



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA
TAHUN 2019**

Seri 6
Kewirausahaan dan Industri Kreatif
Desain Grafis



Modul Kewirausahaan dan Industri Kreatif Desain Grafis

Susunan Tim Pengembang Model Pembelajaran Kursus Desain Grafis Bemrotif Batik Dalam Jaringan

Penanggung Jawab:

Kepala PP-PAUD dan Dikmas Jawa Barat
Dr. Drs. H. Bambang Winarji, M.Pd.

Pakar:

Dr. Asep Saepudin, MPd.
Janis Hendratet
Cucu Sukmana, M.Pd

Pengembang:

Dr. Kuswara, M.Pd
Apip Hermana, M.Pd.
Yuyun Nurfalah, S. Sos.

Kontributor:

LKP Prawita Kota Tasikmalaya
LKPMA Actual Kabupaten Sumedang
LKP Al-Hidayah Kec Kawali Kabupaten Ciamis
LKP Al-Hikmah Kec Lakbok Kabupaten Ciamis

Sumber gambar cover :
Terlampir

**Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini dan Pendidikan Masyarakat
Pusat Pengembangan Pendidikan Anak Usia Dini dan Pendidikan Masyarakat
(PP-PAUD dan Dikmas) Jawa Barat
2019**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur selayaknya penulis panjatkan ke hadirat Illahi Rabbi karena berkat Rahmat dan Hidayah-Nya pula akhirnya Modul kursus desain grafis bermotif batik daring dengan judul : Kewirausahaan dan Industri Kreatif Desain Grafis, dapat diselesaikan sesuai rencana.

Kewirausahaan dan Industri Kreatif Desain Grafis merupakan salah satu materi yang penting untuk dipahami dan diterapkan oleh para peserta didik, yang dikembangkan oleh Tim Pengembang Pamong Belajar Pusat Pengembangan Pendidikan Anak Usia Dini dan Pendidikan Masyarakat (PP PAUD Dikmas) Jawa Barat pada tahun 2019 .

Penyusunan Modul kursus bertujuan sebagai tuntunan atau acuan untuk mempermudah instruktur LKP (Lembaga Kursus dan Pelatihan) atau pihak lain yang akan menyelenggarakan kursus desain grafis bermotif batik daring dalam memfasilitasi dan menyajikan materi tersebut di daerahnya masing-masing.

Kami menyadari bahwa penyusunan Modul kursus ini masih jauh dari kesempurnaan, dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan bahasa, oleh karena itu diperlukan masukan untuk perbaikan dan penyempurnaan Modul sejenis di masa yang akan datang.

Kepada semua yang terlibat dalam penyusunan diucapkan terimakasih semoga Allah SWT, membalas amal kebajikannya.

Akhir kata semoga Modul ini dapat digunakan dan bermanfaat bagi pelaksanaan pembelajaran kursus desain grafis bermotif batik daring di manapun kegiatan tersebut diselenggarakan.

Bandung, Nopember 2019

Kepala,



Dr. Drs. H. Bambang Winarji, M.Pd.

NIP.196101261988031001

Daftar Isi

KATA PENGANTAR	ii
Daftar Isi.....	iii
Kegiatan Belajar 1	1
Prinsip	
Kewirausahaan.....	1
A. STANDAR KOMPETENSI.....	1
B. KOMPETENSI DASAR.....	1
C. URAIAN MATERI.....	1
D. RANGKUMAN.....	8
E. LATIHAN / PENUGASAN	9
Kegiatan Belajar 2.....	10
Etika dan Etos Kerja Dalam Kewirausahaan.....	10
A. STANDAR KOMPETENSI.....	10
B. KOMPETENSI DASAR.....	10
C. URAIAN MATERI.....	10
D. RANGKUMAN MATERI.....	24
E. LATIHAN / PENUGASAN	29
Kegiatan Belajar 3	30
Perencanaan Usaha.....	30
A. STANDAR KOMPETENSI.....	30
B. KOMPETENSI DASAR.....	30
C. URAIAN MATERI.....	30
D. RANGKUMAN.....	40
E. LATIHAN / PENUGASAN	43
Kegiatan Belajar 4.....	44
Pengelolaan Usaha.....	44
A. STANDAR KOMPETENSI	44

B. KOMPETENSI DASAR.....	44
C. URAIAN MATERI.....	44
D. RANGKUMAN MATERI.....	50
E. LATIHAN / PENUGASAN.....	51
Kegiatan Belajar 5	52
Pengemasan Hasil Produksi.....	52
A. STANDAR KOMPETENSI.....	52
B. KOMPETENSI DASAR.....	52
C. URAIAN MATERI.....	52
D. RANGKUMAN.....	57
E. LATIHAN /PENUGASAN.....	61
Kegiatan Belajar 6.....	62
Pemasaran Hasil Produksi	62
A. STANDAR KOMPETENSI.....	62
B. KOMPETENSI DASAR.....	62
C. URAIAN MATERI.....	62
D. RANGKUMAN.....	70
E. LATIHAN /PENUGASAN.....	73
Kegiatan Belajar 7	74
Evaluasi Hasil Usaha.....	74
A. STANDAR KOMPETENSI.....	74
B. KOMPETENSI DASAR.....	74
C. URAIAN MATERI.....	74
D. RANGKUMAN.....	86
E. LATIHAN/PENUGASAN.....	88
Kegiatan Belajar 8	89
Industri Kreatif Desain Grafis.....	89
B. KOMPETENSI DASAR.....	89
C. URAIAN MATERI.....	89

D. RANGKUMAN.....	108
E. LATIHAN / PENUGASAN.....	110
F. TES FORMATIF.....	111
G. KUNCI JAWABAN.....	113
H. RUBRIK PENILAIAN.....	114
PENUTUP	115
DAFTAR PUSTAKA	116

Kegiatan Belajar 1 **Prinsip Kewirausahaan**

A. STANDAR KOMPETENSI

Peserta dapat memahami dan menerapkan prinsip kewirausahaan

B. KOMPETENSI DASAR

- A. Menjelaskan pengertian kewirausahaan
- B. Menjelaskan Manfaat Kewirausahaan
- C. Mendeskripsikan perbedaan wirausaha dan wiraswasta
- D. Ciri Seorang Wirausahawan
- E. Menjelaskan factor pendukung menjadi wirausahawan

C. URAIAN MATERI

1. Pengertian Kewirausahaan

Ada beberapa pendapat tentang pengertian Kewirausahaan, antara lain dapat diartikan sebagai berikut :

- a. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses dan hasil usaha (Achmad Sanusi, 1994).
- b. Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan. (Zimmerer, 1996).
- c. Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam

rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar. (Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995).

- d. Kewirausahaan adalah suatu kemampuan (*ability*) dalam berfikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak tujuan, siasat kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup. (Soeparman Spemahamidjaja, 1977).
- e. Kewirausahaan adalah suatu sifat keberanian, keutamaan dalam keteladanan dalam mengambil resiko yang bersumber pada kemampuan sendiri. (S. Wijandi, 1988).

Dari berbagai pendapat para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pengertian kewirausahaan adalah sebuah sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha secara efektif, kreatif dan inovatif untuk memecahkan persoalan dan menemukan peluang yang memberikan keuntungan lebih besar.

2. Manfaat kewirausahaan:

- a. Memberikan contoh menjadi tenaga kerja produktif dan mengurangi pengganguran
- b. Sebagai penggerak pembangunan lingkungan, pribadi, distribusi, pemeliharaan lingkungan dan kesejahteraan
- c. Memberikan contoh bagaimana harus bekerja keras, tekun dan memiliki pribadi yang unggul yang patut untuk diteladani
- d. Mendidik masyarakat agar menjadi pribadi yang mandiri, disiplin, tekun dan jujur dalam menghadapi pekerjaan dan persoalan

- e. Mendidik masyarakat agar hidup secara efisien, tidak foya foya dan tidak boros.

3. Perbedaan Wirausaha dan Wiraswasta

Istilah wirausaha berasal dari kata “wira” dan “usaha”. Kata “Wira” bermakna: berani, utama, perkasa, pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani dan berwatak agung. Sedangkan “usaha” berarti perbuatan amal, berbuat sesuatu, atau kegiatan dengan mengerahkan tenaga pikiran dan fisik untuk mencapai sesuatu tujuan.

Wirausaha adalah sikap dan perilaku berani, semangat, teladan dalam menangani usaha atau kegiatan dengan mengerahkan tenaga pikiran dan fisik untuk mencapai sesuatu tujuan

Istilah wirausaha berdekatan dengan istilah wiraswasta, meski terdapat perbedaan. Wiraswasta lebih focus pada objek, sedangkan wirausaha lebih menekankan pada jiwa dan semangat kemudian diaplikasikan dalam segala aspek kehidupan.

Jadi perbedaan seorang wiraswasta dengan seorang wirausaha adalah wirausaha cenderung bermain dengan risiko dan tantangan. Artinya, wirausaha lebih bermain dengan cara memanfaatkan peluang-peluang tersebut. Sedangkan wiraswasta lebih cenderung kepada seseorang yang memanfaatkan modal yang dimilikinya untuk membuka suatu usaha tertentu.

Wirausahawan adalah orang yang mempunyai semangat, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahaan, yaitu kemampuan untuk

menciptakan, mencari, dan memanfaatkan peluang dalam upaya mencapai suatu tujuan yang diharapkan.

Wiraswastawan adalah orang memiliki kemampuan untuk menjalankan kegiatan usahanya secara mandiri.

Seorang wirausahawan bisa jadi merupakan wiraswastawan, namun wiraswastawan belum tentu seorang wirausahawan

4. Ciri Seorang Wirausahawan (*Entrepreneur* atau pengusaha)

Seorang wirausahawan bisa dikatakan sebagai seorang inovator yang mengimplementasikan perubahan-perubahan di dalam pasar melalui kombinasi-kombinasi baru. Kombinasi baru tersebut bisa dalam bentuk : (1) memperkenalkan produk baru, (2) memperkenalkan metode produksi baru, (3) membuka pasar yang baru (*new market*), (4) memperoleh sumber pasokan baru dari bahan atau komponen baru, atau (5) menjalankan organisasi baru pada suatu industri.

Ada empat ciri yang dimiliki oleh seorang wirausaha atau pengusaha, yaitu:

1. **Proses berkreasi** yakni mengkreasikan sesuatu yang baru dengan menambahkan nilainya. Penambahan nilai ini tidak hanya diakui oleh wirausahawan semata, tetapi juga oleh konsumen yang akan menggunakan hasil kreasi tersebut.
2. **Komitmen yang tinggi** terhadap penggunaan waktu dan usaha yang diberikan. Semakin besar fokus dan perhatian yang diberikan dalam usaha ini maka akan mendukung proses kreasi yang akan timbul dalam kewirausahaan.

3. **Memperkirakan resiko** yang mungkin timbul. Dalam kondisi ini resiko yang mungkin terjadi berkisar pada resiko keuangan, fisik dan resiko sosial.
4. **Memperoleh *reward*** atau imbalan. Dalam hal ini *reward* yang terpenting adalah kebebasan yang diikuti dengan kepuasan pribadi, sedangkan reward berupa uang biasanya dianggap sebagai suatu bentuk derajat kesuksesan usahanya.

5. **Faktor Pendukung Menjadi Wirausahawan (*Entrepreneur*)**

Ada tujuh faktor yang menjadi sumber kemungkinan seseorang menjadi wirausahawan atau pengusaha baik dalam dunia usaha maupun di dalam bidang lembaga-lembaga publik lainnya, sebagai berikut:

a. ***The unexpected* (hal tak terduga).**

Contohnya mengenai hal yang tak terduga tersebut dari perkembangan televisi di Jepang. Awalnya Toshiba berpendapat bahwa masyarakat Jepang belum memerlukan adanya televisi karena belum merupakan kebutuhan primer dan mahal. Berbeda dengan Toshiba, maka Panasonic berpendapat lain, melalui penjualan *door to door* dan strategi promosi lainnya maka usaha televisi yang dipelopori Panasonic berkembang sangat pesat sebagai jawaban terhadap hal yang tak terduga lebih dahulu.

b. **Ketidaksesuaian dalam kenyataan.**

Sebagai contoh hobi bersepeda dianggap kurang tepat dengan kemajuan teknologi transportasi yang serba cepat, namun ternyata gerakan penyelamatan manusia dari polusi dan pemanasan global, maka terdapat kecenderungan menggunakan alat transportasi yang tidak polutan dan bahkan bermanfaat bagi kesehatan. Di beberapa

negara Eropa bahkan telah disediakan jalur- jalur khusus untuk bersepeda dan pada saat-saat tertentu dilarang menggunakan kendaraan bermotor atau yang dikenal dengan istilah *car free day*. Tren ini di Indonesia mulai diterapkan di kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan dengan menerapkan hari tertentu dan pada waktu-waktu tertentu melarang kendaraan bermotor untuk melintas di jalan protokol. Fenomena ini dapat menciptakan entrepreneur dengan membuat sepeda-sepeda yang lebih efisien dan terjangkau harganya.

c. Inovasi berdasarkan kebutuhan.

Sebagai contoh, misalnya kemajuan fotografi serta alat-alat fotografi yang dahulunya dianggap sebagai sebuah luxury (kemewahan). Namun sesuai dengan perkembangan teknologi dan kemakmuran hidup manusia dengan melakukan *tourism and travelling* maupun untuk kebutuhan lainnya maka kebutuhan akan fotografi semakin meningkat, sehingga muncul entrepreneur-entrepreneur yang bergerak dalam bidang usaha ini dengan berbagai produk fotografi seperti Canon, Nikon, Fuji, Kodak, Sony dan lain-lain.

d. Perubahan di dalam struktur industri.

Perubahan di dalam struktur industri yang berkembang akan melahirkan entrepreneur-entrepreneur baru, misalnya dahulu ketika kopi yang dikenal adalah kopi Arabika, kopi Robusta, kopi Toraja, kopi Lampung, kopi Sidikalang, kopi Gayo, maka dewasa ini dikenal dengan kopi Luwak yang merupakan kopi yang berasal dari pengolahan makanan yang dilakukan binatang Luwak, sehingga pada saat ini entrepreneur menangkap peluang usaha dengan memelihara

binatang Luwak untuk mendapatkan biji kopi yang lezat cita rasanya.

e. Perubahan di dalam demokrasi.

Jika masyarakat sebelumnya melihat pendidikan tinggi (universitas) sebagai simbol sosial di dalam masyarakat, maka saat ini masyarakat sudah melihat perguruan tinggi sebagai pembinaan entrepreneur karena mengembangkan riset terkait dengan *entrepreneurship*.

f. Perubahan persepsi dan arti.

Sebagai contoh misalnya mengenai persepsi mengenai air minum merek Aqua, ketika pada awal Aqua diluncurkan persepsi masyarakat skeptis karena menjual air yang tidak ada harganya, namun demikian persepsi masyarakat kemudian berubah betapa air putih sangat tepat untuk pemeliharaan kesehatan.

Entrepreneur yang menjajakan Aqua sebagai minuman yang bergengsi kemudian menjadi invensi dengan melahirkan banyak inventor-inventor lainnya dalam penyediaan air putih yang sekarang berdiferensiasi dengan menamakan air mineral.

g. Ilmu pengetahuan baru.

Ilmu pengetahuan baru yang lahir dewasa ini ada yang sifatnya scientific dan non scientific. Sebagai contoh misalnya dalam bidang kesehatan, dewasa ini para ahli dalam bidang kesehatan berlomba-lomba mencari dan memproduksi berbagai jenis obat baru berdasarkan penelitian-penelitian.

Penelitian tersebut berkesinambungan apabila jika penyakit yang dianggap baru belum ditemukan obatnya.

D. RANGKUMAN

1. Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.
2. Manfaat kewirausahaan:
 - a. Memberikan contoh menjadi tenaga kerja produktif dan mengurangi pengangguran
 - b. Sebagai generator pembangunan lingkungan, pribadi, distribusi, pemeliharaan lingkungan dan kesejahteraan
 - c. Memberikan contoh bagaimana harus bekerja keras, tekun dan memiliki pribadi yang unggul yang patut untuk diteladani
 - d. Berusaha mendidik karyawannya menjadi orang yang mandiri, disiplin, tekun dan jujur dalam menghadapi pekerjaan
 - e. Berusaha mendidik masyarakat agar hidup secara efisien, tidak foya foya dan tidak boros.
3. Perbedaan Wirausaha dan Wiraswasta
 - a. Seseorang manusia unggul dan menjadi teladan yang melakukan kegiatan dengan mengerahkan tenaga pikiran dan fisik untuk mencapai sesuatu maksud.
 - b. **Kewirausahaan** adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh

keuntungan yang lebih besar.

