



**Bahan Ajar**

# **KEWIRAUSAHAAN**



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
BPPAUD dan Dikmas  
NUSA TENGGARA BARAT  
Tahun 2018**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami khaturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kami kesempatan untuk menyelesaikan penyusunan Bahan Ajar Kewirausahaan ( entrepreneurship ) ini.

Bahan ajar ini berisi tentang kiat-kiat bagi wirausahawan baru yang ingin lebih dalam menekuni dunia wirausaha, yakni terkait dengan bagaimana merubah pola pikir, mencari peluang usaha, Tata cara merintis usaha kecil, Administrasi usaha, Pemasaran, Pengelolaan keuangan, Strategi persaingan, dan Jaringan kerja.

Kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan kontribusi terhadap penulisan bahan ajar ini, kami sampaikan terima kasih. Semoga bahan ajar ini bermanfaat khususnya bagi para peserta PKW dan masyarakat luas pada umumnya.

Mataram, November 2018  
Kepala BPPAUD DAN Dikmas NTB



Drs. H. Ekd Sumardi, M.Pd  
NIP.196703091993031001

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	iii
STANDAR KOMPETENSI DAN KOMPETENSI DASAR .....	1
TUJUAN.....	7
PETUNJUK PEMBELAJARAN .....	7
A. Identifikasi Potensi Lokal .....	8
B. Analisis Kondisi Lingkungan dan Pasar .....	8
C. Strategi Penanaman Jiwa Wira Usaha.....	9
D. Proses Perencanaan Usaha .....	10
E. Tata cara merintis usaha kecil .....	13
F. Administrasi usaha.....	14
G. Upaya Pengembangan Dan Ketahanan Usaha .....	14
H. Pemasaran.....	15
I. Pengelolaan keuangan .....	16
J. Strategi persaingan / promosi .....	17
K. Fungsi Saluran distribusi :.....	19
L. Strategi Promosi .....	19
M. Jaringan kerja .....	20
PENUTUP .....	23
DAFTAR PUSTAKA.....	24

## STANDAR KOMPETENSI DAN KOMPETENSI DASAR

Kompetensi yang akan dicapai oleh peserta PKWkampung nelayan digital adalah sebagaimana tertuang dalam matrik kompetensi berikut.

No	Standar Kompetensi	Kompetensi Dasar	Indikator
1	Memiliki sikap personal dan sosial sebagai seorang wirausaha	1.1.Mampu membangun jaringan usaha	Mampu mengidentifikasi mitra usaha (pemasok, distributor, perbankan/finance, dan pelanggan)
			Mampu menjalin relasi dengan mitra usaha dengan prinsip win-win (saling menguntungkan)
			Mampu menjaga/merawat pelanggan lama
			Mampu mengembangkan/menambah pelanggan baru
			Mampu bekerja dalam tim (tim work) dalam menjalankan Wirausaha
			Mampu bernegosiasi dalam membangun kerja sama
			Mampu menyusun nota kerjasama dengan mitra kerja
2	Memiliki Kemampuan Manajerial Usaha Kecil	2.1.Menguasai pemasaran	Menguasai pengetahuan produk barang/jasa yang dipasarkan
			Mampu mengemas barang/jasa yang dipasarkan sehingga menarik konsumen

No	Standar Kompetensi	Kompetensi Dasar	Indikator
			Mampu menetapkan harga produk atau jasa berdasarkan analisa biaya produksi dan biaya pemasaran
		2.2.Menguasai administrasi usaha Kecil	Memahami pembukuan sederhana dalam menjalankan usaha Mampu mengelola keuangan secara efektif dan efisien,
3	Memiliki kemampuan berfikir logic	3.1.Mampu mengidentifikasi dan menganalisis potensi local	Mampu mengidentifikasi potensi sumber daya alam yang ada di sekitar lingkungan untuk dijadikan lahan wirausaha. Mampu memprediksi pengaruh ketersediaan potensi sumber daya alam terhadap perkembangan usaha Mampu mengidentifikasi potensi SDM yang mendukung potensi SDA untuk menjadi lahan wirausaha
		3.2.Mampu menganalisis kondisi lingkungan dan pasar	Mampu membaca kondisi lingkungan usaha dan pasar Mampu memprediksi pengaruh kondisi lingkungan usaha dan pasar terhadap perkembangan usaha
		3.3.Mampu	Mampu menghitung rugi laba

