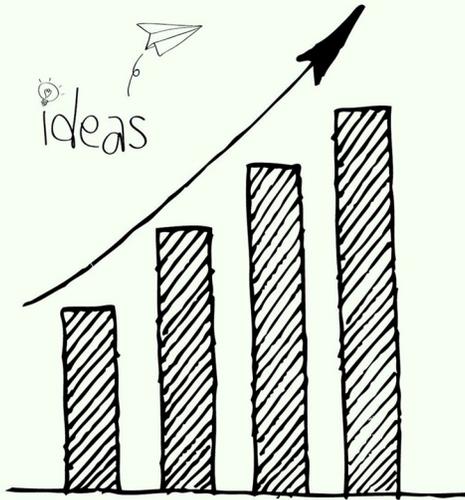


MODUL PENDAMPINGAN UMKM TERSTRUKTUR

MENYIAPKAN UMKM NAIK KELAS



**BY SCHOOL OF MANAGEMENT FBE
UBAYA**

DENGAN LAYANAN UMKM NAIK KELAS



Editor:
Stefanus Budy Widjaja Subali,
Muhammad Izharuddin,
Adhika Putra Wicaksono

MODUL PENDAMPINGAN UMKM TERSTRUKTUR: MENYIAPKAN UMKM NAIK KELAS

Editor:

**Stefanus Budy Widjaja Subali,
Muhammad Izharuddin,
Adhika Putra Wicaksono**



MODUL PENDAMPINGAN UMKM TERSTRUKTUR: MENYIAPKAN UMKM NAIK KELAS

Penulis:

Stefanus Budy Widjaja Subali, Roy Baskoro Darnanto
Fianda Julyantoro, Muhammad Izharuddin, Adhika Putra Wicaksono,
Deddy Marciano, Veny Megawati, Prita Ayu Kusumawardhani, Zunairoh,
Mokhamad Ariadi, Aaqila K. Zahra Zahira,
Vania K. Hasnahusnia, Azfa Mutiara Ahmad Pabulo.

Editor:

Stefanus Budy Widjaja Subali, Muhammad Izharuddin,
Adhika Putra Wicaksono

Copy Editor:

Thomas S. Iswahyudi

Tata Letak:

Indah S. Rahayu

Desain Sampul:

Caca

ISBN: 978-623-8038-12-1 (PDF)

Cetakan Pertama Februari 2023

Penerbit:

Direktorat Penerbitan dan Publikasi Ilmiah
Universitas Surabaya

Anggota IKAPI & APPTI

Jl. Raya Kalirungkut Surabaya 60293

Telp. (62-31) 298-1344

E-mail: ppi@unit.ubaya.ac.id

Web: ppi.ubaya.ac.id

Hak cipta dilindungi Undang-undang.
Dilarang memperbanyak karya tulis ini
dalam bentuk dan dengan cara apapun
tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Dengan terselesaikannya buku “Modul Pendampingan UMKM Terstruktur: Menyiapkan UMKM Naik Kelas” ini, kami mengucapkan puji syukur yang teramat dalam kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya kepada kami. Puji syukur juga perlu kami panjatkan karena telah diberikan kekuatan, ketekunan dan kesabaran sehingga semua kendala dan rintangan dalam penyelesaian buku ini bisa teratasi dan dapat diselesaikan dengan hasil yang sangat luar biasa. Semangat tim penulis dan editor memang patut dibanggakan.

Kami juga perlu mengucapkan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang mendukung lancarnya buku ajar ini mulai dari proses penulisan hingga proses cetak, yaitu: rekan-rekan kami di program pendampingan UMKM, rekan kerja sebagai dosen atau praktisi di lapangan, para mahasiswa dan tata usaha serta semua pelaksana operasional yang membantu banyak dalam pelaksanaan semua kegiatan, dan tentunya Kemenristekdikti melalui program Kedaireka yang memberikan kepercayaan kepada tim kami untuk dapat melaksanakan kegiatan Layanan UMKM Naik Kelas dengan Modul Pendampingan UMKM Terstruktur yang. Semoga buku ini bermanfaat bagi Pelaku UMKM supaya Naik Kelas dan sekaligus Pendamping UMKM dalam meningkatkan kemampuan dan ketajaman perumusan solusi agar UMKM mampu memanfaatkan potensi dan meningkatkan kinerja usahanya.

Kami menyadari akan adanya banyak kekurangan dan kekeliruan yang tentu saja tidak sengaja kami lakukan dan terjadi karena keterbatasan kami, walaupun sudah kami susun dengan ringkas dan menggunakan gaya Bahasa yang mudah dipahami. Oleh sebab itu, kami mohon agar pembaca memberi saran dan masukan yang membangun terhadap karya buku ini agar dengan demikian semua pihak dapat memahami informasi dan juga mendapatkan wawasan yang bermanfaat bagi pembangunan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat bisnis dan industri sekaligus Koperasi dengan skala Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia. Terima kasih.

Surabaya, 2 Desember 2022

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
PENDAHULUAN.....	ix
BAB 1 SIFAT-SIFAT KEWIRAUSAHAAN.....	1
A. Karakterisasi Sifat Kewirausahaan.....	1
B. Pengukuran Sikap Wirausaha.....	10
C. Rangkuman.....	12
D. Evaluasi Diri.....	12
E. Sumber Pustaka.....	13
BAB 2 INSPIRASI BIDANG USAHA.....	15
A. Pengertian Inspirasi Bidang Usaha.....	15
B. Pilih Ide yang Bagus untuk Bisnis.....	15
C. Pentingnya Konsep Bisnis.....	17
D. Buat Beberapa Rencana Bisnis.....	20
E. Rangkuman.....	33
F. Evaluasi Diri.....	34
G. Sumber Pustaka.....	34
BAB 3 STUDI PASAR DAN BENTUK	
ORGANISASI BISNIS.....	35
A. Studi Pasar.....	35

	B. Bentuk Organisasi Bisnis.....	41
	C. Rangkuman.....	52
	D. Evaluasi Diri.....	53
	E. Sumber Pustaka.....	54
BAB 4	PEMASARAN DAN PEMASARAN	
	PRODUK.....	55
	A. Memasarkan Produk.....	55
	B. Konsep Bauran Pemasaran.....	60
	C. Rangkuman.....	74
	D. Evaluasi Diri.....	76
	E. Sumber Pustaka.....	76
BAB 5	MEMPEROLEH PENDANAAN UNTUK	
	USAHA KECIL DAN MENENGAH.....	77
	A. Modal.....	77
	B. Jenis-jenis Modal.....	78
	C. Pinjaman Bank.....	81
	D. Mengajukan Pinjaman.....	82
	E. Mencairkan Kredit.....	85
	F. Rangkuman.....	93
	G. Evaluasi Diri.....	93
	H. Sumber Pustaka.....	93
BAB 6	MENGELOLA PERSEDIAAN,	
	PRODUKSI, DAN MANAJEMEN	
	MUTU UMKM.....	95

	A. Pengantar.....	95
	B. Kompetensi Dasar.....	96
	C. Kemampuan Akhir yang Diharapkan...	96
	D. Mengelola Persediaan.....	96
	E. Mengelola Produksi.....	100
	F. Manajemen Mutu.....	117
	G. Rangkuman.....	121
	H. Evaluasi Diri.....	123
	I. Sumber Pustaka.....	123
BAB 7	MANAJEMEN RISIKO.....	125
	A. Pengantar.....	125
	B. Kompetensi Dasar.....	127
	C. Kemampuan Akhir yang Diharapkan..	127
	D. Manajemen Risiko.....	127
	E. Tujuan Manajemen Risiko.....	133
	F. Rangkuman.....	133
	G. Evaluasi Diri.....	134
	H. Sumber Pustaka.....	134
BAB 8	STRATEGI PENDAMPINGAN KUMKM	137
	A. Pengantar.....	137
	B. Kompetensi Dasar.....	138
	C. Model Pendekatan Kerja Konsultan....	138
	D. Fasilitator.....	139
	E. <i>Trainer</i> (pelatih).....	141

F. Mentor.....	143
G. Konsultan dan <i>Coach</i>	145
H. Rangkuman.....	150
I. Sumber Pustaka.....	151

PENDAHULUAN

Tim Editor

A. Latar Belakang.

Peserta program wirausaha ini idealnya telah menyelesaikan minimal sederajat SMP. Metode ini mencakup bahasa pelatihan yang mengambil sikap andragogi untuk mengajar orang dewasa. Peserta pelatihan dalam modul ini diasumsikan sudah cukup umur, sehingga pelatihan ditujukan untuk mereka. Pelajaran modul ini lebih fokus pada inti pengembangan pola pikir kewirausahaan dan melakukan manajemen bisnis yang efektif. Peserta dapat mempelajari modul kewirausahaan ini pada waktu mereka sendiri dan dari lokasi mana pun yang mereka inginkan, menghilangkan kebutuhan untuk mengatur kelompok belajar yang mahal dan memakan waktu.

Kami mengakui bahwa banyak faktor yang mempengaruhi keputusan individu untuk berwirausaha atau tidak, serta pertumbuhan keterampilan kewirausahaan. Untuk berhasil sebagai pengusaha, Anda memerlukan akses ke informasi yang relevan. Oleh karena itu, hal-hal berikut akan tersedia bagi warga atau peserta dalam modul kewirausahaan ini:

1. **Bab 1:** Individu yang mengikuti pelatihan diberikan alat untuk menumbuhkan pola pikir kewirausahaan.

Sangatlah penting bagi calon pebisnis dan pebisnis berpengalaman untuk memiliki semangat ini sehingga mereka dapat mendekati dunia bisnis dengan optimisme dan dorongan untuk berhasil.

2. **Bab 2:** Peserta dalam proses pembelajaran mendapatkan akses informasi tentang pengembangan strategi bisnis baru.
3. **Bab 3:** Peserta pelatihan memiliki akses ke data tentang pasar dan struktur hukum untuk bisnis.
4. **Bab 4:** Pemasaran produk dan bauran pemasaran diberikan kepada peserta, atau peserta belajar bagaimana memasarkan produk mereka sendiri.
5. **Bab 5:** Individu yang berpartisipasi dibekali dengan pengetahuan tentang cara memperoleh pembiayaan untuk usaha mikro, kecil, dan menengah.
6. **Bab 6:** Membekali peserta pelatihan dengan pengetahuan tentang menyimpan barang produksi, persediaan, dan pergudangan.
7. **Bab 7:** Peserta pelatihan mendapatkan informasi tentang bagaimana meminimalisir risiko untuk usaha mikro, kecil, dan menengah,
8. **Bab 8:** Ditampilkan bagaimana strategi pendampingan UMKM yang akan dilakukan termasuk peran para mentor dan fasilitator.

Tergantung pada tujuan komunitas belajar, semua modul ini berada dalam jangkauan penguasaan komunitas. Ketika anggota komunitas belajar memiliki pertanyaan

atau membutuhkan klarifikasi tentang topik tertentu yang tercakup dalam modul, tugas instruktur adalah membantu mereka dengan memberikan jawaban dan panduan.

Penting untuk menjabarkan tujuan keseluruhan modul, bagaimana seharusnya digunakan, dan bagaimana hasilnya diukur sehingga penghuni dapat mempelajarinya secara sistematis, menjadi mahir dengannya, dan menerapkannya di tempat kerja.

B. Tujuan Modul.

1. Berkembang pada siswa dari segala usia, dari pengaturan formal hingga non-formal, bias terhadap wirausaha dan kewirausahaan sebagai jalur karir yang layak.
2. Membangun dan memelihara pola pikir yang optimis, inventif, dan berpikiran maju untuk tumbuh dan berkembang.
3. Beri siswa alat yang mereka butuhkan untuk meluncurkan dan mengelola bisnis, dengan fokus pada tantangan unik yang dihadapi oleh manajer perusahaan kecil.
4. Mengantisipasi kekurangan pekerjaan yang tersedia dengan melatih penduduk setempat untuk bekerja secara efektif di perusahaan kecil.

C. Petunjuk Penggunaan Modul.

Jika komunitas belajar ingin mendapatkan hasil maksimal dari unit kewirausahaan ini, mereka dapat melakukan-

nya dengan mengikuti pedoman berikut:

- Harap luangkan waktu Anda untuk membaca pengantar modul kewirausahaan ini sampai Anda benar-benar memahami bagaimana mendekati materi kursus selanjutnya.
- Baca sekilas materi, cari istilah kunci yang menonjol di benak Anda, lalu dekati instruktur dengan pertanyaan Anda tentang pelatihan atau kursus yang Anda ikuti.
- Anda harus mulai dengan Bab 1 dan mempelajarinya secara menyeluruh sebelum melanjutkan ke hal yang lebih jauh.
- Pikirkan tentang orang-orang yang telah berhasil dalam hidup Anda dan cobalah mencari tahu apa yang mereka lakukan secara berbeda.

Selain itu, buku ini juga berisi:

- Termasuk contoh dunia nyata dan anekdot bisnis. Gunakan informasi ini untuk menarik kesejajaran dengan kehidupan Anda sendiri dan menemukan cara baru untuk memperluas bisnis Anda.
- Pelatihan langsung. Periksa pemahaman Anda menggunakan latihan buku.

1

SIFAT-SIFAT KEWIRAUSAHAAN

**Roy Baskoro Darnanto, Fianda Julyantoro,
Azfa Mutiara Ahmad Pabulo**

A. Karakterisasi Sifat Kewirausahaan

Salah satu hal terpenting yang perlu diingat oleh pemilik bisnis adalah bahwa mereka tidak dapat berhasil tanpa bantuan pihak ketiga seperti pemerintah dan bisnis lainnya. Akibatnya, pemilik bisnis memiliki tanggung jawab untuk bertindak secara etis dan untuk mendukung, menghormati, dan mengagumi rekan-rekan mereka di dunia bisnis.

Ciri-ciri wirausahawan dapat dilihat dari berbagai segi kepribadian seseorang, antara lain jiwa, watak, sikap, dan perbuatannya. Agar sukses sebagai wirausahawan, Anda perlu memiliki enam kualitas berikut: keyakinan diri, fokus pada hasil, kemauan mengambil risiko, kemampuan menginspirasi orang lain, kreativitas, dan pandangan ke masa depan.

Mendeskrripsikan ciri-ciri dan sifat wirausaha, antara lain:

Karakteristik	Watak
Kepemimpinan	Menjadi seorang pemimpin membutuhkan kemampuan untuk mendengarkan dan memasukkan ide-ide orang lain sambil juga menerima kritik yang membangun.
Berorientasi pada tugas dan hasil	Dimotivasi oleh keinginan untuk sukses dan keuntungan finansial, serta oleh tingkat energi, ketekunan, dan ketekunan yang tinggi, tekad kerja keras, dan inisiatif adalah ciri khas orang sukses.
Menyukai tantangan dan risiko	Mampu mengambil risiko yang wajar
Berorientasi masa depan	Ambil pandangan jauh dan berpikir strategis tentang masa depan.
Orisinil	Khas, orisinal, dan mudah beradaptasi

Sumber: Suryana, 2013

Berdasarkan apa yang telah dibahas, kita dapat menyimpulkan sifat-sifat wirausaha yang sukses sebagai berikut:

- a. Memiliki dorongan dan tekad untuk melihat tantangan dengan sukses.

- b. Memiliki kemampuan untuk mengevaluasi peluang bisnis.
- c. Berani mengambil risiko yang diperhitungkan atas nama menghasilkan keuntungan.
- d. Memiliki kemampuan untuk berpikir di luar kotak dan menyumbangkan ide-ide baru untuk pertumbuhan industri pilihan mereka.
- e. Mengembangkan domain bisnisnya dengan analisis yang tepat, sistematis, dan metodelis.
- f. Memiliki bakat, kompetensi, dan tekad untuk memajukan sektor bisnis untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.
- g. Dengan memperkenalkan metode inovatif untuk merampingkan operasinya, ia mampu mencapai kesuksesan yang lebih besar dengan sumber daya yang lebih sedikit.
- h. Berusaha untuk melestarikan sumber daya dan menginvestasikan kembali surplus apa pun kembali ke perusahaan setiap saat.

Untuk mengulangi, berikut adalah beberapa sifat yang mendefinisikan seorang pengusaha:

1. Memiliki keyakinan yang tak tergoyahkan kepada Allah SWT dan berusaha untuk memperbaiki dunia setiap saat.
2. Jadilah sangat termotivasi untuk mencapai tujuan Anda.
3. Anda harus terus mencoba sampai Anda berhasil.
4. Berpikirlah positif dan percayalah bahwa usaha Anda akan membuahkan hasil.
5. Bertanggung jawab atas jalannya perusahaan.

6. Berfungsi secara efektif dalam pengaturan profesional.
7. Mereka adalah negosiator cerdas yang dapat membantu perusahaan tumbuh.
8. Menjaga pola pikir optimis dan kreatif saat bekerja untuk mencapai tujuannya.
9. Praktik bisnisnya inovatif dan sadar waktu.
10. Berusaha meningkatkan keterampilan bisnis seseorang demi kemajuan karir.

Semua hal dipertimbangkan, tampaknya pemilik bisnis yang makmur memiliki ciri yang sama, yaitu:

- a. Tujuan keunggulan yang menginspirasi. Prinsip panduan pengusaha adalah bahwa tindakannya adalah memaksimalkan penciptaan nilai. Artinya, pengusaha bertindak tidak menentu, meskipun faktanya orang lain mampu melakukan hal yang sama.

Karyanya sebagai wirausahawan dibedakan dari karya mereka yang tidak memiliki jiwa wirausaha berdasarkan nilai dan pencapaiannya. Seorang wirausaha membutuhkan dorongan berprestasi yang tinggi agar dapat membentuk mental unggul dan konsisten mengungguli pesaing.

- b. Berfikir ke depan. Setiap kali kita mencapai tonggak sejarah atau mencapai tujuan jangka panjang, sebaiknya kita gunakan momentum itu untuk menetapkan tujuan baru yang bahkan lebih ambisius. Biasakan untuk menetapkan tujuan harian, bulanan, dan tahunan, apakah itu terkait dengan peningkatan pendidikan Anda, memperluas bisnis Anda, meningkatkan standar

hidup Anda, mencapai kemandirian finansial, membeli “mobil impian”, menyesuaikan diri dengan “impian Anda”. rumah”, membuka “kantor impian” Anda, atau kombinasi dari ini dan aspirasi lainnya.

Jika Anda ingin mencapai tujuan dan impian Anda, Anda perlu mengingat istilah-istilah ini (spesifik, terukur, dapat dicapai, kenyataan, kerangka waktu tertentu). Detail, perlu ada garis besar yang jelas dari produk yang kami hasilkan. Definable, dalam artian bisa menentukan seberapa besar atau kecilnya. Harus dalam kemampuan Anda; hindari mengarahkan pandangan Anda pada bintang-bintang. Berdasarkan apa yang kita ketahui sekarang, realitas harus berubah untuk mengakomodasi kemampuan dan kebutuhan kita saat ini. Setiap tindakan perlu dikaitkan dengan tenggat waktu yang harus diselesaikan.

c. Kreativitas tinggi. Pengusaha, dibandingkan dengan populasi rata-rata, cenderung lebih imajinatif dan inventif. Dia telah menemukan ide-ide yang tidak dimiliki orang lain, membuka jalan bagi para wirausahawan untuk mengubah produk baru mereka menjadi produk terlaris.

d. Tinggi inovasi.

Untuk membangun perusahaan yang sukses, seorang pengusaha harus menemukan cara untuk mengimplementasikan ide-ide terliarnya. Inovasi dapat dilihat sebagai pilar yang menopang kekuatan hidup dan bisnis, jika impian dan tujuan dijadikan sebagai dasarnya. Membayangkan dunia yang lebih baik saja tidak cukup.

Aspirasi perlu dituangkan ke dalam inovasi terus-menerus sehingga struktur kehidupan seseorang dan perusahaannya dapat bertahan dari badai dan kekacauan yang tak terhindarkan yang tak terhindarkan dalam usaha apa pun. Pilar konstruksi berfungsi sebagai tulang punggung struktural dari setiap pondasi baru. Setiap visi membutuhkan kerangka pengembangan yang inovatif, kemudian muncul manajemen produk, manajemen konsumen, manajemen arus kas, sistem kontrol, dan sebagainya. Definisi Inovasi - Muncul dengan Ide Baru yang Dapat Digunakan untuk Memperbaiki Kondisi Saat Ini atau Memanfaatkan Sumber Daya yang Tersedia. Oleh karena itu, diperlukan kecerdasan kreatif untuk terus berinovasi. Kuncinya adalah melatih diri kita untuk berpikir terus-menerus, sehingga kita dapat menemukan dari mana kemampuan bawaan kita untuk inovasi dan kecerdasan komersial berasal. Untuk menumbuhkan kepribadian yang inovatif, pertama-tama seseorang harus menyadari bahwa inovasi membutuhkan upaya yang signifikan, wawasan baru, dan komitmen untuk perbaikan terus-menerus.

- e. Dedikasi untuk pekerjaan mereka
Pengusaha, untuk menjadi sukses, perlu inovatif, berpikir besar, bekerja berjam-jam, mengetahui barang-barang mereka, dan memiliki etos kerja yang kuat. Sony Sugema (2004) berpendapat bahwa ciri-ciri pemimpi, pekerja, dan ahli semuanya berkontribusi pada kesuksesan wirausaha. Pengetahuan datang dengan usaha, tetapi kapal tanpa tujuan hanyut tanpa tujuan. Pengetahuan

berjalan seiring dengan mimpi, tetapi hanya jika Anda seorang pertapa dan tidak berusaha. Jika Anda tidak memiliki informasi apa pun, itu seperti berlayar tanpa kapten—Anda tidak tahu ke mana harus pergi.

Terkadang orang menyerah ketika mereka berada di ambang kemenangan atau kegagalan. Namun, agar seorang wirausahawan berhasil, ia perlu berinvestasi sepenuhnya dalam pekerjaannya; kalau tidak, usahanya pasti akan gagal.

f. Tanggung jawab

Ide dan tindakan seorang entrepreneur tidak dapat dipisahkan dari arah dan akuntabilitas. Akibatnya, dedikasi tenaga kerja diperlukan untuk pengembangan akuntabilitas. Tanggung jawab sering muncul dari komitmen yang mendalam.

Disiplin, penuh pengabdian, berarti apa yang mereka katakan, tidak suka berbohong (jujur), dedikasi yang ekstrim, dan konsistensi adalah penanda seseorang yang dapat dipercaya.

Berikut ini adalah ilustrasi tentang orang yang berkomitmen dan bertanggung jawab:

- Mempertahankan pelaporan yang tepat waktu dan akurat adalah prioritas utama untuk departemen keuangan.
- Pemilik bisnis yang tidak memalsukan pembukuan mereka untuk menghindari pembayaran pajak yang adil.
- Siswa yang individualistis dan jujur yang tidak pernah berkolaborasi dalam proyek atau meng-

gunakan metode curang untuk meningkatkan nilai mereka.

Pengusaha, seperti yang digambarkan dalam gambar, berada di atas segalanya, tidak pernah bermalas-malasan, tidak pernah menipu, tidak pernah meniru orang lain, dan sangat mandiri dalam mengejar kesuksesan. Demikian pula, pemilik bisnis di sektor ini tidak ingin meniru barang yang sudah ada melainkan mengembangkan pendekatan baru ke pasar.

g. Kemandirian

Daripada mengandalkan orang lain, individu yang mandiri akan memanfaatkan kemampuannya sendiri. Kecerdasan terletak pada memanfaatkan kemampuan seseorang tanpa kendala eksternal.

Jika Anda ingin keluar sendiri sebagai pengusaha, Anda memerlukan tiga bentuk modal investasi berikut:

1. Pemilik bisnis potensial dapat mengandalkan kekuatan mereka sendiri, seperti kecerdasan, bakat, kecakapan analitis, kemauan untuk mengambil risiko yang telah diperhitungkan, dan bahkan visi dan pandangan ke depan mereka.
2. Akses ke sumber daya luar, seperti uang untuk berinvestasi di perusahaan, jaringan sosial, saluran penawaran dan permintaan, dll.
3. Variabel tak terkendali seperti keberuntungan dan kesempatan terakhir untuk sukses.

Seorang calon pengusaha harus mempertimbangkan pro dan kontra menggunakan ketiga item ini sebagai

modal. Memiliki hal-hal ini akan memberinya alasan untuk berharap bahwa tujuannya dapat dicapai.

h. Mengambil risiko

Mentalitas pengambilan risiko pengusaha sangat penting untuk kesuksesan mereka. Semakin tinggi taruhannya, semakin tinggi potensi hadiahnya. Kebalikannya juga benar: kegagalan menjadi lebih mungkin terjadi saat penghindaran risiko meningkat. Pemikiran awal tentu saja harus diberikan pada kemungkinan hasil seperti itu. Langkah pertama menuju sukses dalam bisnis adalah kemauan untuk mengambil risiko yang telah diperhitungkan, karena imbalan untuk melakukannya akan sebanding dengan tingkat bahaya yang dihadapi. Sukses lebih mungkin terjadi ketika risiko diperhitungkan.

Ini adalah perbedaan utama antara pemilik bisnis dan manajer biasa. Ketika sebuah perusahaan tumbuh, itu akan membutuhkan pengusaha dan manajer, meskipun yang pertama akan lebih penting pada awalnya. Manajer, pada intinya, adalah pengambil risiko yang membuat panggilan sulit agar organisasi mereka dapat berkembang; pengusaha, pada mereka, adalah pengambil risiko yang menangkap peluang ketika mereka muncul. Pemilik bisnis yang sukses telah menguasai seni manajemen risiko, yang mencakup kemampuan untuk mentransfer atau berbagi risiko dengan orang lain. Kemampuan untuk bermimpi besar dan kemauan untuk mengambil risiko yang diperhitungkan adalah dua karakteristik terpenting dari seorang pengusaha sukses.

- i. Selalu waspada terhadap peluang
- Jika Anda mencari peluang, bukan berarti peluang itu sudah ada. Sebaliknya, pengusaha harus membuat peluang sendiri dengan membuat sesuatu yang baru, berbeda, bermanfaat, dan mudah digunakan. Seorang entrepreneur sejati mampu melihat sesuatu dari sudut atau sudut pandang yang berbeda dalam waktu yang bersamaan. Faktanya, dia harus bisa melakukan lebih dari satu hal sekaligus. Karena itu, dia tahu bagaimana menangani banyak masalah yang dihadapi bisnis. Semakin banyak tugas yang dapat dilakukan pengusaha sekaligus, semakin besar kemungkinan dia akan mampu mengubah peluang menjadi sumber daya yang berguna. Pengusaha selalu, selalu, selalu belajar sesuatu yang baru.
- Ketika seorang *entrepreneur* berhenti mempelajari hal-hal baru dan menjadi lebih baik, saat itulah dia memutuskan untuk berhenti menjadi entrepreneur. Belajar adalah sesuatu yang dilakukan pengusaha sejati seumur hidup mereka, seperti halnya hidup yang selalu berubah. (Suryana, 2013).