- c. Wirausahawan adalah orang yang mempunyai semangat, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahaan, yaitu kemampuan untuk menciptakan, mencari, dan memanfaatkan peluang dalam menuju apa yang diinginkan sesuai dengan yang diidealkan.
 - d. Wiraswasta lebih focus pada objek, sedangkan wirausahawan lebih menekankan pada jiwa dan semangat kemudian diaplikasikan dalam segala aspek kehidupan. Seorang wirausahawan bisa jadi merupakan wiraswastawan, namun wiraswastawan belum tentu seorang wirausahawan.
4. Ciri Seorang Wirausahawan
 - a. Proses berkreasi
 - b. Komitmen yang tinggi
 - c. Memperkirakan resiko
 - d. Memperoleh *reward* atau imbalan.
 5. Faktor pendukung seseorang menjadi Wirausahawan atau pengusaha (Entrepreneur), adalah karena :
 - a. *The unexpected* (hal tak terduga).
 - b. Ketidaksesuaian dalam kenyataan.
 - c. Inovasi berdasarkan kebutuhan.
 - d. Perubahan di dalam struktur industri.
 - e. Perubahan di dalam demokrasi.
 - f. Perubahan persepsi dan arti.
 - g. Ilmu pengetahuan baru.

E. LATIHAN / PENUGASAN

1. Menurut Anda, apakah kewirausahaan itu penting? Mengapa?
2. Apakah bercita-cita menjadi seorang pengusaha? Jelaskan alasannya?

Kegiatan Belajar 2

Etika dan Etos Kerja Dalam Kewirausahaan

A. STANDAR KOMPETENSI

Peserta dapat memahami dan menerapkan Etika dan Etos Kerja Dalam Kewirausahaan

B. KOMPETENSI DASAR

1. Menjelaskan pengertian Etika
2. Menjelaskan Pentingnya Etika Bagi Wirausahawan
3. Menjelaskan ciri-ciri etika
4. Menjelaskan manfaat etika dalam ewirausahaan
5. Menerapkan etika umum yang baik
6. Menetapkan Tata Tertib
7. Mendeskripsikan Pengertian dan contoh Etos dan Etos Kerja
8. Menjelaskan Ciri-Ciri dan fungsi Etos Kerja
9. Menjelaskan Modal Dasar Etos Kerja dalam Perusahaan
10. Menjelaskan
11. Modal Dasar Etos Kerja dalam Bekerja di Perusahaan
12. Mendeskripsikan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Etos Kerja

C. URAIAN MATERI

1. Pengertian Etika

Etika adalah suatu norma atau aturan yang dipakai sebagai pedoman dalam berperilaku di masyarakat bagi seseorang terkait dengan sifat baik dan buruk.

Ada juga yang menyebutkan pengertian etika adalah suatu ilmu tentang kesusilaan dan perilaku manusia di dalam pergaulannya dengan sesama yang menyangkut prinsip dan aturan tentang tingkah laku yang benar.

Dengan kata lain, etika adalah kewajiban dan tanggungjawab moral setiap orang dalam berperilaku di masyarakat.

2. Pentingnya Etika Bagi Wirausahawan

Etika merupakan pedoman moral dalam kehidupan manusia yang akan membimbing manusia untuk menentukan mana yang baik dan mana yang buruk, mana yang boleh dan mana yang tidak boleh. Etika juga terkait dengan petunjuk-petunjuk tindakan-tindakan apa yang benar dan apa yang salah. Hal ini tentunya juga menjadi pedoman dan petunjuk bagi seorang entrepreneur. Oleh karena itu dalam berusaha, etika harus ditegakkan. Jika dalam usaha tidak lagi memperhatikan etika, maka perusahaan itu cepat atau lambat, pasti akan menuju kepada kehancurannya.

Banyak contoh praktik-praktik kotor dalam dunia usaha yang akhirnya membawa kehancuran. Maraknya korupsi, kolusi dan nepotisme (KKN) antara politisi dan pengusaha, praktik suap dan *mark up*, menyogok pejabat untuk mendapatkan proyek, mendirikan bank untuk mengeruk uang rakyat dan kemudian digunakan untuk membiayai usaha group, serta tindakan-tindakan mengelabui bank (Hendra dan Riana, 2008).

Belum lagi persaingan usaha yang cenderung saling menjatuhkan, yang pada akhirnya konsumenlah akhirnya yang dirugikan. Usaha yang tidak beretika pada level apapun akan berujung pada kehancuran. Oleh karena itu

agar usaha bertahan dan berkembang dengan baik, etika usaha harus ditegakkan.

3. Ciri-Ciri Etika

Adapun ciri-ciri etika adalah sebagai berikut:

- a. Etika tetap berlaku meskipun tidak ada orang lain yang menyaksikan.
- b. Etika sifatnya absolut atau mutlak.
- c. Dalam etika terdapat cara pandang dari sisi batiniah manusia.
- d. Etika sangat berkaitan dengan perbuatan atau perilaku manusia.

4. Tujuan Etika Dalam Kewirausahaan

Etika yang diberlakukan oleh seorang wirausahawan terhadap berbagai pihak memiliki tujuan-tujuan tertentu. Tujuan etika tersebut harus sejalan dengan tujuan perusahaan. Manfaat etika diberlakukan dan diterapkan adalah untuk mendukung dan mengoptimalkan segala daya dan upaya mewujudkan tujuan perusahaan apabila dilakukan secara sungguh-sungguh.

5. Manfaat Etika Kewirausahaan

Etika yang mengikat pada diri seorang pengusaha (*entrepreneur*) manfaatnya sebagai berikut:

- a. Untuk persahabatan dan pergaulan.

Etika dapat meningkatkan keakraban dengan karyawan, pelanggan atau pihak-pihak lain yang berkepentingan. Suasana akrab akan berubah menjadi persahabatan dan menambah luasnya pergaulan. Jika *entrepreneur*, karyawan, pelanggan dan masyarakat menjadi

akrab dan terbina hubungan yang harmonis maka diharapkan segala urusan akan menjadi lebih mudah dan lancar.

b. Menyenangkan orang lain.

Sikap menyenangkan orang lain merupakan sikap yang mulia. Jika ingin dihormati, maka harus menghormati orang lain. Menyenangkan orang lain berarti membuat orang menjadi suka dan puas terhadap pelayanan yang diterimanya. Jika pelanggan merasa senang dan puas atas pelayanan yang diberikan tentunya diharapkan mereka akan mengulanginya kembali suatu waktu.

c. Membujuk (mempresuasi) pelanggan.

Setiap calon pelanggan memiliki karakter tersendiri. Kadang-kadang seorang calon pelanggan perlu dibujuk agar mau menjadi pelanggan. Berbagai cara dapat dilakukan perusahaan untuk membujuk calon pelanggan. Salah satu caranya adalah melalui etika yang ditunjukkan seluruh karyawan perusahaan/ organisasi melalui perilaku, tutur kata yang sopan, mau mendengarkan keluhan pelanggan, berempati dan sebagainya.

d. Mempertahankan pelanggan.

Mempertahankan pelanggan jauh lebih sulit daripada mencari pelanggan. Melalui pelayanan etika maka diharapkan pelanggan dapat dipertahankan karena mereka sudah merasa puas atau layanan yang diberikan atau diterimanya.

e. Membina dan menjaga hubungan

Hubungan yang sudah berjalan baik harus tetap dan terus dibina. Hindari adanya perbedaan paham atau konflik. Ciptakan hubungan dalam suasana

akrab. Dengan etika berhubungan yang lebih baik dan akrab pun dapat terwujud.

6. Etika yang Penting Bagi Wirausahawan (Pengusaha)

Beberapa etika atau norma yang penting dan harus ada dalam benak dan jiwa setiap wirausahawan (pengusaha) adalah sebagai berikut :

a. Kejujuran

Seorang pengusaha harus selalu bersikap jujur, baik, dalam berbicara maupun bertindak. Jujur ini perlu agar berbagai pihak percaya terhadap apa yang akan dilakukan. Tanpa kejujuran, usaha tidak akan maju dan tidak di percaya konsumen atau mitra kerjanya.

b. Bertanggung Jawab

Pengusaha harus bertanggungjawab terhadap segala kegiatan yang dilakukan dalam bidang sahnya. Kewajiban terhadap berbagai pihak harus segera diselesaikan. Tanggung jawab tidak hanya terbatas pada kewajiban, tetapi juga kepada seluruh karyawannya, masyarakat dan pemerintah.

c. Menepati Janji

Pengusaha dituntut untuk selalu menepati janji, misalnya dalam hal pembayaran, pengiriman barang atau penggantian. Sekali seorang pengusaha ingkar janji hilanglah kepercayaan pihak lain terhadapnya. Pengusaha juga harus konsisten terhadap apa yang telah dibuat dan disepakati sebelumnya.

d. Disiplin

Pengusaha dituntut untuk selalu disiplin dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan usahanya, misalnya dalam hal waktu

pembayaran atau pelaporan kegiatan usahanya.

e. Taat Hukum

Pengusaha harus selalu patuh dan menaati hukum yang berlaku, baik yang berkaitan dengan masyarakat ataupun pemerintah. Pelanggaran terhadap hukum dan peraturan telah dibuatkan berakibat fatal dikemudian hari. Bahkan, hal itu akan menjadi beban moral bagi pengusaha apabila tidak diselesaikan segera.

f. Suka Membantu

Pengusaha secara moral harus sanggup membantu berbagai pihak yang memerlukan bantuan. Sikap ringan tangan ini dapat ditunjukkan kepada masyarakat dalam berbagai cara. Pengusaha yang terkesan pelit akan dimusuhi oleh banyak orang.

g. Komitmen dan Menghormati

Pengusaha harus komitmen dengan apa yang mereka jalankan dan menghargai komitmen dengan pihak-pihak lain. Pengusaha yang menjunjung komitmen terhadap apa yang telah diucapkan atau disepakati akan dihargai oleh berbagai pihak.

h. Mengejar Prestasi

Pengusaha yang sukses harus selalu berusaha mengejar prestasi setinggi mungkin tujuannya agar perusahaan dapat terus bertahan dari waktu ke waktu. Prestasi yang berhasil dicapai perlu terus ditingkatkan. Di samping itu, perusaha juga harus tahan mental tidak mudah putus asa terhadap berbagai kondisi dan situasi yang dihadapi.

7. Ketentuan Umum Etika Bagi Wirausahawan

Ada beberapa ketentuan yang diatur dalam etika wirausaha secara umum adalah sebagai berikut :

- a. Sikap dan perilaku seorang pengusaha harus mengikuti norma yang berlaku dalam suatu negara atau masyarakat.
- b. Penampilan yang ditunjukkan seseorang pengusaha harus selalu apik, sopan, terutama dalam menghadapi situasi atau acara-acara tertentu.
- c. Cara berpakaian pengusaha juga harus sopan dan sesuai dengan tempat dan waktu yang berlaku.
- d. Cara berbicara seorang pengusaha juga mencerminkan usahanya, sopan, penuh tata krama, tidak menyinggung atau mencela orang lain.
- e. Gerak-gerik pengusaha juga dapat menyenangkan orang lain, hindarkan gerak-gerik yang dapat mencurigakan.

8. Tujuan Mempertahankan Etika Dalam Perusahaan

Dalam suatu perusahaan besar atau yang masih berkembang, tata tertib perlu diberlakukan dan ditegakkan dalam upaya mempertahankan kepatuhan, ketaatan dalam melaksanakan standar etika dan standar etos kerja yang ditetapkan oleh perusahaan. Adapun tujuan dari tata tertib dalam perusahaan antara lain:

- a. Menciptakan kepercayaan perusahaan
Hal ini akan menetapkan nilai-nilai perusahaan yang mendasari tanggung jawab etika bagi stakeholder
- b. Mengembangkan kode etik
Kode etik merupakan suatu catatan tentang standar tingkah laku dan prinsip-prinsip etika yang diharapkan perusahaan dari karyawan
- c. Menjalankan kode etik secara adil dan konsisten
- d. Melindungi perorangan

- e. Mempertahankan standar yang tinggi tentang tingkah laku, jangan hanya aturan
- f. Menghindari contoh etika yang tercela setiap saat
- g. Menciptakan budaya yang menekankan komunikasi dua arah
Komunikasi dua arah sangat penting untuk menginformasikan barang dan jasa yang dihasilkan dan untuk menerima aspirasi untuk perbaikan perusahaan
- h. Melibatkan karyawan dalam mempertahankan standar etika
Para karyawan diberi kesempatan untuk memberikan umpan balik tentang bagaimana standar etika yang harus dipertahankan

9. Pengertian Etos dan Etos Kerja

Etos berasal dari bahasa Yunani (*ethos*) yang dapat diartikan sebagai:

- a. Pandangan hidup yang khas dari suatu golongan social.
- b. Sikap, kepribadian, watak, karakter, serta keyakinan atas sesuatu. sikap mendasar terhadap diri serta dunia yang dipancarkan oleh hidup. Sikap ini tidak saja dimiliki oleh individu, tetapi juga oleh kelompok bahkan masyarakat.

Sedangkan pengertian **Etos Kerja** adalah:

- a. jiwa atau watak seseorang didalam melakukan tugasnya yang dipancarkan keluar.
- b. sikap yang muncul atas kehendak dan kesadaran sendiri yang didasari oleh sistem orientasi nilai budaya terhadap kerja.
- c. sikap yang muncul atas kehendak dan kesadaran sendiri yang didasari oleh sistem orientasi nilai budaya terhadap kerja
- d. sebuah totalitas kepribadian dirinya dan juga cara bagaimana mengekspresikan, memandang, meyakini serta juga memberikan

makna terhadap sesuatu hal, yang mendorong dirinya untuk bertindak dan bekerja secara optimal

- e. semangat yang amat kuat untuk mengerjakan sesuatu secara optimal lebih baik dan bahkan berupaya untuk mencapai kualitas kerja yang sesempurna mungkin

Contoh etika yang baik seorang wirausaha antara lain sikap dalam berpenampilan, berpakaian, berbicara yang sopan dan santun dan lain-lain

Contoh Ethos seorang pengusaha Indonesia antara lain ramah dan toleran (menghargai). Ethos seorang pengusaha Jepang diantaranya pekerja keras dan bertanggung jawab. Ethos seorang pengusaha Eropa disiplin dan tegas.

Contoh etos kerja seorang wirausaha ialah tepat waktu, moralitas, kejujuran, komitmen, kuat pendirian, disiplin, tanggung jawab, percaya diri, kreatif, dan sejenisnya sebagai wujud dari kemauan yang disertai semangat kerja yang tinggi dalam rangka mencapai cita-cita yang positif

10. Ciri-Ciri Etos Kerja

a. Menghargai Waktu

Salah satu darai esensi dan hakikat dari etos kerja ialah cara seseorang menghayati, memahami, serta juga merasakan betapa berharganya waktu.

Waktu itu merupakan netral serta terus merayap dari detik ke detik serta juga dia pun sadar bahwa sedetik yang lalu itu tak akan pernah dapat kembali lagi.

b. Memiliki Moralitas yang Bersih (Ikhlas).

Salah satu dari kompetensi moral yang dimiliki oleh seorang yang berbudaya kerja ialah nilai keikhlasan. Sebab ikhlas merupakan bentuk dari cinta, bentuk kasih sayang serta juga pelayanan tanpa ikatan.

Sikap ikhlas itu tidak hanya output dari cara dirinya melayani, melainkan juga input atau juga masukan yang membentuk kepribadiannya didasarkan oleh sikap yang bersih.

c. Memiliki Kejujuran

Kejujuran ini tidak datang dari luar, namun datang dari hati dan pemikiran yang baik. Kejujuran ini bukanlah sebuah keterpaksaan, tapi melainkan kejujuran ini merupakan sebuah panggilan dari dalam sebuah keterikatan.

d. Memiliki komitmen

Komitmen itu merupakan keyakinan yang mengikat sedemikian kukuhnya sehingga terbelenggu seluruh hati nuraninya dan setelah itu menggerakkan perilaku menuju arah tertentu yang diyakininya. Didalam komitmen itu tergantung adanya sebuah tekad, keyakinan, yang menimbulkan bentuk vitalitas yang penuh gairah.

e. Kuat Pendirian (Konsisten)

Konsisten ini juga merupakan suatu kemampuan untuk bersikap taat asas, pantang menyerah, serta juga mampu mempertahankan prinsip walau harus berhadapan dengan resiko yang membahayakan dirinya. Mereka dapat mengendalikan diri serta juga mengelola emosinya dengan secara efektif.

11. Fungsi Etos Kerja

- a. Fungsi etos kerja sebagai pendorong timbulnya perbuatan.
- b. Fungsi etos kerja sebagai penggairah dalam aktivitas.
- c. Etos kerja berfungsi sebagai penggerak.