No	Standar Kompetensi	Kompetensi Dasar	Indikator
		menganalisis kondisi usaha	perusahaan Mampu menghitung Break Event Point (BEP) Mampu menentukan kondisi usaha apakah dalam keadaan maju (positif) atau mundur (negatif)
		3.4.Mampu memanfaatkan peluang	Memiliki kepekaan terhadap setiap peluang usaha yang ada Mampu memanfaatkan peluang menjadi bidang usaha
4.	Memiliki Keterampilan produksi (barang/jasa)	4.1.Mampu membuat produk baru yang inovatif dari bahan baku yang ada	Mampu mengidentifikasi sumberdaya sebagai bahan baku produk tertentu Trampil membuat produk inovatif yang memiliki nilai ekonomis tinggi dan memenuhi standar POM
5	Memiliki keterampilan berwirausaha	5.1.Mampu membaca peluang usaha	Mampu menganalisis peluang usaha Mampu mengidentifikasi sumberdaya, produk, dan jasa yang dapat dikembangkan dalam usaha
		5.2.Mampu memilih jenis usaha yang akan dilakukan	Memprediksi produk/jasa yang memiliki peminat (pangsa pasar) besar Memilih produk/jasa unggulan yang memiliki peluang besar menjadi bidang usaha yang prospektif

No	Standar Kompetensi	Kompetensi Dasar	Indikator
			Memprediksi produk/jasa yang memiliki peminat (pangsa pasar) besar
			Memilih produk/jasa unggulan yang memiliki peluang besar menjadi bidang usaha yang prospektif

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah sikap dan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif demi terciptanya peluang. Dengan demikian jiwa dan sikap kewirausahaan tidak hanya dimiliki dan dilakukan oleh usahawan tetapi juga oleh setiap orang yang berfikir kreatif dan bertindak inovatif misalnya petani, nelayan, karyawan, mahasiswa, guru dan sebagainya.

Kegiatan kewirausahaan dapat membantu perekonomian menjadi lebih baik. Masyarakat yang menekuni bidang wirausaha seperti ini akan menciptakan banyak peluang kerja sehingga menyerap banyak tenaga kerja. Selain itu, dampak signifikan yang dapat terlihat dari kewirausahaan adalah dapat mengurangi angka kemiskinan dan pengangguran dan secara langsung dapat mengurangi dampak yang ditimbulkan tingginya kemiskinan dan pengangguran.

## Contoh usaha sukses

### Kisah Sukses Sutiman Penjual Ikan Laut



Sutiman adalah salah satu sosok kreatif yang mencari dan mengumpulkan rizki lewat usaha menjual ikan secara berkeliling dengan menggunakan sepeda motor. Kretaitas dan motivasi kerja yang dimiliki oleh sosok ini menyebabkan ia hidup bahagia bersama keluarganya. Banyak usaha yang telah dilakukan oleh Sutiman namun ia belum jua mendapatkan kesuksesan, setelah ia bekerja sebagai penjual ikan keliling maka Sutiman berhasil mengumpulkan uang yang lumayan besar dan menjadi sumber inspirasi bagi kawan-kawannya.

Sutiman dilahirkan di desa batuyang kecamatan Pringgabaya pada pertengahan tahun 1985, ia lahir dan dibesarkan ibunya (sahnim) sebab orang tua laki-lakinya meninggal dunia saat ia masih berusia 2 tahun. Sutiman merupakan anak terakhir dari tiga orang bersaudara. Atas kebesaran hatinya maka sahnim dapat membesarkan ketiga putranya dan sutiman yang dapat menyelesaikan pendidikannya sampai SMP, sedangkan saudara-saudaranya menyelesaikan pendidikan hingga SD.

Sutiman adalah sosok yang sangat malas untuk bekerja sebagai petani atau buruh tani, ya lebih senang bekerja sebagai buruh bangunan dan pekerjaan-pekerjaan lainnya. Pada pertengahan tahun 1999 Sutiman mulai karirnya sebagai buruh bangunan, namun setelah beberapa bulan bekerja Sutiman merasa bosan dan jenuhdan peyek tumpuk bersama istrinya, Sri Kasih (32), di Jalan Wahid Hasyim, Bantul. Toko berukuran 5 x 8 meter itu berdampingan dengan rumah tempat tinggalnya sekaligus lokasi produksi. Dulu, toko itu hanya berupa bangunan bambu, tetapi kini sudah berkembang menjadi bangunan permanen dengan desain lebih menarik.

Dalam sehari, Kelik membutuhkan sekitar 2,5 kuintal gula pasir untuk membuat geplak. Untuk peyek tumpuk, ia butuh sekitar 50 kilogram kacang dan 25 kilogram tepung beras per hari. Untuk membantunya berproduksi, ia mempekerjakan 20 tenaga kerja.

Merasa bosan dan jenuh, kemudian dia pergi mencari pekerjaan lainnya, begitulah seterusnya gonta ganti berbagai jenis pekerjaan dia lakukan namun kesuksesan yang dia cita-citakan belum juga tercapai. Pada akhirnya Sutiman memutuskan untuk merantau ke negeri Ziran (Malaysia). Sesampai di Malaysia (Kelantan), Sutiman tidak mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh pihak PT. pendek cerita akhirnya sutiman bekerja sebagai seorang marbot di sebuah masjid, melihat ketekunan dan memiliki suara yang bagus membaca alqur'an, maka dia dipercaya untuk mengajar ngaji bagi 2 anak dari abdul zakir. Sambil mengajar ngaji di kediaman abdul zakir, Sutiman juga meluangkan waktunya untuk belajar memelihara ikan pada seorang penguasaha cina yang bertetangga dengan abdul zakir. Disana Sutiman mulai terinspirasi untuk menjadi seorang penjual ikan, sebab ia melihat pengusaha cina yang sehari-harinya bekerja sebagai penjual ikan di kampungnya mendapatkan hasil yang cukup besar. Keinginan untuk menjadi penjual ikan sudah matang sejak saat itu dan ia pun berencana untuk pulang kampung dan akan memulai usaha barunya sebagai penjual ikan di kampung halamannya

