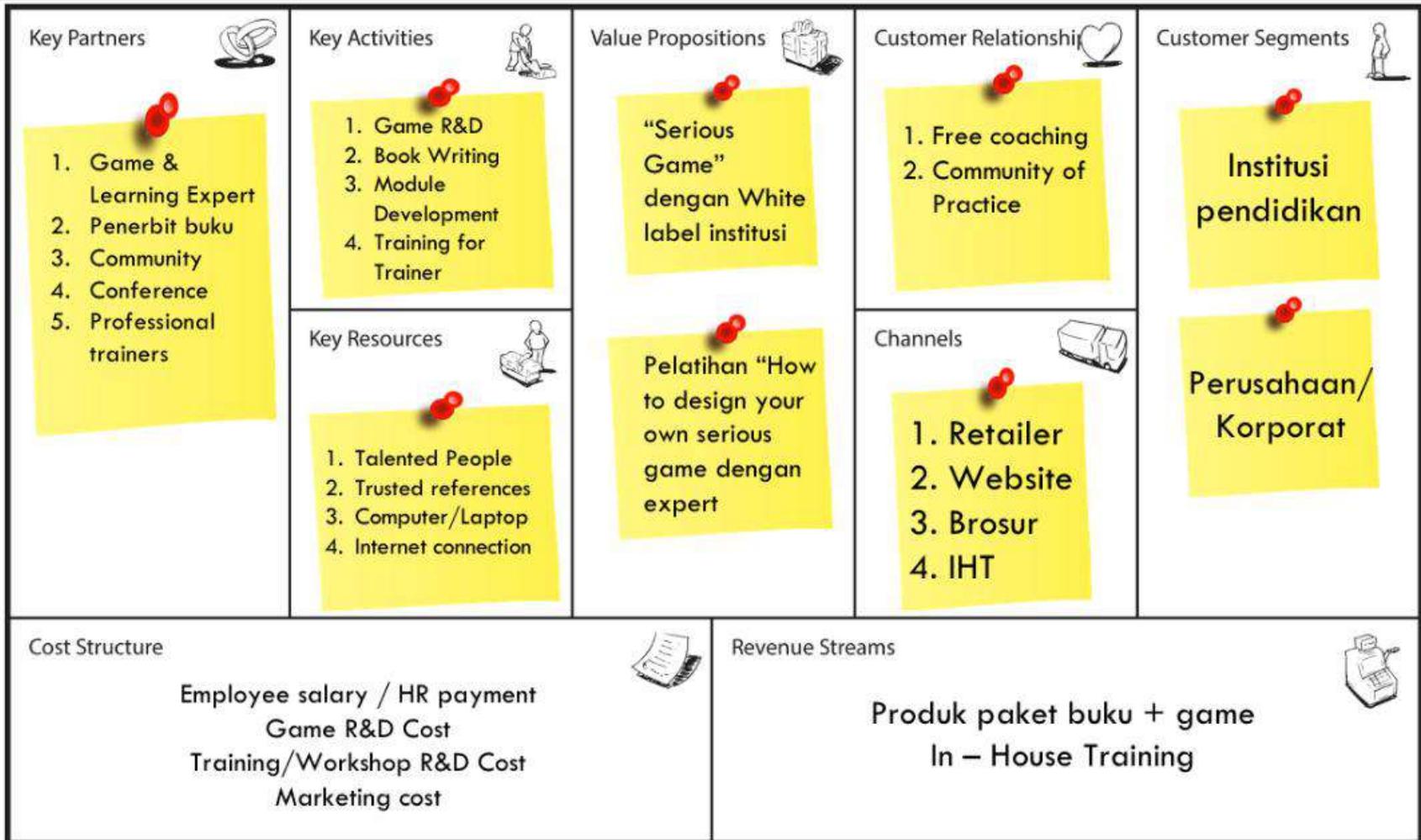
## Langkah 9 (dari 10) : Cost Structure

- Cost structure adalah daftar biaya yang dikeluarkan oleh organisasi bisnis dalam rangka menciptakan *value proposition* kepada konsumen. Biasanya, *cost structure* ini ‘ditarik’ dari *key activities*.