12. Modal Dasar Etos Kerja dalam Perusahaan

- a. Kejujuran, yaitu penuh kepercayaan, bersifat jujur, sungguh-sungguh, terus terang, tidak curang, tidak mencuri, tidak menggelapkan, tidak berbohong
- b. Integritas, yaitu memegang prinsip, melakukan kegiatan dengan hormat, tulus hati, berani dan penug pendirian/keyakinan, tidak bermuka dua, tidak berbuat jahat dan saling percaya.
- c. Memelihara janji, yaitu selalu menaati janji, patut dipercaya, penuh komitmen, jangan mengintepretasikan persetujuan dalam bentuk teknikal atau legalistik dengan dalih ketidakrelaan.
- d. Kesetiaan, yaitu hormat dan loyal kepada keluarga, teman, karyawan dan Negara, jangan menggunakan atau memperlihatkan informasi yang diperoleh dalam kerahasiaan, begitu juga dalam konteks professional, jaga/melindungi.
- e. kemampuan untuk membuat keputusan professional yang bebas dan teliti, hindari hal yang tidak pantas dan konflik kepentingan
- f. Kewajaran/keadilan, yaituberlaku adil dan berbudi luhur, bersedia untuk mengakui kesalahan, dan perlihatkan komitmen keadilan, persamaan perlakuan individual dan toleran terhadap perbedaan, jangan bertindak melampaui batas atau mengambil keuntungan yang tidak pantas dari kesalahan atau kemalangan orang lain.
- g. Suka membantu orang lain, yaitu saling membantu, berbaik hati,

belas kasihan, tolong menolong, kebersamaan, dan menghindari segala sesuatu yang membahayakan orang lain.

- h. Hormat kepada orang lain, yaitu menghormati martabat manusia, menghormati kebebasan dan hak untuk menentukan nasib sendiri bagi semua orang, bersopan santun, jangan merendahkan orang lain, jangan mempermalukan orang lain.
- i. Warga Negara yang bertanggung jawab, yaitu selalu menaati hukum/aturan, penuh kesadaran sosial, menghormati proses demokrasi dalam mengambil keputusan.
- j. Mengejar keunggulan, yaitu mengejar keunggulan dalam segala hal, baik dalam pertemuan personal maupun pertanggungjawaban professional, tekun, dapat dipercaya/diandalkan, rajin penuh komitmen, melakukan semua tugas dengan kemampuan terbaik, mengembangkan dan mempertahankan tingkat kompetensi yang tinggi.
- k. Dapat dipertanggungjawabkan, yaitu memiliki tanggung jawab, menerima tanggung jawab atas keputusan dan konsekuensinya, dan selalu memberi contoh.

13. Modal Dasar Etos Kerja dalam Bekerja di Perusahaan

Etos kerja yang dianggap sangat penting didalam bekerja , yakni.

- a. Efisien.
- b. Kejujuran.
- c. Sikap tepat waktu.
- d. Kesederhanaan.
- e. Kerajinan.
- f. Mengikuti rasio dalam mengambil keputusan dan tindakan.

- g. Sikap bekerja sama.
- h. Sikap bersandar pada kekuatan sendiri.
- i. Sikap mau bekerja sama.
- j. Kesiediaan untuk berubah.
- k. Kecepatan dalam menggunakan kesempatan.
- l. Kesiediaan memandang jauh ke depan.

14. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Etos Kerja

a. Agama

Pada dasarnya agama merupakan suatu sistem nilai yang akan sangat mempengaruhi atau juga yang menentukan pola hidup para penganutnya. Mulai dari berpikir, bersikap serta juga bertindak seseorang itu tentu dipengaruhi oleh ajaran agama yang dianutnya apabila seseorang itu sungguh-sungguh dalam menjalankan agamanya.

b. Budaya

Sikap mental, tekad, disiplin, serta juga semangat kerja masyarakat disebut juga ialah sebagai etos budaya dan dengan secara operasional etos budaya ini juga disebut dengan sebutan etos kerja. Kualitas etos kerja itu juga ditentukan oleh sistem orientasi nilai pada budaya masyarakat yang bersangkutan.

c. Sosial Politik

Tinggi rendahnya etos kerja padaa suatu masyarakat dipengaruhi oleh ada atau juga tidaknya struktur politik yang mendorong masyarakat untuk bisa bekerja keras dan juga bisa menikmati hasil kerja keras dengan penuh.

d. Kondisi Lingkungan/Geografis

Lingkungan alam yang mendukung dalam mempengaruhi manusia yang berada di dalamnya melakukan usaha guna bisa mengelola serta juga mengambil manfaat, dan juga bahkan dapat untuk mengundang pendatang untuk dapat turut mencari penghidupan di lingkungan tersebut.

e. Pendidikan

Etos kerja ini tidak dapat dipisahkan dengan kualitas sumber daya manusia. Peningkatan pada sumber daya manusia itu akan membuat seseorang mempunyai etos kerja keras.

f. Struktur Ekonomi

Tinggi rendahnya etos kerja pada suatu masyarakat ini juga dipengaruhi oleh ada atau tidaknya struktur ekonomi, yang bisa memberikan insentif bagi anggota masyarakat supaya bekerja keras dan juga menikmati hasil kerja keras mereka dengan penuh.

g. Motivasi Intrinsik Individu

Individu yang hendak memiliki etos kerja yang tinggi ialah individu yang bermotivasi tinggi. Etos kerja merupakan suatu pandangan dan juga sikap yang didasari oleh nilai-nilai yang diyakini seseorang.

15. Cara Menumbuhkan Sikap Etos Kerja

- a. Kerja itu sebagai rahmat (Saya bekerja tulus penuh rasa syukur).
- b. Kerja itu adalah amanah (Saya bekerja penuh dengan tanggung jawab).
- c. Kerja itu adalah panggilan (Saya bekerja tuntas dengan penuh integritas).

- d. Kerja itu adalah aktualisasi (Saya bekerja keras dengan penuh semangat).
- e. Kerja itu adalah ibadah (Saya bekerja serius dengan penuh kecintaan).
- f. Kerja itu adalah seni (Saya bekerja cerdas dengan penuh kreativitas).
- g. Kerja itu adalah kehormatan (Saya bekerja dengan penuh ketekunan dan keunggulan).
- h. Kerja itu adalah pelayanan (Saya bekerja paripurna penuh dengan kerendahan hati).

D. RANGKUMAN MATERI

1. Etika adalah suatu norma atau aturan yang dipakai sebagai pedoman dalam berperilaku di masyarakat bagi seseorang terkait dengan sifat baik dan buruk.
2. ciri-ciri etika adalah:
 - a. Etika tetap berlaku meskipun tidak ada orang lain yang menyaksikan.
 - b. Etika sifatnya absolut atau mutlak.
 - c. Dalam etika terdapat cara pandang dari sisi batiniah manusia.
 - d. Etika sangat berkaitan dengan perbuatan atau perilaku manusia.
3. Pentingnya Etika Bagi Wirausahawan
 Etika sebagai pedoman moral yang akan membimbing seorang wirausahawan untuk menentukan mana yang baik dan mana yang buruk, mana yang boleh dan mana yang tidak boleh, selain itu sebagai petunjuk tindakan-tindakan apa yang benar dan apa yang salah.
4. Dalam etika umum yang perlu diperhatikan seorang wirausahawan adalah:
 - a. Sikap dan perilaku sehari-hari
 - b. Penampilan yang apik dan sopan
 - c. Cara berpakaian yang sopan dan sesuai tempat dan waktu yang berlaku.

- d. Cara berbicara yang sopan, penuh tata krama, tidak menyinggung/mencela orang lain.
 - e. Gerak-gerak yang menyenangkan orang lain dan tidak mencurigakan
5. Tujuan Etika Kewirausahaan adalah untuk mendukung dan mengoptimalkan segala daya dan upaya mewujudkan tujuan perusahaan apabila dilakukan secara sungguh-sungguh.
6. Manfaat Etika dalam Kewirausahaan adalah:
- a. Untuk persahabatan dan pergaulan.
 - b. Menyenangkan orang lain.
 - c. Membujuk pelanggan.
 - d. Mempertahankan pelanggan.
 - e. Membina dan menjaga hubungan
7. Etika yang Penting Bagi Wirausahawan (Pengusaha)
- a. Kejujuran
 - b. Bertanggung Jawab
 - c. Menepati Janji
 - d. Disiplin
 - e. Taat Hukum
 - f. Suka Membantu
 - g. Komitmen dan Menghormati
 - h. Mengejar Prestasi
8. Ketentuan Umum Etika Bagi Wirausahawan
- a. Sikap dan perilaku taat norma agama, norma hukum, dan norma sosial
 - b. Penampilan Cara berpakaian pengusaha juga harus sopan dan sesuai dengan tempat dan waktu yang berlaku.
 - c. Cara berbicara
 - d. Gerak-gerak yang wajar.

9. Tujuan Tata Tertib Dalam Perusahaan

Dalam suatu perusahaan besar atau yang masih berkembang, tata tertib perlu diberlakukan dan ditegakkan dalam upaya mempertahankan kepatuhan, ketaatan dalam melaksanakan standar etika dan standar etos kerja yang ditetapkan oleh perusahaan. Adapun tujuan dari tata tertib dalam perusahaan antara lain:

- a. Menciptakan kepercayaan perusahaan
- b. Mengembangkan kode etik
- c. Menjalankan kode etik secara adil dan konsisten
- d. Melindungi perorangan
- e. Mempertahankan standar yang tinggi tentang tingkah laku
- f. Menghindari contoh etika yang tercela setiap saat
- g. Menciptakan budaya yang menekankan komunikasi dua arah perbaiki perusahaan
- h. Melibatkan karyawan dalam mempertahankan standar etika

10. Pengertian Etos dan Etos Kerja

- a. **Etos** adalah Sikap, kepribadian, watak, karakter, serta keyakinan atas sesuatu. sikap mendasar terhadap diri serta dunia yang dipancarkan oleh hidup. Sikap ini tidak saja dimiliki oleh individu, tetapi juga oleh kelompok bahkan masyarakat.
- b. Sedangkan pengertian **Etos Kerja** adalah: sebuah totalitas kepribadian dirinya dan juga cara bagaimana mengekspresikan, memandang, meyakini serta juga memberikan makna terhadap sesuatu hal, yang mendorong dirinya untuk bertindak dan bekerja secara optimal

- c. **Contoh etika** yang baik seorang wirausaha antara lain sikap dalam berpenampilan, berpakaian, berbicara yang sopan dan santun dan lain-lain
- d. **Contoh Ethos** seorang pengusaha Indonesia antara lain ramah dan toleran (menghargai). Ethos seorang pengusaha Jepang diantaranya pekerja keras dan bertanggung jawab. Ethos seorang pengusaha Eropa disiplin dan tegas.
- e. **Contoh etos kerja** seorang wirausaha ialah tepat waktu, moralitas, kejujuran, komitmen, kuat pendirian, disiplin, tanggung jawab, percaya diri, kreatif, dan sejenisnya sebagai wujud dari kemauan yang disertai semangat kerja yang tinggi dalam rangka mencapai cita-cita yang positif

11. Ciri-Ciri Etos Kerja

- a. Menghargai Waktu
- b. Memiliki Moralitas yang Bersih (Ikhlas).
- c. Memiliki komitmen
- d. Kuat Pendirian (Konsisten)

12. Fungsi Etos Kerja

- a. Fungsi etos kerja sebagai pendorong timbulnya perbuatan.
- b. Fungsi etos kerja sebagai penggairah dalam aktivitas.
- c. Etos kerja berfungsi sebagai penggerak.

13. Modal Dasar Etos Kerja dalam Perusahaan

- a. Kejujuran,
- b. Integritas.
- c. Memelihara janji.
- d. Kesetiaan/loyaltas
- e. Keputusan cepat dan tepat

- f. Kewajaran/keadilan.
- g. Suka membantu orang lain.
- h. Hormat kepada orang lain
- i. Warga Negara yang bertanggung jawab,.
- j. Mengejar keunggulan/prestasi,
- k. professional,
- l. Dapat dipertanggungjawabkan dan menjadi teladan.

14. Modal Dasar Etos Kerja dalam Bekerja di Perusahaan

- a. Efisien.
- b. Kejujuran.
- c. Sikap tepat waktu.
- d. Kesederhanaan.
- e. Kerajinan.
- f. Mengikuti rasio dalam mengambil keputusan dan tindakan.
- g. Sikap bekerja sama.
- h. Sikap bersandar pada kekuatan sendiri.
- i. Sikap mau bekerja sama.
- j. Kesiapan untuk berubah.
- k. Kecepatan dalam menggunakan kesempatan.
- l. Kesiapan memandang jauh ke depan.

15. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Etos Kerja

- a. Agama
- b. Budaya
- c. Sosial Politik
- d. Kondisi Lingkungan/Geografis
- e. Pendidikan
- f. Struktur Ekonomi
- g. Motivasi Intrinsik Individu

E. LATIHAN / PENUGASAN

1. Sebagai wirausahawan baru, bagaimana upaya agar etika yang diberlakukan dan dilaksanakan di lingkungan perusahaan?
2. Menurut etos kerja apa saja yang dibutuhkan dalam bekerja di perusahaan.

Kegiatan Belajar 3

Perencanaan Usaha

A. STANDAR KOMPETENSI

Peserta dapat memahami dan menerapkan perencanaan usaha

B. KOMPETENSI DASAR

1. Menjelaskan pengertian dan unsur-unsur dalam perencanaan usaha
2. Manfaat dan tujuan perencanaan usaha
3. Menerapkan karakteristik perencanaan usaha
4. Menjelaskan langkah-langkah perencancanaan usaha
5. Menjelaskan pengertian proposal usaha
6. Menerapkan langkah-langkah dan aspek-aspek dalam proposal usaha

C. URAIAN MATERI

1. Pengertian perencanaan Usaha

Langkah pertama untuk melakukan kewirausahaan adalah memiliki ide, setelah ide itu muncul maka kita dapat memulai melakukannya, yang harus dilakukan selanjutnya adalah membuat perencanaan. Hal ini berguna sebagai persiapan awal yang mana memiliki dua fungsi yaitu: sebagai pedoman untuk mencapai keberhasilan manajemen usaha dan sebagai alat untuk mengajukan kebutuhan permodalan yang bersumber dari luar.

Pengertian dari **perencanaan usaha** adalah proses penentuan visi, misi, tujuan, strategi, kebijakan, prosedur, aturan, program dan anggaran yang diperlukan untuk menjalankan suatu usaha atau usaha tertentu.

2. Unsur-unsur dalam Perencanaan Usaha

Menurut Zimmerer (1993: 331) ada beberapa unsur yang harus ada dalam perencanaan usaha, yaitu:

- a. Ringkasan pelaksanaan
- b. Profil usaha
- c. Strategi usaha produk dan jasa
- d. strategi pemasan
- e. Analisis Pesaing
- f. Ringkasan karyawan danpemilik
- g. Rencana operasional
- h. Data finansial
- i. Proposal/ usulan pinjaman
- j. Jadwal operasional

Sedangkan menurut Peggy Lambing perencanaan usaha memuat sejumlah topik, yang meliputi:

- a. Ringkasan eksekutif
- b. Pernyataan misi
- c. Lingkungan usaha
- d. Perencanaan pemasaran
- e. Tim manajemen

- f. Data financial
- g. Aspek-aspek legal
- h. Jaminan asuransi
- i. Mitra Usaha/ Orang-orang penting
- j. Pemasok
- k. Resiko

Rencana usaha yang baik harus didasari latar belakang yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan semua pihak serta faktor-faktor lain yang terlibat dalam menjalankan usaha. Latar belakang yang tidak sesuai dengan kondisi yang ada, berarti sedang membuat rencana kegagalan.

3. Karakteristik Perencanaan Usaha

Secara umum perencanaan usaha mempunyai sifat-sifat sebagai berikut:

- a. Fokus, artinya perencanaan usaha dibuat berdasarkan visi, misi tertentu serta dengan tujuan yang jelas sehingga kita bisa fokus untuk mencapai tujuan.
- b. Rasional dan faktual, artinya perencanaan usaha dibuat berdasarkan pemikiran yang masuk akal, realistis, berorientasi masa depan serta didukung dengan fakta-fakta yang ada.
- c. Berkesinambungan dan estimasi, artinya perencanaan usaha dibuat dan dipersiapkan untuk tindakan yang berkelanjutan serta perkiraan perkiraan tentang kondisi di masa depan.
- d. Prepare dan fleksibel, artinya perencanaan usaha dibuat sebagai persiapan, yaitu pedoman untuk tindakan-tindakan yang akan

dilaksanakan yang disesuaikan dengan perubahan lingkungan usaha yang dihadapi.

- e. Operasional, artinya perencanaan usaha dibuat sesederhana mungkin, namun rinci, serta dapat dilaksanakan.

4. Manfaat Perencanaan Usaha

Manfaat perencanaan usaha dibuat agar digunakan untuk menjamin bahwa tujuan yang telah ditetapkan akan tercapai. Rencana usaha yang dibuat bisa mengungkapkan segala hambatan dan kelemahan di dalam proses perencanaan Anda. Sehingga antisipasi atau perbaikan bisa segera dilakukan.