B. Pengukuran Sikap Wirausaha

Mengevaluasi kecenderungan individu untuk mengambil risiko mengharuskan mereka menjawab serangkaian pertanyaan yang dirancang untuk memicu minat dalam mempelajari keterampilan baru dan kemauan untuk mengambil risiko yang telah diperhitungkan.

- a. Apakah Anda dapat membuat diri Anda termotivasi dan berkomitmen untuk bekerja menuju tujuan Anda?
- b. Pernahkah Anda bekerja dalam tim?
- c. Apakah Anda sering melangkah untuk memimpin sekelompok orang?
- d. Apakah Anda memiliki keterampilan komunikasi interpersonal yang kuat?
- e. Apakah Anda memiliki keterampilan mendengarkan yang baik?
- f. Apakah pengalaman hidup Anda memberi Anda rasa percaya diri?
- g. Apakah Anda memiliki pendapat yang baik tentang diri Anda?
- h. Apakah Anda cepat mengambil keputusan?

Jika Anda menjawab “ya”, maka Anda jelas memiliki selera yang luar biasa terhadap risiko dan inovasi.

Jika Anda menjawab “tidak”, maka Anda tidak memiliki jiwa wirausaha.

Jika Anda menjawab “ya” untuk sebagian besar pertanyaan berikut, Anda memiliki jiwa kewirausahaan. Menjadi pengusaha berarti, antara lain, memberi orang lain apa yang mereka inginkan atau butuhkan. Semakin banyak permintaan layanan atau barang Anda, semakin banyak uang yang dapat Anda dapatkan darinya. Bekerja untuk meningkatkan kualitas hidup orang lain merupakan kontribusi bagi masyarakat luas. Ini penting untuk kewarganegaraan yang baik dan praktik bisnis. (Ninik, 2012)

C. Rangkuman

1. Berikut adalah beberapa ciri-ciri yang menentukan seorang pengusaha:
Memiliki cara analisis yang tepat, sistematis, dan metodologis dalam mengembangkan bidang usahanya; Memiliki daya kreatif, imajinasi dalam mengembangkan bidang usaha yang digelutinya; Berani mengambil resiko dalam menjalankan usahanya untuk mengejar keuntungan; Memiliki kemampuan, kesanggupan, dan tekad untuk mengembangkan usahanya. Menggunakan metode mutakhir untuk merampingkan operasinya, perusahaan; menghindari pengeluaran yang sia-sia dan mengembalikan semua pendapatannya untuk memperluas operasinya.
2. Tanggapan jujur terhadap serangkaian pertanyaan yang dirancang untuk mengukur pola pikir pengusaha diperlukan.

D. Evaluasi Diri

1. Pertama-tama, apa saja ciri-ciri yang mendefinisikan seorang wirausahawan?
2. Kedua, bisakah Anda menguraikan ciri-ciri yang mendefinisikan seorang pengusaha?
3. Jelaskan pola pikir seorang pengusaha!

E. Sumber Pustaka

- Suryana. 2013. Kewirausahaan Pedoman Praktis Kiat Dan Proses Menuju Sukses. Salemba Empat: Jakarta
- Sugema Sony. 2004. Mengubah Ide Menjadi Kerajaan Bisnis. Jakarta: Gramedia
- Ninik. 2012. Modul Kewirausahaan Terpadu Bagi Calon Wirausaha, UM Press: Malang

2

INSPIRASI BIDANG USAHA

**Deddy Marciano, Veny Megawati,
Prita Ayu Kusumawardhani**

A. Pengertian Inspirasi Bidang Usaha

Ide bisnis adalah hasil reaksi individu, kelompok, atau organisasi terhadap suatu masalah di masyarakat atau kebutuhan di komunitas lokal (pasar, komunitas, dll.). Langkah pertama dalam menyalurkan semangat dan imajinasi kewirausahaan Anda menjadi usaha yang sukses adalah dengan menciptakan konsep yang baik.

B. Pilih Ide yang Bagus untuk Bisnis

Bisnis yang baik adalah produk dari ide bisnis yang baik. Langkah pertama dalam memulai bisnis adalah memastikan bahwa Anda memiliki gagasan yang jelas tentang jenis bisnis yang ingin Anda jalankan.

Mari kita lihat Pak Budi dan Bu Tutik dari desa Su-



kajaya: Lahir di Sukajaya, Pak Budi berasal dari keluarga bangsawan. Dia adalah orang yang sangat aktif yang tidak terlalu menikmati mengisi waktunya dengan belajar. Itu sebabnya, pada usia 12 tahun, ia memutuskan untuk berhenti sekolah

dan pergi ke Banda Aceh untuk mencari kehidupan yang lebih baik. Setelah itu, dia mulai bekerja sebagai salesman di sebuah toko di pusat kota, namun pemilik toko tidak pernah membayar gaji yang telah disepakati.

Namun, dibandingkan dengan biaya hidup yang tinggi di Banda Aceh, jumlah uang yang mungkin Anda terima sangatlah kecil. Selain itu, ia menyadari bahwa bekerja untuk bisnis orang lain hanya menguntungkan pemilik bisnis.

Karena itulah Pak Budi kembali ke Sukajaya untuk berkumpul dengan orang-orang yang dicintainya. Dia sedang mempertimbangkan untuk terjun ke bisnis untuk dirinya sendiri tetapi bingung tentang apa yang harus dilakukan dan dari mana harus memulai.

Bu Tutik juga menjalani tahun-tahun formatif dan prestasi akademiknya di Sukajaya, di mana ia lulus SMA pada usia delapan belas tahun. Dia biasa membantu ibunya membuat kue dan kue kering setiap kali ada acara khusus,

seperti ulang tahun atau pernikahan. Dia ingin bersekolah di sekolah seni kuliner di Ketapang, dan orang tuanya mendukung kepindahan itu karena dia ahli di dapur.

Dia bersekolah di Ketapang dan kemudian kembali ke Sukajaya. Dia memiliki kualifikasi yang luar biasa, namun dia mengalami kesulitan untuk dipekerjakan. Itu mendorongnya untuk mempertimbangkan terjun ke bisnis untuk dirinya sendiri. Tidak berbeda dengan Pak Budi, dia bingung usaha apa yang bisa dia buka.

Apa yang mendorong Anda terjun ke dunia wirausaha? Tolong jelaskan perbedaan Anda dengan Pak Budi dan Bu Tutik. Seberapa baik konsep Anda didefinisikan?

Fondasi dari setiap perusahaan yang sukses adalah konsep bisnis yang orisinal dan terdefinisi dengan baik.

C. Pentingnya Konsep Bisnis

Selain memuaskan keinginan Anda, perusahaan yang berkembang juga harus melayani pelanggan Anda. Dengan kata lain, perusahaan Anda tidak hanya menawarkan gaji yang nyaman dan rasa pencapaian, tetapi juga memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan harga yang siap mereka bayar. Jadi, penting untuk menemukan dan mengolah konsep bisnis yang menguntungkan bagi perusahaan Anda dan kliennya. Anda harus dapat menjawab empat pertanyaan berikut tentang rencana bisnis Anda:

1. Yang Mana?

Jika Anda ingin memulai bisnis yang sukses, Anda harus terlebih dahulu menentukan keinginan target pasar Anda yang belum terpenuhi.

Berfokus pada apa yang diinginkan pelanggan sangat penting untuk kesuksesan bisnis apa pun. Sangat penting untuk memahami kebutuhan target pasar Anda sebelum bergerak maju dengan rencana bisnis. Perhatian!

Dibutuhkan banyak usaha dan pemikiran untuk meluncurkan bisnis yang sukses. Jika Anda meluncurkan produk atau layanan yang tidak diinginkan siapa pun, Anda akan membuang-buang waktu dan sumber daya.

2. Apa?

Pertanyaan kedua adalah, “Apa yang akan dijual perusahaan ini?”

Apa yang Anda ketahui atau layanan apa yang dapat Anda berikan pada titik harga di mana pelanggan siap membayar adalah fondasi yang harus menjadi dasar ide bisnis Anda.

Peralatan, barang eceran, makanan yang dimasak, pakaian jadi, kain tenun, produksi gerabah, dan sebagainya adalah contoh barang yang dapat dibuat atau dibeli untuk dijual kembali.



Gambar 1. Industri konveksi.



Gambar 2. Pembuatan bunga dekorasi.

Anda dapat menganggap layanan jasa sebagai apa saja mulai dari memiliki restoran kecil hingga potong rambut hingga mengoperasikan kafe internet (kafe)



Gambar 3. Pengusaha restoran.



Gambar 4. Reparasi laptop.

hingga memperbaiki barang/mekanik sepeda motor dan mendapatkan bayaran untuk itu.

3. Siapa?

Pertanyaan selanjutnya adalah, “Siapa yang akan menjadi pelanggan perusahaan ini?”

Cari tahu apakah Anda menargetkan demografis tertentu atau jika Anda ingin menjual kepada siapa pun di wilayah Anda. Jika Anda ingin menghasilkan keuntungan dari bisnis Anda, Anda membutuhkan pelanggan yang mampu dan mau membeli apa yang Anda jual. Sebelum memulai produksi, sangat penting untuk menentukan kepada siapa Anda ingin menjual.

4. Bagaimana?

Pertanyaan keempat yang harus diselesaikan adalah: Bagaimana Anda akan memasarkan produk atau layanan Anda kepada pelanggan potensial? Jawaban

atas pertanyaan ini terbukti dengan sendirinya jika Anda berencana meluncurkan perusahaan ritel. Meskipun ini mungkin benar, produsen (produsen barang) atau manajemen jasa memiliki banyak pilihan untuk memasarkan dan menjual dagangannya. Produsen, misalnya, dapat memilih untuk menjual dagangannya baik secara langsung kepada konsumen atau melalui pedagang. Beberapa perusahaan lebih memilih untuk berhubungan langsung dengan klien mereka.

D. Buat Beberapa Rencana Bisnis

a. Dari mana ide bisnis berasal?

Karier Anda sebagai pengusaha dimulai dengan merancang ide bisnis Anda sendiri. Jadi bagaimana Anda memilih ide bisnis Anda? Dari mana ide bisnis Anda berasal?

Berikut ini, kemungkinan manakah yang paling sesuai dengan kondisi Anda?

- Saya butuh saran tentang bisnis apa yang akan diluncurkan.
- Saya berencana membuat rencana bisnis setelah melakukan percakapan yang merangsang dengan teman-teman tentang industri potensial.
- Saya berencana untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan memodelkan model bisnis saya setelah yang sudah ada.

- Saya perlu melakukan lebih banyak pekerjaan pada beberapa ide saya sendiri.

Dengan cara apa Anda dapat menjawab pertanyaan ini?

Jangan buang waktu memikirkan hal-hal yang sudah dipikirkan orang lain.

Pengusaha sukses membangun ide bisnis mereka berdasarkan bakat, minat pribadi, pengalaman, dan pengetahuan mereka sendiri. Mereka selalu membicarakan ide-ide mereka dengan orang lain (kolega, teman, dan keluarga) untuk melihat mana yang cocok dan mana yang tidak. Penemuan baru sering muncul dari jaringan yang dikembangkan selama beberapa tahun.

Ide bisnis yang diusulkan harus berasal dari pengusaha itu sendiri, pemilik utama dari ide bisnis tersebut. Pengusaha batin Anda harus bangkit dari abu! Pertimbangkan minat Anda, riwayat hidup Anda, dan orang-orang serta hal-hal yang meninggalkan kesan pada Anda untuk menentukan sumber motivasi terbesar Anda.

Memasuki dunia bisnis berarti berasumsi bahwa Anda adalah Anda. Nantinya, Anda juga bisa memikirkan kemampuan, pengalaman, dan kenalan lain yang bisa membantu Anda memunculkan ide bisnis Anda. Anda dapat kembali ke halaman ini di lain waktu untuk memastikan konsep bisnis

ideal Anda konsisten dengan pertimbangan Anda sebelumnya.

- b. Temukan ide bagus untuk bisnis
Seperti yang telah kita lihat, inspirasi dapat muncul di mana saja, tetapi agar berhasil, fitur produk Anda harus menarik bagi audience target dan berada dalam kisaran harganya. Sebuah perusahaan akan gagal meskipun berhasil memproduksi barang-barang berkualitas tinggi yang tidak diinginkan oleh siapa pun.

Kepositifan dan orisinalitas pikiran adalah sumber dari banyak konsep bisnis yang sukses. Banyak faktor yang dapat menginspirasi ide bisnis baru, termasuk kebutuhan yang belum terpenuhi di masyarakat, hiburan yang menyenangkan, atau pengalaman baru yang mengasyikkan.

Orisinalitas adalah kunci untuk menghasilkan konsep bisnis yang sukses, apakah itu usaha yang benar-benar baru atau pendekatan baru untuk meningkatkan industri yang telah dicoba dan benar. Ketika kebutuhan konsumen tidak terpenuhi oleh pilihan pasar yang ada, peluang bisnis muncul dengan sendirinya. Dari mana datangnya peluang seperti ini?

- c. Daftar konsep bisnis
Anda pasti sudah memiliki beberapa pemikiran. Namun masih banyak bisnis yang mungkin menarik dan sesuai dengan anggaran Anda. Saat Anda

membaca bab ini, tetaplah berpikiran terbuka dan Anda akan mulai melihat kemungkinan yang tidak Anda ketahui sebelumnya.

Daftar ide perusahaan potensial adalah hal pertama yang harus Anda capai saat ini. Untuk melacak semua ide hebat yang Anda miliki dan rencanakan untuk diterapkan, buatlah daftar seperti ini.

Telusuri asal mula beberapa konsep bisnis awal dari Pak Budi dan Bu Tutik. Pak Budi adalah orang yang sangat sibuk. Dia biasa membantu ibunya dengan ayam sepanjang waktu ketika dia masih kecil. Dia sesekali pergi ke peternakan telur terdekat dan menjual telur di sana. Ayahnya adalah seorang pandai besi yang terkenal, dan saat dia tumbuh dewasa, dia mulai membantunya dalam bisnis keluarga dengan memotong dan menumpuk kayu bakar.

Saat hari pasar tiba, dia pergi bersama ayahnya untuk menjual peralatan buatan mereka. Pak Budi adalah anggota senior dari kelompok karate lokal dan pemain sepak bola yang sangat baik di waktu luangnya. Pak Budi tahu bahwa dia dikelilingi oleh banyak kemungkinan yang dapat menginspirasi strategi perusahaan yang inovatif.

Kepintaran Bu Tutik tidak diragukan lagi. Dia adalah siswa terbaik di kelasnya sepanjang karir akademisnya. Di dapur, dia sering membantu ibunya membuat makanan yang dipanggang untuk

dijual di pertemuan sosial. Dia tidak hanya pandai di dapur, tetapi juga pandai melipat daun palem dan linen tradisional untuk digunakan sebagai taplak meja dan barang-barang dekoratif lainnya. Dia memberikannya atau menjualnya di pinggir jalan kepada orang yang dia cintai. Dia juga memiliki saudara laki-laki yang seorang penjahit, jadi dia senang membaca majalah mode dan meminta saudara laki-lakinya membuat barang-barang yang dia desain.

Dia berharap untuk meluncurkan bisnis yang akan memungkinkannya menggabungkan hasratnya untuk bersosialisasi dengan kebutuhan untuk menafkahi keluarganya secara finansial. Pak Budi dan Bu Tutik mulai mengisi “Daftar Ide Bisnis” setelah memikirkan kualifikasi, pengalaman masa lalu, dan bidang minat mereka.

Daftar Ide Usaha Pak Budi

Ide	Penjelasan
Pternakan ayam	Memelihara ayam, menjualnya di pasar petani, dan memberikannya sebagai telur kepada teman karate.
Berjualan kayu	Dapatkan uang dengan menjual kayu yang Anda kumpulkan dari hutan.
Berjualan alat bertani	Dia mengikuti jejak ayahnya dan membuka toko yang menjual perlengkapan pertanian kepada petani setempat.
Toko olahraga	Banda Aceh atau tempat lain adalah tempat yang bagus untuk menyimpan perlengkapan atletik untuk dijual kembali di Sukajaya.

Daftar Ide Usaha Bu Tutik

Ide	Penjelasan
Toko Kue	Panggang dan jual roti, kue, dan kue kering ke toko dan pelanggan.
Katering	Menyelenggarakan dan menjalankan bisnis katering untuk acara-acara khusus (pernikahan, pertemuan komunitas, pelatihan, pemakaman, dll).
Membuat hiasan	Memproduksi dan menjual keranjang dan barang lainnya sepanjang musim liburan atau kepada klien lain yang sering melewati jalan raya utama.
Mendesain baju	Bekerja bersama kakak saya menjahit pakaian yang kemudian kami sewakan untuk pernikahan dan dijual ke penduduk lokal di daerah Sukajaya.

- d. Isi daftar ide Anda untuk bisnis
Ikuti dua langkah ini untuk menemukan lebih banyak ide bisnis yang sesuai untuk Anda: Dengarkan pelanggan potensial Anda dan lihatlah sekeliling Anda.

Dengan melakukan langkah-langkah di atas, Anda dapat membuat daftar ide bisnis yang hebat.

e. Dengarkan calon pembeli

Sekaranglah waktunya untuk menerapkan banyak rencana bisnis Anda. Mungkin Anda bahkan memiliki gagasan yang lebih baik tentang perusahaan seperti apa yang ingin Anda luncurkan.

Ini menunjukkan bahwa Anda mulai berpikir seperti pengusaha, yang sangat membesarkan hati.

Di sisi lain, penting untuk tidak terlalu mengatur cara Anda. Ada jalan yang berpotensi lebih menarik untuk eksplorasi. Ada kemungkinan bahwa jika Anda membagikan konsep Anda, orang lain akan terinspirasi untuk menghasilkan solusi yang lebih baik untuk masalah.

Pertimbangkan umpan balik dari klien masa lalu dengan hati-hati. Masing-masing memiliki potensi untuk menjadi salah satu klien Anda. Tanyakan juga kepada teman dekat dan anggota keluarga. Sebanyak mungkin orang harus disurvei mengenai masalah mereka untuk mengidentifikasi layanan dan produk yang paling baik untuk memecahkan masalah tersebut.

Pengalaman pelanggan yang negatif akan selamanya menjadi topik pembicaraan. Ini adalah tanda penilaian bisnis yang buruk, oleh karena itu jika Anda dapat menawarkan layanan yang unggul, Anda dapat memanfaatkan situasi tersebut.

Mungkin sulit bagi orang untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan. Kumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang layanan yang buruk atau kelangkaan bahan mentah dengan mensurvei pelanggan.

- f. Lakukan penjelajahan di area sekitar anda
Anda telah mengadakan pertemuan dengan pelanggan potensial yang sesuai dengan profil sektor profesional. Selain perusahaan mapan, mungkin ada kemungkinan yang belum dimanfaatkan tepat di bawah hidung Anda. Jumlah yang lebih besar dan kualitas yang lebih tinggi dari konsep perusahaan baru dapat dihasilkan dari ini. Beberapa contoh termasuk, Sumber daya dalam hal orang yang tidak digunakan (misalnya musisi atau juru gambar); Pemborosan Sumber Daya Alam (misalnya tanah sebagai bahan lempung); Bahan yang dapat didaur ulang (kain, kertas, plastik, logam, dll.); Sektor layanan publik di mana tindakan yang berarti dimungkinkan (subkontrak untuk sektor layanan publik); Anda benar-benar dapat membuat perbedaan di sektor swasta (subkontrak ke sektor swasta); Persaingan manufaktur internasional (pengganti impor); dan Verifikasi sumber informasi Anda. Saran yang lebih bermanfaat untuk perusahaan Anda dapat ditemukan di bagian yang disebutkan di atas. Jika Anda bingung tentang perbedaan antara kelompok yang disebutkan di

atas, baca terus untuk mendapatkan penjelasan.

- Sumber daya manusia

Orang bisa mempelajari perdagangan ukiran, tenun, atau pertukangan. Lulusan dengan keterampilan yang kuat umumnya termasuk mereka yang aktif mencari pekerjaan. Tidak masalah di mana Anda berada, akan selalu ada orang yang kemampuan uniknya akan sia-sia karena tidak digunakan sepenuhnya.

Orang dengan keterampilan atau bakat luar biasa mungkin tidak merasa dihargai atau dihargai secara memadai dalam posisi mereka saat ini. Jika demikian, Anda dapat menasihati individu tersebut untuk menggunakan keahlian dan pengalaman unik mereka sebagai dasar untuk usaha bisnis yang sukses.

Namun, orang itu juga bisa menginspirasi Anda untuk membuat lini bisnis baru. Dengan demikian, Anda dapat memulai sebagai mitra bisnis atau majikan baginya.

- Sumber Daya Alam

Pertimbangkan sumber daya apa yang tersedia di wilayah Anda dalam jumlah yang cukup untuk diubah menjadi produk yang ramah lingkungan. Tanah, tanaman, pohon, hewan, tambang, gurun, hutan, sungai, laut, danau, gunung, dll semuanya mengandung sumber daya alam. Di dekat kota, beberapa orang

telah mencari tanah liat untuk menghasilkan batu bata. Selain penggunaan yang jelas dalam tembikar dan industri terkait, tanah liat memiliki berbagai macam aplikasi komersial. Contoh penggunaan sumber daya alam yang efisien termasuk minyak kelapa yang diproduksi secara komersial dan penggunaan kapas untuk membuat kasur.

- **Bahan Daur Ulang**

Akan selalu ada produk sampingan dari manufaktur yang tidak kita gunakan saat itu atau akhirnya kita buang. Sumber tumpukan sampah ini beragam dan dapat mencakup pertanian, manufaktur, pengolahan makanan, dan aktivitas lainnya. Banyak bisnis yang berbeda secara teratur membuang materi yang mungkin dimanfaatkan dengan baik. Dalam beberapa kasus, produsen pakaian membuang sisa-sisa kain yang dapat digunakan untuk keperluan lain secara sia-sia. Limbah plastik dari manufaktur dapat didaur ulang menjadi produk bermanfaat lainnya, seperti insulasi rumah atau isian bantal. Selain itu, banyak orang membuang barang-barang yang dapat dimanfaatkan dengan baik, seperti bahan yang dapat didaur ulang seperti kertas, kaca, dan aluminium, serta suku cadang mesin atau kendaraan, sisa makanan yang dapat

diubah menjadi kompos, dan sisa yang dapat digunakan seperti daging dan sayuran. Sebagian besar plastik dapat didaur ulang saat ini juga.

Bertemu dengan penanggung jawab berbagai layanan dapat menghasilkan percakapan yang bermanfaat bagi mereka yang mencari usaha baru. Istilah “subkontrak” digunakan di sektor swasta untuk merujuk pada praktik mengizinkan bisnis lain masuk dan melakukan pekerjaan tertentu yang tidak ingin Anda lakukan sendiri (baik karena itu bukan bisnis inti Anda atau karena lebih sulit). dan mahal untuk melakukannya sendiri). Pengecatan rumah baru, misalnya, dapat disubkontrakkan ke perusahaan yang lebih kecil oleh perusahaan konstruksi besar. Kendaraan transportasi sering mogok, jadi ada gunanya memiliki toko mobil terdekat untuk pemeliharaan dan perbaikan. Dalam kebanyakan kasus, manajemen lebih suka mengalihdayakan transportasi sepenuhnya daripada terlibat dalam subjek khusus perbaikan mobil.

g. Ancaman Produk Asing

Berbagai produk dapat diproduksi di berbagai tempat. Produk yang lebih murah cenderung lebih disukai konsumen. Akibatnya, Anda menghadapi persaingan dari perusahaan serupa di negara lain.

Beberapa konsumen mungkin merasa lebih terhubung dengan negara atau komunitas mereka jika mereka dapat membeli barang yang mewakili mereka. Di sisi lain, kebalikannya juga mungkin. Banyak yang berpendapat bahwa “apapun yang diimpor pasti lebih baik”. Sebagai titik penjualan, negara asal suatu produk sering disorot oleh toko. Artinya, jika rencana bisnis untuk produk nasional ingin berhasil, diperlukan promosi bisnis dan produk yang gencar.

Pemerintah dapat bertujuan untuk mempromosikan produksi domestik atau nasional dari produk tertentu. Akses Anda ke barang-barang lokal dapat mengarah pada usaha komersial baru atau menginspirasi Anda untuk mencoba sesuatu yang baru.

h. Verifikasi Referensi Anda

Setelah Anda mengumpulkan daftar panjang ide perusahaan, langkah terakhir sekarang adalah mengumpulkan ide terbaru yang dapat dibayangkan yang dikembangkan dari sumber informasi yang jauh. Sumber daya informasi utama Anda adalah: Kamar Dagang dan Industri Lokal, Perpustakaan Umum, Perpustakaan Kota/Kabupaten, Globalisasi Kantor Ketenagakerjaan Daerah, Pameran Dagang, dan literatur yang tersedia di toko ritel.

Sebagian besar strategi pengumpulan informasi ini tidak ada hubungannya dengan lingkungan terdekat

atau pengejaran khusus Anda. Ini berarti Anda harus selektif tentang data yang Anda peroleh. Perusahaan Anda mungkin menderita karena informasi dan inspirasi yang meluap-luap. Anda tidak perlu khawatir! Dengan kata lain, data yang Anda cari akan membantu memperkuat teori Anda saat ini. Hanya gabungkan konsep bisnis yang berguna ke dalam daftar Anda yang sudah ada. Mana, apa, siapa, dan bagaimana semuanya dapat dipahami dengan lebih baik dengan bantuan sumber-sumber ini.