Beberapa pertanyaan penting untuk diajukan saat memetakan biaya:

- Apakah biaya yang dikeluarkan dalam rangka menciptakan *value*?
- Mana jenis biaya yang lebih banyak, fixed cost atau variable cost?
- Jika bisnis diskala menjadi lebih besar, apakah peningkatannya linear, eksponensial, atau tetap?
- Pemetaan struktur biaya perlu dilakukan dengan lebih hati – hati, karena sangat penting apabila organisasi bisnis ingin dibuat dalam skala yang lebih besar dari sebelumnya.
- **Output:** Daftar elemen struktur biaya yang dikeluarkan untuk membiayai *key activities* dalam menciptakan *value proposition*.

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

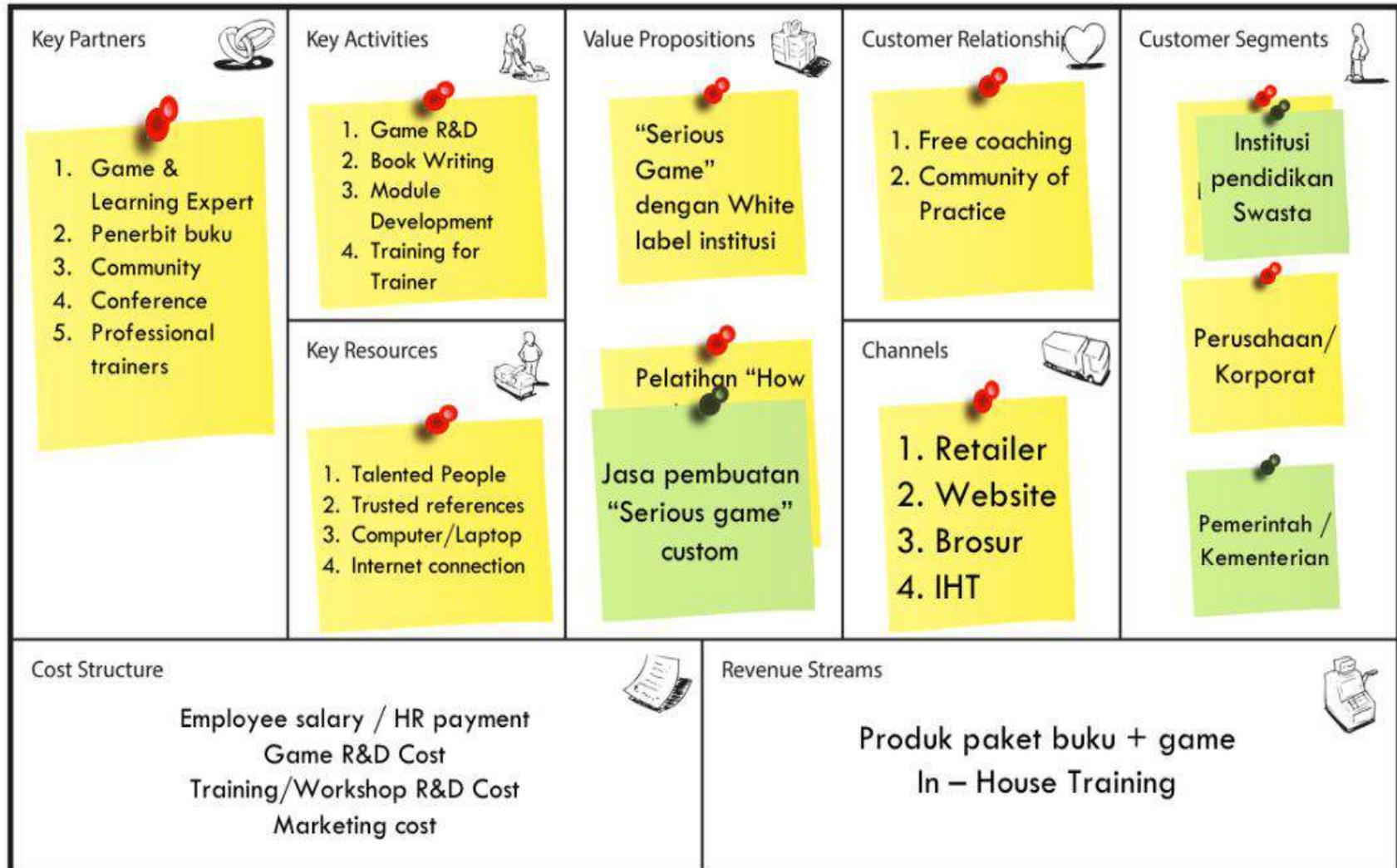




## LANGKAH 10 (DARI 10) : ANALISIS & VALIDASI MODEL BISNIS

- Bagi Anda yang sudah menyelesaikan BMC, jangan senang dulu karena sebenarnya menyelesaikan BMC itu barulah langkah awal . Pada kenyataannya, hipotesis ini perlu diuji apakah memang benar model bisnis yang direncanakan tersebut berjalan sebagaimana mestinya.
- Bagaimana cara mengujinya? Cara paling mudah adalah langsung bertanya ke konsumen yang ditarget, berinteraksi secara langsung ke lapangan dan merasakan langsung apa yang dirasakan konsumen.

- Interaksi langsung dengan konsumen itu dapat memberikan banyak *insight* tambahan baru. Misalnya, SignifierGames.com sendiri melakukan beberapa perubahan rencana model bisnis setelah berinteraksi langsung dengan konsumennya.
- Misalnya, dulu asumsi bahwa seluruh institusi pendidikan memiliki kesulitan dalam mengajarkan konsep sulit ke peserta didik. Sehingga, kami berasumsi bahwa *Serious Game* yang dibuat *expert* ini akan laku.
- Namun setelah dipelajari lagi, ternyata yang lebih banyak mencari *Serious Game* ini adalah universitas swasta yang memang sedang menjalin kerjasama dengan kampus besar seperti UI.
- Maka, kerjasama tersebut coba dibundling dengan produk buku, games, dan workshop untuk universitas tersebut. *Sticky notes* hijau menunjukkan ada beberapa tambahan / perubahan dari BMC sebelumnya.