Dengan adanya perencanaan usaha bermanfaat sebagai berikut :

- a. Pekerjaan dan aktifitas usaha dapat dilakukan secara teratur dan dengan tujuan yang jelas.
- b. Menghindari pekerjaan atau aktifitas yang tidak produktif serta penggunaan sumber daya yang lebih efisien.
- c. Menyediakan alat evaluasi untuk menentukan keberhasilan usaha, serta
- d. Menyediakan landasan untuk pengawasan dan upaya perbaikan. Artinya perencanaan usaha dibuat agar digunakan untuk menjamin bahwa tujuan yang telah ditetapkan akan tercapai

5. Langkah-langkah Perencanaan Usaha

Rencana usaha yang baik harus didasari latar belakang yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan semua pihak serta faktor-faktor lain yang terlibat dalam menjalankan usaha. Kesalahan menilai atau berlebihan dalam menilai kemampuan pelaksana usaha dan faktor-2 lainnya akan mengakibatkan rencana usaha yang baik tidak mendapat

33

dukungan atau sulit dilaksanakan. Akibatnya rencana yang baik itu hanya jadi bahan bacaan saja. Maka sebelum membuat rencana usaha yang baik lakukan dahulu hal-hal sebagai berikut :

a. **Identifikasi peluang usaha**

Ide usaha banyak disekeliling kita. Jangan latah dalam memilih peluang usaha. Tapi lakukanlah reset pasar khususnya kondisi disekitar lokasi usaha Anda, itu kalau usaha bersifat lokal. Pada umumnya suatu produk berpotensi untuk laku dijual dan menguntungkan apabila penawaran untuk produk tersebut masih lebih kecil dari permintaan. Peluang usaha timbul ketika permintaan pasar lebih besar dari penawaran. Sebaiknya peluang usaha yang demikianlah yang menjadi pilihan Anda. Pilihlah beberapa peluang usaha tersebut untuk dibanding bandingkan dengan faktor faktor lainnya.

b. **Pilihlah peluang usaha yang sesuai dengan kepribadian Anda.**

Dalam penentuan peluang usaha tentu kriteria utamanya adalah apakah usaha itu mampu memberi keuntungan yang memadai, namun dari segi kepribadian apakah jenis usaha tersebut bisa diterima. Misal apakah peluang usaha minuman keras atau apakah usaha menuntut untuk mobil (selalu tidak ditempat) atau harus menjadi seperti orang tinggal di desa. Dari segala aspek usaha-usaha tersebut sebetulnya dapat menjanjikan keuntungan yang besar, namun mungkin secara kepribadian tidak merasa cocok dengan usaha-usahatersebut. Tentunya solusi terhadap pilihan usaha tersebut adalah menolak peluang tersebut, atau solusi lainnya adalah memberikan peluang usaha tsb. untuk dijalankan atau diwakili oleh pihak lain, yang tentunya juga berakibat adanya perbedaan pola

management dan kepemilikan dalam membuat rencana usaha Anda. Pilihlah ide usaha selain keuntungan juga kesenangan, hobi, waktu, tenaga, dan tentunya dorongan hati nurani yang dibutuhkan dalam mengelola usaha tersebut.

c. **Ketersediaan bahan baku, barang atau jasa**

Faktor ketersediaan bahan baku (barang atau jasa) adalah merupakan faktor penting, artinya tanpa bahan baku tentunya usaha tidak akan jalan atau tidak dapat berproduksi. Mungkin saja bagi pemain lama ketersediaan bahan baku mudah tersedia, namun buat pemain baru tidak mudah untuk mendapatkannya, mungkin keterbatasan persediaan dipasar, kesulitan transportasi, volume pembelian yang harus besar dan lain-lain. bisa saja mendapatkan tapi dengan harga khusus (lebih mahal). Contoh lain ternyata bahan baku atau barang tersebut hanya musiman sehingga tidak setiap saat mendapatkannya. Sehingga hal tersebut mempengaruhi sistim stok untuk pengadaan bahan baku atau barang dan tentunya hal ini menambah biaya tempat penyimpanan. Contoh lain sejauh mana pengenaan pajak atas bahan baku, barang atau jasa yang dimaksud. Jangan sampai hal ini baru diketahui setelah usaha beroperasi, karena hal ini berakibat tertahan produksi dan biaya produksi meningkat, harga jual jadi tidak dapat bersaing lagi.

d. **Kemampuan mencari dan mendapatkan konsumen**

Faktor lain yg tidak kalah pentingnya adalah konsumen. Pada prinsipnya jika ingin membuat usaha apa saja bisa, selain banyak untuk dipilih juga penawaran usaha begitu banyak. Begitu juga target

pasar atau konsumen begitu melimpah. Pertanyaannya mau tidak konsumen membeli atau memakai produk atau mampu tidak mencari dan meyakinkan agar konsumen mau membeli atau memakai produk atau jasa Anda. Untuk itu harus dilakukan tes dan survey terlebih dahulu. Contoh yang gampang adalah usaha makanan. Buatlah contoh makanan dan tawarkan kepada orang-orang terdekat dan seterusnya diluar orang yang kenal, survey dan pelajari bagaimana tanggapan mereka tentang produk Anda. Jika tanggapan kurang, perbaiki rasa dan kualitas sesuai saran teman atau konsumen Anda. Jika sudah yakin carilah pasar lebih luas namun jangan produksi dahulu terlalu banyak. Tetap tanggapilah keluhan dan saran konsumen Anda. Buat langkah-langkah untuk bisa meningkatkan produksi dan memperluas konsumen. Ingat jangan sampai produk tidak dilirik konsumen.

e. **Mengidentifikasi kemampuan skill dan kesiapan mental**

Kemampuan dan orang-orang yang terlibat dalam menjalankan usaha (SDM) harus diukur atau dinilai. Jangan salah atau berlebihan dalam menilai kemampuan dan kesiapan mental mereka. Apabila itu yang terjadi, maka sebaik-baiknya rencana usaha yang dibuat tetap saja tidak akan berjalan sesuai rencana, malah rencana tersebut menjadi suatu rencana kegagalan. Hal ini pernah saya alami, rencana usaha dan proposal kelayakan usaha kami buat sebaik mungkin, setelah dipresentasikan tersedia modal ratusan juta. Namun yang terjadi berikutnya adalah kegagalan. Faktor faktornya adalah mental dan kemampuan pengelola belum siap sehingga tidak menjalankan fungsi masing-masing. Produksi usaha sudah besar-besaran padahal

target pasar atau konsumen belum ada satupun yang membuat kontrak pembelian. Yang namanya biaya bertambah terus dan akhirnya tidak ada uang kas sama sekali. Ujung ujungnya hampir semua program usaha tidak sepenuhnya berjalan. Pemilik modal tidak percaya lagi terhadap pengelola usaha untuk menambah modal dan akhirnya usaha itu bangkrut dengan sendirinya. Jika kemampuan dan mental SDM belum siap, buatlah program pelatihan untuk meningkatkan kemampuan dan merubah mental. Peluang Usaha bagus namun tidak ditunjang SDM yang memadai tetap akan terjadi kegagalan.

f. **Faktor external yang terlibat**

Kalau pengelola adalah faktor internal, maka diluar itu ada orang atau lembaga atau perusahaan yang akan terlibat dengan usaha Anda. Inventaris pihak-pihak yang akan terlibat langsung dan tidak langsung dalam memulai dan menjalankan usaha. Hubungi mereka, cari tahu apa yang mereka butuhkan dari dan apa yang dibutuhkan dari mereka, kalau perlu lakukan negosiasi untuk kemudahan dan penekanan biaya demi efisiensi usaha Anda. Faktor external misalnya lembaga hukum atau notaris, pajak, izin usaha, pemilik lokasi usaha, pihak bank, pemilik modal, penambahan daya listrik (PLN), pihak keamanan, pengerah tenaga kerja, lembaga pelatihan. Cari lebih tahu lagi pihak2 external tersebut. Semakin kenal baik dengan mereka semakin mudah dan jelas berhubungan dan bernegosiasi. Yang terpenting adalah kemudahan dan penentuan biaya-biaya agar bisa sesuai dengan isi rencana dan program kerja usaha. Jangan sampai

terjadi biaya tak terduga melampaui beratus-ratus persen dari anggaran.

g. **Hitung kemampuan modal dan buat solusinya jika kurang.**

Hitung besarnya modal dan biaya-biaya, pengeluaran yang dibutuhkan untuk memulai, mengoperasikan, memproduksi dan lainnya. Kurang teliti dalam perhitungan ini akan menghambat jalan usaha Anda. Ketiadaan atau kekurangan modal sering dijadikan kambing hitam untuk tidak segera memulai usaha. Harus diakui bahwa meskipun modal bukan satu-satunya faktor dominan dalam merintis usaha, ketiadaan modal memang bisa menjadi kendala. Agar ketiadaan atau kekurangan modal ini tidak berakibat fatal bagi (rencana) usaha Anda, sebaiknya pelajari sumber sumber pemodalannya yang ada untuk bisa memperoleh modal usaha. Lakukan indentifikasi sumber modal dengan cermat, kalau perlu lakukan negosiasi dengan baik, karena ini menyangkut biaya biaya dan kelengkapan dokumen yang harus disiapkan. Beberapa contoh sumber dana seperti teman atau saudara, Ventura Capital, Pinjaman Bank atau bisa bergabung dengan usaha lain.

h. **Dokumentasi dan membuat proposal usaha**

Hasil-hasil indentifikasi diatas harus didokumentasikan dengan baik, buat solusi atau rencana program kerja jika ditemukan hal-hal yang harus diperbaiki atau dilaksanakan, rangkum semua data- data tersebut kedalam sebuah proposal usaha. Maka jadilah suatu rencana usaha yang baik dan sesuai latar belakang yang kuat yaitu suatu rencana usaha yang benar-benar dibuat berdasarkan hasil

identifikasi, hasil survey, hasil negosiasi, hasil wawancara yang berdasarkan visi misi dan tujuan usaha. Buat hasil perencanaan yang matang dan lain-lain. Ingat, membuat rencana usaha dengan tidak memperhatikan latar belakang yang sebenarnya, itu berarti sedang merencanakan suatu kegagalan.

6. Proposal Usaha

Setelah membuat ringkasan eksekutif, langkah berikutnya adalah menentukan misi usaha yang menggambarkan maksud-maksud usaha dan filosofi manajemen perusahaan. Selain itu diperlukan membuat format ringkasan eksekutif seorang calon pengusaha juga harus membuat usulan atau proposal usaha. Usulan usaha dimaksudkan untuk mengajukan dana kepada penyandang dana, seperti investor, banker, dan lembaga keuangan lainnya yang siap membantu perusahaan.

7. Aspek Dalam Proposal Usaha

Beberapa aspek yang biasanya dimuat dalam proposal usaha meliputi empat hal, yaitu:

- a. Manajemen usaha
- b. Pemasaran
- c. Produksi/ operasional
- d. Keuangan perusahaan

8. Beberapa hal yang harus dihindari di dalam rencana usaha:

- a. Hindari menetapkan beberapa pembatasan yang layak terhadap beberapa proyeksi jangka panjang pada masa mendatang (Jangka panjang berarti lebih dari setahun). Lebih baik bertahan dengan

sejumlah tujuan jangka pendek dan mengubah rencana itu selagi usaha berjalan. Terlalu sering, rencana usaha jangka panjang tidak bermakna apa-apa karena realitas usaha dapat berbeda dari konsep awal Anda.

- b. Hindari optimisme. Kenyataannya, hanya sedikit rencana usaha yang dengan tepat bisa menunjukkan seberapa banyak uang dan waktu yang dibutuhkan. Untuk mengimbangi optimisme, berlakulah sangat konservatif dalam meramalkan kebutuhan modal, ketepatan waktu, penjualan, dan laba.
- c. Hindari membuat terlalu garis besarnya saja. Buatlah yang terperinci bagaimana strategi untuk mengatasi kekurangan dan strategi apa jika ketika tertimpa kemalangan bisnis.
- d. Janganlah menggunakan bahasa yang ribet. Gunakan bahasa yang sederhana dalam menjelaskan segala persoalan. Buatlah mudah dibaca dan dimengerti.
- e. Jangan sepenuhnya tergantung pada keunikan usaha atau bahkan pada penemuan yang telah memperoleh hak paten. Keberhasilan mendatangi mereka yang memulai usaha dengan ekonomi yang bagus dan tidak selalu dari penemuan yang hebat.

D. RANGKUMAN

1. Pengertian perencanaan Usaha

Pengertian dari **perencanaan usaha** adalah proses penentuan visi, misi, tujuan, strategi, kebijakan, prosedur, aturan, program dan anggaran yang diperlukan untuk menjalankan suatu usaha atau usaha tertentu.

2. Unsur-unsur dalam Perencanaan Usaha

- a. Ringkasan pelaksanaan

- b. Profil usaha
- c. Strategi usaha produk dan jasa
- d. strategi pemasaran
- e. Analisis Pesaing
- f. Ringkasan karyawan dan pemilik
- g. Rencana operasional
- h. Data finansial
- i. Proposal/ usulan pinjaman
- j. Jadwal operasional

Topik yang dibahas dalam perencanaan usaha memuat antara lain meliputi:

- a. Ringkasan eksekutif
- b. Pernyataan misi
- c. Lingkungan usaha
- d. Perencanaan pemasaran
- e. Tim manajemen
- f. Data finansial
- g. Aspek-aspek legal
- h. Jaminan asuransi
- i. Mitra Usaha/ Orang-orang penting
- j. Pemasok
- k. Resiko

3. Karakteristik Perencanaan Usaha

Secara umum perencanaan usaha mempunyai sifat-sifat sebagai berikut:

- f. Fokus,
- g. Rasional dan faktual.

- h. Berkesinambungan dan estimasi.
- i. Prepare dan fleksibel.
- j. Operasional.

4. Manfaat Perencanaan Usaha

- a. Pekerjaan dan aktifitas usaha dapat dilakukan secara teratur dan dengan tujuan yang jelas.
- b. Menghindari pekerjaan atau aktifitas yang tidak produktif serta penggunaan sumber daya yang lebih efisien.
- c. Menyediakan alat evaluasi untuk menentukan keberhasilan usaha, serta
- d. Menyediakan landasan untuk pengawasan dan upaya perbaikan. Artinya perencanaan usaha dibuat agar digunakan untuk menjamin bahwa tujuan yang telah ditetapkan akan tercapai

5. Langkah-langkah Perencanaan Usaha

- a. Identifikasi peluang usaha
- b. Pilihlah peluang usaha yang sesuai dengan kepribadian Anda.
- c. Ketersediaan bahan baku, barang atau jasa
- d. Kemampuan mencari dan mendapatkan konsumen
- e. Mengidentifikasi kemampuan skill dan kesiapan mental
- f. Faktor external yang terlibat
- g. Hitung kemampuan modal dan buat solusinya jika kurang.
- h. Dokumentasi dan membuat proposal usaha

6. Proposal Usaha

Proposal usaha adalah usulan usaha yang dimaksudkan untuk mengajukan dana kepada penyandang dana, seperti investor, banker, dan lembaga keuangan lainnya yang siap membantu perusahaan.

7. Aspek Dalam Proposal Usaha

- a. Manajemen usaha
- b. Pemasaran
- c. Produksi/ operasional
- d. Keuangan perusahaan

E. LATIHAN / PENUGASAN

1. Apa perbedaan perencanaan usaha dan proposal usaha?
2. Buatlah contoh perencanaan usaha yang akan kelola di bidang desain grafis.

Kegiatan Belajar 4

Pengelolaan Usaha

A. STANDAR KOMPETENSI

Peserta dapat memahami dan menerapkan pengelolaan usaha

B. KOMPETENSI DASAR

1. Menjelaskan strategi merencanakan usaha
2. Menerapkan strategi mengelola usaha
3. Menerapkan upaya agar menjadi Wirausahawan yang berhasil

C. URAIAN MATERI

1. Pengertian Pengelolaan Usaha

Pengelolaan usaha adalah mengurus, mengatur kegiatan usaha yang dijalankan orang orang atau badan-badan secara beratur dengan bantuan segala aktivitas untuk mencapai suatu tujuan. (*Blog: Aldesra SP, Jumat 29 Agustus 2014*).

Pengelolaan usaha dapat pula didefinisikan sebagai kegiatan usaha yang dilakukan perusahaan / Individu dalam bisnisnya dalam pendirian usaha, penyusunan anggaran keuangan, serta menjalankan perusahaan yang berkaitan aspek produksi, pemasaran, sumberdaya manusia, serta pengelolaan keuangan.