E. Rangkuman

1. Mulailah proses membangun ide bisnis Anda dengan menghasilkan sebanyak mungkin opsi yang layak, lalu pilih satu. Berikut ini adalah tahapan-tahapan yang Anda lakukan untuk melengkapi daftar konsep bisnis Anda:
 - a. Pertahankan telinga untuk klien potensial
 - b. Akan melihat orang-orang yang akan segera menjadi pelanggan Anda
Anda harus: • Mencari sumber daya alam di daerah Anda
Untuk melakukannya, Anda harus: Mengenali ceruk pasar yang melibatkan sampah; Mengakui pentingnya usaha kecil baik di sektor publik maupun swasta; Alternatif penelitian untuk produk impor dan persaingan di seluruh

- dunia; Pertimbangkan sumber informasi baru
2. Penting untuk menilai kesesuaian Anda untuk menjalankan bisnis sambil melakukan *brainstorming* potensi usaha. Anda terutama bertanggung jawab untuk memastikan bahwa ide dan usaha bisnis Anda berhasil. Pertanyaan yang harus Anda tanyakan pada diri sendiri adalah a) Mengapa saya ingin membangun bisnis? b) Di mana saya mencari konsep perusahaan? c) Berapa banyak sifat kewirausahaan yang saya miliki?

F. Evaluasi Diri

Pertama-tama, bisakah Anda mendefinisikan “Ide bisnis”? Ceritakan saja tujuh minat Anda, lalu jelaskan bagaimana dan mengapa minat tersebut menginspirasi Anda untuk memulai bisnis. Ceritakan tentang rencana bisnis yang Anda temui.

G. Sumber Pustaka

International Labor Organization (ILO), 2005, Modul Versi 1,0, Generate Your Business Ide, International Training Centre: Jakarta

3

STUDI PASAR DAN BENTUK ORGANISASI BISNIS

**Muhammad Izharuddin,
Aaqila K. Zahra Zahira,
Azfa Mutiara Ahmad Pabulo**

A. Studi Pasar

a. Pengertian Pasar

Diskusi tentang pemasaran tidak pernah membo-sankan karena selalu ada hal baru untuk dipelajari. Pemilik bisnis biasanya memberikan banyak pemikiran tentang masalah ini dan bekerja keras untuk merencanakan ke depan secara efektif untuk memastikan kesuksesan perusahaan mereka. Ketika kita berbicara tentang pemasaran, kita ti-dak hanya berbicara tentang mempromosikan produk kita agar laris manis. Tetapi bahkan sebe-

lum produk dibuat, kami berbicara tentang cara mempromosikannya. Sangat penting bahwa “riset pasar” direncanakan sebelum pengembangan produk apa pun. Karena ini sangat penting untuk kesuksesan perusahaan kita, kita harus memikirkan cara membuat produk yang benar-benar diinginkan pasar daripada mencoba memaksa pasar untuk menerimanya. Setelah jenis investigasi ini dilakukan, konsep perusahaan yang layak dapat dikembangkan. Berdasarkan temuan penelitian ini, kami merumuskan strategi pemasaran, di mana kami membangun positioning, juga dikenal sebagai branding (*Brand Building*), dan kemudian melanjutkan untuk mengembangkan rencana pemasaran tambahan.

Akibatnya, riset pasar adalah kekuatan pendorong di belakang perusahaan yang sukses. Alasan mengapa otak dianggap sebagai bagian integral dari setiap perusahaan yang sukses adalah karena otak merupakan organ yang berfungsi untuk merencanakan arah strategi bisnis di masa depan. Apa yang akan terjadi jika kita tidak melakukan riset pasar setelah perusahaan berdiri dan berjalan? Akibatnya, perusahaan kita berkembang tepat di kepala kita dan di sudut kecil alam semesta kita sendiri. Kami akan berada dalam kegelapan tentang evolusi pasar global, kebangkitan perusahaan sebanding di seluruh dunia, dan permintaan akan

produk kami sendiri. Jadi sekarang kita tinggal menunggu hari saat perusahaan kita akhirnya bisa ditutup.

Karena pentingnya, riset pasar sering diabaikan dalam promosi produk. Jadi, sebelum Anda melakukan lompatan, sebaiknya pelajari sebanyak mungkin tentang area tersebut. Untuk memastikan bahwa upaya pemasaran Anda menghasilkan hasil terbaik. Tujuan dari setiap analisis pasar yang baik adalah untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang keinginan dan kebutuhan pasar dan tingkat persaingan di pasar itu, dan ini paling baik dicapai dengan riset pasar metodis.

Untuk memenangkan persaingan, riset pasar sangat penting. Melakukan riset pasar sangat penting untuk memahami persyaratan pasar, ukuran pasar, dan lanskap persaingan. Sebelum perusahaan didirikan, riset pasar memainkan peran penting dalam operasinya. Jika kita akan memulai bisnis, kita perlu mengetahui dengan pasti bahwa ada pasar untuk layanan atau produk yang ingin kita tawarkan, dan jika ada pasar untuk mereka, kita perlu tahu persis seberapa besar pasar tersebut. Semua perusahaan kecil harus menyadari pentingnya mengenali segmen pasar tempat mereka bekerja dan kekuatan yang mereka coba tawarkan ke pasar. Bahkan jika *start-up* menginvestasikan banyak waktu dan uang ke dalam penelitian untuk

mengembangkan produk terobosan, masih mungkin tidak berhasil jika target pasar tidak tertarik untuk membelinya.

Riset pasar berfungsi sebagai semacam promosi selain penelitian kegunaan yang diberikannya kepada bisnis untuk peningkatan produk dan layanan mereka. Karena banyak perusahaan kecil memiliki visibilitas pelanggan yang rendah (yaitu, tidak banyak orang yang menyadari keberadaan mereka), riset pasar sangat penting bagi mereka yang ingin meningkatkan basis pelanggan mereka. Sebagai bonus tambahan, promosi publik dan distribusi sampel produk gratis menawarkan peluang besar bagi usaha kecil untuk mengumpulkan informasi tentang target pasar mereka dan meningkatkan pengenalan produk.

Dari mulut ke mulut jauh lebih berpengaruh daripada jumlah uang yang dihabiskan untuk iklan ketika datang ke ekspansi cepat perusahaan kecil. Perusahaan kecil yang sedang naik daun bisa mendapatkan keuntungan besar dari proyek riset pasar massal yang terencana dan dilaksanakan dengan baik, karena akan meningkatkan profil perusahaan dan memberikan data yang berguna untuk ekspansi di masa mendatang.

- b. Mengapa dan Bagaimana Riset Pasar Dilakukan? Riset pasar dilakukan guna mendapatkan fakta secara langsung sehingga Anda dapat mendes-

kripsikan dunia sebagaimana adanya secara objektif dan menemukan masalah di sektor ini.

Jika sebuah perusahaan tidak memiliki akses ke riset pasar dan data riset pemasaran berkualitas tinggi, perusahaan itu tidak akan bertahan lama di pasar yang kompetitif. Peluang pertumbuhan dapat ditemukan, dan hilangnya pelanggan potensial dapat dihindari, semuanya dengan bantuan riset pasar yang menyeluruh. Selain itu, Anda dapat meningkatkan pengetahuan Anda tentang klien, saingan, dan strategi periklanan setiap saat.

c. Meneliti Pasar

Melakukan riset pasar memerlukan sejumlah langkah yang berbeda. Dalam riset pasar, beberapa metode sering digunakan:

1. Anda dapat mempelajari keadaan pasar dengan melakukan survei, yang dapat dilakukan melalui penggunaan kuesioner, wawancara, atau keduanya. Preferensi dan harapan konsumen, sebagaimana tercermin dalam data yang dikumpulkan dari survei lapangan, dapat dipetik dari tindakan ini. Validitas hasil survei meningkat seiring dengan jumlah orang yang disurvei.

Pertanyaan Umum: Apa merek kecap manis yang Anda beli? Mengapa Anda mengambil sebotol kecap manis itu? Sudah berapa lama sejak Anda mengambil sebotol kecap manis

ini? Bisakah Anda memberi tahu saya di mana saya dapat menemukan merek kecap manis khusus ini Berapa orang rutin mengonsumsi kecap manis merek ini?

2. Riset bisa dilakukan dengan mengamati bagaimana pasar sebenarnya bergerak saat ini. Perhatikan apa yang diinginkan masyarakat dan apa yang sudah tersedia di *marketplace*. Informasi yang dikumpulkan dari penelitian Anda dapat digunakan dalam proses pengambilan keputusan sebelum merilis produk ke publik.
3. Beberapa bisnis yang berbeda harus mencoba produk baru sebelum dirilis ke publik. Ini akan memberi Anda ide bagus tentang bagaimana pasar akan bereaksi terhadap produk. Anda dapat mengukur reaksi pasar terhadap produk Anda dan menyempurnakannya sebelum merilisnya ke audiens yang lebih luas, misalnya dengan meninggalkannya untuk dijual di toko atau stan lokal.
4. Pemahaman menyeluruh tentang lanskap kompetitif pasar sangat penting sebelum meluncurkan produk. Masuki pasar yang ramai dengan penawaran baru untuk membedakan perusahaan Anda dari pesaing. Untuk mempertahankan keunggulan produk Anda di pasar yang jenuh.

B. Bentuk Organisasi Bisnis

Jika Anda mengetahui struktur bisnisnya, Anda akan memiliki gagasan yang lebih baik tentang perusahaan seperti apa yang akan didirikan dan apakah akan menggunakan struktur hukum tertentu atau tidak.

Anda harus menyesuaikan pilihan struktur bisnis Anda dengan sumber daya yang tersedia, keterampilan dan minat Anda, hasil yang ingin Anda capai, risiko yang ingin Anda ambil, dan kewajiban hukum dan pajak yang harus Anda penuhi. Semua faktor ini akan mempengaruhi umur panjang perusahaan Anda di masa depan.

Struktur hukum bisnis dapat dipecah menjadi dua kategori berdasarkan ukurannya: 1) bisnis yang sudah memiliki badan hukum, dan 2) bisnis yang tidak memiliki badan hukum tetapi membutuhkannya karena mereka terlibat dalam kegiatan yang sangat kompleks dan tidak dapat beroperasi secara legal tanpa satu, yang dapat diperoleh dari Departemen Kehakiman melalui bantuan notaris. 2) Perusahaan tanpa badan hukumnya sendiri yang terpisah. Artinya, perusahaan yang tidak perlu berbadan hukum karena operasinya sangat mudah. Namun, jika pemilik memilih demikian, bisnis dapat didirikan secara resmi sebagai badan hukum yang terpisah.

Banyak bisnis dimiliki oleh individu atau kelompok yang tidak diakui secara formal sebagai korporasi. Ada

dua bentuk dasar kepemilikan properti: kepemilikan tunggal dan kepemilikan bersama.

a. Perseorangan

Satu orang memiliki dan mengoperasikan perusahaan, membuatnya mudah diatur dan dijalankan dengan lancar. Pemilik perusahaan membuat semua pilihan penting saat itu juga, tanpa berkonsultasi dengan karyawan atau beradaptasi dengan kondisi yang berubah. Seseorang tidak perlu berbagi surplus dan manfaatnya. Kerugian, di sisi lain, diserap oleh perusahaan sendiri.

Tidak perlu banyak uang untuk memulai. Akan tetapi, mendapatkan pinjaman dari bank ketika Anda ingin mengembangkan perusahaan Anda, merupakan tantangan besar. Hal ini disebabkan seringkali badan usaha tidak menyediakan peralatan yang diperlukan untuk badan usaha tersebut. Akibatnya, bahkan perusahaan satu orang pun membutuhkan kerangka hukum agar dapat berfungsi dan berkembang. Perusahaan harus membayar biaya lisensi untuk memperoleh izin resmi untuk beroperasi.

Semua dokumen yang Anda butuhkan untuk menjalankan bisnis Anda sendiri, termasuk salinan KTP dan Kartu Keluarga (KK) pengelola bisnis Anda, nama dan alamat perusahaan Anda, dan surat keterangan dari pemerintah setempat (RT, RW, kelurahan). Di sektor komersial koperasi,

Anda akan menemukan notaris di mana Anda dapat mengurus dokumen tersebut.

b. CV

Comanditaire Voenootschap, atau CV, adalah kemitraan yang terdiri dari satu komanditier atau beberapa komanditier. Jaringan rekanan ini adalah *fondasi de facto* saat resume dibangun. Namun, ada beberapa pemilik yang melihat diri mereka sebagai rekan kerja daripada musuh.

Berikut ciri-ciri CV baik sebagai badan usaha maupun badan hukum:

- CV dibentuk oleh sekurang-kurangnya dua orang, salah satunya akan berperan sebagai Persero (Manajemen Persero) aktif. Dia kompeten untuk mengambil peran sutradara. Namun, pihak lain tersebut berperilaku seperti perseroan terbatas (komanditier).
- Semua tindakan manajemen atau badan usaha harus dilakukan oleh korporasi yang berfungsi. Semua aset pribadi perusahaan dipertaruhkan jika terjadi kerugian dan harus digunakan untuk melunasi klaim yang dibuat oleh pihak luar.
- Berbeda dengan pembentukan PT, pembagian modal untuk pendirian CV tidak disebutkan dalam anggaran dasar. Oleh karena itu, mitra harus membuat perjanjian terpisah atau membuat catatan terpisah tentang masalah ini. Ini

karena kekayaan CV tidak dapat dipisahkan dengan kekayaan para mitranya.

Berikut ini adalah beberapa persyaratan administrasi:

- Riwayat Hidup Pendiri (KTP) dalam rangkap dua.
- “Surat keterangan domisili”, yang tersedia di kantor desa atau kepala desa.
- Seluruh nama dan profesi pembuat CV.
- Semua detail yang Anda perlukan untuk resume standar. Pertimbangkan kegiatan yang melibatkan kantor satelitnya. Selain itu, berkaitan dengan pekerjaan CV yang bersangkutan di bidang usaha lainnya.
- Informasi pajak bumi dan bangunan dan fotokopi perjanjian sewa untuk rumah atau kantor

Ini adalah proses yang harus diikuti untuk mendapatkan izin:

- Manajer resmi CV mengajukan dokumen bisnis yang diperlukan kepada notaris publik lokal yang memegang lisensi praktik yang sah di yurisdiksi tempat CV akan berada.
- Notaris diberikan skema persyaratan yang tersedia melalui formulir pengajuan yang telah diisi.
- Akta Notaris untuk membuat CV biasanya dapat diselesaikan dalam waktu tidak lebih dari

14 hari kerja. Dokumen yang harus diperoleh antara lain surat keterangan domisili, NPWP, SIUP, dan TDP, serta akta notaris yang telah disahkan oleh pengadilan negeri, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, dan Menteri Pertahanan Republik Indonesia.

c. Firma

Firma: Penjelasan Firma didefinisikan sebagai setiap perkumpulan perdata yang dibentuk untuk mengelola suatu korporasi di bawah satu nama bersama berdasarkan pasal 16 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang. Karena kombinasi kualitasnya yang unik sebagai entitas komersial, hukum memperlakukan badan hukum ini secara berbeda dari badan hukum lainnya. Namun, ini tidak berarti bahwa bisnis tersebut tidak dapat dimintai pertanggungjawaban atas tindakan kriminal; itu masih dikenakan tuntutan pidana. Berikut ini adalah beberapa fitur yang membedakan firma:

- Sekelompok individu yang telah memutuskan untuk membentuk kemitraan bisnis dan akan melakukannya dengan satu nama.
- Setiap mitra bertanggung jawab atas bagian mereka dari hadiah hingga batas yang disepakati.
- Ini adalah beban bersama (masing-masing untuk keseluruhan).

- Dibuat dengan menandatangani dokumen hukum (dibuat oleh para pihak).
- Mendaftar ke pengadilan tinggi setempat.
- Persyaratan administratif untuk mendaftar:
- Fotokopi KTP anggota pendiri perusahaan (minimal dua orang)
- Seluruh nama dan profesi pendiri perusahaan
- Informasi lengkap mengenai surat keterangan Domisili Firma umum yang diterima dari kantor kecamatan atau kantor desa tempat usaha beroperasi
- Faktor-faktor seperti sifat perusahaan, jumlah dan lokasi cabangnya, dan lokasi sifat dari usaha lain yang diusulkan semuanya relevan.
- Salinan pindaian perjanjian sewa tempat tinggal atau lokasi bisnis.

Berikut ini adalah ikhtisar dari berbagai proses perizinan.

- Membuat akta yang sah berupa akad notaris awal Firma.
- Mengajukan akta pembentukan kemitraan dengan pengadilan negeri di yurisdiksi asal Firma. Namun, waktu untuk pendaftaran perusahaan sukarela dengan kantor pendaftaran perusahaan telah berlalu.
- Percetakan Negara akan menerbitkan pengumuman akta pendirian di surat kabar resmi negara.

d. PT

Pembentukan PT, atau perseroan terbatas, membutuhkan komitmen finansial yang besar. Untuk memulai, Anda harus memiliki akses ke keuangan. Salah satunya adalah modal yang diizinkan Rp50.000.000,00. Selain itu. Minimal 25% dari total modal yang diizinkan harus dibayarkan sebelum pendirian. Menurut definisi ini, badan hukum PT membanggakan tenaga kerja yang besar dan kantor pusat yang canggih.

Pemilik PT, atau perseroan terbatas, hanya memiliki kendali atas perusahaan sebanyak jumlah saham yang sebenarnya dipegangnya. Bagi PT yang sudah berstatus go public, jenis modal yang paling umum adalah saham yang bisa dimiliki oleh siapa saja. Pendirian perusahaan terbuka hanya membutuhkan penambahan kata “terbuka” atau “Tbk” di akhir nama perusahaan.

Berikut adalah beberapa fitur yang membedakan perusahaan atau korporasi PT.

- Diatur dengan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.
- Dibentuk oleh minimal dua orang atau badan
- Memiliki jumlah minimum modal yang diizinkan (50.000.000,00) atau Minimal 25% dari modal minimum yang diizinkan bank harus dimasukkan pada saat pembukaan rekening.

- Ada batas tanggung jawab pemegang saham.
- Dibuat melalui akta notaris dan diakui oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia
- Memiliki kemampuan untuk: bertindak dalam hukum perdata dan memiliki aset sendiri

Ini adalah daftar prasyarat administrasi yang diperlukan.

- Salinan akte kelahiran pendiri perusahaan yang masih berlaku dan ditandatangani
- Nama Perusahaan, Modal Dasar, Modal Di-setor dan Ditempatkan dari Modal Dasar, Susunan Pemegang Saham, Alamat Perusahaan (termasuk Nomor Telepon, Alamat Email, dan Website), dan Fotokopi Kartu Keluarga Penanggung Jawab yang masih berlaku.
- Informasi tentang: Kekhususan bidang usaha yang dituju; dan Susunan direksi dan komisaris.
- Fotokopi kontrak sewa Anda, jika Anda menyewa, atau bukti pajak bumi dan bangunan Anda, jika Anda memiliki (PBB).

Berikut adalah langkah-langkah yang perlu Anda ambil untuk mendapatkan izin:

- Individu yang mengajukan atau diizinkan untuk mendaftarkan nama dagang pilihannya. Akhirnya, Anda dapat berdomisili di wilayah PT dengan menyatakan semua kriteria administratif yang diperlukan kepada notaris.

- Setelah akta pendirian PT selesai, harus mendapat persetujuan dari Pengadilan Negeri di wilayah tempat PT bekerja dan disahkan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.
- Sebelum PT dapat melakukan kegiatan, NPWP harus dilengkapi atau diurus. Membuat surat keterangan domisili atau SITU di masyarakat setempat. Setelah itu, carilah nomor induk perusahaan dari Dinas Perindustrian (TDP) daerah Anda. selanjutnya mengajukan permohonan SIUP atau SIUI tergantung pada sifat usahanya.

e. Koperasi

Koperasi adalah kumpulan orang atau organisasi lain yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Semua pesertanya bekerja sama menuju tujuan bersama, dan kelompok melihat dirinya sebagai gerakan ekonomi berbasis koperasi untuk rakyat. Koperasi ada untuk kepentingan para pesertanya.

Kegiatan koperasi sehari-hari didasarkan pada ketentuan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 dan Keputusan Menteri Negara dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 104./Kep/M.KUKM/X/2002 Indonesia menetapkan pedoman pendirian, pengesahan, dan perubahan akta pendirian dan anggaran dasar koperasi.

Ini adalah fitur yang membedakan dari bisnis yang dijalankan secara koperasi:

- Sisa hasil usaha dibagikan secara adil kepada para anggota sesuai dengan jumlah jasa usaha yang diberikannya. Keanggotaan bersifat terbuka dan opsional, dan keputusan dibuat melalui proses yang demokratis.
- Modal diberikan dengan tingkat bunga rendah, otonomi dijamin, siswa diajari untuk bekerja sama, dan koperasi bekerja sama untuk memperbaiki komunitas mereka.

Posisi yang berkaitan dengan peserta dalam koperasi diuraikan di sini seperti yang dipersyaratkan oleh undang-undang.

- Ada dua jenis koperasi: primer dan sekunder.
- Koperasi yang memiliki sedikitnya 20 anggota dianggap “primer”.
- Koperasi sekunder adalah koperasi yang beranggotakan koperasi lain diformalkan dengan kehadiran setidaknya tiga koperasi yang diakui secara hukum.
- Anggaran dasar (yang dituangkan dalam akta pendirian) digunakan untuk mendirikan koperasi secara sah (baik primer maupun sekunder).
- Setelah persetujuan resmi dari akta pendirian koperasi, koperasi diakui sebagai badan hukum yang terpisah dengan hak dan tanggung jawab penuh dari bisnis lain di negara tersebut.

Perincian anggaran untuk upaya bersama kami meliputi Ketentuan:

- Keanggotaan, rapat anggota, kepengurusan, permodalan, jangka waktu keberadaan, SHU, dan sanksi
- Ketentuan yang berkaitan dengan nama pendiri; nama dan tempat kedudukan organisasi; maksud dan tujuan dunia usaha

Harap perhatikan persyaratan administrasi berikut.

- Dua akta pendirian koperasi asli, salah satunya dibubuhi materai yang sesuai dengan cara yang sama dengan Formulir 4.
- Berita Acara Rapat Pendiri Koperasi dan Kuasa untuk Bertindak sebagai Agen
- Rencana kegiatan usaha koperasi sekurang-kurangnya tiga tahun ke depan
- Susunan pengurus dan pengawas
- Surat bukti ketersediaan modal yang besarnya sekurang-kurangnya sebesar pinjaman pokok yang harus dilunasi sendiri oleh pendiri
- Dokumen meliputi: • Fotokopi KTP pendiri; • Daftar orang yang menghadiri sesi di mana koperasi didirikan
- Mencantumkan keputusan koperasi sekunder yang disetujui anggota dari setiap rapat anggota koperasi pendiri.
- Surat keterangan domisili dari kelurahan setempat

- Salinan akta pendirian dan anggaran dasar masing-masing pendiri koperasi

Berikut adalah langkah-langkah yang terlibat dalam mendapatkan lisensi.

- Untuk membentuk koperasi primer, sebuah kelompok membutuhkan minimal 20 orang, sedangkan koperasi sekunder hanya membutuhkan 2 orang. Anggota kemudian mengadakan rapat anggota untuk memilih ketua, sekretaris, dan bendahara untuk menjalankan koperasi. Para anggota juga memilih dewan pengawas untuk memantau kinerja dewan dalam menjalankan koperasi.
- Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga (AD/RT) koperasi disusun dalam rapat anggota setelah kepengurusan terbentuk.
- Setelah syarat tersebut terpenuhi, Anda dapat mengurus akta koperasi tersebut di notaris lingkungan Anda. Syarat dokumen berupa salinan KTP pengurus, nama lengkap dan alamat koperasi, salinan NPWP koperasi, salinan AD/RT koperasi, dan salinan surat keterangan domisili kecamatan setempat .

C. Rangkuman

- a. Pembahasan tentang pemasaran tidak pernah ada habisnya karena selalu ada hal baru untuk dipelajari di bidang yang dinamis ini. Saat menja-

lankan bisnis, biasanya pemilik berfokus pada masalah ini dan mengerahkan upaya ekstra untuk membuat keputusan yang tepat yang akan membantu kesuksesan perusahaan di masa depan. Ada urutan langkah-langkah yang terlibat dalam melakukan riset pasar. Metode umum dalam riset pasar meliputi: a) Melakukan analisis pasar, b) mengawasi bagaimana pasar berkembang, dan c) Menguji air di pasar, d). Waspada! kurangnya persaingan di pasar.

- b. Salah satu manfaat mengidentifikasi struktur bisnis adalah kemampuan untuk memilih struktur bisnis yang paling sesuai untuk perusahaan Anda dan untuk menghindari birokrasi yang tidak perlu. Anda harus menyesuaikan pilihan struktur bisnis Anda dengan sumber daya yang tersedia, keterampilan dan antusiasme Anda untuk bidang yang Anda pilih, hasil yang ingin Anda capai, skenario terburuk yang Anda antisipasi, dan persyaratan hukum untuk membentuk perusahaan. Ini semua terkait dengan kesehatan jangka panjang perusahaan Anda. Akronim “I.B.,” “CV,” “Firma,” “PT,” dan “Koperasi” semuanya mengacu pada berbagai jenis struktur hukum untuk menjalankan bisnis.

D. Evaluasi Diri

Pertama, apa definisi riset pasar? Jelaskan mengapa menurut Anda riset pasar itu penting. Bagaimana cara melakukan riset pasar? Terakhir, apa saja jenis-jenis bisnis?

E. Sumber Pustaka

- Ady Imam.2009. Cara Mudah Memulai Usaha Kecil Disertai Contoh Studi Kelayakan Usaha Sederhana. Siklus: Yogyakarta
- Gatut susanta, Dkk. 2009. Cara Mudah Mendirikan dan Mengelola UMKM. Raih Asa Sukses: Bogor
- Sumarwan Ujang Dkk. 2011. Riset Pemasaran dan Konsumen. Panduan Riset dan Kajian Kepuasan Perilaku, Pembelian, Gaya
- Hidup loyalitas dan Persepsi Risiko. Bandung : IPB Press
- International Labor Organization (ILO), 2005, Modul Versi 1,0, Generate Your Business Ide, International Training Centre: Jakarta

4

PEMASARAN DAN PEMASARAN PRODUK

**Fianda Julyantoro,
Muhammad Izharuddin,
Aaqila K. Zahra Zahira,
Vania K. Hasnahusnia**

A. Memasarkan Produk

Keberadaan rencana pemasaran yang dipikirkan dengan matang, tidak diragukan lagi, sangat penting untuk kelangsungan hidup dan pertumbuhan jangka panjang perusahaan mana pun. Juga tak terbantahkan bahwa keberhasilan perusahaan sebagian disebabkan adanya rencana pemasaran yang matang.