# SUDAH VALIDKAH MODEL BISNIS ANDA?

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



# BAB III. FINANCE

## 1. Business Preparation Budgets

Item-item yang harus ditampilkan:

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

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

## 3. Break Event Point,

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



## **Tujuan BEP:**

1. Mendesain spesifikasi produk
2. Menentukan harga jual persatuan
3. Menentukan jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian
4. Memaksimalkan jumlah produksi
5. Merencanakan laba yang diinginkan

(Kasmir, 2017:334)



# Asumsi BEP

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

Biaya yang secara total tidak mengalami perubahan walopun ada perubahan volume produksi/penjualan dalam batas tertentu.

contoh: gaji, bunga, sewa atau biaya kantor, penyusutan aktiva tetap, dll

3. Biaya variabel (*variabel cost*)

Biaya yang secara total berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi atau penjualan.

contoh: biaya bahan baku, upah buruh, komisi penjualan, dll

4. Harga Jual

Dalam analisis BEP hanya digunakan satu harga jual atau harga barang atau di produksi

5. Tidak ada perubahan harga jual selama periode analisis dan ini sebenanry bertentangan dengan kondisi yang sesungguhnya

## Rumus BEP

a. Analisis Titik Impas dalam unit

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

b. Analisis Titik Impas dalam unit

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

Keterangan :

BEP = Break Even Poin

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya variabel

P = Harga jual satuan (price)

S = Jumlah Penjualan (sales volume)



# Contoh kasus:

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

1. Kapasitas produksi 100.000 unit
2. Harga jual Rp.5000/unit
3. Total FC Rp. 150.000.000 dan Total VC Rp. Rp.250.000

Pertanyaan:

Cari titik impas baik dalam unit maupun rupiah!!