2. Bidang-Bidang Usaha yang Dikelola

Seberapa hal yang menjadi patokan utama dalam mengelola usaha diantaranya adalah sebagai berikut :

a. Pengelolaan Administrasi Perusahaan

Usaha tentunya memerlukan tempat dimana bisa memproduksi produk/jasa, mesin dan peralatan yang diperlukan. Memastikan setiap ruang, furniture, dan peralatan lainnya tertata dengan baik agar usaha berjalan teratur juga memerlukan perencanaan yang baik. Beberapa unit usaha menugaskan seseorang yang tugasnya mengelola kebutuhan perusahaan sehari-hari

b. Pengelolaan produksi

Pengelolaan produksi merupakan pengaturan dan perencanaan terkait ketersediaan bahan baku maupun bahan jadi yang siap dipasarkan pada sebuah perusahaan bisnis. Pengelolaan dibidang produksi menyangkut bagaimana proses produksi itu bisa berlangsung dengan baik sehingga mampu menghasilkan produk atau layanan yang diminati oleh konsumen.

c. Pengelolaan pemasaran

Pengelolaan dibidang pemasaran menyangkut segala bentuk perencanaan, target serta tujuan dan hasil dari sebuah proses marketing atau pemasaran. Penjualan yang meningkat dan upaya untuk memperkenalkan produk kepada konsumen merupakan target utama dari sebuah pengelolaan pemasaran.

d. Pengelolaan distribusi

Pengelolaan di bidang distribusi memegang peran dalam mendukung pengelolaan pemasaran. "eskipun pemasaran telah berjalan dengan baik, namun apabila pengelolaan distribusi mengalami hambatan, maka marketing juga akan terganggu. Proses penyaluran barang produksi atau

layanan jasa kepada konsumen sangat ditentukan oleh bagaimana pola pengelolaan distribusi tersebut dirancang oleh sebuah perusahaan.

e. Pengelolaan keuangan

Pengelolaan keuangan di dalam sebuah usaha menyangkut transparansi dan pengelolaan sirkulasi keuangan sebuah perusahaan. Sebagaimana keuangan perusahaan mampu dibagikan sesuai dengan anggaran yang dimiliki. Tanpa adanya sebuah pengelolaan usaha yang baik dibidang keuangan, maka biasanya perusahaan tidak mendapatkan data keuangan yang jelas. Hal ini biasa dialami oleh para pengelola usaha kecil

3. Langkah-langkah Pengelolaan Usaha

Pengelolaan usaha dapat pula didefinisikan cara untuk menangani pelaksanaan suatu usaha (perusahaan/individu) yang terprogram dengan baik meliputi:

- a. Perencanaan
- b. Pengorganisasian
- c. Pelaksanaan, dan
- d. Pengendalian

4. Tips Praktis Pengelolaan Usaha

Ada banyak cara mengelola usaha agar usaha yang dijalankan bisa berfungsi secara efektif dan efisien. Cara yang cocok untuk orang lain belum tentu cocok untuk Anda. Cara pengelolaan yang terbaik adalah cara yang sesuai dengan tujuan usaha, jenis produk/jasa dan sistem operasi usaha.

Membuat strategi pengelolaan usaha merupakan upaya pengaturan secara menyeluruh untuk menjalankan sebuah usaha yang profesional dan menghasilkan tujuan usaha yang diinginkan, baik dari aspek profit maupun tujuan lain sesuai dengan yang diinginkan oleh pihak pengelola bisnis.

Sebuah proses pengaturan diperlukan agar sebuah usaha tidak sembarangan, mampu melakukan perencanaan, target-target yang diinginkan serta dapat mengantisipasi berbagai kemungkinan sebuah resiko usaha bisnis.

Untuk bentuk usaha dengan skala kecil pun diperlukan sebuah upaya pengelolaan usaha yang baik, hanya berbeda pada ukuran skala saja serta pengerjaannya yang lebih sederhana dan bisa dikerjakan rangkap oleh satu atau dua orang pengelola usaha tersebut.

Memulai usaha sendiri seringkali terdapat hambatan yang datang bukan dari orang lain melainkan dari diri sendiri. Ada saja alasan yang dilontarkan orang yang baru akan memulai bisnis, bahkan sebelum mereka mencobanya.

Permasalahan yang paling klise adalah soal modal. Seseorang yang belum pernah terjun ke dunia usaha mengira bahwa usaha memerlukan modal yang besar dan penghasilan yang didapat langsung besar. Hal ini kurang tepat adanya, karena tidak semua usaha yang sukses dan menghasilkan dimulai dari modal yang fantastis. Adakalanya pengusaha kecil memulai usahanya dengan modal yang sangat terbatas, kemudian dari modal itulah udaranya berkembang. Ada pula yang memulai usaha yang langsung besar, namun tak sampai setahun bisnisnya gulung tikar karena ketidakmampuan dalam mengelola usaha.

Berikut poin-poin yang dapat membantu meraih kesuksesan dalam menjalankan usaha kecil Anda.

a. Belajar dari kesuksesan orang lain

Prinsip utama dalam memulai usaha adalah dengan melihat usaha orang lain. Jika melihat seseorang menjalankan usaha dalam kurun waktu yang cukup lama (dan tetap buka), maka bisa memulai usaha yang sama dengan sedikit inovasi di dalam usaha tersebut. Misalnya saja berdagang baju muslim atau jilbab. Usaha yang satu ini memang sudah banyak yang menggeluti, namun karena permintaan pasar akan sandang terus ada maka bisa mencobanya. Untuk inovasi, bisa menjual brand yang belum ada di kota atau bahkan memproduksi baju dan jilbab itu sendiri.

b. Siasati Modal

Setiap orang yang memulai usaha pada awalnya akan terbentur masalah modal. Solusinya, gunakan uang tabungan untuk memberanikan diri memulai usaha. Berapapun jumlahnya tidak masalah, yang penting bisa menemukan usaha atau dagangan yang tepat untuk usaha Anda. Tentunya dengan mengorbankan uang tabungan sendiri, maka akan lebih bersemangat untuk mengembalikan modal dan meraih keuntungan.

c. Mencari Partner

Seiring perkembangan, usaha kecil akan terus membesar sehingga memerlukan partner dalam mengelolanya. Entah itu partner dalam sisi permodalan, atau partner dalam menjalankan operasional usaha (karyawan). Pilihlah partner yang dapat mendukung kesuksesan usaha sehingga usaha dapat berkembang menjadi lebih maju.

d. Menghargai Waktu

Dalam berbisnis, waktu adalah faktor yang sangat penting. Manfaatkan waktu yang dimiliki untuk membuat usaha kian maju, dagangan laris dan keuntungan meningkat. Apalagi jika masih “nyambi” kerja kantoran. harus berani menggunakan waktu untuk bekerja keras. Suatu saat kerja keras akan terbayar dengan kesuksesan yang diraih.

e. Temukan Keunggulan Usaha Anda

Setiap usaha yang bertahan tentu memiliki minimal satu keunggulan. Jika memiliki produk yang unik, maka kekuatan adalah di produk (misalnya pengusaha butik, aksesoris handmade, dan pembuat kue/makanan khas). Jika Produk biasa saja namun dibutuhkan, maka bisa berinovasi dengan memberikan pelayanan terbaik, ramah, dan memberikan bonus atau hadiah kepada pelanggan-pelanggan Anda. Para peusaha online biasanya memberikan penawaran gratis ongkos kirim atau giveaway bagi para customernya.

f. Kelola Keuangan dengan Rapi

Salah satu faktor penting dalam usaha adalah masalah keuangan. Jika usaha melaju pesat, namun pengelolaan keuangannya berantakan, bisa dipastikan usaha akan gampang tumbang. Solusinya, serahkan kepada ahlinya untuk merapikan catatan transaksi keuangan Anda. juga dapat menyewa jasa seorang akuntan yang berkompeten jika menginginkan laporan keuangan tersaji secara profesional. Dengan catatan keuangan yang rapi, akan mudah mendapatkan suntikan dana dari investor atau perbankan.

g. Selalu Mencoba Hal Baru

Usaha kecil rawan “terlalu nyaman di zona nyaman”. Maksudnya, jika dalam beberapa waktu terjebak dalam rutinitas usaha, akan merasa

jenuh dan malas dalam menjalankan usaha kecil Anda. Solusinya, selalu berikan sentuhan baru pada usaha Anda. Misalnya dengan mencari atau memproduksi barang baru setiap bulan, menanti interior toko setiap tiga bulan sekali, atau menerapkan pola pemasaran baru pada usaha Anda. Jika dulunya hanya berjualan offline, cobalah menjual secara online atau sebaliknya, jika biasanya berjualan online bisa coba ikut bazaar dengan menyewa lapak saat ada pameran di tempat Anda. Hal baru inilah yang akan meyakinkan saat mengelola usaha sehingga akan mencapai kesuksesan dalam bisnis Anda.

D. RANGKUMAN MATERI

1. Pengertian pengelolaan Usaha

Pengelolaan usaha dapat pula didefinisikan sebagai kegiatan usaha yang dilakukan perusahaan/Individu dalam bisnisnya dalam pendirian usaha, penyusunan anggaran keuangan, serta menjalankan perusahaan yang berkaitan aspek produksi, pemasaran, sumberdaya manusia, serta pengelolaan keuangan.

2. Bidang-Bidang Usaha yang Dikelola

- a. Pengelolaan Administrasi Perusahaan
- b. Pengelolaan produksi
- c. Pengelolaan pemasaran
- d. Pengelolaan distribusi
- e. Pengelolaan keuangan

3. Langkah-langkah Pengelolaan Usaha

- a. Perencanaan
- b. Pengorganisasian
- c. Pelaksanaan, dan

Kegiatan Belajar 5
Pengemasan Hasil Produksi

A. STANDAR KOMPETENSI

Peserta dapat memahami dan menerapkan pengemasan hasil produksi

B. KOMPETENSI DASAR

1. Menjelaskan pengertian dan pentingnya pengemasan
2. Menjelaskan fungsi dan tujuan pengemasan
3. Menjelaskan penggolongan pengemasan
4. Mendeskripsikan syarat pengemasan
5. Menerapkan Cara pengemasan

C. URAIAN MATERI

1. Pengertian Pengemasan

Pengemasan merupakan sistem yang terkoordinasi untuk menyiapkan barang menjadi siap untuk ditransportasikan, didistribusikan, disimpan, dijual, dan dipakai. Adanya wadah atau pembungkus dapat membantu mencegah atau mengurangi kerusakan, melindungi produk yang ada di dalamnya, melindungi dari bahaya pencemaran serta gangguan fisik (gesekan, benturan, getaran).

2. Pentingnya Pengemasan Produk

Pengemasana sangat penting dan memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap kelancaran pemasaran produk. Pengemasan produk perlu dibuat

secara menarik (dari segi warna, gambar, tulisan dan bahan yang digunakan), praktis (dari segi ukuran, mudah dibuka-tutup dan dibawa) serta dapat menjamin kualitas produk yang dijual.

3. Fungsi pengemasan adalah:

- a. Mewadahi produk agar dapat menjamin isi, kebersihan dan kualitasnya.
- b. Memudahkan dalam penyimpanan, pengangkutan dan distribusiMelindungi dan mengawetkan produk dari kontaminasi kotoran, debu atau mikroba perusak yang dapat menurunkan mutu produk.
- c. Sebagai identitas produk, untuk menginformasikan kepada konsumen melalui label yang terdapat pada kemasan.
- d. Meningkatkan efisiensi : Memudahkan penghitungan (misalnya satu kemasan berisi 10, 1 lusin, 1 gross dan sebagainya), memudahkan pengiriman dan penyimpanan.
- e. Melindungi produk dari pengaruh buruk disekitarnya, misalnya produk yang berbau tajam, berbahaya seperti air keras, gas beracun dan produk dapat melunturkan warna.
- f. Memperluas pemasaran produk
- g. Menambah daya tarik calon pembeli .Karena itu bentuk, warna dan dekorasi dari kemasan perlu diperhatikan.
- h. Sarana informasi dan iklan
- i. Memberi kenyamanan bagi pemakai.

4. Tujuan pengemasan produk, yaitu :

- a. Sebagai tkita pengenalan/identitas produk
- b. Penghias produk

- c. Media promo
- d. Media panduan penggunaan dan manfaat produk
- e. Sebagai usaha perlindungan konsumen bagi pemerintah melalui YLKI: (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia).

5. Penggolongan Pengemasan

Cara-cara pengemasan sangat erat berhubungan dengan kondisi komoditas atau produk yang dikemas serta cara transportasinya. Pada prinsipnya pengemas harus memberikan suatu kondisi yang sesuai dan berperan sebagai pelindung bagi kemungkinan perubahan keadaan yang dapat memengaruhi kualitas isi kemasan maupun bahan kemasan itu sendiri. Kemasan dapat digolongkan berdasarkan beberapa hal antara lain:

a. Frekuensi Pemakaian

- Kemasan Sekali Pakai (*Disposable*), yaitu kemasan yang langsung dibuang setelah satu kali pakai. Contohnya bungkus plastik es, bungkus permen, bungkus daun, karton dus, makanan kaleng.
- Kemasan yang Dapat Dipakai Berulang Kali (*Multi Trip*), seperti beberapa jenis botol minuman (limun, bir) dan botol kecap. Wadah-wadah tersebut umumnya tidak dibuang oleh konsumen, akan tetapi dikembalikan lagi pada agen penjual untuk kemudian dimanfaatkan ulang oleh pabrik.
- Kemasan yang Tidak Dibuang (*Semi Disposable*). Wadah-wadah ini biasanya digunakan untuk kepentingan lain di rumah konsumen setelah dipakai, misalnya kaleng biskuit, kaleng susu, dan berbagai jenis botol. Wadah-wadah tersebut digunakan untuk penyimpanan bumbu, kopi, gula, dan sebagainya.

b. Struktur Sistem Kemas Berdasarkan letak atau kedudukan suatu bahan kemas di dalam sistem kemas keseluruhan dapat dibedakan atas:

- Kemasan Primer, yaitu bahan kemas langsung mewadahi bahan pangan (kaleng susu, botol minuman, bungkus tempe)
- Kemasan Sekunder, yaitu kemasan yang fungsi utamanya melindungi kelompok kemasan lainnya, seperti misalnya kotak karton untuk wadah kaleng susu, kotak kayu untuk wadah buah-buahan yang dibungkus, keranjang tempe, dan sebagainya.
- Kemasan Tersier dan Kuartener, yaitu apabila masih diperlukan lagi pengemasan setelah kemasan primer, sekunder dan tersier. Umumnya digunakan sebagai pelindung selama pengangkutan.

c. Sifat Kekakuan Bahan Kemas

- Kemasan fleksibel, yaitu bila bahan kemas mudah dilenturkan, misalnya plastik, kertas, foil.
- Kemasan kaku, yaitu bila bahan kemas bersifat keras, kaku, tidak tahan lenturan, patah bila dipaksa dibengkokkan. Misalnya kayu, gelas, dan logam.
- Kemasan semi kaku/semi fleksibel, yaitu bahan kemas yang memiliki sifat-sifat antara kemasan fleksibel dan kemasan kaku, seperti botol plastik (susu, kecap, saus) dan wadah bahan yang berbentuk pasta.

d. Sifat Perlindungan Terhadap Lingkungan

- Kemasan Hermetis, yaitu wadah yang secara sempurna tidak dapat dilalui oleh gas, misalnya kaleng dan botol gelas.
- Kemasan Tahan Cahaya, yaitu wadah yang tidak bersifat transparan, misalnya kemasan logam, kertas dan foil. Kemasan ini cocok untuk bahan pangan yang mengandung lemak dan vitamin yang tinggi, serta makanan yang difermentasi.

- Kemasan Tahan Suhu Tinggi, jenis ini digunakan untuk bahan pangan yang memerlukan proses pemanasan, sterilisasi, atau pasteurisasi.

e. Tingkat Kesiapan pakai

- Wadah Siap Pakai, yaitu bahan kemas yang siap untuk diisi dengan bentuk yang telah sempurna sejak keluar dari pabrik. Contohnya adalah wadah botol, wadah kaleng, dan sebagainya.
- Wadah Siap Dirakit atau disebut juga wadah lipatan, yaitu kemasan yang masih memerlukan tahap perakitan sebelum pengisian, misalnya kaleng dalam bentuk lempengan dan silinder fleksibel, wadah yang terbuat dari kertas, foil atau plastik.

6. Persyaratan Pengemasan

Dalam menentukan fungsi perlindungan dari pengemasan, maka perlu dipertimbangkan aspek-aspek mutu produk yang akan dilindungi. Mutu produk ketika mencapai konsumen tergantung pada kondisi bahan mentah, metode pengolahan dan kondisi penyimpanan. Dengan demikian fungsi kemasan harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- a. Kemampuan/ daya membungkus yang baik untuk memudahkan dalam penanganan, pengangkutan, distribusi, penyimpanan dan penyusunan/ penumpukan.
- b. Kemampuan melindungi isinya dari berbagai risiko dari luar, misalnya perlindungan dari udara panas/dingin, sinar/cahaya matahari, bau asing, benturan/tekanan mekanis, kontaminasi mikroorganisme.
- c. Kemampuan sebagai daya tarik terhadap konsumen. Dalam hal ini identifikasi, informasi dan penampilan seperti bentuk, warna dan keindahan bahan kemasan harus mendapatkan perhatian.