Menurut Sutiman, untuk memulai usaha barunya ia mengeluarkan modal sejumlah Rp. 250.000. yaaa..namanya pemula, saya mengambil ikan pada nelayan lepek loang Desa Belanting. Dengan uang tersebut saya dapat ikan sebanyak 10 kg. Ternyata saya mendapat untung yang lumayan setelah dikurangi biaya transportasi dan biaya makan selama perjalanan menjual ikan.

Semakin hari, Sutiman semakin termotivasi untuk menjadi penjual ikan keliling dan ia tidak pernah merasa malu atas usaha yang dilakukannya itu. "mestipun bau yang penting halal" dengan prinsip sutiman dalam menjalankan usahanya sebagai penjual ikan keliling. Dengan hasil menjual ikan sutiman dapat memperbaiki rumahnya dan kehidupannya semakin sejahtera.

Pada tahun 2009, sutiman memperluas usaha penjualannya dengan memberikan modal kepada para tetangganya yang berminat untuk mengikuti usaha yang dia geluti.. Usaha Sutiman sebagai penjual ikan keliling semakin berkembang dengan pesat, sehingga dia dapat membeli tanah pertanian seluas 1 Ha. Tanah itu kemudian digarap oleh ibu dan istrinya. Usaha yang dilakukan oleh Sutiman ternyata tidak hanya memberikan keuntungan secara pribadi saja,

Sebelum masuk ke penggorengan terakhir, peyek terlebih dahulu diangin-anginkan selama semalam. Tujuannya supaya peyek benar-benar renyah dan gurih. Peyerk tersebut dijual seharga Rp 32.000 per kilogram. Untuk proses pengapian, ia memanfaatkan tempurung kelapa.

"Untuk membuat peyek dan geplak, dalam sehari saya butuh sekitar 750 butir kelapa. Kalau tempurungnya tidak saya manfaatkan kan sayang. Hitung-hitung, ongkos produksi bisa ditekan, apalagi harga gas dan minyak tanah sudah sangat mahal," katanya.

Ide pembuatan peyek tumpuk sebenarnya berasal dari mertuanya yang kebetulan bernama Mbok Tumpuk. Sebagai menantu, **Kelik** berhasil meningkatkan usaha mertuanya dengan tetap mempertahankan nama Mbok Tumpuk sebagai identitas produknya.

Namun dari usaha itu dia dapat membuka lahan pekerjaan bagi orang-orang yang ada disekitarnya. Inilah pelajaran penting yang harus kita garis bawahi dari kisah Sutiman ini. Modal yang tidak seberapa ternyata dapat membawa keberuntungan yang cukup besar bagi Sutiman dan orang-orang yang ada di sekitarnya.

Modal besar itu tidak penting, yang penting adalah motivasi kerja, ketekunan dan memelihara kepercayaan pelanggan, itulah kunci keberhasilan yang saya peroleh dan prinsip itu tetap saya tularkan kepada kawan-kawan yang mengikuti saya melakukan usaha berjualan ikan keliling, Tegas Sutiman saat diwawancarai. Luar biasa, ternyata Sutiman juga memiliki prinsip usaha yang cukup mulia dan tentunya prinsip itu harus kita tauladani dalam melakukan usaha apapun. Memang benar, apapun usaha yang kita kerjakan jika kita tidak memiliki motivasi dan ketekunan, disiplin dengan waktu serta memelihara kepercayaan orang lain, maka keberhasilan akan sulit kita dapatkan.

Demikianlah kisah hidup Sutiman si penjual ikan keliling yang hingga saat ini tinggal di dusun koloh sepag desa Dara Kunci Sambelia. Hasil yang diperoleh dari usaha menjual ikan itu digunakan untuk menghidupi ibu, istri dan anak-anaknya.

.Semoga ini bisa menjadi inspirasi bagi kita semua, supaya kita senantiasa setia dan tekun dalam menjalankan usaha apa saja Yang kita kembangkan serta dapat membangkitkan semangat dan motivasi kita untuk selalu berkarya..

## TUJUAN

Bahan ajar ini disusun sebagai buku pegangan Instruktur dan peserta Kursus dan pelatihan Kewirausahaan dalam rangka pengembangan model Pendidikan dan pelatihan PKW Kampung Nelayan Digital.