Bantuan strategi pemasaran sangat penting bagi perusahaan dari semua ukuran jika mereka ingin meningkatkan penjualan produk dan memperluas basis pelanggan mereka. Oleh karena itu, UKM dapat memperkenalkan namanya dan melihat ekspansi yang cepat karena semakin banyak orang yang membeli produk dan layanan mereka. Sehingga

dapat membantu UKM dalam promosi produk. Beberapa faktor yang harus diperhatikan UKM dalam melakukan pengembangan pasar diuraikan di bawah ini.

a. Cari Tahu Harga Yang Akan Dibayar Konsumen

Penjualan dapat ditingkatkan secara signifikan dengan penetapan harga yang strategis, dengan harga murah yang kompetitif menjadi daya tarik utama bagi pelanggan. Oleh karena itu, pastikan harga yang Anda jual tidak lebih tinggi dari harga eceran tertinggi di wilayah tersebut. Agar bisa bersaing dengan harga produk sejenis.

b. Mengidentifikasi Segmentasi Pasar

Langkah pertama dalam pemasaran produk yang sukses adalah mengidentifikasi pelanggan ideal Anda. Dalam skenario seperti itu, mengelompokkan audiens target Anda ke dalam subkumpulan yang lebih kecil adalah sebuah opsi. Pasar dapat disegmentasikan dengan berbagai cara, termasuk menurut demografi audience target, karakteristik produk dan layanan yang ditawarkan, serta keinginan dan kebutuhan demografis target.

c. Menentukan Strategi Distribusi Produk

Segmentasi pasar dan penetapan harga bukanlah satu-satunya hal yang perlu Anda perhatikan saat membuat produk. Hal ini penting untuk memastikan bahwa produk akhir sampai ke tangan pembeli. Anda dapat bekerja sama dengan agen atau *reseller* produk dengan membayar mereka komisi untuk menjual produk UKM Anda, atau Anda dapat menjualnya secara konsinyasi (di

lokasi ritel tertentu), memperkenalkannya di pameran dagang, atau mempromosikannya langsung melalui situs *web* dan toko *online* Anda.

d. Manfaatkan Tempat Publikasi

Ada banyak saluran periklanan yang tersedia untuk usaha kecil dan menengah (UKM) saat ini. Iklan dapat ditempatkan di berbagai media cetak dan elektronik, antara lain surat kabar, majalah, tabloid, brosur, poster, serta penggunaan jaringan radio, televisi, dan internet. Jika Anda menggunakan media untuk beriklan secara teratur, Anda dapat meningkatkan kemungkinan menghasilkan penjualan sebanyak mungkin.

Sekarang setelah Anda tahu cara mengiklankan barang-barang usaha kecil dan menengah (UKM), Anda dapat menggunakan pengetahuan Anda dan mulai mengumpulkan uang setiap bulan. Saatnya memulai dengan pendekatan yang paling sederhana dan langsung.

Segmentasi pasar adalah strategi untuk melihat industri secara keseluruhan. Kita harus dapat dengan cepat mengenali dan menangkap pembukaan pasar saat mereka muncul. Sangat penting bagi pemasaran dan keberhasilan perusahaan untuk mensegmentasi pasar. Segmentasi pasar adalah keterampilan yang perlu diperoleh saat mendirikan perusahaan, meskipun ada kehati-hatian yang menghalangi kita untuk memotong kue terlalu tipis. Dalam pemasaran, segmentasi memegang peranan penting karena:

- a. Memungkinkan kami mengerahkan lebih banyak energi untuk menembus pasar dengan cara yang memanfaatkan kekuatan kami sebagai bisnis.

- b. Meminta umpan balik tentang penentuan posisi pasar dan analisis lanskap kompetitif kami.
- c. Kami akan dapat menggunakannya sebagai landasan untuk rencana pemasaran kami di masa mendatang.
- d. Aspek terpenting dari bisnis mengungguli pesaing dengan menggunakan pendekatan baru ke pasar.

Berikut ini berbagai perspektif di pasar.

1. Segmentasi berdasarkan atribut statis. Analisis pasar dalam hal lokasi dan profil konsumen. Karena perspektif geografis kami, kami menganalisis pasar dari perspektif regional (negara, wilayah, provinsi, kota). Ketika kita melihat pasar melalui lensa demografi, kita mengklasifikasikan konsumen berdasarkan karakteristik seperti jenis kelamin, usia, status perkawinan, pekerjaan, afiliasi agama, dan tingkat pendidikan.
2. Pengelompokan atribut yang selalu berubah. Bagaimana menganalisis pasar menurut faktor-faktor yang berubah yang mencerminkan sifat khas pembeli. Pasar dipecah di sini menurut demografi dan kebiasaan konsumen. Gaya hidup (*way of life*) dan kepribadian merupakan komponen psikologi. Ukuran kognisi dan tindakan konsumen, termasuk persepsi produk, adopsi, dan kepuasan. Penting untuk mendidik diri sendiri tentang pasar khusus, demografi, dan psikologi.
 - a. Demografi. Mengacu pada data demografis seperti usia rata-rata, pendapatan, dan tingkat pendidikan. Segmentasi atribut statis, yang didefinisikan Hermawan sebagai “teknik melihat pasar

berdasarkan lokasi dan demografi”, termasuk demografi ini juga. Karena perspektif geografis kami, kami menganalisis pasar dari perspektif regional (negara, wilayah, provinsi, kota). Kita dapat menganalisis pasar berdasarkan faktor demografis seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, agama, dan tingkat pendidikan.

- b. Istilah “psikografi” mengacu pada praktik penggunaan demografi untuk mempelajari tentang preferensi subkelompok tertentu dari populasi. Di antara berbagai aspek kehidupan masyarakat yang dapat dianalisis dengan psikografis antara lain tempat liburan, toko favorit, cara menghabiskan uang ekstra, olahraga favorit, dan banyak lagi. Mengutip Hermawan sekali lagi: “*Dynamic Attribute Segmentation*” adalah cara memandang pasar berdasarkan fitur dinamis yang mencerminkan karakter pelanggan, dan psikografis adalah bagian dari itu. Pasar dipecah di sini menurut demografi dan kebiasaan konsumen. Untuk menegaskan kembali, psikografis dapat digunakan untuk menggambarkan hal-hal seperti kepribadian atau cara hidup seseorang. Konsumsi, kepuasan, dan indikator perilaku pelanggan lainnya terhadap produk.
- c. Dalam hal ini, kita berbicara tentang pasar khusus. Beberapa orang memiliki kesamaan sifat, hobi, dan preferensi pembelian satu sama lain.

B. Konsep Bauran Pemasaran.

Jika kita mempertimbangkan apa itu bauran pemasaran, kita menemukan bahwa itu adalah seperangkat instrumen pemasaran yang dapat dikelola untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan dari pasar sasaran.

Bauran pemasaran terdiri dari semua alat yang tersedia bagi pemilik usaha kecil untuk meningkatkan penjualan dan laba. Dalam bauran pemasaran, harga, lokasi, produk, dan iklan adalah empat P yang harus diperhatikan oleh pengusaha.

a. Barang atau Produk/Jasa

i. Jenis-jenis Produk

Produk, baik berwujud maupun tidak berwujud (jasa), adalah apa yang bisnis tawarkan kepada konsumen dalam upaya memenuhi permintaan mereka. Dalam perekonomian saat ini, diperlukan dua jenis barang yang berbeda.

Produk langsung digunakan. Produk yang dibeli dan dijual hanya sekali oleh pengguna akhir. Produk yang mungkin sering dibeli dan digunakan konsumen tidak mengharuskan mereka untuk berusaha keras untuk mendapatkannya. Seperti tepung, tempe, sabun, dan lain-lain.

Barang konsumen, seperti elektronik, pakaian, perhiasan, dan sebagainya, yang pembelinya harus terlebih dahulu melakukan penelitian atau membandingkan kualitas, jenis, desain, dan harga barang serupa yang dijual oleh pengecer lain.

Persediaan eceran. Barang dagangan yang diper-

oleh untuk tujuan perdagangan lebih lanjut. a) Sumber daya mentah seperti besi, kapas, dan kayu b) Input pabrik seperti garam, pasir, dan batu kapur c) Input operasional seperti bensin, solar, oli, dan lain-lain. d) Mesin-mesin esensial, seperti mesin penggilingan padi dan mesin tenun pabrik tekstil e) Mesin tambahan, seperti mekanisme transportasi darat ke kapal dan lain-lain.

Permintaan produk dapat ditingkatkan melalui berbagai perlakuan, seperti:

Membungkus barang dengan kayu, karton, atau busa agar lebih tahan guncangan, misalnya, adalah salah satu contoh kemasan pelindung. Untuk menarik minat pembeli potensial, penting untuk membuat kemasan yang menarik dan lucu. makanan yang dipanggang, barang kertas, dll (dibungkus secara unik).

Pertimbangkan hal-hal berikut saat Anda merencanakan strategi pengemasan produk Anda. Pertama, untuk membalikkan penurunan penjualan, dan kedua, untuk menarik jenis pelanggan baru dan menumbuhkan pasar. a) Mendesain ulang paket adalah salah satu opsi. Pengganti, pada dasarnya kemasan yang tidak sesuai standar, dan mungkin menukar beberapa kemasan baru untuk dorongan pemasaran. b) Mengembangkan kemasan yang dapat digunakan untuk beberapa barang dalam satu baris, atau menghasilkan desain yang unik untuk

setiap produk. Pengemasan kelompok, seperti yang digunakan oleh perusahaan tembakau Gudang Garam, memerlukan penggunaan pengemasan yang seragam di semua barang perusahaan. c) *Reusable packaging*, seperti wadah sabun kosong yang dapat diisi ulang, dapat mendorong pembelian ulang produk yang isinya sudah terpakai. d) Berbagai macam kemasan, termasuk namun tidak terbatas pada yang digunakan untuk makanan ringan dan minuman. Menurut penelitian terbaru (Agustina, 2011).

ii. Pemosisian Produk

Berikut ini adalah contoh strategi produk yang harus diterapkan perusahaan saat menciptakan produk baru.

- Pilih simbol dan *tagline*. Logo perusahaan produk adalah ikon, sedangkan moto organisasi layanan adalah ekspresi dari tujuan dan nilai-nilainya.
- Membuat nama untuk diri sendiri. Salah satu cara bagi pelanggan untuk mengatakan bahwa produk atau layanan tertentu sah adalah jika memiliki merek yang berbeda. Sangat umum untuk menganggap identitas merek sebagai kombinasi dari namanya, frasa, simbol, dan desain. Saat mengembangkan merek, ingatlah hal-hal ini untuk memastikan pengakuan konsumen secara luas: Nama mudah diingat,

- bergaya, bermakna, dan menarik.
- Mengembangkan kemasan. Kriteria yang berbeda, seperti kualitas kemasan, bentuk atau ukuran, menggabungkan desain merek, warna yang menarik, dan sebagainya, harus dipenuhi saat membuat kemasan.
- Keputusan Mengenai Label. Harus ada informasi tentang produsen produk, negara asal, tanggal pembuatan, rekomendasi penggunaan, dan tanggal kedaluwarsa pada label, yang terhubung dan menjadi bagian dari kemasan (Kasmir, 2011).

b. Harga

Menentukan harga untuk suatu produk dilakukan setelah pengembangannya selesai dan semua fiturnya diterapkan. Istilah “harga” mengacu pada jumlah uang yang harus dibagikan oleh pembeli atau pengguna sebelum menerima atau mengambil keuntungan dari suatu produk atau layanan. Bauran pemasaran mencakup penetapan harga sebagai komponen kunci. Menyadari bahwa penetapan harga merupakan faktor pendorong dalam cara pelanggan menanggapi barang dan jasa sangatlah penting, peluang sukses produk di pasar akan berakhir jika harganya salah.

Harga perlu dihitung ulang mengingat tujuan perusahaan. Sebuah perusahaan menetapkan harga untuk alasan berikut.

- i. Untuk tetap hidup. Penetapan harga dilakukan

- semurah mungkin jika tujuan perusahaan dalam menentukan harga adalah untuk bertahan hidup. Tujuannya adalah untuk membuat sebanyak mungkin penjualan produk atau jasa dengan harga murah dan dalam kondisi pasar yang ideal.
- ii. Untuk meningkatkan keuntungan finansial. Keuntungan dapat dioptimalkan melalui penetapan harga strategis yang mendorong lebih banyak pembelian. Sebagian besar barang dapat dihargai dengan sangat murah atau sangat mahal.
 - iii. Untuk memperluas penetrasi pasar. Untuk meningkatkan pangsa pasar perusahaan, lebih banyak pelanggan harus tertarik. Diantisipasi bahwa dengan menawarkan produk dengan harga rendah, lebih banyak pelanggan dan pelanggan potensial dari bisnis pesaing akan bergerak.
 - iv. Kualitas Produk. Saat menetapkan harga, penting untuk mempertimbangkan persepsi kualitas produk atau layanan yang dijual. Selama orang percaya bahwa produk yang berkualitas harus lebih mahal daripada produk serupa di pasar, harga kemungkinan besar akan ditetapkan setinggi mungkin.
 - v. Saingan. Tujuan penetapan harga berdasarkan harga pesaing adalah untuk memberikan tarif yang lebih menarik bagi pelanggan daripada bisnis pesaing. Artinya, tergantung pada produknya, mungkin lebih mahal atau lebih murah daripada pesaing.

Setelah menetapkan tujuan penentuan harga, langkah selanjutnya adalah menetapkan besaran harga berdasarkan perhitungan. Tentu saja, nilai biaya pemasangan yang diperlukan diubah berdasarkan penggunaan sistem yang diharapkan. Berikut adalah beberapa pendekatan untuk menetapkan harga yang wajar untuk barang Anda. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan pada tahun Kasmere (2011):

- i. Tergantung pada situasinya, mungkin perlu mengubah harga atau membedakan pelanggan dengan cara berikut: Oleh pelanggan; harga berbeda tergantung dari pelanggan utama (primer) atau konsumen dapat (sekunder). Konsumen sasaran adalah mereka yang secara konsisten mencapai atau melebihi pengeluaran yang ditetapkan dan tolok ukur lainnya. Biasanya, harga untuk konsumen besar lebih rendah daripada konsumen kecil. Kartu kredit, misalnya, hadir dalam dua bentuk berbeda: kartu master dan kartu visa, dan harganya masing-masing mencerminkan diferensiasi dalam bentuk produk ini. Berdasarkan lokasi; biaya bervariasi dari satu daerah ke daerah lain tergantung pada permintaan. Hal ini disebabkan daya beli dan iklim usaha di setiap daerah berbeda-beda. Waktu; Biaya ditetapkan untuk jangka waktu tertentu. Harga dapat berubah sewaktu-waktu, siang atau malam, pada akhir pekan (khusus untuk hotel), atau selama minggu atau bulan tertentu (musiman).

- ii. Harga Barang Baru. Harga awal yang tinggi dipilih untuk memastikan barang atau jasa berkualitas tinggi. Harga awal yang rendah digunakan untuk memastikan dominasi pasar.
- iii. Pendekatan untuk Biaya. Karena metode penetapan harga ini memerlukan asumsi sesedikit mungkin tentang perilaku pelanggan, banyak bisnis mengandalkannya. Berikut adalah rumus untuk menghitung harga yang diminta: Analisis profitabilitas Penetapan harga dengan harapan menutup pengeluaran awal disebut “harga pengembalian”. Biaya Tetap = BEP (Harga Jual per unit-Biaya Variabel). Faktor-faktor membentuk analisis BEP: Mengidentifikasi dan memisahkan biaya tetap dari variabel dalam bisnis. Ada korelasi langsung antara biaya variabel total dan volume penjualan, sementara biaya tetap tetap konstan terlepas dari fluktuasi output dan harga jual tetap stabil sepanjang periode waktu yang dipertimbangkan. Perusahaan mengkhususkan diri dalam membuat satu produk. Jika sebuah bisnis menghasilkan lebih dari satu barang, keuntungan dari menjual setiap barang akan tetap stabil.

BEP dapat ditentukan dalam beberapa metode berbeda (poin pengembalian utama). Kita bisa menyelesaikan dua di antaranya di sini.

Keterangan	Jumlah (Rp) Per Bulan
Penjualan harian rata-rata 12 kg dengan harga saat ini @ Rp80.000 per kg. Jumlah penjualan per bulan = $12 \times \text{Rp}80.000 \times 30$	28.800.000
Biaya Tetap	2.000.000
<ul style="list-style-type: none"> • Peralatan (mesin jahit, mesin neci, computer, mesin bordir, dll) Rp12.000.000 dengan usia ekonomis 1 tahun per bulan = $\text{Rp}12.000.000/12$ bulan 	1.000,000
<ul style="list-style-type: none"> • Sewa tempat usaha Rp12.000.000 per tahun perbulan = $\text{Rp}12.000.000/12$ bulan 	1.000,000
Biaya Variabel	14.550.000
<ul style="list-style-type: none"> • Bahan baku ($\pm 60\%$ dari omset) 	8,000,000
<ul style="list-style-type: none"> • Tenaga kerja 2 orang @ Rp2.500.000 per bulan 	5.000,000
<ul style="list-style-type: none"> • Kemasan 	800,000
<ul style="list-style-type: none"> • Transportasi 	500,000
<ul style="list-style-type: none"> • Biaya Telepon 	250,000
Biaya Total = biaya tetap + variabel ($\pm 75\%$ dari omset)	16.550.000
Labarugi = Pendapatan - Biaya ($\pm 25\%$ dari omset)	12.250.000

- i. Jumlah produk yang terjadi BEP (dijual) dapat ditentukan dengan cara berikut.

$$BEP = \frac{BIAYA\ TETAP}{HARGA\ BIAYA\ VARIABEL\ per\ KG} = \frac{2.000.000}{80.000 - 40.417} = 51$$

Total biaya variabel per bulan sebesar Rp 14.550.000 dibagi dengan output sapu tangan bulanan menghasilkan biaya variabel per kilogram sebesar Rp 40.417. (360 kg). Karena BEP ditetapkan sebesar 51, suatu usaha dianggap berada dalam situasi BEP ketika hasil dan penjualan bulannya berjumlah 51 kg (tidak untung dan tidak rugi). Dengan 51 kilogram atau lebih per bulan, dia akan mulai melihat untung (atau 1,7 kg per hari). Usaha akan merugi jika produksi dan penjualan kurang dari 51 kg.

- ii. Untuk menentukan tingkat omzet penjualan yang mencapai BEP, gunakan rumus di bawah ini.

$$BEP = \frac{BIAYA\ TETAP}{BIAYA\ VARIABEL\ per\ kg} \cdot \frac{2.000.000}{I \cdot \frac{40.417}{80.000}} = Rp4.042.139$$

Menghitung biaya variabel per kilogram sapu tangan yang diproduksi setiap bulan menghasilkan angka Rp 40.417. Angka tersebut dihitung dengan

membagi total biaya variabel per bulan sebesar Rp 14.550.000 dengan total kilogram sambal pecel yang diproduksi pada saat itu (360 kg). Seorang pengusaha memasuki keadaan BEP setelah penjualan tahunannya mencapai Rp 4.042.139 (50 unit x Rp 45.000) maka tidak untung dan tidak rugi. Ketika volume penjualannya mencapai Rp 4.042.139 per bulan (atau USD 134,73 per hari \implies 1,7 Kg per hari), dia akan menerima kompensasi. Pemilik usaha rugi jika penjualan bulanannya di bawah Rp 4.042.139. menurut (Bambang Banu, 2012).

c. Tempat

Lokasi yang paling disukai konsumen juga merupakan lokasi yang paling menguntungkan secara strategis, menyenangkan secara estetika, dan produktif. Berikut ini adalah beberapa metode yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan:

- i. Tingkatkan jumlah cara agar produk dapat menjangkau pelanggan, baik itu langsung ke konsumen atau melalui perantara.
- ii. Menjangkau pelanggan yang lebih luas dengan memperluas jangkauan Anda ke pasar regional dan nasional
- iii. Atur ulang hal-hal seperti tata letak etalase dan lokasi produk untuk meningkatkan daya tarik visual tempat usaha.

- iv. Memaksimalkan efektivitas sistem pengiriman produk
- v. Memindahkan stok dari satu lokasi ke lokasi lain. Dalam hal pasokan dan inventaris, ini sangat penting.

Ungkapan “distribusi” mengacu pada proses di mana perusahaan memindahkan produknya dari pabrik ke tangan pelanggan. Ini juga bisa berarti “sarana untuk menentukan atau metode atau jalan untuk mencapai” dalam membawa produk ke pasar. Pemikiran yang cermat harus diberikan pada apakah rute pendek atau panjang yang digunakan. Dengan rencana distribusi yang matang, bisnis dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya dengan lebih baik pada waktu dan tempat yang ditentukan. Gangguan layanan menghabiskan waktu yang berharga bagi bisnis dan output berkualitas rendah. Oleh karena itu, Bisnis membutuhkan rencana untuk menjangkau pelanggan mereka dan melakukan berbagai tugas distribusi mereka.

Penting untuk diingat bahwa saluran distribusi memiliki tujuan. Pentingnya strategi distribusi bagi perusahaan ditonjolkan oleh fitur-fitur ini. Tugas-tugas ini meliputi hal-hal berikut.

Tujuan Transaksi. Fungsi transaksi meliputi interaksi bisnis dengan pelanggan dan penyebaran informasi produk kepada pihak yang berkepentingan. Melakukan tindakan ini memberi tahu

pelanggan tentang produk yang sudah ada di pasar dan mengedukasi mereka tentang fitur dan manfaatnya.

Peran logistik. Bagian penting dari setiap bisnis yang sukses adalah departemen logistik, yang bertanggung jawab atas semua aspek rantai pasokan, mulai dari menerima dan memproses pesanan hingga pergudangan dan keamanan. Peran ini sangat penting untuk memastikan produk yang diangkut sampai tepat waktu dan dalam kondisi baik.

Fungsi fasilitas meliputi penelitian dan keuangan. Jumlah anggota saluran dan pelanggan lainnya adalah subjek penelitian saat ini. Istilah “pembiayaan” mengacu pada praktik penyediaan sumber daya moneter kepada anggota penyalur untuk memastikan transfer barang yang lancar dan efisien. Bisnis memiliki berbagai target yang harus dicapai sebagai bagian dari strategi saluran distribusinya. Sebagai contoh, rencana ini akan membantu Anda melayani pelanggan dengan cepat, mempertahankan kualitas yang konsisten di seluruh penawaran Anda, mengurangi biaya, dan selangkah lebih maju dari persaingan.

Saluran distribusi adalah jaringan bisnis dan layanan terpilih yang menghubungkan produsen dengan pembeli. Faktor-faktor berikut dipertimbangkan saat merencanakan saluran eceran dan grosir untuk barang:

Saluran distribusi barang konsumen dapat dipilih dari kategori berikut: produsen langsung ke konsumen, pengecer langsung ke konsumen, agen tunggal langsung ke pengecer ke konsumen, agen langsung ke sub-agen ke pengecer ke konsumen, sub-agen langsung ke grosir ke pengecer kepada konsumen. Dasar pemilihan dan penentuan jalur distribusi produksi industri merupakan produsen kepada pengguna barang industri, produsen kepada penyalur barang industri, dan produsen kepada agen konsumen barang industri.

d. Promosi

Terakhir, bauran pemasaran mencakup promosi. Langkah ini sama pentingnya dengan tahap produksi, penetapan harga, dan distribusi. Setiap perusahaan terlibat dalam latihan ini dengan tujuan mengiklankan semua barang jasa yang ditawarkannya. Tidak mungkin bagi konsumen untuk mempelajari barang-barang perusahaan jika tidak diiklankan. Jadi, periklanan adalah strategi yang paling efektif untuk mendatangkan dan mempertahankan pelanggan.

Mempromosikan produk dan layanan bisnis dalam upaya menjangkau khalayak yang lebih luas. Setiap bisnis dapat memperoleh manfaat dari setidaknya empat jenis media periklanan yang berbeda sambil mempromosikan barang dagangan mereka. Periklanan, promosi penjualan, publisitas,

dan penjualan pribadi adalah empat metode utama promosi.

Iklan adalah metode umum yang digunakan oleh bisnis untuk memperkenalkan nama mereka, menarik klien baru, dan memengaruhi klien yang sudah ada. Kombinasi pemasaran dan periklanan dapat digunakan melalui berbagai saluran, termasuk namun tidak terbatas pada: pemasangan papan reklame di area dengan visibilitas tinggi, pencetakan dan pendistribusian brosur ke seluruh lokasi (cabang, mall, dan lokasi strategis lainnya), iklan cetak di majalah, tabloid, dan media cetak lainnya, dan televisi, radio, dan bentuk iklan media elektronik lainnya.

Media periklanan yang dipilih perusahaan untuk dipertahankan akan digunakan untuk mencapai tujuan spesifik mereka. Setiap bentuk media memiliki audiens dan tujuan yang berbeda. Setidaknya empat tujuan berbeda dapat dicapai dengan menggunakan iklan sebagai alat promosi:

- Untuk pembaruan pada setiap dan semua berita produk milik perusahaan (termasuk namun tidak terbatas pada rilis produk, fitur, dan manfaat).
- Untuk mengingatkan kembali fakta keberadaan, atau keunggulan, produk yang ada di benak konsumen.
- Dalam upaya menarik klien baru dan mem-

bangkitkan rasa ingin tahu mereka dengan tujuan membangkitkan minat dari calon pembeli.

- Promosikan produk pengiklan dengan meyakinkan pembeli potensial untuk meninggalkan pesaing.

Untuk menarik *audience* target mereka, bisnis menggunakan berbagai macam promosi penjualan. Macam-macam bentuk promosi penjualan adalah sebagai berikut, menawarkan tarif yang lebih rendah atau potongan harga untuk hal-hal tertentu, menawarkan potongan harga kepada pembeli yang membelanjakan di atas ambang tertentu, pelanggan dapat mengharapakan untuk menerima souvenir dan kenang-kenangan lainnya sebagai ucapan terima kasih atas dukungan mereka yang berkelanjutan. Selain itu, bentuk promosi penjualan lainnya.