- d. Persyaratan ekonomi, artinya kemampuan dalam memenuhi keinginan pasar, sasaran masyarakat dan tempat tujuan pemesan.
- e. Mempunyai ukuran, bentuk dan bobot yang sesuai dengan norma atau standar yang ada, mudah dibuang, dan mudah dibentuk atau dicetak.

7. Langkah-langkah Pengemasan Produk

Beberapa langkah pengemasan agar produk lebih menarik dan mendukung kelancaran pemasaran dapat dilakukan dengan cara, sebagai berikut:

- a. Kemasan **di cetak dengan multi warna dan mengkilat** agar lebih menarik dan berkesan mewah
- b. Kemasan **mengesankan** berisi produk yang bermutu dan mahal
- c. Desain kemasan **memudahkan** pemakaian (simple)
- d. Desain kemasan mengikuti *tren* (perkembangan jaman) masa kini



Gambar : Contoh kemasan
Sumber : [www. My travelnotes](http://www.Mytravelnotes)

D. RANGKUMAN

1. Pengertian Pengemasan

Pengemasan merupakan sistem yang terkoordinasi untuk menyiapkan barang menjadi siap untuk ditransportasikan, didistribusikan, disimpan, dijual, dan dipakai. Adanya wadah atau pembungkus dapat membantu mencegah atau mengurangi kerusakan, melindungi produk yang ada di dalamnya, melindungi dari bahaya pencemaran serta gangguan fisik (gesekan, benturan, getaran).

2. Pentingnya Pengemasan Produk

Pengemasan sangat penting dan memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap kelancaran pemasaran produk. Pengemasan produk perlu dibuat secara menarik (dari segi warna, gambar, tulisan dan bahan yang digunakan), praktis (dari segi ukuran, mudah dibuka-tutup dan dibawa) serta dapat menjamin kualitas produk yang dijual.

3. Fungsi pengemasan adalah:

- a. Mewadahi produk agar dapat menjamin isi, kebersihan dan kualitasnya.
- b. Memudahkan dalam penyimpanan, pengangkutan dan distribusi
- c. Melindungi dan mengawetkan produk dari kontaminasi kotoran, debu atau mikroba perusak yang dapat menurunkan mutu produk.
- d. Sebagai identitas produk, untuk menginformasikan kepada konsumen melalui label yang terdapat pada kemasan.
- e. Meningkatkan efisiensi : Memudahkan penghitungan (misalnya satu kemasan berisi 10, 1 lusin, 1 gross dan sebagainya), memudahkan pengiriman dan penyimpanan.
- f. Melindungi produk dari pengaruh buruk disekitarnya, misalnya produk yang berbau tajam, berbahaya seperti air keras, gas beracun dan produk dapat melunturkan warna.
- g. Memperluas pemasaran produk
- h. Menambah daya tarik calon pembeli .Karena itu bentuk, warna dan dekorasi dari kemasan perlu diperhatikan.
- i. Sarana informasi dan iklan
- j. Memberi kenyamanan bagi pemakai.

4. Tujuan pengemasan produk, yaitu :

- a. Sebagai label pengenalan/identitas produk

- b. Penghias produk
- c. Media promo
- d. Media panduan penggunaan dan manfaat produk
- e. Sebagai usaha perlindungan konsumen bagi pemerintah melalui YLKI: (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia).

5. Penggolongan Pengemasan

Cara-cara pengemasan berdasarkan beberapa hal antara lain:

- a. Frekuensi Pemakaian
 - Kemasan Sekali Pakai (*Disposable*),.
 - Kemasan yang Dapat Dipakai Berulang Kali (*Multi Trip*)
 - Kemasan yang Tidak Dibuang (*Semi Disposable*).
- b. Struktur Sistem Kemas Berdasarkan letak atau kedudukan suatu bahan kemas , yang dibedakan atas:
 - Kemasan Primer,
 - Kemasan Sekunder,
 - Kemasan Tersier dan Kuartener,
- c. Sifat Kekakuan Bahan Kemas
 - Kemasan fleksibel,
 - Kemasan kaku,
 - Kemasan semi kaku/semi fleksibel,
 - Sifat Perlindungan Terhadap Lingkungan
 - Kemasan Hermetis,
 - Kemasan Tahan Cahaya,
 - Kemasan Tahan Suhu Tinggi.
- d. Tingkat Kesiapan pakai
 - Wadah Siap Pakai,
 - Wadah Siap Dirakit atau disebut juga wadah lipatan,

6. Persyaratan Pengemasan

Fungsi kemasan harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- a. Kemampuan/ daya membungkus yang baik untuk memudahkan dalam penanganan, pengangkutan, distribusi, penyimpanan dan penyusunan/ penumpukan.
 - b. Kemampuan melindungi isinya dari berbagai risiko dari luar, misalnya perlindungan dari udara panas/dingin, sinar/cahaya matahari, bau asing, benturan/tekanan mekanis, kontaminasi mikroorganisme.
 - c. Kemampuan sebagai daya tarik terhadap konsumen. Dalam hal ini identifikasi, informasi dan penampilan seperti bentuk, warna dan keindahan bahan kemasan harus mendapatkan perhatian.
 - d. Persyaratan ekonomi, artinya kemampuan dalam memenuhi keinginan pasar, sasaran masyarakat dan tempat tujuan pemesan.
 - e. Mempunyai ukuran, bentuk dan bobot yang sesuai dengan norma atau standar yang ada, mudah dibuang, dan mudah dibentuk atau dicetak.
7. Langkah-langkah Pengemasan Produk

Beberapa langkah pengemasan agar produk lebih menarik dan mendukung kelancaran pemasaran dapat dilakukan dengan cara, sebagai berikut:

- a. Kemasan di cetak dengan multi warna dan mengkilat agar lebih menarik dan berkesan mewah
- b. Kemasan mengesankan berisi produk yang bermutu dan mahal
- c. Desain kemasan memudahkan pemakaian (simple)
- d. Desain kemasan mengikuti *tren* (perkembangan jaman) masa kini

E. LATIHAN /PENUGASAN

Buatlah contoh masing-masing desain gambar dan pola untuk kemasan kartu nama, gantungan kunci, mug untuk cinderamata dan untuk kapshasil printing dalam berbagai bentuk dan warna yang menarik.

Kegiatan Belajar 6
Pemasaran Hasil Produksi

A. STANDAR KOMPETENSI

Peserta dapat memahami dan mempraktekkan pemasaran hasil produksi

B. KOMPETENSI DASAR

1. Menjelaskan pengertian dan pentingnya pemasaran
2. Menjelaskan tujuan pemasaran
3. Menjelaskan penggolongan pemasaran
4. Mendeskripsikan syarat pemasaran
5. Menerapkan cara pemasaran

C. URAIAN MATERI

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran berasal dari kata Pasar. Secara sederhana, pengertian pasar adalah semua orang yang mungkin jadi pembeli dari produk yang dihasilkan. Pasar dapat juga diartikan sebagai tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemunya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga.

Pemasaran adalah strategi (cara) untuk memuaskan konsumen (manusia) mulai dari pembuatan, penyediaan, dan transaksi (jualbeli) barang dan jasa yang dihasilkan. **Pemasaran** merupakan suatu proses

yang utuh tentang kemampuan menawarkan barang dan jasa yang tepat, dengan harga, waktu, dan lokasi yang tepat.

2. Tujuan pemasaran

Tujuan pemasaran adalah memenuhi dan melayani kebutuhan dan keinginan pelanggan sasaran. Pemasaran modern membutuhkan lebih dari pada hanya mengembangkan produk yang baik, memberi harga yang menarik dan membuatnya terjangkau oleh pelanggan sasaran.

3. Acuan Dalam pemasaran

Ada empat yang bisa menjadikan acuan dalam pemasaran, yaitu :

a. Memenuhi Kebutuhan Pasar

Dalam menciptakan produk yang menjual, kebutuhan pasar menjadi salah satu dasarnya. Pada umumnya pasar (konsumen) memerlukan produk yang **SIMPLE**, yaitu:

- Memuaskan (*Satisfy*)
- Menarik (*Interesting*)
- Bermanfaat (*Meaningful*)
- Mampu membuat pembelinya produktif (*Productive*)
- Tahan lama (*Long Lasting*), dan
- Menghibur (*Entertaining*)

Jadi agar produk bisa "menjual dirinya sendiri" maka paling tidak 3 sampai 4 kriteria di atas ada dalam produk yang ditawarkan.

b. Pastikan Produk Bernilai

Bila produk yang ditawarkan memiliki nilai yang tinggi maka konsumen akan datang dengan sendirinya. Dengan volume yang melimpah, produk akan menjadi populer, diminati banyak orang, dan

bahkan tanpa disadari para konsumen yang akan menjadi bagian dari *marketing usaha* , sehingga tidak perlu mengeluarkan banyak uang untuk berpromosi.

c. Menawarkan Sesuatu yang Unik

Produk yang "menjual" adalah produk yang unik. Keunikan tersebut terbentuk dari ide kreatif dan inovatif. Bila berhasil membuat terobosan baru yang didasari oleh ide-ide yang *fresh*, maka produk mampu menjual dirinya sendiri. Jadi dalam berkreasi membuat produk baru, perhatikan produk yang sudah ada, kemudian tiru dan olah sedikit dengan sentuhan gagasan baru sehingga menjadi produk unik yang memiliki daya tawar yang tinggi.

d. Memasuki pasar dengan nama yang tepat

Nama menjadi titik pengenal terhadap suatu produk. Untuk pemula, pemberian nama produk hendaknya memiliki kesan yang *simple*, enak diucapkan dan berasosiasi terhadap jenis produk yang dimaksud. Misalnya produk makanan ringan "*Q-Tela*" memiliki kesan kepada pengguna bahwa ingin makan kripik singkong, ingatlah "*Q-Tela*". "*Q-Tela*" merupakan nama lain dari "ketela atau singkong". Jadi, memasuki pangsa pasar dengan menamai *brand produk* secara tepat dan akurat dapat membuat produk yang memiliki nilai jual tersendiri.

4. Perbedaan Penjualan dengan Pemasaran

- a. **Pemasaran** lebih memprioritaskan kebutuhan para konsumen sebelum membangun sebuah barang/ produk dengan mengutamakan barang tersebut dan dapat memuaskan kebutuhan para konsumen dengan jangka yang panjang.
- b. **Penjualan** lebih di fokus kan kepada layanan dengan langsung berinteraksi dengan cara memberikan pelayanan yang dapat memuaskan konsumen, dan

mampu mengatasi setiap keluhan dari konsumen. hal ini dilakukan agar dapat mendapatkan pelanggan konsumen sebanyak mungkin penjualan dengan sedikit kepuasan konsumen/pelanggan serta untuk mencari keuntungan atau laba .

5. Strategi Pemasaran

Ada beberapa macam strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk memenuhi kepuasan konsumen yang lebih dikenal dengan konsep "5 P"., yaitu Product, Price, Place, Promotion,

a. Product (Produk)

- 1) Produk merupakan barang yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan segala karakteristik, keunggulan serta manfaat barang yang diperoleh oleh konsumen, meliputi: gaya kemasan, kualitas, reparasi, aksesoris dan lain-lain.
- 2) Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan agar produk yang dihasilkan menarik minat konsumen untuk membelinya, yaitu keragaman produk, kualitas, *design*, nama **merek**, label dagang, label, kemasan, ukuran, isi, pelayanan, garansi.
- 3) **Merek** : Suatu nama, istilah, tkita, symbol, atau kombinasi di antaranya yang ditujukan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari suatu penjual atau sekelompok penjual, dan untuk membedakan barang/jasa tersebut dari milik pesaing.

Hal penting terkait dengan *merek* antara lain:

- a) Nama merek : Bagian dari merek yang dapat diucapkan.
Contoh Dodol Garut, Bakpia Pathok dan seterusnya
- b) Label merek : Bagian dari merek yang dapat dikenali tapi tidak dapat diucapkan, seperti: symbol, desain, penggunaan warna

khusus atau huruf tertentu. Contohnya adalah lambang Kacang Garuda dengan lambang burung garuda dan sebagainya.

- c) Tmaka merek dagang : Bagian dari merek merupakan hak eksklusif penjual yang diberi perlindungan hukum karena memiliki kemampuan untuk menghasilkan suatu yang istimewa.
- d) Hak Cipta : Hak eksklusif hukum untuk memproduksi kembali dan menjual hasil karya tulis, karya music dan karya seni.

b. Price (Harga)

- 1) Harga terkait dengan strategi yang terapkan dalam menentukan nilai (dalam bentuk sejumlah uang) dari produk atau jasa yang dihasilkan dan bagaimana hal ini mempengaruhi sikap konsumen.
- 2) Untuk menarik konsumen serta mempertahankan daya saing usaha, ada baiknya terapkan potongan harga (*discount*) serta harga-harga khusus terkait moment-moment tertentu.
- 3) Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan terkait dengan harga, yaitu daftar harga, rabat/diskon, potongan harga khusus, periode pembayaran, syarat kredit pembayaran.

c. Promotion (Promosi)

Promosi merupakan langkah-langkah yang bertujuan untuk memastikan agar konsumen menyadari keberadaan produk dan jasa yang dipasarkan. Kegiatan ini diantaranya meliputi: iklan, teknik penjualan, promosi melalui internet dan penjualan langsung.

d. Place (Tempat/lokasi)

- 1) Tempat terkait dengan cara bagaimana produk agar sampai kepada konsumen, meliputi lokasi usaha, tempat penjualan dan pendistribusian produk.
- 2) Pemilihan lokasi tersebut merupakan salah satu strategi mereka untuk menjangkau pelanggan. Karena itu pilihlah lokasi usaha yang strategis dan tepat agar usaha kita dapat dijangkau oleh pelanggan.
- 3) Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan terkait dengan tempat/lokasi, yaitu saluran pemasaran, cakupan pasar, pengelompokan, lokasi, persediaan, dan transportasi yang akan digunakan.

e. People (Orang)

Yang dimaksud orang adalah semua sumberdaya manusia yang terlibat di dalam usaha, seperti karyawan, penjual, pembeli, termasuk pelaku atau petugas pemasaran.

6. Keterampilan yang Harus dikuasai Petugas Pemasaran

Kegiatan pemasaran yang efektif membutuhkan serangkaian keterampilan dan pengetahuan. Ada 3 kemampuan utama yang harus dikuasai untuk melaksanakan pemasaran produk, yaitu:

a. Mampu berkomunikasi, bernegosiasi, dan menjalin jaringan

Kemampuan komunikasi akan sangat membantu dalam menangani bertransaksi dengan pembeli, bernegosiasi dengan suplayer dan penyedia jasa, menjaga hubungan yang baik dengan konsumen, serta membangun kerjasama di dalam tim pemasaran.

b. Mampu bekerjasama

Pemasaran yang baik bekerja tidak saja untuk mempertukarkan produknya saja, tetapi secara jangka panjang harus mampu membina hubungan dengan pelanggan, distributor, dealer, atau pemasok.

Kegiatan pemasaran produk akan berhasil jika seorang wirausaha mampu bekerjasama dengan berbagai pihak untuk mencapai target penjualan dan tujuan usaha yang telah ditetapkan.

c. Mengetahui dan menyadari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki

Tujuan mengetahui kekuatan, kelemahan, tantangan dan ancaman (SWOT) terhadap produk yang dipasarkan agar mampu mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan mampu mengambil keputusan pemasaran yang tepat.

7. Langkah-langkah Penerapan Strategi Pemasaran

a. Mengenal pelanggan

- 1) Lakukan identifikasi terhadap target pasar misalnya jika usaha bergerak dalam pemasaran kuliner (makanan olahan) atau kria (produk keterampilan tangan), kita dapat membidik semua kalangan.
- 2) Identifikasi yang tepat dapat mempermudah dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif dan menghindarkan dari penghamburan biaya dan waktu yang sia-sia

b. Melakukan promosi

- 1) Lakukan pengenalan produk (promosi) kepada konsumen dengan cara yang kreatif. Sebisa mungkin harus melakukan promosi yang konsisten dan terus-menerus. Misalnya setiap kali bepergian kita bisa membawa brosur dan pamphlet berisi produk usaha, untuk

dibagikan kepada orang yang dituju, keluarga, rekan kerja ataupun disebarakan ditempat-tempat umum.