## PETUNJUK PEMBELAJARAN

1. Peserta pelatihan memahami tujuan yang akan dicapai setelah mempelajari materi/bahan ajar ini
2. Peserta pelatihan mencermati substansi pokok yang akan dipelajari dalam materi/bahan ajar ini
3. Peserta pelatihan membaca semua materi yang ada dalam bahan ajar ini

4. Peserta pelatihan menyimak dan mencermati serta aktif bertanya, jika ada materi yang kurang dimengerti yang disampaikan narasumber
5. Peserta pelatihan aktif berdiskusi, ketika narasumber mengajak peserta membahas suatu topik/masalah terkait dengan materi

#### **A. Identifikasi Potensi Lokal**

Hal pertama yang harus dilakukan oleh seorang calon wirausahawan adalah mengidentifikasi potensi lokal. Potensi lokal di sini terdiri dari Sumber Daya Manusia (SDM) dan Sumber Daya Alam (SDA). Tujuan memetakan SDM adalah agar dalam melaksanakan setiap gagasan/usaha yang akan dijalankan didukung oleh SDM yang memang dibutuhkan, baik secara kuantitas maupun kualitas, serta kompetensi yang dimiliki. Dari hasil pemetaan tersebut, wirausaha tersebut bisa memilih jenis usaha yang akan dilaksanakan.

Identifikasi SDA dilakukan agar mengetahui apa potensi lokal yang tersedia di daerah tersebut. Potensi lokal di sini tidak terbatas pada sumber-sumber alam, namun juga Alam itu sendiri (Geografis) yang dapat dijadikan potensi yang dapat didaya gunakan dalam dan untuk mendukung usaha.

#### **B. Analisis Kondisi Lingkungan dan Pasar**

Analisis kondisi lingkungan dan pasar dimaksudkan untuk mengetahui kebiasaan-kebiasaan, adat istiadat/budaya local masyarakat serta jenis barang/jasa yang dibutuhkan dan juga untuk mengetahui jumlah penyedia barang dan jasa yang sudah ada di tempat tersebut. Hal ini sangat penting dilakukan sebelum menentukan jenis usaha yang dijalankan

agar antara jumlah produksi dan kebutuhan riil masyarakat terhadap barang dan jasa tersebut seimbang.

Di samping itu, analisis lingkungan juga dimaksudkan agar wirausahawan bisa menyelaraskan antara jenis barang/jasa yang diproduksi dengan filosofis hidup masyarakat setempat. Dengan demikian tidak akan terjadi gesekan antara barang dan jasa yang diproduksi dengan aturan-aturan lokal yang mengakar dalam masyarakat.

### Contoh usaha hasil analisis kondisi lingkungan dan pasar



### C. Strategi Penanaman Jiwa Wira Usaha

Salah satu cara untuk mengubah pola pikir masyarakat sehingga memiliki keinginan untuk melirik jenis profesi wirausaha adalah dengan memperbanyak sosialisasi, pelatihan-pelatihan dan seminar terkait wirausaha. Setelah itu, perlu ada pola pendampingan yang konstan dari pemerintah dan dunia usaha sehingga wirausahawan baru tersebut tetap merasa termotivasi dan selalu *survive* dengan usaha yang dijalankan.

Cara lain dalam menanamkan jiwa wirausaha adalah dengan menggandengkannya dengan kegiatan-kegiatan extra lainnya seperti pramuka, kegiatan Olah Raga dan kegiatan kepemudaan lainnya.

Di samping membutuhkan modal materi, dalam melakukan usaha, seorang wirausaha juga membutuhkan nilai yang berupa kecerdasan (IQ), modal sosial dan emosional (EQ), dan modal spiritual (SQ). Ketiga modal tersebut sangat besar pengaruhnya dalam upaya mempertahankan (Sustainability) dalam menjalankan usaha. Karena dunia usaha sebagaimana dunia lainnya juga mengalami pergerakan, perubahan dan selalu mengalir sesuai irama dunia usaha tersebut..

#### **D. Proses Perencanaan Usaha**

Proses Perencanaan Usaha dilakukan melalui beberapa tahapan, yakni sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi peluang usaha

Pada umumnya, suatu produk berpotensi untuk laku dijual dan menguntungkan apabila penawaran untuk produk tersebut masih lebih kecil dari permintaannya. Peluang usaha muncul ketika permintaan pasar lebih besar dari penawarannya. Jadi peluang usaha dicirikan oleh masih adanya permintaan pasar untuk produk tersebut.