Hubungan Masyarakat. Publisitas, suatu bentuk pemasaran, digunakan untuk menarik klien melalui acara seperti pertunjukan dan karya amal. Penjualan langsung adalah jenis pemasaran keempat untuk dipromosikan. Tenaga penjualan sering mengetuk pintu orang untuk melakukan penjualan pribadi di dunia korporat. “(Kasmere, 2011)

C. Rangkuman

1. Usaha kecil dan menengah memerlukan teknik pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk

dan memperluas kehadiran pasar mereka. Hal ini penting agar produk dan layanan yang diberikan UKM dapat dikenal oleh masyarakat luas dan usahanya dapat berkembang pesat.

2. Dalam pemasaran, ada empat bidang utama yang harus menjadi fokus pengusaha.
 - a. Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen dalam upaya untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka; ini termasuk barang berwujud dan barang tidak berwujud (jasa).
 - b. Harga. Tahap selanjutnya, ketika produk telah dikembangkan dengan segala fiturnya, adalah penetapan harga. Harga adalah nilai moneter yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh atau menggunakan barang atau jasa. Bauran pemasaran mencakup penetapan harga sebagai komponen kunci.
 - c. Lokasi. Untuk menarik pelanggan, bisnis harus berada di lokasi terbaik, yang berarti nyaman, nyaman, dan efektif.
 - d. Unsur terakhir dari bauran pemasaran adalah promosi. Persis seperti produksi, penetapan harga, dan distribusi, ini merupakan langkah penting dalam rantai distribusi.
3. Setiap perusahaan terlibat dalam latihan ini dengan tujuan mempromosikan semua penawaran layanan yang ditawarkannya. Pelanggan tidak

akan mengetahui tentang barang dagangan bisnis jika tidak ada yang memberi tahu mereka tentang barang tersebut.

D. Evaluasi Diri

1. Tentukan pertimbangan pengembangan pasar yang harus diperhatikan oleh usaha kecil dan menengah (UKM).
2. Bagaimana cara kerja bauran pemasaran?
3. Apa kriteria segmentasi pasar?

E. Sumber Pustaka

Agustina. 2011. Manajemen Pemasaran. Universitas Brawijaya Press : Malang

Bambang Banu. 2012. Pemberdayaan UMKM melalui Klinik Koperasi dan UMKM di Kabupaten/Kota di Jawa Timur. Malang

Kasmir. 2011. Kewirausahaan. Rajagraindo Persada: Jakarta

5

MEMPEROLEH PENDANAAN UNTUK USAHA KECIL DAN MENENGAH

**Roy Baskoro Darnanto, Zunairoh
Azfa Mutiara Ahmad Pabulo.**

A. Modal

Baik sumber daya keuangan maupun upaya manusia diperlukan untuk permulaan atau pemeliharaan (keahlian) usaha bisnis. Biaya investasi untuk pengurusan izin dan pembelian aset tetap, serta modal kerja, semuanya harus dibiayai oleh modal dalam bentuk uang. Modal keahlian, di sisi lain, mengacu pada pengetahuan dan keterampilan seseorang di bidang manajemen dan administrasi perusahaan.

Tujuan penawaran umum perdana (IPO) adalah untuk menyediakan dana tahap awal siklus hidup bisnis atau perusahaan (pra-investasi), dari saat rencana awal ditetapkan hingga operasi berjalan dengan baik (memiliki badan usaha). Pengeluaran seperti survei lapangan, riset pasar

untuk perijinan, dan biaya investasi lainnya adalah contoh yang harus ditanggung di muka.

Membeli berbagai aset tetap datang berikutnya, setelah pengeluaran investasi awal (aset) dibayar. Perolehan tanah untuk pembangunan gedung atau struktur, serta pembelian mesin dan perlengkapan usaha, adalah contoh-contoh biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan usaha. Selain itu, uang diperlukan untuk membiayai kegiatan sehari-hari perusahaan. Harga untuk hal-hal seperti bahan mentah, tenaga kerja, dan berbagai lainnya termasuk dalam kategori ini.

Memulai bisnis membutuhkan sejumlah uang, tetapi berapa banyak yang dibutuhkan berbeda untuk setiap usaha. Kita semua hidup di dunia nyata, di mana kita tahu bahwa perusahaan kecil, menengah, dan besar semuanya membutuhkan modal dalam batasan tertentu, dan bahwa batasan ini pada gilirannya ditentukan oleh sifat perusahaan itu sendiri (Kasmir, 2011).

B. Jenis-jenis Modal.

Usaha kecil dan menengah (UKM) menggunakan kedua bentuk keuangan aktif dan pasif. Baik biaya berwujud maupun tidak berwujud dalam menjalankan bisnis dibayar dengan modal aktif. Modal kerja adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan jenis aset likuid ini.

Kekayaan yang diciptakan oleh investasi perusahaan pada masa depannya sendiri merupakan contoh modal pasif. Modal pasif dapat berasal dari investor swasta atau perusahaan komersial, atau bahkan dari luar negeri. Paling umum, pinjaman dari bank dan lembaga keuangan lainnya adalah sumber kas asing.

Lembaga keuangan yang berfokus pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) telah menjamur seiring dengan pergerakan menuju lembaga yang lebih individual dalam perekonomian. Ada bank yang sah dan tidak sah di sini. Itu membutuhkan pertimbangan yang cermat saat memilihnya. Cobalah untuk tidak gagal total saat memulai bisnis. Bank dan non-bank membentuk dua kategori utama Lembaga Keuangan Mikro (LKM).

1. Lembaga Perbankan Dalam Berbagai Bentuknya

Sejak pintu air globalisasi dibuka, beberapa lembaga keuangan bermunculan. Kemunculan lembaga keuangan perbankan bak jamur di musim hujan. Mereka memperebutkan klien di antara ratusan juta orang di Indonesia. Pada intinya, lembaga keuangan bank dapat dipisahkan menjadi dua sebagai berikut.

Lembaga keuangan domestik. Menurut definisi, bank domestik adalah bank yang hanya melakukan bisnis di dalam perbatasan satu negara. Tempat-tempat yang sebelumnya tidak dapat diakses dilayani oleh kantor satelit. Sejumlah lembaga keuangan di negeri ini berupaya bersama untuk mendukung pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah. Untuk menyebutkan beberapa bank dan serikat kredit ini: Pertama, badan kredit yang dikenakan oleh warga desa (BKD). Kedua, bank perkreditan rakyat (BRI) dan Bank Pembangunan Daerah (BPD), dan lain-lain.

Istilah “lembaga keuangan” dapat mengacu pada entitas domestik atau organisasi internasional yang bergerak di bidang keuangan. Keberadaannya juga memberikan

kontribusi bagi pertumbuhan sektor bisnis Indonesia. Istilah “bank global” biasanya digunakan untuk merujuk pada organisasi keuangan khusus ini. Terbentuknya organisasi keuangan internasional ini merupakan anugerah bagi dorongan untuk menumbuhkan jiwa wirausaha melalui pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

2. Organisasi Keuangan Mikro Bukan Bank

Ada berbagai jenis lembaga keuangan, termasuk bank dan non-bank. Banyak orang di daerah tersebut telah memanfaatkan layanan yang disediakan oleh lembaga ini karena kurangnya perbedaan dalam cara kerjanya. Organisasi keuangan mikro di luar sistem perbankan formal. Lembaga keuangan yang telah diakui secara resmi oleh pemerintah sebagai lembaga keuangan yang sah. Namun, bank non-tradisional memang ada. Terlepas dari kenyataan bahwa setiap perusahaan memiliki budaya yang berbeda. Kedua bank ini didedikasikan untuk gerakan pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Misal, koperasi simpan pinjam dan koperasi unit desa.

Serikat kredit gotong royong (non-formal). Komitmen untuk peningkatan dan pertumbuhan komunal, serta kesediaan untuk memikul beban kemajuan. Sudah ada beberapa bank informal yang beroperasi di lingkungan tersebut. Misal, Lembaga swadaya masyarakat (LSM) serta Lembaga Ekonomi Produktif Masyarakat (LEPM).

C. Pinjaman Bank

Dalam hal mendorong pengambilan risiko dan inovasi, tidak ada kekurangan bank yang bersedia membantu. Jelas, ini berkaitan dengan masalah uang. Namun, penting untuk diingat bahwa mayoritas perusahaan keuangan yang menawarkan pinjaman modal sebenarnya adalah inisiatif yang disponsori pemerintah.

Juga, sektor swasta bertanggung jawab atas sejumlah inisiatif. Pinjaman dapat diperoleh dari lembaga keuangan pemerintah dan komersial berikut. Setiap BUMN memberikan bantuan program kemitraan dan bina lingkungan, sedangkan CSR diberikan oleh perusahaan swasta dan internasional, Badan Perkreditan Desa (BKD) yang saat ini melayani kredit desa, dan bank pasar atau bank kecamatan.

Untuk mendapatkan pendanaan, seseorang harus mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan. Pinjaman berbunga rendah untuk jangka waktu pendek disediakan oleh pemerintah melalui bank dan lembaga keuangan lainnya di bawah program seperti KIK dan pinjaman modal kerja abadi (KNKP).

Pemilik usaha kecil bisa mendapatkan pinjaman KIK untuk jangka waktu yang lama untuk berinvestasi dalam aset permanen. Batas KIK saat ini adalah Rp 10.000.000,00. Pinjaman ini memiliki jangka waktu pengembalian 10 tahun. Sepuluh persen dan lima persen per tahun adalah tingkat bunga yang akan ditambahkan ke pinjaman.

Tujuan pendanaan KMKP adalah untuk menutupi kebutuhan modal kerja, seperti perolehan bahan baku dan biaya produksi lainnya. Dengan KIK, Anda dapat mengharapkan untuk menerima jalur kredit yang lebih besar, tetapi tingkat bunganya lebih tinggi (12%).

D. Mengajukan Pinjaman

Persetujuan bank untuk pengajuan pinjaman modal tidak otomatis. Beberapa langkah perlu diambil. Selain itu, ada formalitas yang bisa memudahkan perolehan suntikan dana. Mengapa? Ini karena pegawai bank juga manusia. Selain sebagai profesional yang kompeten, mereka juga memiliki sisi kemanusiaan. Tata cara meminjam di bank atau lembaga keuangan lainnya adalah sebagai berikut.

Evaluasi kembali persyaratan keuangan Anda dengan bank. Ada kalanya Anda mengajukan pinjaman untuk bisnis Anda dan ditolak. Pastikan Anda tidak menyerah terlalu cepat. Salah satu dari sejumlah faktor dapat menyebabkan bank menolak aplikasi pinjaman. Salah satu penyebabnya adalah calon peminjam tidak lolos tahap administrasi. Saat ini, Anda harus proaktif dan bereaksi dengan bertanya kepada pejabat bank mengapa kondisi tersebut tidak terpenuhi. Jika Anda ingin melanjutkan aplikasi kredit Anda, Anda harus berusaha untuk menyelesaikannya se-segera mungkin. Kedua, kapasitas lembaga keuangan tidak tercermin dalam penolakan permohonan pinjaman modal. Pertimbangan kedua adalah jumlah total yang harus dipinjam. Permohonan pinjaman akan ditolak secara otomatis jika jumlah yang diminta lebih besar dari jumlah maksimum pinjaman institusi. Namun, disarankan agar pinjaman diajukan ke lembaga keuangan yang memiliki sumber daya untuk menutupi jumlah pinjaman. Lembaga keuangan dapat memberikan pinjaman dalam jumlah nominal, tetapi ini tunduk pada sejumlah batasan.

Ada sejumlah bank di dekat area sebagian besar bisnis berada. Jika lembaga keuangan yang memberikan

pinjaman berlokasi dekat dengan tempat usaha Anda, ini akan menjadi keuntungan. Manfaat pertama adalah kemudahan menyelesaikan tugas lembaga melalui transaksi. Keuntungan lebih lanjut adalah akan mudah bagi bank untuk melacak seberapa baik kinerja perusahaan Anda. Mereka akan sangat peduli dengan pertumbuhan dan kesuksesan perusahaan yang telah mereka dirikan. Karena kedekatan mereka, yang memupuk ikatan interpersonal yang kuat, hal ini tidak terbayangkan.

Bangun koneksi yang solid dengan orang-orang. Pepatah, “Kamu tidak tahu, kamu tidak cinta,” adalah hal yang umum dalam bahasa kita. Pepatah itu tampaknya menyimpan beberapa kebijaksanaan rahasia. Jika menyangkut masalah keuangan, tidak ada salahnya berteman dengan para teller di bank lokal Anda. Jika Anda memiliki hubungan yang baik dengan pejabat bank, mereka akan memperlakukan Anda dengan baik saat Anda berkunjung. Persahabatan yang menguntungkan hanya bisa berkembang ketika orang-orang baik berkumpul. Dalam konteks transaksi modal perbankan tentunya.

Ada beberapa hal yang perlu Anda lakukan untuk memulai koneksi ini. Buat profil atau lakukan pembelian. Membuka rekening adalah langkah pertama untuk berhubungan dengan bank atau lembaga keuangan non-bank manapun. Menjadi anggota akan memungkinkan Anda menghabiskan lebih banyak waktu di sana dan menjalin hubungan yang lebih dalam dengan tim manajemen bank.

Lebih banyak interaksi dengan pejabat bank tidak dapat dihindari semakin sering Anda menggunakan layanan mereka. Dengan begitu, mereka dapat belajar lebih

banyak tentang Anda, dan Anda dapat belajar banyak tentang sifat bisnis, stabilitas keuangannya, dan prospek masa depannya melalui pertemuan rutin. Pengusaha yang melakukan transaksi di meja mereka biasanya dicatat oleh agen layanan pelanggan dan *teller*. Referensi dari orang-orang ini tersedia di sini. Dunia bisnis melihat referensi sebagai hal yang positif dan berharga. Mungkin untuk bertemu orang baru melalui mereka, misalnya. Karena mereka mengetahui kinerja Anda sebelumnya, mereka mungkin memberikan saran yang berpendidikan kepada lembaga keuangan yang dapat menyetujui kebutuhan modal Anda.

Menjalin hubungan kerja yang solid dengan institusi perbankan. Pertemuan adalah cara yang bagus untuk berjejaring dengan personel dan pejabat bank. Undang mereka ke acara yang Anda ikuti, seperti open house. Mereka akan merasa seperti bagian integral dari tim Anda jika Anda memperlakukan mereka seperti ini.

Ambil langkah-langkah untuk membuat bank merasa berkewajiban kepada Anda. Menjadi pebisnis yang sukses membutuhkan jaringan kontak yang luas. Anggota koneksi berasal dari berbagai macam pekerjaan, orang-orang di pemerintah daerah dan bisnis. Anda akan dapat bekerja sebagai pemasar kontrak untuk bank mitra bisnis Anda jika persyaratan ini terpenuhi. Anda bisa bersikap sebagai klien yang memiliki andil dalam pertumbuhan suatu lembaga keuangan dengan merekomendasikan bank tempat Anda berbisnis dan meyakinkan rekan kerja Anda untuk menjadi nasabah di sana.

Bertindak secara moral. Anda akan setuju bahwa jika seseorang menganggap dirinya sebagai manusia yang baik,

dia memiliki tanggung jawab untuk menegakkan norma-norma masyarakat. Ini merujuk pada bagaimana seseorang bertindak atau berperilaku dalam situasi sosial dengan orang lain; menunjukkan barang-barang tersebut kepada polisi atau pejabat bank yang merupakan kontak bisnis Anda dapat membuat mereka terkesan. Eksekutif bank melihat secerach harapan dalam kinerja masa lalu Anda (Gatut dkk, 2009).

E. Mencairkan Kredit

Ketahui syarat dan tata cara meminjam uang sebelum Anda benar-benar membutuhkannya. Jangan menunda mengajukan pinjaman sampai Anda memiliki semua yang Anda butuhkan.

1. Tata-Tata Cara

Sama seperti banyak hal yang diperlukan untuk melengkapi dokumen izin badan usaha, begitu pula banyak hal yang diperlukan untuk menyiapkan permohonan pinjaman modal. Berikut adalah bagaimana proses berlangsung.

- a. Lakukan pekerjaan administrasi yang diperlukan sebelumnya. Jika Anda tidak memiliki banyak dokumen, Anda harus memberikan salinan dokumen seperti KTP, KK, SIUP, TDP, NPWP, laporan keuangan, dan sertifikat jaminan dari kantor desa setempat. Sebelum mengajukan proposal, sebaiknya Anda sudah menyiapkan barang-barang yang tercantum dalam tabel persyaratan pengajuan kredit di bawah ini.

- b. Anda harus memastikan semuanya beres, benar-benar sempurna dalam segala hal; misalnya tentang pembukuan, kebersihan, dan memastikan anggota staf siap menjawab setiap dan semua pertanyaan yang diajukan oleh surveyor.
 - c. Mengajukan rencana pengajuan kredit modal. Saat Anda puas dengan proposal tersebut, kirimkan ke pejabat yang dapat menerapkan ide Anda. *Account Officer* (AO) adalah petugas tipikal yang bertanggung jawab atas masalah kredit modal.
 - d. Tanyakan kepada AO tentang seberapa sering pemeriksaan dilakukan di perusahaan. Dapatkan info yang Anda butuhkan.
 - e. Jika, selama kunjungan, AO meminta Anda mengoperasikan peralatan yang berbeda, maka operasikanlah. Beri tahu petugas AO bahwa Anda akan menyelesaikannya secepat mungkin jika Anda tidak bisa melakukannya.
 - f. Kami menyarankan agar Anda menghubungi petugas AO keesokan harinya. Tanyakan status aplikasi Anda untuk kredit modal.
 - g. Jika pengajuan pinjaman dana besar Anda telah disetujui, Anda harus mencari tahu kapan uang itu dicairkan. (Gatut dkk, 2009)
2. Persyaratan
- Dalam hal kontribusi modal, lembaga keuangan yang berbeda memiliki persyaratan yang bervariasi. Namun, ada pedoman umum yang harus diikuti terkait

persyaratan administrasi dan teknis pengajuan pinjaman modal.

3. Waktu Pemrosesan

Sudah diketahui bahwa segala sesuatunya membutuhkan waktu. Masalahnya adalah menunggu biasanya merupakan pengalaman yang agak membosankan. Dalam hal menunggu melebihi waktu yang ditentukan. Itu yang terjadi jika tidak disebutkan komitmen waktu dalam pengajuan pinjaman modal. Berikut adalah ikhtisar berapa lama waktu yang diperlukan agar kredit Anda tersebar setelah Anda mengajukannya.

Nominal Pinjaman	Waktu Proses
Rp 5 juta	1 – 2 hari kerja
Rp 5 – 100 juta	3 – 5 hari kerja
Rp 100 – 500 juta	7 – 14 hari kerja
Rp 500 juta – lebih	14 – 30 hari kerja

4. Surat Pengajuan

Lengkapi formulir untuk meminta pinjaman yang lebih besar. Cukup tulis surat permohonan kredit ke bank pilihan Anda dan berikan bukti legitimasi usaha Anda, seperti fotokopi KTP dan surat keterangan pendirian dari pemerintah desa Anda.

Surat itu terutama terdiri dari hal-hal berikut:

- Tanggal Permohonan Kredit
- Nyatakan tujuan surat itu, seperti permohonan kre-

dit. Korespondensi ini dimaksudkan untuk perhatian manajer cabang.

- Catat informasi pengenalan pemilik, termasuk nama, alamat tempat tinggal, alamat komersial, nomor telepon tempat tinggal atau komersial, dan nomor ponsel.
- Saat mengajukan kredit, Anda akan diminta untuk:
 - Merinci sifat bisnis Anda dan masa operasinya;
 - Diskusikan peran kredit dalam membiayai usaha Anda.
- Investasi dan uang pengeluaran diskresioner.
- Peningkatan efisiensi dan keuntungan yang lebih besar hanyalah dua contoh bagaimana uang ekstra dapat berpengaruh.
- Harap tentukan berapa banyak uang yang perlu Anda pinjam. Delapan puluh persen dari modal yang dibutuhkan biasanya disediakan oleh bank (khususnya investasi). Jika Anda membutuhkan Rp. 100 juta tapi hanya punya Rp. 20 juta, maka Anda harus meminta bantuan Rp 80 juta.
- Berspekulasi tentang berapa lama Anda mengharapkan pinjaman berlaku, dan berapa pokok dan bunga yang dapat Anda bayar kembali.
- Harap berikan informasi apa pun yang Anda miliki tentang rencana kredit yang mungkin cocok untuk perusahaan Anda. Kredit untuk program KUR, misalnya, atau pinjaman usaha untuk koperasi nelayan, keduanya sudah pernah disapa dengan perwakilan bank.

- Menunjukkan kesediaan Anda untuk berpartisipasi dalam jajak pendapat

Lombok, [...] [...] [...]

Perihal : Permohonan kredit modal kerja
 Lampiran : 1. TDP
 2. SIUP
 3. NPWP
 4. Laporan Keuangan

Kepada Yth.
 Bapak/Ibu Pemimpin Cabang
 Lembaga Keuangan/Bapak[...]
 di
 [...]

Dengan Hormat,
 Bersama ini saya,
 Nama : [...]
 Alamat rumah : [...]
 Instansi/Pegawai : [...]
 Telpon : [...]
 HP : [...]

Mengajukan permohonan penanaman modal usaha bagi usaha percetakan yang sudah dikelola selama 9 tahun. Saat ini, angka permintaan semakin besar. Dengan kondisi itu, saya niat membuka cabang baru. Oleh karena itu saya mengajukan kredit modal kerja sebesar Rp49 juta. Rencananya. Kredit tersebut akan dikembalikan dalam waktu dua tahun dengan angsuran bulanan yang bersumber dari hasil laba bulanan.

Demikian permohonan ini saya sampaikan. sebagai kelengkapan data, saya lampirkan tanda daftar perusahaan, SIUP, NPWP, dan laporan keuangan sederhana usaha.

Saya sangat mengharapkan apabila bapak/ibu secepat mungkin meninjau lokasi usaha saya. Setiap saat saya siap untuk dilakukan proses pengecekan.

Atas waktu dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih

Hormat saya,

[.....]

5. Tips Sukses

Setelah membaca penjelasan sebelumnya, kesimpulan Anda yang tak terelakkan adalah “sulit mendapatkan pinjaman modal”, dan itu akurat. Anda tidak sendirian dalam ketidakmampuan Anda untuk mendapatkan pembiayaan untuk usaha bisnis Anda. Meski begitu, Anda tidak putus asa dalam situasi seperti itu. Memang benar apa yang mereka katakan. Di mana ada masalah, di situ ada solusi. Jika ini tentang proses mendapatkan pinjaman uang, maka yang berikut ini paling masuk akal. Bagian ini akan menjernihkan kebingungan Anda dan mengklarifikasi semua yang perlu Anda ketahui.

Permintaan kredit tanpa jaminan. Jangan berkecil hati jika Anda berkomitmen untuk meluncurkan dan memperluas perusahaan yang berkembang. Ada beberapa strategi yang dapat Anda terapkan untuk meningkatkan peluang mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan.

Pilih pasar yang memiliki banyak potensi pertumbuhan. Gunakan uang Anda sendiri untuk meluncurkan perusahaan. Bisnis harus dijalankan. Meningkatkan penjualan dan memperluas operasi. Untuk mengajukan kredit dari pemberi pinjaman non-bank, tunggu hingga perusahaan Anda beroperasi setidaknya selama enam bulan. Jaminan murni biasanya tidak diperlakukan dalam keadaan ini. Kurangnya jaminan murni tidak memberi Anda kekuasaan penuh untuk membelanjakan uang sesuka Anda, bahkan jika Anda memanfaatkan program pelatihan, pendampingan, dan saran gratis yang dirancang untuk membantu perusahaan Anda berhasil. Akan ada saatnya lembaga keuangan mengevaluasi Anda. Jika Anda membuang-buang uang dengan bodoh sekali, Anda tidak akan mendapatkan pinjaman lagi.

Apa yang harus dilakukan untuk mendapatkan pinjaman dari bank yang benar-benar berfungsi. Berikut adalah beberapa rekomendasi untuk meminjam dari lembaga keuangan.

- Pinjaman kredit KUR direkomendasikan jika operasi bisnis Anda telah berlangsung setidaknya selama enam bulan. Sementara itu, sebaiknya perusahaan Anda sudah beroperasi minimal dua tahun.
- Kirim aplikasi kredit ke bank yang dikelola pemerintah. Selain itu, Anda harus sukses secara ekonomi. Ada cara langsung dan tidak langsung untuk menunjukkan ini. Volume lalu lintas pejalan kaki di toko Anda dikombinasikan dengan berbagai barang yang dibeli oleh pelanggan tersebut adalah bukti langsung. Meskipun buku-buku tersebut memberikan bukti tidak langsung. Dalam pembukuan jenis ini, Anda perlu menemukan strategi untuk mendapatkan kepercayaan dari manajemen bank.
- Dapatkan jaminan bersih sehingga bank yakin bahwa Anda dapat memenuhi komitmen Anda. Bank tidak perlu khawatir, bahkan jika perusahaan yang Anda jalankan gagal, karena bank itu sendiri memiliki jaminan murni yang Anda miliki.
- Tunjukkan integritas Anda dengan membayar hutang Anda tepat waktu. Permohonan kredit Anda akan ditolak tanpa pertimbangan lebih lanjut jika diketahui bahwa Anda memiliki hutang dengan lembaga keuangan lain.

- Jika langkah-langkah ini berhasil diselesaikan, pengajuan kredit dapat dilakukan dengan cepat, sehingga persyaratan permodalan dapat dipenuhi.

Cara mendapatkan pinjaman dari bank yang benar-benar berfungsi. Berikut adalah beberapa praktik terbaik yang dapat membantu perusahaan keuangan mikro non-bank mendapatkan pinjaman modal yang mereka perlukan untuk berkembang.

- Terlibat dalam kegiatan keuangan non-bank dan diterima sebagai anggota. LSM dan koperasi adalah dua contohnya. Sampaikan kepada atasan jika ada biaya keanggotaan yang harus dibayar. Patuhi panduan ini.
- Saat ini ada sejumlah besar komunitas bermunculan di daerah tersebut dari berbagai perusahaan. Penciptaan kelompok-kelompok ini memfasilitasi komunikasi dan kolaborasi di antara para profesional yang memiliki minat yang sama dalam memajukan industri terkait. Bergabung dengan grup akan memudahkan pengajuan pinjaman.
- Anda dapat dengan mudah terhubung dengan otoritas pemerintah setempat karena lingkungan Anda berfungsi sebagai pusat komunitas bisnis.
- Mampirlah ke pegadaian saat Anda terjepit dan membutuhkan lebih banyak uang tunai. Ini adalah pilihan terbaik yang tersedia.