- 2) Bisa juga dengan membuat status mengenai produk usaha di sosial media, selain itu, amatilah bagaimana promosi yang diterapkan oleh para pesaing. Jika promosi pesaing jauh lebih menarik, siapkan promo yang lebih unik, kreatif, dan menarik.

c. Memilih lokasi yang strategis

- 1) Hal penting lainnya yang harus diperhatikan ialah pemilihan lokasi usaha. Contohnya lewat berbagai took kue (Bakery) yang berdiri di sepanjang jalan yang sibuk dan dilalui oleh banyak orang.
- 2) Pemilihan lokasi tersebut merupakan salah satu strategi mereka untuk menjaring pelanggan. Karena itu pilihlah lokasi usaha yang strategis dan tepat agar usaha kita dapat dijangkau oleh pelanggan.

d. Menggunakan internet marketing

- 1) Dewasa ini strategi pemasaran gencar dilakukan melalui internet. Dengan menampilkan produk usaha pada situs jejaring social, maka dapat mengetahui bagaimana selera konsumen dan apa yang mereka butuhkan. Para konsumen cenderung ingin online shop, berbelanja dalam ruang yang lebih pribadi (Privat) dan terhindar dari keramaian. Internet membuka pintu yang lebih untuk berinovasi.
- 2) Produk usaha dapat ditampilkan pada website, blog, facebook, dan situs lainnya, dengan memasang foto-foto yang sekitarnya dapat menarik konsumen. Dengan menggunakan internet

marketing juga dapat berinteraksi secara langsung dengan konsumen tanpa dibatasi ruang dan waktu.

e. Menjalinkan hubungan baik dengan konsumen

Slogan “Konsumen ialah raja”, patut dipertahankan guna menjaga kelangsungan suatu usaha. Jalinlah hubungan yang baik dengan konsumen. Hubungan ini dapat menginformasikan produk yang baru dikeluarkan dan promosi yang sedang berjalan. Terapkan hubungan saling membutuhkan (simbiosis mutualisme), karena konsumen membutuhkan produk, pengusaha membutuhkan konsumen untuk orientasi keuntungan.

D. RANGKUMAN

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah strategi (cara) untuk memuaskan konsumen (manusia) mulai dari pembuatan, penyediaan, dan transaksi (jualbeli) barang dan jasa yang dihasilkan. *Pemasaran* merupakan suatu proses yang utuh tentang kemampuan menawarkan barang dan jasa yang tepat, dengan harga, waktu, dan lokasi yang tepat.

2. Tujuan pemasaran

Tujuan pemasaran adalah memenuhi dan melayani kebutuhan dan keinginan pelanggan sasaran. Pemasaran modern membutuhkan lebih dari pada hanya mengembangkan produk yang baik, memberi harga yang menarik dan membuatnya terjangkau oleh pelanggan sasaran.

3. Acuan Dalam pemasaran

Ada empat yang bisa menjadikan acuan dalam pemasaran, yaitu :

a. Memenuhi Kebutuhan Pasar

Dalam menciptakan produk yang menjual, kebutuhan pasar menjadi salah satu dasarnya. Pada umumnya pasar (konsumen) memerlukan produk yang *SIMPLE*, yaitu:

- Memuaskan (*Satisfy*)
- Menarik (*Interesting*)
- Bermanfaat (*Meaningful*)
- Mampu membuat pembelinya produktif (*Productive*)
- Tahan lama (*Long Lasting*), dan
- Menghibur (*Entertaining*)

b. Pastikan Produk Bernilai

Bila produk yang ditawarkan memiliki nilai yang tinggi maka konsumen akan datang dengan sendirinya. Dengan volume yang melimpah, produk akan menjadi populer, diminati banyak orang, dan bahkan tanpa disadari para konsumen yang akan menjadi bagian dari *marketing usaha* , sehingga tidak perlu mengeluarkan banyak uang untuk berpromosi.

c. Menawarkan Sesuatu yang Unik

Produk yang "menjual" adalah produk yang unik. Keunikan tersebut terbentuk dari ide kreatif dan inovatif. Bila berhasil membuat terobosan baru yang didasari oleh ide-ide yang *fresh*, maka produk mampu menjual dirinya sendiri. Jadi dalam berkreasi membuat produk baru, perhatikan produk yang sudah ada, kemudian tiru dan olah sedikit dengan sentuhan gagasan baru sehingga menjadi produk unik yang memiliki daya tawar yang tinggi.

d. Memasuki pasar dengan nama yang tepat

Nama menjadi titik pengenal terhadap suatu produk. Untuk pemula, pemberian nama produk hendaknya memiliki kesan yang *simple*, enak

diucapkan dan berasosiasi terhadap jenis produk yang dimaksud. Misalnya produk makanan ringan “Q-Tela” memiliki kesan kepada pengguna bahwa ingin makan kripik singkong, ingatlah “Q-Tela”. “Q-Tela” merupakan nama lain dari “ketela atau singkong”. Jadi, memasuki pangsa pasar dengan menamai *brand produk* secara tepat dan akurat dapat membuat produk yang memiliki nilai jual tersendiri.

4. Perbedaan Penjualan dengan Pemasaran

- a. Pemasaran lebih memprioritaskan kebutuhan para konsumen sebelum membangun sebuah barang/ produk dengan meutamakan barang tersebut dan dapat memuaskan kebutuhan para konsumen dengan jangka yang panjang.
- b. Penjualan lebih di fokus kan kepada layanan dengan langsung berinteraksi dengan cara memberikan pelayanan yang dapat memuaskan konsumen, dan mampu mengatasi setiap keluhan dari konsumen. hal ini dilakukan agar dapat mendapatkan pelanggan konsumen sebanyak mungkin penjualan dengan sedikit kepuasan konsumen dan untuk mencari keuntungan atau laba .

5. Strategi Pemasaran

Ada beberapa macam strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk memenuhi kepuasan konsumen yang lebih dikenal dengan konsep “5 P”., yaitu Product, Price (harga), Place (tempat), Promotion (promosi), People (kesigapan SDM).

6. Keterampilan yang Harus dikuasai Petugas Pemasaran

Kegiatan pemasaran yang efektif membutuhkan serangkaian keterampilan dan pengetahuan. Ada 3 kemampuan utama yang harus dikuasai untuk melaksanakan pemasaran produk, yaitu:

- a. Mampu berkomunikasi, bernegosiasi, dan menjalin jaringan
- b. Mampu bekerjasama
- c. Mengetahui dan menyadari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki

7. Langkah-langkah Penerapan Strategi Pemasaran

- a. Mengetahui pelanggan
- b. Melakukan promosi
- c. Memilih lokasi yang strategis
- d. Menggunakan internet marketing
- e. Menjalin hubungan baik dengan konsumen

E. LATIHAN /PENUGASAN

1. Apa perbedaan penjualan dan pemasaran?
2. Bagaimana solusi kita dalam meningkatkan penjualan dan mengembangkan pemasaran agar mampu menghadapi persaingan dari competitor?

Kegiatan Belajar 7
Evaluasi Hasil Usaha

A. STANDAR KOMPETENSI

Peserta dapat memahami dan mempraktekkan evaluasi Usaha

B. KOMPETENSI DASAR

1. Menjelaskan pengertian dan pentingnya evaluasi usaha
2. Menjelaskan tujuan evaluasi usaha
3. Menjelaskan manfaat evaluasi usaha
4. Menjelaskan aspek evaluasi usaha
5. Menjelaskan waktu yang tepat untuk evaluasi usaha
6. Menerapkan langkah-langkah evaluasi usaha

C. URAIAN MATERI

1. Pengertian Evaluasi Usaha

Evaluasi usaha adalah suatu aktivitas untuk melakukan analisis kinerja suatu usaha atau bisnis. Prinsip dasar evaluasi usaha adalah membandingkan rencana usaha yang telah dibuat sebelum kegiatan dimulai dengan apa yang telah dicapai pada akhir masa produksi. Suatu usaha dikatakan berhasil apabila usaha tersebut minimal dapat memenuhi kewajiban membayar bunga modal, alat-alat luar yang digunakan, upah tenaga kerja luar serta sarana produksi yang lain dan termasuk kewajiban pada pihak ketiga.

Evaluasi usaha merupakan suatu proses untuk menentukan apakah telah ada kemajuan terhadap tujuan usaha yang telah ditentukan dengan

menggunakan standar yang layak. Evaluasi terhadap setiap kegiatan adalah penting, karena dalam evaluasi orang berusaha menentukan nilai atau manfaat dari pada kegiatan, dengan menggunakan informasi yang tersedia.

2. Mengapa Evaluasi Kegiatan Usaha Penting?

Memulai usaha bagi kebanyakan orang bukanlah hal yang mudah. Hal yang klasik, banyak pertimbangan di sana sini sehingga tak jarang membuat orang urung memulai bisnis. Semestinya memulai usaha tidak menjadi salah satu sumber ketakutan bagi setiap orang. Untuk menghilangkan ketakutan dalam memulai bisnis, seseorang bisa membuat persiapan usaha yang matang sehingga dapat menjalaninya dengan optimistis.

Evaluasi adalah melihat apa yang telah dilakukan, apa yang telah dicapai dan bagaimana mencapainya. Evaluasi adalah perbandingan antara dampak nyata dari kegiatan yang dilakukan dengan perencanaan yang disusun sebelumnya. Evaluasi bisa bersifat formatif yaitu dilakukan di tengah berlangsungnya usaha agar terjadi perbaikan. Evaluasi juga bersifat sumatif yaitu mengambil pelajaran dari akhir suatu periode produksi.

Bagi suatu kelompok usaha, mengalami kemandegan dalam sebuah usaha tentu merupakan sesuatu yang tidak diinginkan dan tidak dikehendaki. Tentu setiap orang menginginkan mengalami kemajuan usaha dari waktu ke waktu. Akan tetapi kemandegan usaha terkadang menjadi sesuatu hal yang tidak bisa dihindarkan, bahkan terkadang harus mundur beberapa tahap.

Banyak hal yang bisa mempengaruhi kondisi usaha kita, pasar yang mulai lesu, persaingan yang makin ketat, produktifitas menurun, biaya produksi yang meningkat dan lain-lain. Bagaimana agar usaha selalu mengalami kemajuan, atau tidak surut ke belakang? Apakah rencana usaha yang telah kita buat dengan baik sudah cukup menjamin? Kita harus melakukan

evaluasi dan monitoring usaha. Kunci untuk menuju sukses usaha adalah melakukan evaluasi terhadap usaha yang sudah dilaksanakan.

3. Pertanyaan Mendasar Sebelum Evaluasi Usaha

Sebelum melakukan evaluasi terhadap usaha yang jalankan, maka perhatikanlah daftar pertanyaan di bawah ini. Sudahkah melakukannya?

a. Bagaimana kondisi keuangan usaha Anda?

Ini adalah tahap pertama, dimana dapat mengetahui maju mundurnya usaha dan mengukur kinerja usaha melalui evaluasi keuangan.

b. Bagaimana kondisi pasar usaha Anda?

Naik turunnya kondisi pasar sangat berpengaruh pada roda usaha Anda. Karena itu, tidak boleh melepaskan pandangan dari kondisi pasar. Suatu saat akan terjadi perubahan yang menuntut peka dan mengetahui dengan cepat bagaimana permintaan atau perubahan pasar, untuk segera diantisipasi dan kembali mengikuti selera pasar.

c. Bagaimana dengan pasar usaha sasaran?

Apakah produk sudah sesuai dengan kebutuhan pasar? Indikator kegiatan usaha yang sehat atau berhasil biasanya ditandai dengan tepatnya pemilihan terhadap kebutuhan atau selera, biaya, kenyamanan, dan komunikasi dengan konsumen, serta pemilihan SDM yang tepat.

d. Bagaimana kemajuan usaha Anda?

Tinjau kembali usaha secara berkala (paling sedikit 6 bulan)

e. Bagaimana tahapan pertumbuhan dan pengembangan usaha Anda?

Bagaimana hasil dari sasaran jangka pendeknya? Apakah ada pencapaian keuntungan dan pertumbuhan seperti yang diharapkan? Bagaimana pangsa pasarnya? Apakah memenuhi target?

f. Bagaimana kepemimpinan Anda?

Jika membawahi beberapa orang dalam menjalankan usaha, tanyalah kepada rekan kerja tentang kepemimpinan anda. Jika terbentuk organisasi, apakah sudah berjalan peran dan pemerannya? Pada modul ini akan dijelaskan tentang evaluasi usaha, tujuan, manfaat, aspek yang dievaluasi, waktu, dan langkah-langkahnya.

4. Tujuan Evaluasi Usaha

Evaluasi merupakan kegiatan / proses untuk mengetahui kondisi usaha yang telah dilaksanakan sampai kurun waktu tertentu. Ada beberapa tujuan dari evaluasi diantaranya :

- a. mengetahui apakah usaha itu mendapatkan keuntungan atau merugi.
- b. mengetahui hasil produk sudah sesuai dengan keinginan konsumen
- c. mengetahui penjualan sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan sebelumnya
- d. Mengetahui barang yang dihasilkan masih diminati konsumen.

Sedangkan **kegunaan** dari evaluasi kelayakan usaha, yaitu:

- a. Memandu pemilik dana untuk mengoptimalkan penggunaan dana yang dimilikinya.
- b. Memperkecil resiko kegagalan investasi dan bisa memperbesar peluang keberhasilan investasi yang bersangkutan. (umar : 2003)

5. Manfaat Evaluasi Usaha

Sedangkan manfaat dari hasil evaluasi kegiatan usaha, di antaranya:

- a. Untuk mengetahui kelemahan usaha.

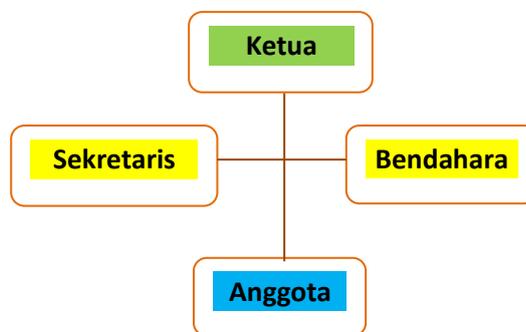
Dengan mengetahui kelemahannya, maka usaha tersebut dapat diperbaiki dan dapat dicapai keuntungan yang sebanyak-banyaknya.

- b. Untuk menentukan apakah kegiatan usaha perlu dilanjutkan
Orang-orang yang bekerja dalam bidang usaha mempunyai kepentingan terhadap nilai atau manfaat kegiatan usaha. Apabila kegiatan usaha tidak bermanfaat, maka kegiatan tersebut tidak perlu dilanjutkan.
- c. Untuk mengetahui apakah hasil usaha sesuai dengan yang diinginkan.
Hasil usaha harus dapat meningkatkan atau menunjang kepada perbaikan pelaksana usaha.

6. Aspek-Aspek yang dievaluasi

Selanjutnya, lakukan evaluasi terhadap usaha yang jalankan. Berikut adalah hal-hal yang harus dievaluasi.

a. Posisi keseluruhan usaha atau organisasi usaha



Posisi keseluruhan usaha digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pencapaian hasil dari keseluruhan usaha. Baik itu organisasi kelompok usaha maupun proses usaha. Bagaimana kondisi peran dan pemeran dalam kelompok usaha, apakah setiap posisi sudah menjalankan perannya dengan benar. Bila belum berjalan, Dengan begitu bisa diketahui berapa jumlah harta (modal/pendapatan usaha), berapa jumlah

hutang pada pihak lain, berapa rata-rata pengeluaran dalam sebulan, dan berapa pendapatan bersih yang diperoleh setiap bulannya. Apakah ada penyimpangan dalam masalah keuangan? Jadi, biasakanlah untuk melakukan pengecekan posisi keuangan usaha setiap saat. Evaluasi Usaha secara menyeluruh memberikan gambaran utuh kondisi usaha yang sebenarnya.

b. Hasil Produksi

Hasil produksi merupakan aspek yang perlu mendapatkan perhatian dalam suatu usaha karena berkembangnya usaha salah satu dipengaruhi oleh produk yang akan dijual, apabila hasil produk tidak sesuai dengan harapan konsumen akan menurunnya penjualan produk penjualan produk menurun akan berpengaruh kepada pengharsilan yang mengakibatkan kerugian bahkan akan terjadi penutupan kegiatan usaha, untuk mengantisipasi kejadian tersebut perlu diadakan evaluasi agar kendala atau kelemahan bisa diantisipasi secepatnya. Adapun proses yang harus dilaksanakan dalam evaluasi produk dengan melihat pada rasa, bentuk, warna, kesehatan dan pengemasan.

c. Laporan keuangan kelompok

Posisi keuangan biasanya menjadi patokan utama dalam Evaluasi kemajuan atau kemunduran sebuah usaha, meski posisi keuangan bukan segala-galanya. Setelah mengetahui posisi keuangan, selanjutnya melakukan evaluasi terhadap kegiatan usaha . Apakah usaha mengalami kemajuan atau kemunduran? Cara mudahnya adalah dengan membandingkan pada saat awal menjalankan usaha dengan setelah berjalannya (biasanya dalam jangka waktu yang ditentukan sendiri,

misalnya setiap 3 bulan, 6 bulan, atau satu tahun sekali setelah usaha berjalan).

d. Administrasi keuangan

Administrasi keuangan merupakan pencatatan dari kegiatan-kegiatan dalam pelaksanaan usaha.

Administrasi ini sangat bermanfaat sebagai alat untuk pengendali apakah usaha itu berhasil atau tidak.