# Jawaban

- Kapasitas produksi 100.000 unit
- Harga Jual Rp.5000

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

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

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

$$\text{BEP unit} = \frac{\text{Rp. } 150.000.000}{\text{Rp. } 5000 - \text{Rp. } 2500} = 60.000 \text{ unit}$$

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

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

## **4. BAB IV: Closure,** Penutup



## **Pertemuan 5**

# **BIDANG USAHA & PERMODALAN**



# Pendahuluan

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

“**Kunci Emas Untuk Sukses**”, adalah *melakukan bisnis yang tepat pada saat yang tepat*”.

Hal ini menunjukkan:

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



# Jenis Usaha

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

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

# **Bidang Usaha kelompok Konsultif**

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

**1. *Jasa konsultasi***

**2. *Kursus-Kursus***

**3. *Pusat Kebugaran dan Pelatihan Olahraga***

**4. *Bidang Perdagangan***



# Bidang Usaha Kelompok Pelayanan

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

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



# **Bidang Usaha kelompok Analistis**

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

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



# Cara Memasuki Bisnis

1. Merintis Usaha \*
2. Membeli Perusahaan Baru

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

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

### 3. Waralaba (*franchising*)

Kerjasama manajemen untuk menjalankan perusahaan cabang atau penyalur. Inti dari waralaba adalah memberi hak monopoli untuk menyelenggarakan usaha dari perusahaan tersebut

Dalam waralaba dikenal beberapa istilah:

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



# Ide usaha dari Imitasi??

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

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



# Cara menghindari conterefts dan product pirates

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

1. **M**empelajari industri yang sudah ada.
2. **M**engkaji input dan output industry.
3. **M**enganalisa trend populasi dan data demografi.
4. **M**engkaji trend ekonomi
5. **A**nalisa terhadap perubahan social
6. **M**engkaji pengaruh aturan baru



# Perlindungan Hukum Terhadap Perusahaan (Suryana, 2013)

## 1. Paten

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



## 2. Merek dagang

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

## 3. Hak Cipta (copyright)

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



# KRITERIA USAHA

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

## 1. Usaha Mikro

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

## 2. Usaha Kecil

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

# KRITERIA USAHA (lanjutan...)

## 3. Usaha Menengah

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

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



# CARA MEMPEROLEH MODAL

## Pengertian Modal;

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



# Modal Keahlian

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

# JENIS-JENIS MODAL USAHA

Ada dua jenis modal usaha

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

# SUMBER-SUMBER MODAL



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

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



# Untuk memperoleh modal usaha perlu diperhatikan

1. **T**ujuan perusahaan,
2. **M**asa pengembalian modal,
3. **B**iaya yg dikeluarkan,
4. **E**stimasi keuntungan.



# Pengertian **Modal Sendiri**

## **Modal sendiri**

adalah modal yg diperoleh dari pemilik perusahaan dgn cara mengeluarkan saham.

Keuntungan menggunakan modal sendiri untuk membiayai suatu usaha adalah tidak adanya beban biaya bunga, tetapi hanya membayar deviden.

## Kelebihan Modal Sendiri, meliputi:

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



## Kekurangan Modal sendiri,

- Jumlahnya terbatas,
- Perolehan relatif lebih sulit,
- Kurang motivasi.



# Pengertian Modal asing (*pinjaman*)

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

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



# **Sumber dana modal asing diperoleh dari:**

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



# Modal Pinjaman

- ❑ Kelebihan Modal Pinjaman, antara lain:
  1. Jumlah tidak terbatas,
  2. Motivasi usaha tinggi.
  