2. Menentukan jenis usaha yang akan dijalankan

Berdasarkan langkah identifikasi akan diperoleh berbagai alternatif jenis usaha yang mungkin dipilih. Dari sejumlah alternatif yang ada selanjutnya dilakukan penilaian awal untuk menentukan jenis usaha yang paling memungkinkan dan dipandang paling menguntungkan. Tentunya dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang mungkin

menjadi pendukung maupun penghambat usaha. Pertimbangan-pertimbangan yang perlu diperhatikan antara lain:

- a. Jumlah modal dan sumber modal yang diperlukan
  - b. Ketersediaan bahan baku baik secara kualitas, kuantitas maupun kontinuitasnya.
  - c. Ketersediaan tenaga kerja yang diperlukan
  - d. Prospek pemasaran produk yang dihasilkan
  - e. Cara-cara pendistribusian
  - f. Daya beli masyarakat terhadap produk yang dihasilkan
  - g. Selera konsumen
3. Melakukan studi kelayakan usaha

Studi kelayakan usaha (SKU) atau *feasibility study* adalah cara yang ditempuh untuk menentukan layak tidaknya suatu gagasan usaha dilaksanakan. Maksud layak disini dilihat dari berbagai aspek sebagai berikut :

- a. Aspek pasar dan Pemasaran

Kelayakan usaha dilihat dari aspek pasar dan pemasaran ditunjukkan oleh ada tidaknya peluang pasar untuk diraih. Suatu jenis usaha layak dilaksanakan apabila jenis usaha tersebut memiliki peluang pasar yang relative tinggi. peluang pasar ditunjukkan oleh akses permintaan. Akses permintaan terjadi jika jumlah permintaan melebihi jumlah penawarannya. Semakin tinggi akses permintaan, semakin tinggi peluang pasar, dan karena itu semakin layak jenis usaha tersebut untuk dilaksanakan.

- b. Aspek Produksi

Kelayakan usaha dilihat dari aspek produksi diantaranya berkenaan dengan lokasi usaha yang direncanakan, fasilitas dan peralatan produksi, pasokan bahan baku, serta ketersediaan tenaga kerja. Suatu proyek dikatakan layak dilihat dari aspek produksi ditandai oleh lokasi usaha yang strategis, tersedianya fasilitas dan peralatan produksi yang memadai, tersedianya pasokan bahan baku yang terus-menerus, serta tersedianya tenaga kerja yang dibutuhkan.

c. Aspek Finansial

Kelayakan usaha dilihat dari aspek finansial berkenaan dengan manfaat yang mungkin diperoleh oleh investor atau pengusaha. Manfaat ini disebut sebagai laba bisnis atau laba usaha (business profit) , yaitu pendapatan yang diperoleh setelah dikurangi dengan seluruh biaya yang dikeluarkan dalam menjalankan usaha. Dilihat dari aspek finansial, suatu jenis usaha layak dilakukan apabila jenis usaha tersebut mampu memberikan laba usaha yang memadai kepada investor dan/atau kepada pengusaha yang menjalankan usaha tersebut

d. Aspek Organisasi dan Manajemen

Kelayakan usaha dilihat dari aspek organisasi dan manajemen berkenaan dengan struktur kepemilikan usaha, struktur organisasi, serta tim manajemen yang mengelola jenis usaha yang direncanakan.

e. Membuat proposal usaha

Langkah terakhir dalam proses perencanaan usaha adalah membuat proposal usaha. Proposal usaha adalah dokumen

tertulis dari perencanaan usaha. (Jika diperlukan untuk menarik investor terhadap usaha yang akan dijalankan).

#### **E. Tata cara merintis usaha kecil**

Cara memulai usaha dengan modal kecil

1. Kenali modal seperti apa yang anda ingin minimalkan dalam memulai usaha. Hal ini berkaitan juga dengan jenis usaha apa yang anda ingin geluti.
2. Mantapkan niat dan jangan pernah ragu untuk memulai sebuah usaha dengan modal kecil, karena ukuran kesuksesan sebuah bisnis bukan dipandang dari besar kecil modal yang anda gunakan, namun sejauh mana pemanfaatan modal yang aplikasikan dalam dunia bisnis.
3. Untuk menjalankan konsep bisnis awal, apabila anda butuh pendampingan, memilih rekanan bisnis terbaik menjadi pilihan utama.
4. Jangan pernah takut dalam mengambil resiko yang ada. Bisnis dengan modal yang kecil terkadang banyak sekali dalam menghadapi segala macam hambatan, namun anda dapat belajar dari segala macam hambatan tersebut.
5. Bisnis dengan modal kecil sulit dilakukan, apabila anda tidak berusaha untuk selektif dalam memilih konsep dan rencana bisnis yang anda lakukan.
6. Siapkan diri anda dengan segala perubahan bisnis. Bisnis dengan bentuk apapun akan selalu berpotensi untuk berubah, sepanjang bisnis tersebut berpotensi dalam jangka panjang.

## **F. Administrasi usaha**

Suatu kegiatan usaha akan berjalan lancar, jika dalam pengaturan administrasi usaha dapat tertata dengan baik. Adapun kegiatan pengaturan administrasi usaha yaitu :

1. Membuat catatan usaha
2. Membuat catatan mesin-mesin produksi dan peralatan usaha
3. Membuat catatan keuangan usaha
4. Membuat catatan hasil produksi
5. Membuat catatan konsep pemasaran dan volume penjualan para konsumen yang sudah menjadi langganan, patner usaha
6. Membuat catatan surat menyurat penjualan

Kegiatan administrasi usaha merupakan fungsi dalam usaha yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan operasi pekerjaan untuk dapat memaksimalkan pekerjaan yang bersifat ketatausahaan ini, setiap orang yang bertanggung jawab dalam pekerjaan administrasi usaha.