F. Rangkuman

Usaha kecil dan menengah (UKM) menggunakan kedua bentuk keuangan aktif dan pasif. Baik biaya berwujud maupun tidak berwujud dalam menjalankan bisnis dibayar dengan modal aktif. Modal kerja adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan jenis aset likuid ini.

Setelah membaca penjelasan sebelumnya, kesimpulan Anda yang tak terelakkan adalah “sulit mendapatkan pinjaman modal”, dan itu akurat. Anda tidak sendirian dalam ketidakmampuan Anda untuk mendapatkan pembiayaan untuk usaha bisnis Anda. Meski begitu, Anda tidak putus asa dalam situasi seperti itu. Memang benar apa yang mereka katakan. Di mana ada masalah, di situ ada solusi.

G. Evaluasi Diri

1. Kriteria apa yang harus digunakan untuk memilih bank yang memenuhi kebutuhan civitas akademika?
2. Bagaimana langkah-langkah dan syarat-syarat untuk memberikan kredit?
3. Dapatkan pinjaman untuk membiayai investasi Anda

H. Sumber Pustaka

Gatut, dkk. 2009. Cara Mudah Mendirikan dan Mengelola UMKM. Jakarta : Raihasa Sukses

Kwartono, M. Adi. 2009. Kiat Sukses Berburu Modal UMKM. Jakarta : Penebar Swadaya

Kasmir. 2011. Kewirausahaan. Jakrta: PT Raja Graindo

6

MENGELOLA PERSEDIAAN, PRODUKSI, DAN MANAJEMEN MUTU UMKM

**Stefanus Budy Widjaja Subali,
Adhika Putra Wicaksono, Veny Megawati**

A. Pengantar

Dalam makalah ini, kami mengkaji aspek-aspek pendukung proses produksi, termasuk pengadaan dan manajemen pasokan dan proses manajemen produksi UMKM. Secara khusus, prosedur pembuatan yang dilakukan oleh UKM dan UMKM (UMKM).

Tujuan persediaan dan perencanaan produksi adalah untuk memaksimalkan kualitas produk layanan, output, dan profitabilitas. Kebutuhan pasar mendorong standar kualitas yang harus dipenuhi produsen. Tidak selalu kualitas terbaik untuk mendapatkan kualitas yang sesuai. Harga produk dan spesifikasi teknis yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan tersebut menentukan hal ini.

B. Kompetensi Dasar

Manajemen rantai pasokan, perencanaan produksi, dan penjaminan mutu untuk usaha mikro, kecil, dan menengah adalah semua topik yang dapat dibahas secara rinci untuk kepentingan siswa.

C. Kemampuan Akhir yang Diharapkan

Kualitas, kuantitas, waktu, dan biaya produksi komoditas yang tepat dapat dikelola dan diproduksi oleh siswa.

D. Mengelola Persediaan

Manajemen inventaris yang tepat sangat penting untuk keberhasilan berbagai jenis UKM. Pengecer yang menjual kebutuhan seperti makanan dan pakaian, misalnya, memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa stok mereka beragam (menawarkan beragam pilihan kepada klien) dan dalam kondisi baik (bebas dari pembusukan dan kerusakan). Atau, pertimbangkan perusahaan yang menawarkan layanan pemeliharaan dan perbaikan gedung; mereka harus secara teratur memeriksa apakah stok gudang mereka cukup untuk memenuhi kebutuhan pelanggan mereka.

Manajemen inventaris yang efektif sangat penting untuk meminimalkan gangguan dalam operasi perusahaan dan memberikan layanan yang unggul kepada konsumen. Beberapa saran diberikan di bawah ini untuk meningkatkan pengelolaan stok.

1. Menyusun Catatan Informasi Inventaris

Istilah “manajemen inventaris” mengacu pada proses mengawasi semua fase siklus hidup inventaris, mulai

dari membeli dan menyimpan inventaris hingga menggunakan dan menjualnya. Karena itu, Anda harus membuat strategi yang matang untuk apa pun yang Anda lakukan yang melibatkan saham. Namun pendekatan tersebut akan “hambar” dalam persiapan jika tidak ada bukti pendukung yang memperkuat strategi yang dipilih. Itulah mengapa sangat penting untuk menyimpan catatan data inventaris Anda.

Untuk mendokumentasikan data inventaris dengan benar, semua transfer stok harus dicatat. Ini memastikan bahwa organisasi memiliki pengetahuan yang akurat tentang berapa banyak stok yang tersedia saat ini. Pola, seperti “berapa banyak inventaris A dijual/digunakan dalam sehari”, “berapa banyak inventaris B dijual/digunakan dalam seminggu”, dan seterusnya, dapat diperoleh dari pencatatan yang akurat (Lewohokol et al, 2020). Karena sistem manajemen inventaris yang lebih efektif dikembangkan, tren ini akan memberikan data yang sangat berharga.

2. Pemasok Dipilih Dengan Hati-hati

Memilih pemasok dengan hati-hati dapat berdampak signifikan pada laba perusahaan yang sangat bergantung pada produk tersebut. Biaya operasional perusahaan akan sangat dipengaruhi oleh variasi harga yang diajukan oleh berbagai pemasok. Semakin kompetitif harga dari Pemasok, semakin besar potensi keuntungan.

Ada kemungkinan kualitas produk yang ditawarkan oleh berbagai vendor akan berbeda-beda. Produk berkualitas

tinggi, selain memiliki harga premium, juga akan dihargai lebih tinggi oleh konsumen. Karena produk berkualitas tinggi dengan harga tinggi tidak selalu cocok untuk target pasar perusahaan, penting bagi perusahaan untuk memilih pemasok yang penawarannya paling sesuai dengan kebutuhan pasar tersebut.

Organisasi juga harus tetap mengikuti perkembangan pasar dan secara aktif mencari informasi tentang pemasok alternatif yang mungkin dapat memberikan produk dan harga yang lebih baik. Jangan beristirahat sampai Anda benar-benar puas dengan Pemasok bisnis Anda saat ini.

3. Memproyeksikan Pembelian Inventaris

Perusahaan di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang memiliki jumlah inventaris yang signifikan (sering kali termasuk dalam kelas kecil atau menengah) diharapkan dapat memprediksi pembelian inventaris di masa mendatang. Dengan menetapkan perkiraan pembelian inventaris, organisasi dapat mengetahui kapan saat yang optimal untuk memperoleh barang dagangan. Selain itu, bisnis dapat menentukan jumlah pembelian yang optimal.

Perencanaan ke depan untuk akuisisi inventaris sangat penting untuk efektivitas biaya. Pasalnya, total biaya pembelian barang dipengaruhi oleh berbagai variabel, antara lain, namun tidak terbatas pada, biaya transportasi, fluktuasi harga, dan sewa ruang gudang. Menggunakan titik pemesanan ulang dan metodologi *Economic Order*

Quantity (EOQ) dapat membantu dalam peramalan persediaan. Pendekatan EOQ menunjukkan berapa banyak stok yang harus dibeli, sedangkan metode reorder point menunjukkan kapan harus membeli.

4. Mengawasi Fasilitas Penyimpanan

Memiliki gudang yang terorganisir dengan baik juga penting untuk manajemen inventaris yang efektif. Ketika kita mengatakan sesuatu itu “teratur dengan baik”, kita tidak hanya bermaksud bahwa itu bersih dan teratur; kami juga mengacu pada bagaimana menyimpan inventarisnya. Sistem rak merupakan aspek penting dalam penyiapan stok (penyimpanan vertikal menggunakan rak). Ini cara yang bagus untuk memanfaatkan lebih sedikit ruang. Posisi rak juga penting.

Persediaan secara kasar dapat dipecah menjadi dua kategori: yang bergerak cepat dan yang tidak: item yang bergerak cepat (persediaan dengan tingkat perputaran tinggi) (persediaan dengan perputaran lambat). Barang-barang yang bergerak cepat harus disimpan di rak depan gudang (dekat pintu), karena hal ini memfasilitasi pergerakan inventaris yang cepat (karena pembelian dan penjualan sering terjadi). Produk yang tidak bergerak dengan cepat bisa mendapatkan keuntungan dari rak yang lebih dalam, karena tidak perlu sering diatur ulang. Mungkin ada transisi dari saham yang bergerak cepat ke saham yang bergerak lambat, dan sebaliknya, seiring berjalannya perjalanan. Anda selalu dapat menemukan informasi ini di log persediaan yang tercatat.

Menerapkan FIFO (First-in-First-Out) ke rak penyimpanan adalah metode lain yang mungkin berguna untuk bisnis. Dengan menggunakan metode ini, bisnis akan mengatur stok mereka sehingga barang yang paling sering mereka beli (atau yang memiliki tanggal kedaluwarsa terdekat) disimpan di tepi rak.

E. Mengelola Produksi

- a. Proses Manufaktur Usaha Mikro, Kecil, atau Menengah
Kata “produksi” adalah kata yang umum digunakan dalam percakapan sehari-hari di rumah, di tempat kerja, dan di dalam kelas. Kita perlu memahami pentingnya proses pembuatan jika kita ingin mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentangnya. Produksi Proses adalah setiap tindakan yang menyatukan bagian-bagian produksi yang terpisah untuk menciptakan sesuatu dengan nilai komersial.

Ketika kita berbicara tentang produksi, kita tidak hanya bermaksud menghasilkan produk yang memenuhi permintaan konsumen dan menghasilkan keuntungan; kita juga bisa berarti apa saja dari bisnis barang dan jasa hingga praktik membuat kombinasi barang atau ornamen. Bahan baku utama, serta bahan baku sekunder atau tersier, memegang peranan penting dalam proses produksi.

Jadi jika produksi didefinisikan sebagai transformasi bahan mentah menjadi produk jadi, maka definisi ini secara akurat menggambarkan apa yang terjadi selama

produksi. Dimana output dari produksi ini bervariasi dalam bentuk, kualitas, dan umur panjang dari waktu ke waktu. Dalam konteks produksi UMKM menurut Azizah& Pramandari (2018), transformasi ini terjadi melalui proses seperti menenun, memintal, memotong, dan lain-lain. Sektor tekstil, kerajinan tangan, meubel, dan lain-lain merupakan contoh industri. Menggabungkan berbagai bahan untuk menciptakan sesuatu yang baru adalah metode manufaktur lainnya. Hal ini biasa terjadi pada industri makanan dan minuman serta dalam pengembangan obat herbal, kosmetik, dan produk sejenis lainnya.

b. Pertimbangan Produksi untuk UMKM

Perlu ada manajemen yang transparan untuk memastikan proses produksi itu sendiri berjalan dengan lancar. Sejumlah pertimbangan diperlukan dalam pengawasan dan pengendalian proses produksi itu sendiri.

1. Pembelian

Tujuan utama departemen pembelian perusahaan adalah untuk menyimpan bahan baku dan perantara untuk pembuatan produk jadi. Perusahaan dapat menangani pembelian sendiri pada awalnya, tetapi seiring pertumbuhan bisnis, mungkin perlu mempekerjakan staf khusus atau mungkin membentuk seluruh departemen pembelian untuk mengikuti semua transaksi yang diperlukan. Saat melakukan pembelian, penting untuk mengingat hal-hal berikut:

- Tidak peduli berapa banyak stok yang ada di gudang, bisnis tidak perlu mengambil risiko produksi terhenti karena kekurangan pasokan yang diperlukan.
- Perubahan permintaan klien dapat membantu menentukan berapa banyak stok yang harus disimpan dan berapa banyak yang harus dipesan untuk putaran produksi berikutnya. Biaya akan meningkat jika stok meningkat melebihi kapasitas gudang, dan kualitas bahan baku yang mendasarinya dapat menurun jika disimpan terlalu lama.
- Barang/jasa yang dibeli: jika Anda tahu persis apa yang harus dibeli dan berapa banyak, Anda dapat menghemat waktu dan uang selama proses pembelian.
- Menemukan dan memilih pemasok memerlukan pertimbangan banyak faktor, termasuk harga, kualitas, pengadaan, dan layanan purna jual.
- Untuk kepentingan bisnis, sangat diharapkan untuk membeli barang dan jasa berkualitas tinggi dengan harga paling terjangkau, sehingga penting untuk memastikan bahwa penawaran dan metode pembayaran selaras dengan kemampuan Perusahaan.
- Temukan pihak luar yang dapat digunakan Perusahaan sebagai subkontraktor untuk se-

tiap tahap produksi. Terkadang, memiliki sub-kontraktor membantu mempercepat prosedur pembelian.

2. Penerimaan dan Penyimpanan

Dengan gudang yang dikelola dengan baik, perusahaan dapat menyediakan barang dan layanan yang diminta pelanggan sambil memaksimalkan keuntungan dan memangkas biaya seminimal mungkin. Mengelola gudang memerlukan keseimbangan antara harga penyimpanan bahan mentah dan seberapa cepat bahan tersebut akan digunakan. Perusahaan bertanggung jawab untuk memastikan bahwa jenis, jumlah, dan waktu pengiriman bahan baku yang dipesan sesuai permintaan.

- Jenis Barang yang Diterima Apabila Perseroan menerima barang yang tidak sesuai dengan jenis barang yang dibutuhkan atau dipesan, maka produksi harus dihentikan. Hal ini karena bahan baku yang tidak sesuai akan menghasilkan produk yang berbeda dari yang diharapkan atau kualitas yang lebih rendah.
- Kuantitas Pembelian-Semua manufaktur akan berhenti bahkan jika satu jenis bahan baku habis. Selain itu, Perseroan tidak dapat memproduksi jumlah produk yang telah ditentukan sebelumnya jika jumlah yang diminta tidak sesuai dengan jumlah yang diperkirakan. Korporasi biasanya dapat meng-

hemat uang dengan membeli dalam jumlah besar. Pastikan bahan baku aman dan akan bertahan hingga proses produksi berikutnya sebelum mengambil keputusan ini, dan pastikan perusahaan memiliki area yang cocok untuk menyimpannya.

- Jadwal produksi dapat terganggu jika pesanan bahan baku terlambat datang. Agar produksi tidak harus terhenti jika terjadi keterlambatan pengiriman bahan baku, Perusahaan harus menetapkan batas minimal persediaan di gudang sebelum melakukan pemesanan.

Untuk menghindari pemborosan uang pada bahan baku yang tidak dibutuhkan karena kelebihan bahan baku atau kurangnya ruang penyimpanan yang sesuai untuk bahan baku yang dipesan, penting untuk membangun sistem manajemen inventaris dan penyimpanan produk yang andal dan efektif. Perlu diingat bahwa bahan baku bukan satu-satunya yang perlu disimpan di gudang Perusahaan; ada juga barang jadi, barang rusak yang bisa diperbaiki, barang retur, serta barang daur ulang dan pakai ulang.

3. Pengawasan Kualitas

Istilah “kontrol kualitas” mengacu pada proses untuk memastikan bahwa suatu produk memenuhi semua standar yang telah kami tetapkan. Dalam

kebanyakan kasus, ada tiga tahap di mana kualitas diperiksa:

- i. Produksi awal dimulai setelah bahan baku diterima. Sederhananya, jika input kita di bawah standar, produk akhir juga akan di bawah standar.
- ii. Faktor kedua adalah prosedur pembuatan. Misalnya, jika langkah-langkah pemotongan, pewarnaan, penyambungan, dll dalam proses produksi tidak dilakukan dengan sempurna, maka produk akhir tidak akan sempurna.
- iii. Tahap akhir terjadi setelah produk selesai. Sayangnya, tidak semua produk menjadi sempurna, meskipun bahan-bahannya telah diperiksa secara menyeluruh dan proses pembuatannya dipantau dengan cermat.

Metode kontrol kualitas lama tidak lagi digunakan karena terlalu banyak membuang waktu, uang, dan sumber daya. Sebagai hasil dari tekanan untuk memenuhi target keluaran, penyelia tahap pertama dan kedua terkadang mengabaikan pemeriksaan penjaminan mutu. Perusahaan saat ini tidak melakukan penjaminan mutu seperti yang dilakukan di masa lalu. Ketika mereka melihat penurunan kualitas output, mereka dengan cepat menerapkan perubahan pada proses produksi.

4. Pemeliharaan

Tingkat produksi, moral karyawan, dan kebahagiaan

keseluruhan dengan pekerjaan semuanya dipengaruhi oleh pendekatan perusahaan terhadap pemeliharaan mesin dan peralatan. Pemeliharaan mesin dan peralatan sering diabaikan atau dilewati jika memenuhi tenggat waktu atau target produksi merupakan prioritas yang lebih tinggi. Meskipun mesin dan peralatan yang tidak dirawat dengan baik akan menghasilkan keluaran di bawah standar yang mungkin harus dibuang, namun hal itu tidak boleh diabaikan. Jadwal produksi Perseroan harus mencakup waktu pemeliharaan.

Jika perusahaan rajin melakukan perawatan, maka akan (i) menghemat biaya perbaikan mesin dan peralatan yang rusak, (ii) mengurangi pemborosan karena harus membuang produk yang rusak atau tidak sempurna, dan (iii) meningkatkan produktivitas dan kualitas.

5. Penyimpanan dan Pengiriman

Perusahaan menghadapi banyak kendala, tetapi juga banyak peluang, berkat cara pengiriman produk dan layanannya. Salah satu faktor yang menentukan berhasil atau tidaknya Perseroan adalah efisiensi dan efektifitas prosedur distribusinya. Jika Perusahaan ingin mempertahankan pertumbuhan positif yang konsisten, maka harus memperhatikan aspek-aspek berikut.

- Kemungkinan promosi kemasan barang da-
ngan seperti tas belanja, truk pengiriman,

dan kotak produk. Perusahaan tidak dapat mengabaikan perusahaan sebagai alat promosi. Pelanggan lebih cenderung mengingat nama dan logo merek jika muncul di tas belanja, kendaraan pengiriman, atau kotak dengan desain yang menarik atau judul yang menarik. Selain itu, banyak pembeli menggunakan kembali tas belanja plastik.

- Barang yang Anda kemas dan kirim barang. Bayangkan jika Perusahaan menyediakan kantong plastik belanja yang tipis dan mudah sobek, maka barang dagangan Perusahaan akan pecah di tangan Pelanggan. Atau kendaraan tanpa pendingin yang layak untuk mengangkut barang yang mudah rusak seperti makanan yang dipanggang atau buah. Atau bahan yang digunakan untuk pengemasan tidak disiapkan dengan benar, yang menyebabkan pembusukan atau kerusakan produk.
- Produk dicatat dan diarsipkan dengan aman. Dengan selalu mengetahui berapa banyak yang ada dan di mana disimpan, sistem pergudangan yang efisien dan efektif memudahkan Perusahaan atau stafnya untuk memenuhi pesanan setiap saat.
- Perputaran cepat dan pengiriman tepat waktu. Armada pengiriman Perusahaan harus dapat mengakomodasi jendela pengiriman yang

ditentukan Pelanggan atau distributor. Keterlambatan pengiriman dapat merusak citra merek Perusahaan dan mendorong Pelanggan Perusahaan untuk beralih ke penawaran pesaing. Sangat dapat diterima bagi bisnis untuk menggunakan penyedia pengiriman luar jika tidak mempertahankan armada pengirimannya sendiri.

6. Penelitian dan Pengembangan

Menciptakan produk baru umumnya dianggap sebagai tanggung jawab utama departemen penelitian dan pengembangan perusahaan. Faktanya, peningkatan produk/layanan yang sudah ada sama pentingnya karena preferensi konsumen dan kebiasaan membeli terus berkembang.

Keberhasilan bisnis Perusahaan bergantung pada kemampuan Perusahaan untuk menyediakan produk dan layanan yang memenuhi kebutuhan Pelanggan saat ini dan yang akan datang. Orang akan selalu membutuhkan sesuatu yang lebih baik dari apa yang sudah ada di pasar. Untuk melakukannya, bisnis harus terus meningkatkan penggunaan bahan baku berkualitas tinggi, menyempurnakan metode produksi, membuat kemasan produk yang lebih aman dan menarik, serta menjaga pasokan barang-barang Perusahaan di rak-rak toko tetap stabil. Karena pengembangan produk sangat terkait dengan riset pasar dan konsumen, sangat penting

untuk terus mendengarkan umpan balik pelanggan setiap saat.

c. Aspek Penting dalam mengelola Produksi

Untuk memastikan kelangsungan hidup dan perluasan UMKM saat ini dan realisasi tujuan strategisnya, perhatian yang cermat harus diberikan pada aspek manajemen produksi UMKM berikut ini:

1. Rantai Pasokan untuk Komponen Utama

Produk yang dibuat oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) biasanya menggunakan bahan yang bersumber secara lokal. Sumber daya mentah biasanya diperoleh jika tidak lagi dapat diperoleh di dekat tempat usaha dan perumahan. Pembelian bahan baku memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap kondisi pasar, biaya, dan kualitas untuk menghasilkan produk jadi yang dapat menghasilkan keuntungan. Memilih dan membeli bahan baku memerlukan perhatian khusus karena signifikansinya dalam proses produksi itu sendiri.

2. Tetap Produktivitas Setiap Saat

Dengan demikian, di sinilah inti dari Manajemen Proses Produksi (atau sekadar Manajemen Proses Produksi). Karena sebagian besar UMKM masih mengandalkan kerajinan tangan atau proses manual dalam pembuatannya, produk jadi jarang identik satu sama lain, tidak seperti barang yang diproduksi secara massal. Daya beli konsumen bergantung pada keandalan barang yang mereka beli, sehingga

menjaga standar produk tersebut tetap tinggi sangatlah penting. Setelah proses pembuatan selesai, produk harus menjalani pemeriksaan berkala yang cermat. Ini memastikan bahwa hanya barang berkualitas tinggi yang ditawarkan untuk dijual. Hanya produk yang memenuhi atau melebihi standar kualitas yang diperbolehkan memasuki pasar domestik dan internasional.

3. **Pastikan Pasokan Input Manufaktur yang Cukup**
Mempertahankan tingkat stok produksi yang memadai sangat penting bagi perusahaan sebesar Anda untuk memenuhi kebutuhan klien Anda. Perputaran modal yang normal dan stabil juga dapat dipertahankan tanpa mengalami perlambatan yang berarti. Hindari kekurangan produk untuk dijual atau dipasarkan, karena hal ini pasti akan menyebabkan pelanggan yang tidak puas yang mungkin mengalihkan perhatian mereka ke tempat lain, merugikan bisnis dan menurunkan pendapatan. Bahkan jika Anda tidak kehilangan uang karena penimbunan, Anda bisa kehilangan uang jika memiliki terlalu banyak stok dan gagal meningkatkan penjualan dengan merekrut konsumen baru.
4. **Pergudangan**
Jika usaha mikro, kecil, atau menengah (UMKM) memproduksi barang yang mudah rusak, seperti makanan atau bahan makanan, sebaiknya jangan

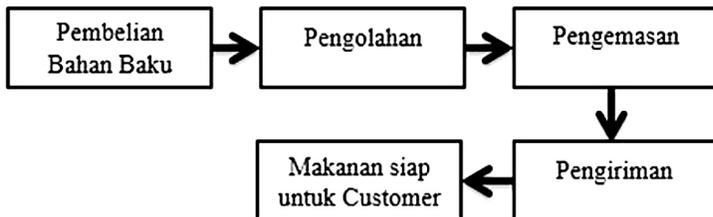
menimbun barang jadi dalam jumlah berlebihan di gudang. Penting juga untuk mengawasi barang-barang di gudang, memastikan barang-barang tersebut disimpan di lingkungan yang bersih dan aman.

Memelihara barang-barang di gudang untuk mengurangi kerusakan dan menjaganya tetap dalam kondisi baik meskipun belum terjual dengan melakukan pengecekan secara berkala dan melakukan perawatan yang diperlukan. Ingatlah bahwa hewan pengerat, serangga, dan hama lain seperti semut dan kecoak dapat menyebabkan kerusakan properti yang signifikan jika dibiarkan. Periksa dan rawat area penyimpanan untuk hama secara teratur.

d. Skema atau Bagan Alur Produksi.

Sebagai ilustrasi bagaimana Proses Produksi dapat bervariasi dari industri ke industri, kami melihat CV Dapur Sejahtera, sebuah perusahaan yang menyediakan jasa *catering*. Contoh *flowchart*/skema produksi disediakan di bawah ini.

Skema/ Bagan Alur Produksi



Berdasarkan bagan alir sebelumnya, kami dapat menyimpulkan bahwa perolehan bahan mentah adalah langkah pertama dalam Alur Produksi dan penyelesaiannya menandakan ketersediaan barang jadi untuk dikirim atau digunakan oleh Pelanggan. Untuk memaksimalkan output barang dan jasa berkualitas tinggi untuk dijual kepada konsumen, semua aspek proses manufaktur perlu dikelola.

e. Gambaran Umum Konsep Produksi Pada UMKM

UMKM adalah bisnis yang dimiliki dan dioperasikan secara lokal yang dimulai sebagai hasil inisiatif individu. Partisipasi dalam prakarsa pembangunan diharapkan dapat didorong oleh upaya penguatan ekonomi lokal melalui pembentukan usaha kecil dan menengah. Dalam pengertian ini, pembangunan berbasis masyarakat mengacu pada pertumbuhan ekonomi yang mengutamakan kesejahteraan penduduknya dengan mendorong inovasi dan kewirausahaan melalui penyediaan lapangan kerja yang setara dan luas. Wajar jika perusahaan menengah dan kecil, yang bersama-sama mempekerjakan sebagian besar tenaga kerja suatu negara, diberi pertimbangan khusus jika mereka bertanggung jawab atas bagian output ekonomi yang tidak proporsional.

Setiap usaha mikro, kecil, dan menengah (UMK) mengandalkan tindakan produksi untuk menciptakan produk atau layanan yang akan dijual kepada pengguna akhir. Agar bisnis Abdurrahman berhasil, hasilnya harus

memiliki kegunaan praktis sekaligus sesuai dengan kerangka nilai “halal” dan tidak menimbulkan ancaman baik bagi individu maupun komunitas.

Produksi adalah proses menciptakan sesuatu dari bahan mentah menggunakan mesin dan tenaga kerja. Faktor produksi adalah barang berwujud yang digunakan dalam proses manufaktur. Segala sesuatu yang digunakan untuk membuat sesuatu dianggap sebagai faktor produksi.