- ❑ Kekurangan Modal Pinjaman, al:
  1. Dikenakan berbagai biaya; bunga dan administrasi,
  2. Harus dikembalikan,
  3. Beban moral.
  
- ❑ Kelebihan Modal Campuran; prosentasi modal pinjaman disesuaikan dengan kebutuhan atas kekurangan modal sendiri.



# **Pertemuan 6**

# **Wirausaha Sukses, Kreatif & Etika Bisnis**



# Sifat-sifat yg perlu dimiliki

## Wirausaha:

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

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

### ***Ciri-Ciri***

### ***Watak***

---

#### ❖ **Percaya diri**

Kepercayaan/keteguhan, ketidaktergantungan, kepribadian mantap, optimisme.

#### ❖ **Berorientasikan tugas & hasil**

Kebutuhan/haus akan prestasi, berorientasi pd laba/hasil, tekun & tabah, tekad, kerja keras, motivasi, energik, penuh inisiatif.

#### ❖ **Dengambil resiko**

Mampu mengambil resiko, suka pd tantangan.

#### ❖ **Kepemimpinan**

Mampu memimpin, dapat bergaul, tanggap saran & kritik.

#### ❖ **Keorisinilan**

Inovatif, kreatif, fleksibel, banyak sumber, serba bisa, mengetahui banyak.

#### ❖ **Berorientasi ke masa depan**

Pandangan ke depan, perspektif.



# Karakteristik dari wirausahawan yang berhasil

**Menurut Bygrave**, karakteristik dari wirausahawan yg berhasil memiliki sifat 10 D, yaitu:

1. **Dream**, Punya visi dan mampu mewujudkan impian
2. **Decisiveness**, cepat & tepat, penuh perhitungan dlm mengambil keputusan
3. **Doers**, tidak menunda kesempatan yang dpt dimanfaatkan
4. **Determination**, punya perhatian & tanggung jawab tinggi & pantang menyerah



## Lanjutan...

5. **Dedication**, bekerja tidak mengenal waktu
6. **Devotion**, mencintai pekerjaan & produk yang dihasilkan
7. **Details**, memperhatikan faktor-faktor kritis secara rinci
8. **Destiny**, bertanggung jawab thd nasib & tujuan yg hendak dicapai
9. **Dollars**, tidak sangat mengutamakan mencapai kekayaan
10. **Distribute**, bersedia mendistribusikan kepemilikan bisnisnya.



# LANGKAH MENUJU WIRAUSAHA SUKSES

*by : Murphy & Peck*

- *Ability to Communicate*
  - *Ambition Drive*
  - *College Education*
- *Making Sound Decision*
  - *Self Confidence*
  - *Good Appereance*
- *Getting things done with and Trough people*
  - *Capacity of Hardwork*



# Wirausaha Sukses

## **1. Kemauan bekerja keras**

- ❖ Sikap yg harus dimiliki sebagai modal dasar keberhasilan.
- ❖ Unsur kedisiplinan memiliki peranan
- ❖ Berusaha diiringi dengan doa & tawakal.

## **2. Bekerjasama dengan orang lain**

- ❖ Memiliki banyak teman,
- ❖ Memiliki sikap & tingkah laku yg baik dalam masyarakat,
- ❖ Mengilmu “Manajemen”, seni untuk menggunakan tenaga orang lain untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.



Lanjutan...

### **3. Berpenampilan baik**

- ❖ Bukan dari segi penampilan body face (cantik/cakep)
- ❖ Tapi memiliki pribadi yg baik & jujur.

### **4. Yakin**

- ❖ Memiliki keyakinan diri akan kesuksesan stlh berusaha
- ❖ Dapat melangkah pasti, tekun, sabar & tidak ragu.

### **5. Pandai membuat keputusan**

Ada alternatif → harus memilih → tetapkan pertimbangan dgn matang → kumpulkan informasi/pendpt org lain → ambil keputusan.



Lanjutan...