## **G. Upaya Pengembangan Dan Ketahanan Usaha**

Dalam rangka meningkatkan pendapatan pada saat krisis ekonomi yang berkepanjangan seperti saat ini. Diperlukan usaha-usaha yang bersifat agresif, kreatif, penuh perhitungan dan berorientasi pasar. Usaha diharapkan mampu memberikan peluang kerja bagi tenaga kerja potensial yang saat ini jumlahnya sangat melimpah baik itu angkatan kerja baru maupun angkatan kerja. Kondisi perekonomian makro yang memaksa harus menganggur akibat tidak adanya kesempatan bekerja atau terkena PHK.

Tujuan dari pengembangan usaha itu sendiri ada 2 (dua) yaitu : dari aspek ekonomi dan dari aspek sosial. Aspek ekonomi adalah untuk meningkatkan pendapatan. Sedangkan aspek sosial adalah untuk membantu masyarakat dalam mengatasi pengangguran.

Upaya untuk ketahanan usaha yaitu :

1. Usaha harus mempunyai kelebihan
2. Meningkatkan kualitas usaha
3. Meningkatkan pemerataan pendapatan
4. Memamfaatkan sumber daya yang ada
5. Meningkatkan kesejahteraan anggota kerja
6. Mendorong pembuatan produk yang inovatif
7. Meningkatkan kegiatan usaha.

## H. Pemasaran

Teknik dan strategi pemasaran

1. Perencanaan pemasaran
  - a) Penentuan kebutuhan dan keinginan pelanggan
  - b) Memeilih pasar sasaran khusus (pasar individual, segment pasar, pasar khusus)
  - c) Menempatkan strategi pemasaran dalam persaingan (market driven; orientasi konsumen, kualitas, kenyamanan dan kesenangan, inovasi kecepatan, pelayanan dan kepuasan)
  - d) Pemilihan strategi pemasaran (marketing mix)
  - e) Bauran pemasaran
    - *Probe* (penelitian dan pengembangan pasar)
    - *Product* (produk)

- *Place* (tempat)
  - *Price* (harga)
  - *Promotion* (promosi)
2. Kiat pemasaran usaha baru
    - a) Mencari peluang pasar
    - b) Tempat yang tepat/lokasi strategis
    - c) Banyaknya produk yang dibutuhkan
    - d) Menentukan target penjualan
  3. Kriteria pasar persaingan sempurna yaitu sebagai berikut:
    - a) “ Pemain “ dalam usaha yang dijalankan sangat banyak sehingga banyak pesaing.
    - b) Banyaknya permintaan konsumen akan produk.
    - c) Informasi mengenai produk dan bisnis ini mudah didapat.
    - d) Hambatan – hambatan untuk masuk dan juga hambatan untuk keluar dari usaha yang dijalankan rendah.

#### **I. Pengelolaan keuangan**

Aspek Pengelolaan Keuangan yaitu:

1. Aspek Sumber Dana/keuangan perusahaan
  - a) Dana dari dalam perusahaan/ pembelanjaan intern yaitu; dana perusahaan, cadangan dan laba ditahan.
  - b) Dana dari luar perusahaan/ pembelanjaan ekstern yaitu; dari pemilik/ penyertaan, pinjaman, bantuan pemerintah, orang lain dan ventura/ perusahaan besar.

2. Aspek perencanaan dan penggunaan dana
  - a) Biaya awal (administrasi, bangunan/sewa, asuransi, tambahan dan tak terduga)
  - b) Proyeksi keuangan; neraca harian, pendapatan dan aliran kas
  - c) Analisis peluang pokok (BEP)
3. Aspek pengawasan/pengendalian keuangan

## J. Strategi persaingan / promosi

### 1. Strategi Persaingan :

#### a. Segmentasi Pasar (*segmentation*)

Pasar Konsumen mendasarkan segmentasi atas *geografis, demografi, psikografis*, perilaku konsumen.

Pasar Industri mendasarkan segmentasi atas demografi industri, pengoperasian, pendekatan pembeli, personil industri dan faktor situasional), pasar sasaran (*market targeting*).

Evaluasi segman pasar dilihat dari ukuran dan jumlah segmen, struktur segmen dan sasaran dan sumber daya perusahaan.



Memilih segmen yaitu menentukan salah satu atau lebih segmen yang memiliki nilai tinggi bagi perusahaan, menentukan segmen mana dan berapa banyak yang dilayani.

Dan dipasarkan dengan menggunakan pola pemasaran serba sama (melayani semua pasar tanpa ada perbedaan), pemasaran serbaneka (melayani semua pasar dengan ada perbedaan) dan pemasaran terpadu (khusus untuk sumber daya yang terbatas).

b. Posisi Pasar (*market positioning*)

Menentukan posisi produk dengan strategi penentuan atas dasar atribut (contoh : murah atau mahal), kesempatan penggunaan (contoh : minuman energi atau turun panas) kelas pengguna (contoh untuk dewasa atau anak), langsung menghadapi pesaing (pembentukan image bagi konsumen), kelas produk (contoh : untuk kalangan atas, menengah atau bawah).