Faktor produksi alami, elemen produksi tenaga kerja manusia, faktor produksi modal moneter, dan faktor produksi pengetahuan khusus adalah contoh faktor produksi. Satu faktor produksi tidak dapat berfungsi secara independen dari yang lain; sebaliknya, mereka harus digabungkan untuk memfasilitasi proses pembuatan. Modal, tenaga kerja, bahan baku, transportasi, sumber energi, bahan bakar, dan pemasaran semuanya penting untuk pertumbuhan industri.

f. Perencanaan Produksi UMKM

Mengatur bagaimana barang akan dibuat adalah inti dari perencanaan produksi. Mengalokasikan sumber daya seperti tenaga kerja, bahan, dan kapasitas manufaktur membantu memenuhi kebutuhan berbagai konsumen.

British Standards Institute mengidentifikasi empat fase dalam perencanaan dan pengendalian produksi.

Fase-fase ini mungkin sesuai dengan tahapan, langkah, prosedur, atau objek penting. Itu dapat dipecah menjadi empat fase berbeda, atau langkah-langkah.

1. Perutean (Pengaturan Aliran). Dimulai dengan

- perutean, perencanaan dan pengendalian produksi dapat dimulai. Istilah “perutean” mengacu pada prosedur penentuan arah tindakan dan urutan tugas.
2. Penjadwalan. Fase kedua dari perencanaan dan pengendalian produksi adalah penjadwalan kegiatan produksi. Mengikuti proses routing. (i) Menetapkan tugas termasuk saya menentukan berapa banyak pekerjaan yang harus dilakukan. (ii) Membangun hirarki untuk berbagai fungsi tanaman. (iii) Tentukan kapan itu akan mulai dan berakhir. Selain itu, perhatikan waktu dan tanggal setiap tindakan. Bahan, suku cadang, mesin, dan sebagainya semuanya dijadwalkan juga.
 3. *Dispatching* (Penugasan). Fase ketiga dalam mengelola lini produksi disebut pengiriman atau penugasan. Waktu untuk melakukan sesuatu telah tiba. Mengikuti langkah-langkah perutean dan penjadwalan sebelumnya. Memulai produksi berdasarkan tugas yang diberikan adalah definisi dari tugas. Ini memberi kami lampu hijau legal untuk menyelesaikan masalah.
 4. Tindak lanjut (Tinjauan). *Last but not least*, ketika semua perencanaan dan pengendalian produksi telah dilakukan, harus ada semacam review atau tindak lanjut. Instrumen pemantauan ini difokuskan pada penilaian kinerja. Menemukan dan memperbaiki masalah produksi seperti cacat pada produk atau keterlambatan, kendala, kemacetan,

dan titik buta adalah tujuan dari metode ini. Selain mencatat pekerjaan, menelusuri penyebab masalah, dan mendokumentasikan solusi, fase ini juga memantau kinerja aktual dan membandingkannya dengan kinerja yang diharapkan (Heriyana, 2020). Rencana produksi tujuan: pemanfaatan aset dengan cara yang produktif, hasil yang stabil, menghitung perkiraan kapasitas, menjaga persediaan dalam jumlah yang tepat, memfasilitasi kolaborasi antar divisi, menghindari kehilangan sumber daya yang berlebihan adalah pertimbangan utama dalam, meningkatkan output per jam dari bekerja, ambil kendali dan arahkan pasar ke depan, ciptakan tempat yang lebih nyaman untuk bekerja, tingkatkan kualitas dan efisiensi, ciptakan klien yang puas, dan turunkan biaya manufaktur.

5. Pengelolaan Produksi Usaha Kecil Menengah. Pengendalian produksi mencakup berbagai kegiatan dan metode yang digunakan oleh manajemen perusahaan untuk mengelola, mengatur, mengkoordinasikan, dan mengarahkan proses produksi (peralatan, bahan baku, mesin, tenaga kerja) ke dalam aliran yang memberikan hasil dengan biaya serendah mungkin dan dalam jumlah waktu paling sedikit. Pengendalian produksi yang dilakukan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya akan berbeda tergantung sistem kebijakan perusahaan yang diterapkan. Di antara

banyak metode pengelolaan produksi adalah (i) *Order Control*, yang digunakan oleh bisnis yang operasinya didasarkan pada pesanan pelanggan dan karenanya bergantung pada pesanan itu sendiri. (ii) *Follow Control*, perusahaan yang beroperasi untuk membuat produk standar sehingga beberapa produk merupakan produk untuk persediaan dalam jumlah besar. Memantau aliran material dari pabrik selama proses produksi ke gudang dan dari gudang ke area penyimpanan, serta memastikan bahwa proses berjalan sesuai rencana, keduanya merupakan tujuan penting.

6. Penjadwalan Produksi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Tindakan penjadwalan, atau membuat jadwal, sangat penting untuk keberhasilan setiap proyek atau produksi. Sumber daya pabrik termasuk mesin dan peralatan produksi, perencanaan sumber daya manusia, pembelian material, dan perencanaan produksi semuanya berdasarkan jadwal. Jadwal yang terencana dengan baik akan mengurangi penundaan produksi dan biaya. Baik metode Penjadwalan Maju maupun metode Penjadwalan Mundur dapat digunakan dalam penjadwalan produksi. Jika Anda ingin mengetahui kapan produksi Anda akan selesai, Anda dapat menggunakan metode penjadwalan maju, yang melibatkan penetapan waktu mulai produksi dan kemudian menghitung jadwal waktu maju untuk

setiap operasi/aktivitas produksi. *Backward Scheduling* adalah metode perencanaan produksi yang dimulai dengan tanggal akhir produk atau proyek. Waktu yang tepat ketika suatu proyek atau proses produksi harus dimulai dapat ditentukan dengan bekerja mundur dari waktu penyelesaian yang diharapkan (penyelesaian) atau waktu yang diharapkan dari kebutuhan (mulai).

F. Manajemen Mutu

Konsumen harus bebas berbelanja untuk pilihan yang paling hemat biaya dan efisien. Di perusahaan mikro, kecil dan menengah, manajemen mutu juga harus mendapat perhatian khusus. Sangat penting untuk memproduksi barang berkualitas tinggi untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasar, dan manajemen kualitas mungkin merupakan taktik terbaik untuk melakukannya.

Manajemen Mutu, menurut definisi, adalah seperangkat prosedur yang diikuti organisasi untuk memastikan keluarannya memenuhi standar kualitas yang telah ditentukan dan harapan pelanggan. Upaya yang mempertimbangkan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi kualitas produk atau jasa, seperti menetapkan standar kualitas, menyusun undang-undang yang sesuai, dan sebagainya.

Menjaga atau memperluas basis pelanggan dari waktu ke waktu adalah tujuan utama dari manajemen kualitas. Aman untuk berasumsi bahwa semua pembeli kami ingin mempertahankan, jika tidak meningkatkan, standar kualitas yang mereka harapkan dari kami. Jika Anda menginginkan

konsumen yang bahagia, Anda harus menjaga ekspektasi ini tetap stabil dan bahkan mungkin meningkatkannya.

Berikut ini adalah beberapa aspek yang paling penting dari Manajemen Mutu.

- a. **Perencanaan Kualitas.** Manajemen Kualitas sangat bergantung pada perencanaan kualitas. Istilah “perencanaan kualitas” mengacu pada tahap pertama manajemen kualitas, yang mencakup perencanaan kualitas produk sejak awal. Keberhasilan atau kegagalan awal produk dalam memikat klien akan menjadi indikasi kualitas produk. Tanpa rencana kualitas apa pun, produk kehilangan identitas atau standar apa pun, membuatnya rentan terhadap perubahan di masa mendatang dan bahkan mungkin kebingungan sebagai akibat dari berbagai tingkat kualitas yang dapat dicapai.
- b. **Peningkatan Kualitas.** Tujuan dari upaya ini adalah untuk secara rutin meningkatkan kualitas produk akhir. Proses produksi dan kualitas barang yang dibuat diharapkan dapat ditingkatkan dan lebih dapat diandalkan jika kualitas produk ditingkatkan selama produksi.
- c. **Pengendalian Kualitas.** Selanjutnya, dan tentunya tidak kalah pentingnya, adalah kontrol kualitas. Kita semua tahu bahwa bisnis besar memiliki divisi khusus yang dikhususkan untuk QC (*Quality Control*). Hal ini menunjukkan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) harus segera fokus pada hal ini. Kualitas output dapat dikontrol dan dipastikan melalui pemantauan ketat terhadap proses manufaktur.

- d. Jaminan Kualitas. Langkah-langkah Kontrol Kualitas diambil untuk meningkatkan produktivitas di bidang manufaktur. Pasalnya, jika hanya mengandalkan *Quality Control*, banyak hal yang bisa sia-sia karena tidak memenuhi persyaratan. Melakukan pemeriksaan Jaminan Kualitas memungkinkan Anda memastikan produk Anda sesuai standar. Keunggulan manajemen mutu bagi UMKM telah diuraikan secara rinci di atas. Keuntungan terbesar adalah bahwa bisnis yang menerapkan manajemen kualitas mampu menjaga kualitas produk mereka tetap konsisten sepanjang proses manufaktur. Ini akan memungkinkan bisnis untuk memanfaatkan asetnya dengan lebih baik. Selanjutnya untuk memuaskan klien sehingga mereka terus memiliki kepercayaan pada bisnis dan kembali lagi untuk membeli lebih banyak. Tingkat antusiasme staf yang lebih tinggi untuk mempertahankan standar kualitas produk yang tinggi secara konstan. Meningkatkan produktivitas dan melindungi reputasi perusahaan. Sederhananya, kualitas bisnis hanya dapat ditingkatkan dengan pemeriksaan menyeluruh terhadap hasil akhir proses dan fase awalnya. Ini adalah salah satu tujuan dasar yang diinginkan dalam membangun manajemen untuk menjaga kualitas. Secara khusus, pelaksanaan kinerja atau mutu produk, pengelolaan atau pengelolaan mutu, dan pengelolaan atau pengelolaan badan usaha atau organisasi secara keseluruhan merupakan tiga bidang yang perlu menjadi fokus. Itu baru sedikit gambaran dari sekian banyak

definisi manajemen mutu. Kesuksesan jangka panjang berdasarkan pelanggan yang puas adalah kekuatan pendorong di balik proses manajemen kualitas, yang berupaya memastikan bahwa semua departemen berkolaborasi untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi produksi. Pedoman telah ditetapkan sebagai acuan bagi bisnis dan UKM untuk digunakan dalam menerapkan proses manajemen mutu. Agar berhasil dengan cara yang dapat diprediksi dan efektif, penting untuk mematuhi standar yang telah Anda tetapkan.

- Ketika sebuah bisnis dan pelanggannya menyepakati sasaran kualitas, itulah awal dari proses manajemen kualitas.
- Organisasi menentukan bagaimana target akan diukur.
- Mengambil tindakan yang tepat untuk mengukur kualitas.
- Temukan masalah kualitas baru dan segera perbaiki.
- Penilaian dan pengungkapan standar kualitas yang dicapai.

Dengan langkah-langkah tersebut manajemen mutu menjadi lebih jelas dan memiliki kegiatan yang konkrit untuk dilakukan. Cara ini juga dapat menjamin bahwa keluaran perusahaan memenuhi atau melebihi standar kualitas konsumen. Pendekatan peningkatan kualitas terdiri dari tiga komponen, yaitu: peningkatan kualitas produk, peningkatan kualitas proses, dan peningkatan kualitas berbasis manusia. Dengan kata lain, manajemen

kualitas mencakup semua aspek manajemen berdasarkan pada ide kualitas dan diarahkan pada kepuasan pelanggan.

G. Rangkuman

Manajemen inventaris yang efektif sangat penting untuk keberhasilan berbagai jenis UKM. Kios pasar dan toko eceran yang menjual kebutuhan seperti makanan dan kertas toilet memiliki tanggung jawab kepada klien mereka untuk memastikan bahwa produk yang mereka jual segar, tidak rusak, dan dengan harga yang bervariasi. Atau perusahaan yang menawarkan jasa pemeliharaan gedung harus selalu memeriksa apakah gudangnya masih menyimpan semua bahan yang dibutuhkan untuk melayani Kliennya. Agar operasi berjalan lancar dan memberikan layanan yang memadai kepada klien, manajemen inventaris yang efektif sangat penting.

Kata “produksi” adalah kata yang biasa digunakan dalam percakapan dan konteks sehari-hari seperti tempat kerja, ruang kelas, dan keluarga. Membuat sesuatu yang laku dan memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen adalah salah satu aspek produksi; lainnya adalah penyediaan komoditas dan layanan kepada konsumen untuk penggunaan selanjutnya. Tujuan departemen pembelian perusahaan adalah untuk mendapatkan bahan dan jasa yang dibutuhkan untuk pembuatan produk dan jasa yang pada akhirnya akan dijual kepada pelanggan.

Usaha kecil dan menengah (UKM) biasanya menggunakan bahan baku yang bersumber secara lokal dalam produk mereka. Sumber daya mentah biasanya diperoleh

jika tidak lagi dapat diperoleh di dekat tempat usaha dan perumahan. Saat mencari bahan baku, penting untuk mengawasi pasar, harga, dan kualitas untuk memastikan bahwa produk jadi Anda akan mendapatkan harga yang bagus. Jika dibandingkan dengan barang-barang yang diproduksi secara massal yang semuanya dapat dibuat tampak sama oleh sebuah mesin, perbedaan kualitas yang disebabkan oleh unsur manusia dalam sebagian besar proses produksi UMKM sangatlah mencolok.

Lakukan pengecekan secara berkala terhadap barang produksi secara seksama setelah proses produksi selesai. Sehingga hanya barang yang berkualitas baik yang bisa dijual. Sebagai usaha skala kecil, Anda harus selalu memperhatikan stok produksi agar barang dapat memenuhi permintaan pelanggan. Selain itu, peredaran modal juga dapat terus berputar dengan baik dan lancar tanpa mengalami penurunan yang drastis.

UMKM adalah suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya atas prakarsa seseorang. Setiap UMKM membutuhkan kegiatan produksi untuk menghasilkan barang atau jasa yang selanjutnya akan dipasarkan kepada pelanggan tersebut. Sederhananya, kualitas bisnis hanya dapat ditingkatkan dengan pemeriksaan menyeluruh terhadap hasil akhir proses dan fase awalnya. Ini adalah salah satu tujuan dasar yang diinginkan dalam membangun manajemen untuk menjaga kualitas.

Pengertian Manajemen Mutu adalah serangkaian tindakan yang digunakan untuk menjamin kualitas barang atau jasa yang dihasilkan, tindakan tersebut dilakukan untuk menjaga kualitas produk sesuai dengan keinginan perusahaan. Upaya yang mempertimbangkan berbagai

faktor yang dapat mempengaruhi kualitas produk atau jasa, seperti menetapkan standar kualitas, menyusun undang-undang yang sesuai, dan sebagainya.

Menjaga atau memperluas basis pelanggan dari waktu ke waktu adalah tujuan utama dari manajemen kualitas. Aman untuk berasumsi bahwa semua pembeli kami ingin mempertahankan, jika tidak meningkatkan, standar kualitas yang mereka harapkan dari kami. Jika Anda menginginkan konsumen yang bahagia, Anda harus menjaga ekspektasi ini tetap stabil dan bahkan mungkin meningkatkannya.

H. Evaluasi Diri

1. Seberapa besar pengaruh perencanaan terhadap keberhasilan manufaktur?
2. Mengapa penting untuk mengelola atau memperkirakan pembelian inventaris?
3. Tujuan utama dari manajemen mutu adalah untuk menawarkan kepuasan pelanggan yang tinggi dalam jangka panjang agar loyalitas pelanggan tetap konsisten bahkan meningkat. Bagaimana manajemen menangani keluhan pelanggan yang tidak puas dengan barang/jasa yang diberikan?
4. Dapatkah Anda menjelaskan proses yang digunakan dalam penjadwalan produksi?
5. Jelaskan pengendalian mutu yang ada pada salah satu komponen manajemen mutu

I. Sumber Pustaka.

- Lewohokol, I. F. H., Subianto, S., & Moh, A. (2020). Analisis Peningkatan Mutu Pemeliharaan Mesin Dan Bahan Baku Terhadap Kelancaran Proses Produksi Di UMKM Tohu Srijaya Kota Batu (Doctoral dissertation, FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI).
- Azizah, N., & Pramandari, V. D. (2018). Implementasi supply chain management pada umkm tenun troso jepara. *NJCA (Nusantara Journal of Computers and Its Applications)*, 3(1), 11-16.
- Heriyana, H. (2020). Pengendalian Persediaan Dan Proses Produksi Pengaruhnya Terhadap Kualitas Produk Di Ukm Karya Abadi Prabumulih. *Integritas Jurnal Manajemen Profesional (IJMPRO)*, 1(2), 119-130.

7

MANAJEMEN RISIKO

**Azfa Mutiara Ahmad Pabulo,
Zunairoh, Aaqila K. Zahra Zahira,
Vania K. Hasnahusnia**

A. Pengantar

Modul manajemen risiko membahas lebih detail tentang apa itu manajemen risiko dan apa artinya. Manajemen risiko adalah cara, metode, atau badan pengetahuan yang mempelajari berbagai jenis risiko. Bagaimana risiko itu terjadi dan bagaimana cara mengelolanya untuk menghindari kerugian? Bagaimana sumber daya dapat digunakan paling efektif untuk mencapai tujuan? Bagaimana seorang manajer dapat mengatasi kerugian dengan cara yang logis sehingga tujuan dapat tercapai secara efektif dan efisien?

Risiko adalah kemungkinan sesuatu yang buruk akan terjadi atau Anda akan kehilangan sesuatu yang berharga. Nilai ini bisa datang dalam bentuk kesehatan, status sosial, uang, barang, harta benda, atau kebahagiaan dan kesejahteraan. Ketika kita memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu, kita bisa mendapatkan atau

kehilangan nilai-nilai tersebut.

Dalam dunia bisnis, risiko dapat dilihat sebagai faktor eksternal dan internal yang dapat menyulitkan untuk mengetahui apakah tujuan akan tercapai. Untuk menghadapi risiko ini, kita perlu menemukannya, melihatnya, dan menilainya sehingga dapat dikelola atau disiasati. Jadi, kita membutuhkan cara untuk menangani hal-hal yang disebut “Manajemen Risiko”.

Dalam dunia bisnis, manajemen risiko adalah proses menemukan, memantau, dan menangani risiko yang mungkin terjadi sehingga tidak merugikan organisasi sebanyak mungkin. Ada risiko di setiap bagian bisnis. Di bidang sistem informasi misalnya, risiko yang mungkin terjadi antara lain pelanggaran keamanan data, kehilangan data, serangan siber, kegagalan sistem, dan bencana alam. Perusahaan manufaktur, di sisi lain, menghadapi risiko tidak memenuhi tujuan produksi yang direncanakan, mesin rusak, kehilangan pesanan dari pelanggan, bermasalah dengan kualitas produk mereka, dan sebagainya (Santoso & Mujayana, 2021).

Pengertian Manajemen Risiko Menurut Djohanputro (2008.43), Manajemen Risiko adalah suatu proses terstruktur dan metodis dalam mengidentifikasi, mengukur, memetakan, mengembangkan alternatif penanganan risiko, serta memantau dan mengendalikan penanganan risiko.

Peraturan Menteri Keuangan Nomor 142/PMK.010/2009 Tentang Manajemen Risiko Bagi Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia menyebutkan bahwa manajemen risiko adalah seperangkat prosedur dan metode yang digunakan untuk menemukan, mengukur, memantau, dan mengendalikan risiko yang muncul dalam usaha.

B. Kompetensi Dasar

Mahasiswa mampu memahami ide manajemen risiko dan menggunakannya dengan baik.

C. Kemampuan Akhir yang Diharapkan

Mahasiswa dapat menjelaskan pengertian manajemen risiko dan mengambil langkah-langkah untuk mengurangi risiko semaksimal mungkin.

D. Manajemen Risiko

Setiap kali kita membuat pilihan, kita bertindak atau menahan diri dari bertindak. Hasil yang berpotensi negatif dapat diharapkan dari keduanya. Suatu peristiwa dikatakan “berisiko” jika kejadiannya bahkan mungkin dari jarak jauh (efek). Saat Anda mengelola risiko, Anda juga mengendalikan risiko tersebut (Lestari & Akbar, 2022).

Subkelas Risiko. Dua jenis bahaya yang bergantung pada hasil: risiko murni (tidak ada jaminan untung atau rugi) dan risiko spekulatif (hanya rugi). Bahaya yang Wajar: Bahaya keuangan dan operasi perlu dipertimbangkan. Ada dua jenis risiko: risiko sistematis, yang tidak dapat dikurangi melalui diversifikasi, dan risiko tidak sistematis, terkadang dikenal sebagai risiko “spesifik” atau “khusus”.

Gagasan Terkait Risiko yang berbeda adalah: “*Peril*” dan “*Hazard*”. *Peril* atau musibah dan bencana adalah nama lain untuk itu. Ketika sesuatu dalam bahaya, itu dalam bahaya hilang, yakni kerugian akan dilakukan kepada orang-orang ketika bahaya muncul. Kebakaran, kecelakaan, ketidakjujuran, kelalaian, dll, adalah bentuk umum dari bencana yang dialami orang.

Hazard adalah hal-hal yang membuat hal buruk lebih mungkin terjadi, seperti kondisi yang sudah ada sebelumnya, paparan zat berbahaya, atau adanya bahan berbahaya. *Hazard* mencakup hal-hal seperti mesin yang tidak dirawat dengan baik, jalan rusak, dan pekerjaan berisiko. Selalu ada orang yang bertanggung jawab atas bencana sebelum itu terjadi. Pada kasus kebakaran pabrik kertas, misalnya, nyawa berada dalam bahaya namun masalah listrik bisa saja mendahului kebakaran dan memicunya. *Hazard* terbagi menjadi dua jenis: (i) potensi bahaya terhadap tubuh seseorang (*physical hazard*), dan (ii) Bahaya Moral (*moral hazard*). Ketika kemungkinan suatu peristiwa tidak diketahui secara kuantitatif tetapi beberapa peristiwa dapat dilakukan, yang masing-masing akan memiliki hasil yang unik, ada ketidakpastian.

Biaya yang terkait dengan Menanggung Risiko:

1. Biaya kerugian tak terduga
 - a. Kerusakan Langsung.
 - b. Kerusakan Tidak Langsung
2. Biaya Ketidakpastian: Menginduksi perasaan tidak aman, kecemasan, dan emosi negatif lainnya.

Besarnya risiko yang dialami atau diterima bergantung pada:

- Pengetahuan dan penguasaan informasi
- Tingkat keahlian seseorang memengaruhi penilaian risiko mereka.
- Budaya.
- Sudut pandang
- Situasi keuangan.
- Kemampuan untuk mempengaruhi hasil.
- sifat asimetri

Mengenai Pendapat Risiko Masyarakat Umum:

1. Kumpulan orang-orang yang menghindari risiko (*Risk Avert*).
2. Komunitas orang yang tidak peduli terhadap risiko.
3. Komunitas pemberani yang suka mengambil risiko (*Risk Taking*)

Berbagai Model Penanganan Risiko:

Konvensional:	Modern:
Risiko bersifat Murni	Risiko bersifat Murni & Spekulatif
Risiko merupakan sumber Masalah	Risiko bisa menjadi sumber Keunggulan Bersaing
Risiko menimbulkan Biaya	Risiko merupakan Modal
Risiko harus Diminimalisasi	Risiko harus Dikelola dalam Portofolio
Memindahkan risiko ke pihak lain merupakan cara terbaik	Ada beberapa Metode Pengelolaan risiko,
Risiko dikelola pada setiap Unit Kerjanya.	Risiko dikelola secara Terintegrasi.

Keuntungan lain dari mengambil tindakan pencegahan dan meminimalisir risiko:

1. Dapat menyelamatkan bisnis dari malapetaka tertentu.
2. Kapasitas untuk meningkatkan keuntungan finansial untuk bisnis.
3. Menyederhanakan proses pencapaian tujuan organisasi.
4. Mempertahankan operasi, menurunkan biaya, mempertahankan pendapatan tetap, mengurangi atau menghilangkan gangguan, memperluas bisnis, dan merawat karyawan dan masyarakat semuanya diperlukan untuk kelangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan.

Siklus manajemen Risiko:

- a. Mengidentifikasi Risiko.

Pandangan Teoretis TKP (Tempat, Peristiwa, dan Penyebab). Komoditas, orang, uang, dan prosedur yang membentuk suatu lokasi semuanya merupakan target

potensial kerugian. Komoditas yang rusak, hilang, atau usang; orang sakit atau meninggal; dana yang dicuri atau disalahgunakan; proses yang tidak akurat atau ketinggalan zaman adalah semua contoh kejadian yang menimbulkan bahaya bagi objek risiko. Variabel manusia (termasuk lingkungan dan teknologi) dan moneter (termasuk hukum) dalam operasi menimbulkan bahaya (harga, nilai tukar, dan suku bunga).

Kesalahan manusia mungkin bermanifestasi sebagai kurangnya keterampilan, etika buruk (seperti ketidakjujuran atau keserakahan), atau preferensi yang berbeda. Cuaca yang merusak, cuaca yang tidak menguntungkan, dan hewan liar adalah contoh kekuatan alam (kuman, virus). Sebagai contoh elemen teknologi, pertimbangkan mesin yang tidak berfungsi atau ketinggalan zaman. Kebijakan perusahaan dan pergeseran prioritas manajerial dapat berfungsi sebagai elemen pengatur. Selain itu, faktor pasar seperti harga jual dan nilai tukar yang terus berfluktuasi.

b. Evaluasi Bahaya

Status Risiko = Kemungkinan X Hasil.

Probabilitas dalam hal penyajian dan hasil dalam Rupiah.

Sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi.

c. Analisis risiko

Peta Probabilitas Bersyarat.

Tujuan Pemetaan adalah untuk mengurutkan potensi ancaman terhadap bisnis dalam urutan signifikansi.

Apa Masalah Besar Tentang Mendahulukan Itu?

Karena kurangnya modal yang cukup untuk melawan semua ancaman.