## **6. Menambah ilmu pengetahuan**

Dengan pendidikan, ilmu dan keterampilan yang dimiliki.

## **7. Ambisi untuk maju**

Tidak loyo dan pantang menyerah.

## **8. Pandai berkomunikasi**

Mampu mengorganisasikan buah pikiran ke dalam bentuk ucapan yg jelas dan santun dalam tutur kata.



# ETIKA WIRAUSAHA

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



# Pengertian secara luas:

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

- Maka *Business ethics is system of “oughts” a collection of principles and rules of conduct based on belief about what is right or wrong business behaviour that conforms to these principles is ethical* (Schoell dalam Alma, 2010:239)
- Etika bisnis ini sangat kompleks dan sensitif, tapi intinya bagi seorang wirausaha itu lebih baik merugi daripada melakukan tindakan yang tidak terpuji, seperti berlaku curang, tidak jujur, tidak menepati janji dan lain-lain.



# Etika dan norma setiap pengusaha

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



# Tujuan dan manfaat Etika Wirausaha

- ❑ Tujuan etika harus sejalan dengan tujuan perusahaan;
- ❑ Manfaat etika bagi perusahaan:
  - ✓ Persahabatan dan pergaulan;
  - ✓ Menyenangkan orang lain;
  - ✓ Membujuk pelanggan;
  - ✓ Mempertahankan pelanggan;
  - ✓ Membina dan menjaga hubungan.



# Bagaimana sikap dan perilaku wirausaha

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

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



# RISIKO USAHA : BANGKRUT DAN PAILIT

*“ Bergerak memang belum tentu berhasil, tapi jika diam, sudah pasti gagal”*

- Bangkrut berasal dari Bahasa Indonesia yang artinya menderita kerugian besar hingga mengalami kejatuhan baik itu sebuah perusahaan, toko, dan sebagainya
- Pailit  
kata pailit berasal dari bahasa Prancis – failite, yang berarti terjadinya kemacetan dalam proses pembayaran.  
kepailitan merupakan persoalan terkait dengan ketidakmampuan debitur dalam membayar utangnya. Hal ini juga dituangkan ke dalam UU No. 37 Tahun 2004 tentang Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang.



# Strategi Agar Tidak Pailit Dan Bangkrut

- 1. Belajar Mengatur Keuangan**
- 2. Jangan Terlalu Tergoda Melihat Usaha Orang Lain**
- 3. Pisahkanlah Antara Uang Pribadi dan Uang Hasil Bisnis Anda**
- 4. Ciptakan Berbagai Strategi yang Efektif dan Efisien**



# MARKETING LANGIT

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

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

*Do the best, God Take the Rest!!*



# Contoh **Jenis-jenis Penghargaan**

## **Lokal:**

### **BSI Entrepreneur Award (BEA)**

## **Nasional**, meliputi:

- Wirausaha Muda Mandiri (WMM) oleh Bank Mandiri
- Indonesian Small & Medium Business (ISMBEA) oleh Kementrian UKM



## **Nasional:**

- International Young Creative Entrepreneur (**IYCE**) oleh Kementrian Pariwisata.
- Franchise Marketing Award oleh Majalah.
- Shell Live Wire Young Entrepreneur Of The Year oleh Shell Indonesia

## **Internasional:**

- Asia Pasific Entrepreneur Award (**APEA**)



# Lembaga Internasional pemberi penghargaan.

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

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



# Lanjutan...

2. **LIFE TIME ACHIEVEMENT ENTREPRENEUR ( LAE)** yaitu penghargaan kpd pengusaha yg telah memberikan kontribusi berkesinambungan sepanjang masa kerjanya.
3. **INDUSTRY AND MANUFACTURING ENTREPRENEUR ( I M E )** yaitu penghargaan kepada pengusaha yg bergerak dlm bidang otomotif, konsumen dan industri
4. **SERVICE SPECIAL AWARD FOR CORPORATE SPIRIT** yaitu penghargaan khusus di bidang perbankan serta keuangan ritel dan logistik.
5. **YOUNG ENTREPRENEUR** atau penghargaan kepada pengusaha yg berusia 40 th kebawah.