2. *Strategi Bauran Pemasaran (marketing mix)*.

1) Produk

- a. Penentuan logo dan moto
- b. Menciptakan merek
- c. Menciptakan kemasan
- d. Keputusan label

2) Harga

- a. Penetapan berdasarkan biaya
- b. *Perceived Value Pricing* Adalah harga yang ditentukan oleh kesan pembeli (persepsi) terhadap suatu produk yang ditawarkan

3. *Strategi Lokasi dan distribusi*

Pemilihan lokasi dipengaruhi oleh : kedekatan dengan kawasan Industri, dekat dengan kawasan perkantoran, lokasi pasar, pusat pemerintahan, perumahan atau masyarakat, jumlah pesaing yang ada dalam 1 lokasi, sarana dan prasarana

Sedangkan distribusi dipengaruhi oleh : Pertimbangan pembeli dan faktor pasar, karakteristik produk, faktor produsen atau pertimbangan pengawasan dan keuangan

#### **K. Fungsi Saluran distribusi :**

1. Fungsi Transaksi : menginformasikan kepada pelanggan adanya suatu produk dan kelebihan atau manfaat suatu produk.
2. Fungsi Logistik : pengangkut dan penyortir barang untuk mengatasi perbedaan sementara, menyimpan untuk memelihara dan melindungi barang
3. Fungsi Fasilitas : penelitian (mengumpulkan informasi tentang anggota saluran dan pelanggan) serta pembiayaan (memastikan bahwa anggota saluran mempunyai uang yang cukup untuk membiayai aliran barang)

#### **L. Strategi Promosi**

Sarana promosi yang sering digunakan :

1. Periklanan : pemasangan billboard, brosur, spanduk dan iklan.
2. Promosi Penjualan : pemberian harga khusus, potongan harga (diskon), undian, cinderamata dan lain sebagainya.
3. Publisitas : melalui kegiatan-kegiatan pameran, bakti sosial dan kegiatan lainnya.
4. Penjualan pribadi : dilakukan secara personal oleh salesman/salesgirl, bahkan di beberapa perusahaan personal selling dilakukan oleh customer service.

## M. Jaringan kerja

### 1. Tiga Jenis Jejaring

Berdasarkan *observasi*, ada tiga jenis jejaring yang berbeda tetapi saling berhubungan, yaitu:

- a. Jejaring Operasional, dibutuhkan untuk menyelesaikan pekerjaan internal saat ini.

Anda harus membangun hubungan kerja yang baik dengan semua pihak yang dapat membantu menyelesaikan pekerjaan. Yang termasuk dalam network operasional ini adalah semua anggota tim kerja, sesama kolega, serta semua tim internal yang mempunyai kemampuan untuk mendukung atau menggagalkan pekerjaan. Pihak luar, seperti pemasok, distributor, dan pelanggan termasuk juga dalam jejaring operasional.

Tujuan jejaring ini adalah untuk koordinasi dan kerja sama antara semua pihak yang harus saling mengenal dan saling percaya agar dapat menyelesaikan pekerjaan dengan baik.

- b. Jejaring Personal, diperlukan untuk pengembangan diri.

Melalui asosiasi profesi, ikatan alumni, dan berbagai perkumpulan, Anda dapat memperoleh perspektif baru yang dapat membantu untuk meningkatkan karir. Kontak yang dibangun dapat memberi referensi dan informasi; serta seringkali pengembangan diri melalui coaching dan mentoring. Datang ke pertemuan sosial yang tepat dapat membantu membangun jejaring personal ini. Agar efektif, disarankan sebelum menghadiri pertemuan, tanyakan siapa saja yang akan

hadir dan lakukan riset kecil tentang latar belakang mereka sehingga Anda dapat mempersiapkan diri untuk memulai suatu pembicaraan.

Menurut prinsip six degrees separation, kontak personal kita sangat berharga dalam menjangkau orang yang memiliki informasi yang kita butuhkan secepat mungkin.

- c. Jejarings Strategis, membuka mata Anda pada arah bisnis baru dan para pemangku kepentingan yang perlu dilibatkan.

Ketika Anda naik ke posisi pimpinan suatu unit bisnis, Anda harus mulai memperhatikan masalah strategis yang lebih luas. Relasi lateral dan vertikal dengan pimpinan unit bisnis lain serta pihak-pihak di luar unit bisnis Anda menjadi sangat penting untuk mengetahui bagaimana unit bisnis yang Anda pimpin memberikan kontribusi dalam konteks yang lebih besar. Jejarings strategis adalah relasi dan sumber informasi yang memberikan kekuatan pada Anda untuk mencapai tujuan pribadi dan organisasi kedepan.