- d. Model untuk Mengelola Risiko
 1. Menghindari. langkah-langkah yang diambil untuk menghindari terlibat dalam industri atau kegiatan yang berpotensi berbahaya. Bahaya dihindari:
 - i. Tidak sesuai dengan niat awal.
 - ii. Taruhannya terlalu tinggi.
 - iii. Aturan yang membatasi.
 - iv. Tidak ada metode alternatif untuk mengendalikan dan mengelola bahaya yang terlibat.
 2. Mencegah. Rencana tindakan untuk meminimalkan potensi bahaya. Sebagai contoh solusi yang mungkin, pertimbangkan:
 - i. Menyempurnakan prosedur dan sistem yang ada.
 - ii. Membangun infrastruktur yang lebih baik.
 - iii. Meningkatkan SDM melalui kegiatan seperti pelatihan dan pembinaan.
 - iv. Aturan dan kebijakan, seperti program penghargaan dan promosi, harus ditetapkan dan diperbarui sesuai kebutuhan.
 3. Mengurangi. mitigasi risiko adalah proses mengurangi kemungkinan dan dampak dari peristiwa negatif. Strategi yang dapat ditindaklanjuti:
 - i. Sebarkan/diversifikasi, termasuk diversifikasi produk/geografis/portofolio/cadangan, dll.

- ii. *Merger, joint venture*, aliansi, dan kartel.
- iii. Tinggikan kualitas infrastruktur yang mendasarinya.
- iv. sumber daya manusia perlu diperkuat.
- 4. Mengalihkan. Risiko dialihkan ke pihak ketiga seperti:
 - i. Asuransi
 - ii. Sewa
 - iii. Lindung Nilai
 - iv. Anjak piutang.
 - v. Memiliki *outsourcing*.
- 5. Pendanaan. Bayar pinjaman berisiko Anda sendiri. Di antara caranya:
 - i. Sisihkan sejumlah uang sebagai dana cadangan.
 - ii. Berikan kas kecil.
 - iii. Jaga asuransi Anda sendiri.
 - iv. Menciptakan captive insurer, yaitu perusahaan asuransi yang bisa mendapatkan nasabah dari sumber lain.
- e. Mengawasi Bahaya dan Mengambil Tindakan Pencegahan
Nilai Pemantauan dan Pengendalian. Keberhasilan manajemen risiko bergantung pada perencanaan yang cermat. Harus menjamin bahwa model yang digunakan untuk mengendalikan risiko sudah memadai. Karena risiko berkembang dari waktu ke waktu, penting untuk mengawasi bagaimana hal-hal berubah relatif terhadap profil risiko.

E. Tujuan Manajemen Risiko

Kami membuat pilihan setiap hari. Jika kita membuat pilihan, itu akan memiliki konsekuensi, dan sebagai akibatnya kita harus membuat pilihan lain. Setiap dampak memiliki potensi untuk menjadi hasil yang positif atau berbahaya. Semuanya mungkin tidak berjalan dengan baik. Kami membutuhkan manajemen risiko yang efisien karena selalu ada kemungkinan sesuatu yang buruk akan terjadi. Singkatnya, tujuan manajemen risiko menurut Wadji et al (2012) adalah:

1. Memperpanjang pertumbuhan dan umur panjang sangat penting untuk kelanjutan keberadaan perusahaan.
2. Menanamkan rasa percaya diri dan keamanan.
3. Manajemen risiko yang efektif dan hemat biaya
4. Jika pendapatan perusahaan dapat diandalkan dan adil, pemilik dan pemangku kepentingan lainnya akan senang.

F. Rangkuman

Peril adalah potensi bahaya atau kerugian. Istilah “nilai” dapat berhubungan dengan segala sesuatu yang penting, termasuk kesejahteraan fisik dan mental, status sosial, keamanan finansial, kepemilikan materi, dan pemenuhan emosional. Saat kita membuat pilihan tentang apa yang harus dilakukan, kita dapat menambah atau mengurangi nilai-nilai ini.

Risiko, dalam konteks bisnis, mengacu pada segala sesuatu — eksternal atau internal — yang dapat meragukan keberhasilan suatu usaha. Risiko ini membutuhkan peni-

lain dan evaluasi yang cermat sebelum dapat dikurangi atau dihindari. Jadi, administrasi khusus yang disebut Manajemen Risiko sangat penting.

Pengertian Manajemen Risiko dalam Dunia Bisnis Mengidentifikasi, memantau, dan mengelola risiko untuk mengurangi dampak negatifnya inilah yang dimaksud dengan “manajemen risiko” dalam dunia bisnis. Setiap industri menghadirkan tantangan uniknya sendiri. Istilah “risiko”, serta “manajemen risiko”, “jenis risiko”, “model risiko”, “tujuan risiko”, “manfaat risiko”, dan “siklus manajemen risiko”, semuanya didefinisikan dan dibahas.

G. Evaluasi Diri

1. Mendefinisikan istilah risiko dan manajemen risiko yang berlaku untuk dunia bisnis.
2. Membenarkan nilainya dengan mengutip keuntungannya dalam mengelola risiko.
3. Jelaskan istilah “ketidakpastian”, “peril”, dan “hazard”!
4. Identifikasi beberapa fitur yang membantu dalam menghindari risiko.
5. Sebutkan siklus manajemen risiko!

H. Sumber Pustaka

Santoso, R., & Mujayana, M. (2021). Penerapan Manajemen Risiko UMKM Madu di Kecamatan Badas Kabupaten Kediri di Tengah Pandemi COVID19. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 6(1), 74-85.

- Lestari, I. D., & Akbar, M. I. (2022). Manajemen Risiko UMKM Jumputan di Masa Pandemi (Studi Kasus Sanggar Jumputan Maharani Kampung Tahunan Yogyakarta). *DESKOVI: Art and Design Journal*, 5(1), 79-85.
- Wajdi, M. F., Setyawan, A. A., & Isa, M. (2012). Manajemen Risiko Bisnis Umkm Di Kota Surakarta.

STRATEGI PENDAMPINGAN KUMKM

8

**Roy Baskoro Darnanto, Fianda Julyantoro,
Stefanus Budy Widjaja Subali,
Muhammad Izharuddin,
Adhika Putra Wicaksono, Deddy Marciano,
Veny Megawati, Prita Ayu Kusumawardhani,
Zunairoh, Mokhamad Ariadi,
Aqila K. Zahra Zahira, Vania K. Hasnahusnia,
Azfa Mutiara Ahmad Pabulo.**

A. Pengantar

Modul ini membahas mengenai kompetensi yang harus dimiliki seorang pendamping berdasarkan metode kerjanya yakni sebagai seorang konsultan, coach, trainer maupun fasilitator. Modul ini juga membahas mengenai bagaimana menyusun rencana pendampingan. Modul ini membahas bagaimana melakukan strategi perluasan layanan bagi konsultan UMKM dengan menjalin sinergi dengan beberapa pihak dan melakukan identifikasi potensi stakeholder.

B. Kompetensi Dasar

Tujuan Umum

Peserta diharapkan memahami model pendekatan kerja pendamping dan mampu menyusun rencana pendampingan

Tujuan khusus

1. Memahami model pendekatan kerja pendamping
2. Memahami kompetensi dasar yang harus dimiliki oleh seorang pendamping
3. Mampu menyusun rencana pendampingan
4. Mampu mengelola pendampingan
5. Peserta memiliki keterampilan teknis perluasan pendampingan dengan stakeholder terkait serta dalam platform internet

Sasaran Materi

1. Model pendekatan kerja pendamping
2. Kompetensi dasar yang harus dimiliki oleh seorang pendamping
3. Menyusun rencana pendampingan
4. Memahami menggali peluang perluasan pendampingan
5. Mampu menganalisis pemangku kepentingan terkait
6. Memahami strategi perluasan pendampingan dengan platform internet

C. Model Pendekatan Kerja Konsultan

Secara umum ada lima strategi pendekatan dalam metode kerja pendampingan (Hasbullah, 2014), yaitu apakah sebagai fasilitator, trainer, konsultan, mentor atau *coach*. Dalam memilih strategi pendampingan disesuaikan dengan

permasalahan yang dialami oleh UMKM, kompetensi yang dimiliki pendamping, jam terbang atau pengalaman pendamping. Meskipun demikian kerap terjadi pergeseran peran atau metode kerja pendamping secara tiba-tiba sehingga para konsultan perlu adaptif dengan situasi tersebut. Untuk menjadi mentor bisnis misalnya, kebanyakan saat ini tidak dari pengalaman dalam bidangnya, bahkan menyentuh bidangnya pun tidak. Akibatnya ada konsultan yang mendadak berperan sebagai mentor meskipun tidak memiliki kompetensi memberikan mentoring.

Berikut akan dijelaskan pengertian masing-masing dari istilah tersebut dan pemahamannya.

D. Fasilitator



Gambar 2. Peran fasilitator dalam mencapai kesepakatan.

Pihak netral yang membantu kelompok dalam mengidentifikasi dan merumuskan strategi untuk mencapai tujuan bersama. Untuk menjadi mentor yang efektif bagi mereka yang bekerja di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), seseorang harus menguasai banyak topik yang harus dibahas. Fasilitator yang terampil akan mengikuti proses tiga tahap, yang terdiri dari (1) perencanaan, (2) membimbing, dan (3) merefleksikan pengalaman.

Kemampuan fasilitator dalam mempersiapkan berbagai hal yang diperlukan untuk memfasilitasi pelaksanaan bantuan merupakan keterampilan yang sangat penting dalam tahap persiapan. Bersiap untuk pendampingan memerlukan beberapa langkah, termasuk berkomunikasi dengan organisasi dan pihak lain yang terlibat, mengisi lembar kerja, dan memastikan Anda berada dalam kerangka yang benar. Keberhasilan fase selanjutnya, dan bantuan secara keseluruhan, tergantung berat pada kualitas dan kedalaman persiapan untuk fase itu.

Fase benar-benar menerapkan sesuatu. Bahkan jika semua langkah yang tepat telah diambil dalam hal persiapan dan perencanaan, tujuan pendampingan tidak mungkin tercapai jika pelaksanaan sebenarnya menyimpang dari cetak biru. Agar proses pendampingan berhasil, ada beberapa hal yang harus dan tidak boleh dilakukan fasilitator. Dengan memberikan saran, penyuluhan, dan pelatihan, fasilitator dapat menjadi katalisator inisiatif pemberdayaan UMKM dan, pada gilirannya, menjadi agen perubahan. Agar bantuan menjadi efektif, langkah-langkah yang diambil dan sumber daya yang tersedia harus sejalan dengan tujuan

awal yang ditetapkan untuk bantuan tersebut. Sebagai co-fasilitator, Anda dapat menetapkan tujuan dengan template yang sederhana dan mudah diingat, seperti kerangka kerja SMART (*Specific, Measurable, Achievable, Reasonable, dan Timebound*).

Berakhirnya dukungan teknis tidak berarti berakhirnya pekerjaan. Sampai sekarang, fasilitator masih memiliki pekerjaan yang harus dilakukan. Fasilitator harus mengetahui sejauh mana perkembangan pendampingan, mempelajari berbagai persoalan yang muncul selama pendampingan dan pelatihan yang ditawarkan, dan sebagainya.

E. *Trainer* (pelatih)

Trainer atau pelatih adalah orang yang memberikan training atau pelatihan kepada peserta *training/trainee*, dalam hal ini pelaku UMKM (Sari et al, 2019). Pelatihan merupakan salah satu bentuk fasilitasi yang sering diberikan kepada UMKM melalui peran pendamping. Pelatihan dapat dilakukan *indoor* maupun *outdoor*.

Trainer yang baik adalah dapat memenuhi (sesuai dengan) kebutuhan UMKM. Pendamping sebagai *trainer* yang baik harus mampu membuat peserta training memiliki *skill/keahlian* sesuai dengan materi training yang disampaikan. *Trainer* memiliki peran yang sangat penting dalam mensukseskan proses *transfer knowledge, skill, attitude* dan *values* pada UMKM. Hal-hal yang perlu diperlukan untuk menjadi seorang *trainer* atau pelatih yang baik sebagai berikut:

- Memahami proses transfer yang mencakup
 1. Pengetahuan, informasi dan pengalaman (kognitif)

2. Keterampilan (psikomotor)
 3. Sikap (afektif)
- Memahami metodologi pendampingan
 4. Pedagogik (teoretis)
 5. Andragogik (trainer berfungsi sebagai fasilitator)
 6. Kombinasi pedagogik dan andragogik
 - Memahami karakteristik UMKM



Gambar 3. Peran trainer dalam mengembangkan usaha.

7. Motivasi UMKM
 8. Keterbatasan manusia dalam belajar
- Mampu membangun lingkungan belajar positif
 - 9. Media pelatihan yang bervariasi (tidak monoton)
 - 10. Ruang pelatihan memadai dan peralatan lengkap

Trainer juga harus memahami Motivasi UMKM mengikuti sebuah training:

- Pertama, yang berorientasi tujuan (*goal oriented*)
11. Pelaku UMKM yang mementingkan penerapan dan pemanfaatan materi training sebagai sarana untuk mencapai tujuan tertentu, untuk naik kelas.

- Kedua, yang berorientasi pada kegiatan (*social oriented*)
 12. Pelaku UMKM yang mementingkan interaksi antar sesama peserta dan proses belajar sebagai tujuan belajar
- Ketiga, yang berorientasi pada mempelajari ilmu (*learning oriented*)
 13. Pelaku UMKM yang memang senang belajar dan ingin mendapatkan tambahan pengetahuan dan keterampilan dari pelatihan

F. Mentor



Gambar 4. peran mentor dalam berbagi tips and tricks berbisnis.

Mentor adalah pembimbing, pengasuh. Mentoring adalah proses untuk membantu mentee mengembangkan dirinya, usahanya dengan mengandalkan pengalaman

dari mentornya. Hubungan antara pelaku usaha yang berpengalaman (*mentor*) dengan pihak yang memerlukan bimbingan (*mentee*) agar *mentee* dapat mencapai tujuannya. Tujuan mentoring yaitu untuk transfer pengetahuan, pengalaman dan keterampilan dalam menjalankan usaha, langsung dari pelaku usaha yang menjalankannya.

Mentor biasanya seorang praktisi bisnis. Mereka terkadang tidak memiliki metode kerja yang istematis dalam melakukan mentoring. Tujuan mentoring yaitu untuk transfer pengetahuan, pengalaman dan keterampilan dalam menjalankan usaha, langsung dari pelaku usaha yang menjalankannya.

Karakteristik mentoring adalah :

- Dilakukan oleh seseorang pelaku usaha aktif
- Subyek mentoring dapat terkait
 - i. Kemampuan teknis produksi
 - ii. Kemampuan menjalankan usaha
 - iii. Bagaimana mengatasi masalah dan kendala
- Antara mentor dan mentee mempunyai bidang usaha yang sama
- Umumnya dilakukan secara tidak terstruktur dan sistimatis berjalan dalam format informal

Mentoring bisnis atau disebut juga bagian dari layanan pengembangan usaha adalah suatu bentuk intervensi kepada usaha kecil dan mikro termasuk wirausaha muda pemula untuk memajukan usaha mereka melalui pertemuan tatap muka satu satu/ mentoring, pelatihan di kelas dan fasilitasi perolehan informasi, akses pasar dan akses permodalan.

Tujuan Mentoring

- Memberikan pedoman bagi Konsultan mentoring bisnis untuk mengerjakan penilaian kebutuhan pengembangan usaha.
- Memberikan pedoman untuk mengerjakan mentoring bisnis.

- Menyediakan fasilitasi guna mendokumentasikan setiap proses dan langkah yang dikerjakan sehubungan dengan mentoring bisnis.

Lingkup Mentoring

- Merencanakan, mengorganisir, melaksanakan dan mengendalikan mentoring bisnis atau layanan pengembangan usaha untuk usaha kecil dan mikro dan wirausaha pemula.
- Mengerjakan penilaian kebutuhan pengembangan usaha.
- Melaksanakan mentoring bisnis melalui pelatihan singkat, mentoring teknis dan fasilitasi akses pasar dan akses permodalan.
- Membantu pemilik – pengelola usaha membuat rencana bisnis
- Memfasilitasi monitoring dan evaluasi kinerja usaha mikro – kecil dan bagi wirausaha muda pemula.

G. Konsultan dan *Coach*.

Konsultan didefinisikan sebagai ahli yang menawarkan saran kepada klien dengan imbalan pembayaran di berbagai bidang seperti akuntansi, pajak, bisnis, koperasi, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Konsultan berperan sebagai sounding board bagi para pengelola dan pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah. Saat berkonsultasi dengan pelaku UMKM, “mitra tanding” dapat berarti bahwa konsultan mempertimbangkan berbagai tindakan (termasuk faktor risiko) atau memberikan analisis menyeluruh terhadap



Gambar 5. salah satu sesi *business coaching*.

suatu masalah. Fokus perhatian pembuat keputusan atau organisasi seringkali pada fenomena masalah, dan konsultan memberikan analisis, studi, pendapat, dan deskripsi

(detail) dari fenomena ini. Peran konsultan sangat penasihat; dia tidak mengambil alih situasi melainkan menawarkan wawasan, keahlian, dan penjelasan. Keputusan akhir selalu ada pada pelanggan. Seorang penasihat tidak memiliki keputusan akhir tentang masalah majikannya. Ketika Anda seorang konsultan, Anda biasanya memiliki profil rendah. Jika klien mencapai tujuannya, kemungkinan besar Anda hanya akan dikenal oleh klien itu sendiri dan lingkaran kecil kolega. Tapi itu jarang terjadi. Di sisi lain, jika klien mengalami masalah, Anda sebagai konsultan harus siap untuk “mengatakan sakit” sebelumnya, bahkan jika penyelidikan mengungkapkan bahwa itu bukan kesalahan Anda.

Orang yang bertindak sebagai pelatih disebut pelatih. Melalui kerja sama dengan pelatih mereka (yang menyediakan materi pelatihan) dan audiens mereka, klien termotivasi untuk mencapai potensi penuh mereka. Pelatih mengakui keahlian klien dalam bidang kehidupan dan pekerjaan tertentu dan bertindak sesuai dengan itu. Satu-satunya fungsi terapis adalah menawarkan terapi untuk individu atau kelompok sementara peran pelatih jauh me-

lampau itu. Satu-satunya fungsi konsultan adalah identifikasi masalah, pembuatan solusi, dan implementasi. Seorang mentor adalah sumber nasihat dan nasihat yang dapat diandalkan berdasarkan pengalaman bertahun-tahun. Sebaliknya, seorang pelatih hanya dapat menawarkan serangkaian pelajaran yang telah ditentukan sebelumnya. Untuk itu, seorang Pembina harus memiliki sikap komunikasi yang positif dengan menekankan umpan balik yang konstruktif daripada kritik negative (Rofieq, 2018), kecurigaan, menyalahkan, atau menutup-nutupi. Seorang pelatih juga harus reseptif dan ingin tahu, belum lagi tidak mampu memaksakan batasan atau menggurui peserta pelatihan mereka. Di bawah ini adalah perbedaan utama antara konsultan dan pelatih.

Perbedaan Konsultas dengan *Coach*

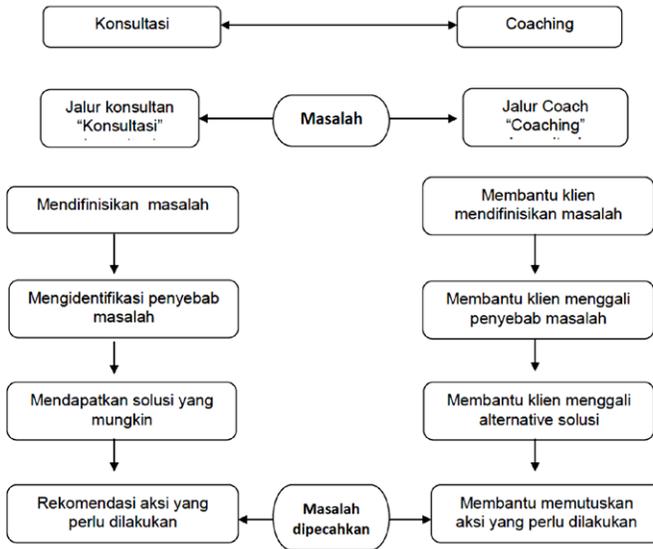
Konsultan	<i>Coach</i>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Memerlukan pengetahuan spesifik sesuai spesialisasinya ✓ Identifikasi masalah ✓ Memecahkan masalah ✓ Mendapatkan solusi ✓ Hubungan dengan klien tidak terlalu penting 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Wawasan berpikir ✓ Sikap persuasi & empati ✓ Komunikasi ✓ Kemampuan memotivasi mengajak berubah ✓ Hubungan dengan klien sangat penting
Bekerja UNTUK klien	Bekerja BERSAMA klien

Langkah-langkah dalam coaching yaitu

- i. *Building trust* (membangun kepercayaan)
- ii. *Active listening* (mendengar secara aktif)
- iii. *Clarifying* (klarifikasi untuk kejelasan dari pembicaraan)
- iv. *Question is the answer* (menanyakan pertanyaan yang tepat)
- v. *Feedback* (memberikan umpan balik)

Kompetensi Dasar Coach

- *Interpersonal Skills*
Kemampuan membangun komunikasi dan hubungan dengan klien: empati, pendengar yang baik. Komunikasi non-verbal, bahasa sederhana.
- *Analytical Skills*
Kemampuan untuk mengklarifikasi secara tepat penyebab suatu gejala, mengumpulkan dan menganalisa data serta melihat masalah utama.
- Wawasan Makro
Kemampuan untuk menggambarkan aspek makro secara praktis, dan punya jaringan informasi luas.
- *Business Reference*
Kemampuan untuk menggambarkan persoalan bisnis secara praktis, operasional maupun konseptual.



Metode Kerja Pendamping

Peran Pendamping	Pelaku	Fokus kerja	Pelaku	Sasaran Pokok
Mentor]	Pelaku usaha	Pebisnis	Inspiration/ experience	Transfer pengalaman
Fasilitator	Profesional	Pebisnis	Tujuan Bersama	Mengarahkan
Coach	Profesional	Pebisnis	Personal change	Merubah cara pikir
Konsultan	Profesional	Bisnis	Business Strategy & Improvement	Merubah sistim
Trainer	Profesional	Pebisnis	Capacity building	Transfer pengetahuan

Dari berbagai metode pendekatan yang telah dipaparkan masing-masing punya kelebihan dan kelemahan, sehingga pendamping UMKM PLUT harus memiliki kompetensi dasar baik sebagai mentor, *coach*, fasilitator, *trainer* maupun konsultan agar memiliki pemahaman yang komprehensif dalam hal pendampingan UMKM. Prinsipnya ke semua

metode pendekatan pendampingan tersebut merupakan upaya untuk memberikan fasilitasi kepada UMKM mengembangkan potensinya secara maksimal dalam rangka mewujudkan kemandirian.

Tugas pendamping terkait dengan tugas pokok dan fungsi PLUT diantaranya yaitu memberikan pendampingan dan konsultasi teknis mengenai pengelolaan SDM, keuangan, kelembagaan, pemasaran dan produksi. Ketika memberikan bimbingan, saran, taktik, strategi maupun solusi bisnis yang diberikan kepada UMKM bisa dari formulasi dan layanan pendampingan memberi kesempatan pada publik yang lebih luas menggunakan *best practices* yang sudah ada baik melalui *newsletter*, modul pelatihan, *tools* dan *instrument guideline*. Hal ini akan memberikan dampak yang luas terhadap akses informasi maupun pengetahuan terkait dengan pengembangan kapasitas bagi konsultan UMKM.

H. Rangkuman

1. Lima strategi pendekatan dalam metode kerja pendampingan, yaitu apakah sebagai *fasilitator*, *trainer*, konsultan, mentor atau *coach*.
2. Fasilitator yaitu seseorang yang membantu sekelompok orang memahami tujuan bersama mereka dan membantu mereka membuat rencana guna mencapai tujuan.
3. *Trainer* atau pelatih adalah orang yang memberikan training atau pelatihan kepada peserta *training/traine*, dalam hal ini pelaku UMKM.

4. Mentoring adalah proses untuk membantu mentee mengembangkan dirinya, usahanya dengan mengandalkan pengalaman dari mentornya.
5. Konsultan secara umum diartikan sebagai tenaga profesional yang menyediakan jasa penasihat (*consultancy service*) dalam bidang keahlian tertentu, misalnya akuntansi, pajak, bisnis, koperasi, UMKM dan lain-lain.

I. Sumber Pustaka

- Hasbullah, R., Surahman, M., Yani, A., Almada, D. P., & Faizaty, E. N. (2014). Model pendampingan UMKM pangan melalui inkubator bisnis perguruan tinggi. *Jurnal ilmu Pertanian indonesia*, 19(1), 43-49.
- Sari, Y. P., Farida, I., & Hetika, H. (2019). Model Pendampingan Umkm Pengolahan Hasil Laut Dengan Metode Pendekatan Pendampingan Terintegrasi. *Monex: Journal of Accounting Research*, 8(1), 293-302.
- Rofieq, M., Permatasari, D., & Farida, L. (2018). Model Pendampingan Umkm Bidang Kerajinan Menjadi Start-Up Sukses Di Kota Malang. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 3(2), 1-8.

Buku ini lebih berfokus pada inti pengembangan pola pikir kewirausahaan dan manajemen bisnis yang efektif. Ada banyak faktor yang mempengaruhi keputusan individu untuk berwirausaha dan mendirikan usaha. Untuk berhasil sebagai pengusaha, diperlukan akses pada informasi yang relevan. Buku ini menawarkan hal tersebut. Di Bab 1, ada pembahasan mengenai alat untuk menumbuhkan pola pikir kewirausahaan pada individu. Bab 2 terdapat pembahasan mengenai pengembangan strategi bisnis baru. Peserta pelatihan memiliki akses ke data tentang pasar dan struktur hukum untuk bisnis, dibahas di Bab 3. Bab 4 membahas mengenai pemasaran produk dan bauran pemasaran. Pengetahuan tentang cara memperoleh pembiayaan untuk usaha mikro, kecil, dan menengah dibekali di Bab 5. Pembekalan tentang pengetahuan untuk menyimpan barang produksi, persediaan, dan pergudangan di bahas di Bab 6. Informasi tentang bagaimana meminimalisir risiko untuk usaha mikro, kecil, dan menengah dibahas di Bab 7. Bab 8 menampilkan bagaimana strategi pendampingan UMKM yang akan dilakukan termasuk peran sebagai mentor dan fasilitator.

Penerbit
Direktorat Penerbitan & Publikasi Ilmiah
Universitas Surabaya
Anggota IKAPI dan APPTI
Jl. Raya Kalirungkt Surabaya 60293
Telp. (62-31) 298-1344
E-mail: ppi@unit.ubaya.ac.id
Web: ppi.ubaya.ac.id