## Lanjutan...

6. **SPECIAL AWARD FOR CORPORATE SPIRIT** yaitu penghargaan kepada pengusaha yg memiliki semangat dlm meningkatkan usahanya.
  
7. **SPECIAL AWARD FOR CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY** yaitu penghargaan kepada pengusaha yg mampu memberikan tanggung-jawab sosial.



# **Pertemuan 7**

## **Pemeriksaan Persiapan EF & Laporan EF**



Pertemuan kuliah ke-7

**BIMBINGAN KE -3**

**BUSINESS PLAN**

*Entrepreneur Fair*



# Tugas Pengumpulan

Mahasiswa wajib mengumpulkan dalam bentuk Jilid Spiral:

- LTM kelompok yang diketik lengkap nama-nama serta nim mahasiswa berdasarkan kelompok masing-masing
- Foto copy sertifikat seminar wajib entrepreneurship
  - Penjelasan pembuatan bussines plan /BMC



# Pemeriksaan Kelengkapan Persiapan EF

Dosen Berhak memeriksa kelengkapan Tiap-tiap kelompok menghadapi EF, yaitu:

- ❖ Company profile, Signage, Cataloge, Brochure, Job description
  - ❖ Cover, Overview, BMC, Finance
  - ❖ Soft copy Presentasi, Paper Laporan



# Bimbingan Business Plan-3 Pert.Kuliah e – 7

FORM PENDAFTARAN Enterpreneur Fair ENTREPRENEURSHIP			
.....(NAMA KAMPUS).....			
PROGRAM STUDI : .....			
<b>DATA KELAS</b>			
Kode Dosen :	Nama Dosen :	KELAS	
<b>DATA KELOMPOK</b>			
Nama Bisnis :		Nama BRAND :	
Kelompok Usaha :		Nama BRAND :	
1 .	NIM :	Nama :	6. NIM :
2 .	NIM :	Nama :	7. NIM :
3 .	NIM :	Nama :	8. NIM :
4 .	NIM :	Nama :	9. NIM :
5 .	NIM :	Nama :	10 NIM :
<b>VISI &amp; MISI</b>			
<b>DESKRIPSI PRODUCT</b>			
<b>STRATEGI PEMASARAN</b>			
<b>LAPORAN ARUS KAS</b>			
Yang Mengajukan		.....	
Ketua Kelompok		Menyetujui	
_____		_____	
Dosen Mata Kuliah Entrepreneur			
_____		_____	
<b>BEC APPROVAL</b>		Sign :	Submission
		Name :	Date



# Bimbingan Business Plan-3

Pert.Kuliah ke - 7

Mahasiswa membuat Laporan & Presentasi dgn memaparkan pengalaman mereka stlh mjalankan bisnis mereka di UBSI & NUSA MANDIRI Enterpreuneur Fair. Mahasiswa hrs mampu mnerangkan scr detail ttg segala hal yg sdh mereka lakukan di Enterpreuneur Fair, mulai tahap persiapan hingga tahap evaluasi.