Yang membedakan para pemimpin dari para manager adalah kemampuan mereka untuk menentukan arah ke depan serta kemampuan mereka melibatkan pihak-pihak yang dibutuhkan untuk sampai ke sana. Karena itu, jejaringsnya pun perlu diarahkan ke luar dan ke arah masa depan. Kebanyakan orang belum memanfaatkan jejarings strategis ini dengan baik.

## 2. Langkah-langkah Membangun Jejarings

Dari berbagai diskusi dengan para manager, saya sering mendengar komentar, "Okay, saya mengerti sekarang bahwa network itu penting, tapi pekerjaan saya saja sudah sangat memakan waktu, tidak ada

waktu lagi untuk membangun jejaring.” Beberapa orang bahkan berpendapat bahwa memanfaatkan jejaring untuk mencapai hasil tertentu adalah salah satu bentuk KKN.

Apabila Anda tak menganggap membangun jejaring sebagai bagian yang penting dari pekerjaan Anda, maka Anda tidak akan mengalokasikan waktu dan tenaga untuk itu. Menganggap jejaring sebagai bagian penting dari pekerjaan Anda adalah langkah awal utama untuk membangun jejaring. Berikut adalah beberapa cara untuk membangun jejaring:

- a) Alokasi waktu Anda untuk membangun jejaring.
  - b) Mulailah membangun jejaring sekarang.
  - c) Peliharalah jejaring, makan waktu sampai jejaring bisa memberikan manfaat.
  - d) Cari kesempatan untuk memberi dan menerima dalam jejaring yang sudah dibangun.
  - e) Bukan hanya jumlah jejaring yang menentukan, kualitas hubungan sangat penting.
3. Hal-hal berikut ini mempengaruhi kualitas jejaring:
- a) Pertemuan yang cukup teratur
  - b) Kedua pihak mendapat manfaat
  - c) Adanya tantangan yang dihadapi bersama
  - d) Saling percaya
  - e) Hubungan yang personal
  - f) Kenangan masa lalu bersama
  - g) Adanya musuh bersama

## PENUTUP

Bahan ajar ini disusun untuk dipergunakan dalam program Pendidikan Kecakapan Hidup (PKW) Kampung Nelayan Digital yang bertujuan untuk menguatkan (*soft skill*) peserta PKW dalam memupuk jiwa kewirausahaan mereka.

Isi bahan ajar lebih teknis dan sederhana menuntun para peserta PKW untuk mempelajari, memahami dan merenungkan kompetensi apa yang mesti dimiliki calon wirausaha jika ingin memulai sebuah usaha. Oleh karena itu, bahan ajar ini dilengkapi dengan beberapa kisah sukses pengusaha kecil yang bisa menjadi inspirasi bagi mereka.

Untuk lebih mendalam pengetahuan para peserta PKW terkait manajemen kewirausahaan diharapkan untuk lebih banyak membaca referensi terkait yang banyak tersedia di perpustakaan ataupun di toko buku. Selamat membaca dan semoga bermanfaat.

**DAFTAR PUSTAKA**

1. Agus Sartono, *Manajemen Keuangan : Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta, BPFE Yogyakarta, 2001), halaman 6.
2. Baird, L.S., Post, J.E. dan Mahon, J.F, (1990), *Management; Functions and Responsibilities*, New York: Harper & Row, Publishers.
3. Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Keuangan*. (Yogyakarta, BPFE Yogyakarta, 1992). Halaman 265.
4. Irwin Pinchot III, G. (1985), *Intrapreneuring*, New York: Harper and Row Publishers.
5. Jamaluddin,dan Muslimin H. Kara, (2010). *Pengantar Kewirausahaan*; Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin: Makassar, 2010.
6. Luthans, F. dan Hodgetts, R.M. (1989), *Busniess*, Chicago: The Dryden Press.
7. Mutis, T. (1995), *Kewirausahaan yang Berproses*, Jakarta: Grasindo
8. Peters, Michael P, dan Sheperd, Dean A (2008), *Kewirausahaan*, New York: McGraw-Hill, Penerbit Salemba Empat.
9. Porter, M.E. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, New York: Doubleday.
10. Rogers, E.M. (1962), *Diffusion of Innovations*, New York: Free Press.
11. Singgih Wibowo, 2007, *Pedoman Mengelola Perusahaan Kecil*, Edisi Revisi, Penebar Swaday



**BALAI PENGEMBANGAN PENDIDIKAN ANAK USIA DINI  
DAN PENDIDIKAN MASYARAKAT NUSA TENGGARA BARAT  
(BPPAUD dan Dikmas NTB)**

Jalan Gajah Mada No.173, Jempong Baru, Kec. Sekarbela - Mataram  
Telepon (0370) 620870 | Faximile (0370) 620871 | Kode Pos 83116



| @pauddikmasntb



| YouTube | BP-PAUD dan Dikmas Nusa Tenggara Barat

| pauddikmasntb.kemdikbud.go.id



| pauddikmasntb

**BUKU INI  
MILIK NEGARA**