**LAPORAN**, yang harus terdiri atas subkonten yaitu:

- A. Summary**, berisi rangkuman laporan Enterpreuneur Fair yg dibuat singkat dgn menerangkan isi laporan. Format summary dibuat seperti format Abstract pada laporan ilmiah.
- B. Preparation**, memaparkan segala hal yg dilakukan mulai tahap persiapan meliputi:
  - Persiapan pembuatan Prototype, Tahap mahasiswa diminta melaporkan segala aktivitas yang harus dilakukan untuk pembuatan item yang akan dijual.
  - Persiapan untuk pelaksanaan Enterpreuneur Fair, melaporkan segala aktivitas yang harus dilakukan sebagai persiapan untuk mensukseskan BSI, UBSI & NUSA MANDIRI Enterpreuneur Fair
  - Pelaksanaan UBSI & NUSA MANDIRI Enterpreuneur Fair secara umum
  - Keterlibatan mereka di acara UBSI & NUSA MANDIRI Enterpreuneur Fair
  - Aktivitas yang mereka lakukan di BSI, UBSI & NUSA MANDIRI Enterpreuneur Fair
  - Rundown semua aktivitas yang dilakukan pada Hari H Enterpreuneur Fair.
  - Customer : Cara menarik calon customer, menjelaskan pada customer, Pertanyaan umum didapat dari customer, Tingkat ketertarikan customer



# Bimbingan Business Plan-3

Pert.Kuliah ke - 7

**C. Evaluation,** Mahasiswa melaporkan hasil Evaluasi internal mereka, meliputi:

- ❑ Evaluasi Pelaksanaan UBSI & NUSA MANDIRI Enterpreuneur Fair, Mahasiswa diminta melihat Pelaksanaan BSI, UBSI & NUSA MANDIRI Enterpreuneur Fair yang sudah mereka lakukan dan melakukan evaluasi internal pada grup mereka.
- ❑ Laporan yang dibuat meliputi:
  - Hal positif yang mereka dapatkan dari Enterpreuneur Fair
  - Kelebihan yang mensupport pelaksanaan Enterpreuneur Fair
  - Kelemahan yang membuat pelaksanaan Enterpreuneur Fair tidak optimal.
- ❑ Evaluasi Produk/Bisnis, Mahasiswa melakukan Evaluasi dari Produk/Bisnis yg mereka pameran. Tahap evaluasi ini penting utk mengetahui kelemahan apa yg ada pd bisnis mereka, serta kelebihan apa yg bisa diekspos lebih jauh & dikembangkn utk menarik lebih banyak customer.

**D. Problem Solving,** Mahasiswa membuat Problem Solving dr brbagai permasalahan, baik pelaksanaan FESTIVAL maupun dari permasalahan yang mereka jumpai pada bisnis mereka. Problem Solving yang mereka kemukakan harus bersifat konstruktif dan mensupport pengembangan bisnis ke depan.



# Bimbingan Business Plan-3

Pert.Kuliah ke - 7

## Format LAPORAN

Format Laporan UBSI & NUSA MANDIRI Enterpreneur Fair adalah sebagai berikut:

Hal Judul

Daftar Isi

Summary/Abstract

Persiapan

UBSI & NUSA MANDIRI Enterpreneur Fair

Evaluasi

Problem Solving

Lampiran



# Bimbingan Business Plan-3

Pert.Kuliah ke - 7

## **Presentasi – dilakukan setelah Entrepreneur Fair– Pertemuan 10 s.d 15**

- ❖ Konten, Konten Presentasi yang dibuat oleh mahasiswa sama dengan konten yang harus dicantumkan pada Laporan.
- ❖ Format, Mahasiswa diminta membuat presentasi dalam bentuk Powerpoint Slide, Jumlah halaman tidak dibatasi, tergantung kebutuhan mahasiswa. Presentasi diharapkan menarik, jelas, dan mewakili hal-hal yang harus dipresentasikan.
- ❖ Presentasi dinilai berdasarkan : Kemampuan memaparkan laporan yang dipresentasikan, Pemahaman konten, Kemampuan menjawab pertanyaan dosen

## **PENILAIAN, Penilaian diambil untuk nilai (UAS)**

- UBSI & NUSA MANDIRI Entrepreneur Fair dan Presentasi  
Nilai yang didapat dari penilaian juri lapangan saat BSI, UBSI & NUSA MANDIRI Entrepreneur Fair berlangsung. *Form penilaian Terlampir.*  
Nilai Presentasi diambil berdasarkan hasil dan penampilan saat presentasi, serta berdasarkan laporan yang disusun oleh mahasiswa.



Semoga Bermanfaat