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	BUKU KAS							
2	Tanggal	Bukti	Keterangan	Kode	Debet	Kredit	Saldo	
3	01/01/2007		Saldo awal	SDO	2.500.000		2.500.000	
4	05/01/2007		Pembelian alat tulis kantor	ADM		250.000	2.250.000	
5	10/01/2007		Pembayaran rekening listrik	ADM		200.000	2.050.000	
6	10/01/2007		Pembayaran rekening telepon	ADM		750.000	1.300.000	
7	12/01/2007		Ambil kas dari BCA	BNK	2.500.000		3.800.000	
8	13/01/2007		Pembelian 1 unit komputer			2.500.000	1.300.000	
9	17/01/2007		Transport dan perjalanan dinas	TRA		750.000	550.000	
10	19/01/2007		Ambil kas dari BCA	BNK	2.500.000		3.050.000	
11	20/01/2007		Pembayaran biaya promosi	PEM		1.300.000	1.750.000	
12	24/01/2007		Pembayaran biaya angkut penjualan	PEM		1.000.000	750.000	
13	27/01/2007		Ambil kas dari BCA	BNK	2.500.000		3.250.000	
14	28/01/2007		Uang muka bahan bangunan	UMK		1.800.000	1.450.000	
15	30/01/2007		Dipinjam karyawan	PTG		300.000	1.150.000	
16	30/01/2007		Biaya administrasi lainnya	ADM		150.000	1.000.000	
17							-	
18							-	
19				Jumlah	10.000.000	9.000.000		
20								

Gambar : Laporan Keuangan Kelompok Usaha
 Sumber: Abdurahman.blogspot.com

Berikut, beberapa buku administrasi yang harus ada dalam kegiatan usaha sebagai bahan evaluasi administrasi keuangan usaha.

Aspek	Ada	Tidak ada	Keterangan
-------	-----	-----------	------------

Buku kas

Buku Pembelian

Buku Penjualan

Buku persediaan

Buku catatan

Lainnya

e. Kegiatan usaha

Produksi merupakan proses memadukan antara bahan baku, bahan penolong, dan tenaga kerja sehingga menjadi suatu produk (barang) yang akan dijual ke konsumen. Barang hasil produksi ini merupakan salah satu kunci terjadinya proses jual beli atau berjalannya usaha.

Untuk menghasilkan produk yang berkualitas, maka sangat perlu diperhatikan tahapan-tahapan proses produksinya, mulai dari persiapan, proses pembuatan, hingga pengemasannya. Untuk membuat produk yang berkualitas baik, maka kita harus memperhatikan kualitas bahan penyusunnya, ketepatan alat pembuatnya, ketepatan proses pembuatannya, kemampuan pengolahnya, sampai pengemasannya, sehingga akan dihasilkan produk yang berkualitas yang akan laku di pasaran.

Produk yang baik atau sesuai dengan keinginan pasar akan dicari konsumen, hal ini akan meningkatkan penjualan yang menguntungkan usaha. Demikian juga sebaliknya, jika produk tidak baik, mengakibatkan produk tidak laku dan membuat usaha menjadi rugi.

Oleh karena itu evaluasi terhadap kegiatan produksi harus dilakukan. Evaluasi terhadap produk bisa dilakukan di awal produksi, sebelum dibuat dalam produksi massal untuk mengetahui selera pasar. Atau produk hasil produksi dapat dievaluasi sebelum dijual ke konsumen.

Evaluasi terhadap hasil produksi dapat dilihat berdasarkan tahapan yang terjadi selama persiapan, proses, dan hasil akhir produksi, seperti pada tabel berikut

Tahapan	Aspek	Ada	Tidak ada	sesuai	Tidak sesuai
Persiapan pembuatan produk	Mengembangkan ide				
	Merancang produk				
	Menentukan alat				
	Menentukan bahan				
Proses pembuatan produk	Kemampuan memilih bahan				
	Kemampuan menyeleksi bahan				
	Kemampuan menggunakan alat				
	Kemampuan membuat produk				
Produk jadi	Bentuk produk				
	Kualitas produk				
	Ukuran produk				
	Kegunaan produk				
	Pengemasan				

f. Pemasaran

Pemasaran merupakan proses pengalihan barang hasil produksi kepada pengguna atau konsumen. Kegiatan pemasaran atau penjualan merupakan kunci keberhasilan usaha, Apabila penjualan tidak berjalan, maka barang hasil produksi tidak bisa menjadi uang. Hal ini akan menghambat kegiatan usaha.

Berikut format evaluasi pemasaran.

7. Waktu Pelaksanaan Evaluasi

Evaluasi memiliki periode yang dapat dilakukan, waktu yang tepat dalam melakukan evaluasi. Evaluasi terhadap perkembangan usaha dapat dilakukan dalam beberapa kondisi yaitu :

a. Secara rutin/berkala.

bisa melakukan evaluasi bulanan, triwulan, ataupun tahunan. Biasanya yang paling sering dilakukan adalah evaluasi triwulan menyangkut evaluasi kegiatan sehari-hari (seperti pendapatan dan pengeluaran), dan tahunan untuk evaluasi secara lengkap yang mencakup laporan keuangan, persaingan usaha, SDM, dan lain sebagainya. Evaluasi berkala sangat baik manfaatnya, karena dengan adanya evaluasi secara rutin maka masalah-masalah yang timbul bisa lebih cepat diatasi dan peluang untuk pengembangan bisa lebih cepat dimanfaatkan.

b. Secara Insidental/sewaktu-waktu

Evaluasi secara insidental dilakukan setiap saat apabila (umumnya) terjadi masalah yang dirasakan cukup signifikan pada usaha Anda. Evaluasi seperti ini biasanya dilakukan apabila terjadi masalah atau kemunduran pada usaha. Evaluasi ini sebenarnya kurang baik, karena

masalahnya sudah terjadi dan tindakan pencegahan pun sudah tidak bisa dilakukan. Yang terpenting adalah tindakan koreksi. Dengan adanya evaluasi rutin yang baik, diharapkan masalah yang mungkin timbul bisa ditekan sehingga evaluasi insidental ini pun bisa dikurangi.

8. Langkah-Langkah Evaluasi.

Langkah-langkah yang harus ditempuh ketika melakukan evaluasi usaha, yaitu:

- a. Melakukan identifikasi kondisi sumber daya manusia yang ada dalam kelompok usaha organisasi usaha)
- b. Memeriksa ketersediaan pembukuan keuangan sederhana dan proses pencatatan keuangannya.
- c. Melakukan pengamatan dan pengawasan terhadap kontinuitas dan konsistensi pada tiap-tiap tahapan produksi (perencanaan, proses produksi, dan penyelesaian produk akhir.
- d. Melakukan pengawasan terhadap pemasaran hasil produk dan melakukan survey pasar terhadap kepuasan konsumen.

9. Metode Evaluasi

Evaluasi kegiatan usaha dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain:

- a. membuat dan menggunakan daftar pertanyaan untuk menganalisis masalah
- b. inspeksi langsung
- c. menggali informasi dari pengguna produk
- d. menggali informasi dari pihak-pihak yang diajak kerjasama.

10. Tindak Lanjut

- a. Lakukan langkah perbaikan**

Hasil evaluasi usaha yang menunjukkan beberapa parameter, dipergunakan sebagai bahan untuk melakukan langkah selanjutnya. Caranya, berikanlah perhatian pada penjualan yang menurun. Dimana kira-kira letak kesalahannya, sehingga bisa melakukan langkah-langkah efektif untuk mengatasinya, dan bisa segera melakukan 'penyehatan' agar usaha kembali berjalan baik. Tetapi apabila kondisi keuangan dan penjualan telah sehat dan mengalami peningkatan, usahakan jangan 'cepat puas' dulu. Karena masih banyak sekali yang perlu lakukan untuk mengembangkan usaha lebih tinggi dari pencapaian hasil yang diperoleh pada periode kemarin. Setelah menerima laporan keuangan, harus bersikap tenang dan berpikir melakukan perbaikan (apabila diketahui bahwa usaha mengalami kemunduran) dengan tujuan agar usaha tidak semakin terpuruk. Sedini mungkin harus mencoba mencari langkah yang tepat dalam memperbaiki usaha anda.

b. Lakukan langkah pengembangan

Evaluasi sebuah usaha juga bisa dimanfaatkan sebagai bahan untuk mencapai dan merencanakan target pertumbuhan usaha selanjutnya. Jika hasil usaha sudah menunjukkan pertumbuhan usaha yang mengalami kenaikan, janganlah langsung merasa puas, justru menjadi bahan untuk mencapai target dan strategi yang baru. dituntut untuk memikirkan target selanjutnya, dengan usaha melakukan perbaikan atau pengembangan usaha. Coba pikirkan secara cermat, apakah dengan kondisi saat ini ingin mendongkrak penjualan usaha karena angka penjualan mengalami kerugian yang cukup besar? Coba cari peluang target apa yang kira-kira tepat untuk lakukan. Misalnya seperti, Apakah

ini saatnya melakukan promosi lebih gencar? Apa sudah waktunya melakukan ekspansi usaha ke tempat lain yang lebih ramai?

D. RANGKUMAN

1. Pengertian Evaluasi Usaha

Evaluasi usaha merupakan suatu proses untuk menentukan apakah telah ada kemajuan terhadap tujuan usaha yang telah ditentukan dengan menggunakan standar yang layak. Evaluasi terhadap setiap kegiatan adalah penting, karena dalam evaluasi orang berusaha menentukan nilai atau manfaat dari pada kegiatan, dengan menggunakan informasi yang tersedia.

2. Mengapa Evaluasi Kegiatan Usaha Penting?

Evaluasi adalah melihat apa yang telah dilakukan, apa yang telah dicapai dan bagaimana mencapainya. Evaluasi adalah perbandingan antara dampak nyata dari kegiatan yang dilakukan dengan perencanaan yang disusun sebelumnya. Evaluasi bisa bersifat formatif yaitu dilakukan di tengah berlangsungnya usaha agar terjadi perbaikan. Evaluasi juga bersifat sumatif yaitu mengambil pelajaran dari akhir suatu periode produksi.

3. Tujuan Evaluasi Usaha

- a. mengetahui apakah usaha itu mendapatkan keuntungan atau merugi.
- b. mengetahui hasil produk sudah sesuai dengan keinginan konsumen
- c. mengetahui penjualan sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan sebelumnya
- d. Mengetahui barang yang dihasilkan masih diminati konsumen.

Sedangkan kegunaan dari evaluasi kelayakan usaha, yaitu:

- a. Memandu pemilik dana untuk mengoptimalkan penggunaan dana yang dimilikinya.
 - b. Memperkecil resiko kegagalan investasi dan bisa memperbesar peluang keberhasilan investasi yang bersangkutan. (umar : 2003)
4. Manfaat Evaluasi Usaha
- a. Untuk mengetahui kelemahan usaha.
Dengan mengetahui kelemahannya, maka usaha tersebut dapat diperbaiki dan dapat dicapai keuntungan yang sebanyak-banyaknya.
 - b. Untuk menentukan apakah kegiatan usaha perlu dilanjutkan
Orang-orang yang bekerja dalam bidang usaha mempunyai kepentingan terhadap nilai atau manfaat kegiatan usaha. Apabila kegiatan usaha tidak bermanfaat, maka kegiatan tersebut tidak perlu dilanjutkan.
 - c. Untuk mengetahui apakah hasil usaha sesuai dengan yang diinginkan.
Hasil usaha harus dapat meningkatkan atau menunjang kepada perbaikan pelaksana usaha.
5. Aspek-Aspek Usaha yang dievaluasi
- a. Tugas, fungsi dan personil pada organisasi usaha
 - b. Hasil Produksi
 - c. Laporan keuangan kelompok
 - d. Administrasi keuangan
 - e. Kegiatan usaha
 - f. Pemasaran
6. Waktu Pelaksanaan Evaluasi
- Evaluasi terhadap perkembangan usaha dapat dilakukan dalam beberapa kondisi yaitu :
- a. Secara rutin/berkala.

- b. Secara Insidental/sewaktu-waktu
7. Langkah-Langkah Evaluasi.
- a. Melakukan identifikasi kondisi sumber daya manusia yang ada dalam kelompok usaha organisasi usaha)
 - b. Memeriksa ketersediaan pembukuan keuangan sederhana dan proses pencatatan keuangannya.
 - c. Melakukan pengamatan dan pengawasan terhadap kontinuitas dan konsistensi pada tiap-tiap tahapan produksi (perencanaan, proses produksi, dan penyelesaian produk akhir.
 - d. Melakukan pengawasan terhadap pemasaran hasil produk dan melakukan survey pasar terhadap kepuasan konsumen.
8. Metode Evaluasi
- a. membuat dan menggunakan daftar pertanyaan untuk menganalisis masalah
 - b. inspeksi langsung
 - c. menggali informasi dari pengguna produk
 - d. menggali informasi dari pihak-pihak yang diajak kerjasama.
9. Tindak Lanjut
- a. Lakukan langkah perbaikan
 - b. Lakukan langkah pengembangan

E. LATIHAN/PENUGASAN

1. Menurut Anda apakah evaluasi usaha itu penting? Berikan alasannya !
2. Jelaskan, apa saja factor pendukung dan penghambat laju pertumbuhan dan perkebangan usaha anda di bidang desain grafis? Perlukah dievaluasi dan ditindaklanjuti?

A. STANDAR KOMPETENSI

Peserta dapat memahami dan mempraktekkan usaha kreatif di bidang desain grafis

B. KOMPETENSI DASAR

1. Menjelaskan pengertian dan kelebihan usaha kreatif di bidang desain grafis
2. Menjelaskan Bidang-bidang usaha kreatif desain grafis
3. Menjelaskan peluang usaha desain grafis yang mudah dijalani dan menguntungkan
4. Menjelaskan persiapan yang harus dimiliki untuk membuka usaha kreatif dibidang desain grafis
5. Menerapkan langkah-langkah membuka usaha jasa desain grafis baik secara *offline* maupun *online*

C. URAIAN MATERI

1. Pengertian industri Kreatif Desain Grafis

Industri Kreatif adalah sebuah aktifitas ekonomi yang yang terkait dengan menciptakan atau penggunaan pengetahuan informasi. Di Indonesia Industri Kreatif biasa disebut juga dengan Industri budaya atau ekonomi kreatif. Industri kreatif tercipta dari pemanfaatan serta keterampilan yang dimiliki oleh setiap individu untuk bisa membuat lapangan pekerjaan baru dan juga bisa menciptakan kesejahteraan di

daerah. Industri kreatif merupakan hasil dari kreatifitas dan daya cipta setiap individu.

Industri kreatif memberikan peranan penting terhadap perekonomian suatu negara. Peran industri kreatif bisa meningkatkan ekonomi secara global. Sebagian orang berpendapat bahwa kreativitas manusia adalah sumber daya ekonomi utama. Sehingga saat ini banyak bidang industri yang lahir dari kreatifitas dan inovasi dari setiap individu. Di Indonesia terdapat berbagai macam bidang yang termasuk kedalam industri kreatif dan perkembangan setiap tahunnya semakin meningkat.

Industri Desain merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan. Grafis desainer merupakan salah satu industri kreatif yang memiliki peluang besar dalam dunia usaha. Di Indonesia, industri grafis desainer terbilang masih sedikit. Padahal, kalau di lihat dari peluang usaha yang di miliki dari industri grafis desainer ini cukup besar.

Grafis Desainer adalah orang yang bekerja pada bidang desain grafis. Desain grafis sendiri merupakan suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan seefektif mungkin. Umumnya desain grafis dilakukan menggunakan perangkat komputer dan aplikasi-aplikasi untuk mendesain. Hanya dengan bermodalkan ide, kreativitas, dan imajinasi seseorang sudah dapat membuat sebuah desain. Industri grafis desainer ini biasanya dimanfaatkan dalam pembuatan logo, desain poster, desain spanduk, dan sebagainya.

Usaha jasa desain grafis adalah salah satu usaha modal minim yang sekarang ini banyak dilakoni oleh kaum urban. Usaha ini bisa dijalankan sebagai sampingan ataupun dijalankan sebagai usaha utama seseorang. Banyak orang mau mengerjakan **peluang usaha** ini karena menguntungkan dan prospeknya jangka panjang.

2. Bidang-Bidang Industri Kreatif Di Indonesia

Berikut ini beberapa sector Industri kreatif di Indonesia, sebagai berikut :

a. Bidang Arsitektur

Bidang Arsitektur termasuk kedalam jenis industri Kreatif yang berkaitan dengan Design Bangunan, perencanaan Konstruksi bangunan, pengawasan kontruksi dan konservasi Bangunan warisan. *bidang arsitektur* mencangkup semua aspek arsitekur. Dalam perananan industri kreatif memiliki dua level yaitu level makro dan level mikro.

Level makro adalah melakukan kontruksi bangunan secara menyeluruh seperti perencanaan pembuatan Town planning, urban design, landscape architecture sementara itu level mikro adalah melakukan kontruksi atau renovasi bangunan namun dalam skala kecil seperti membuat detail arsitektur taman, desain interior.

b. Bidang Periklanan

Bidang Periklanan termasuk kedalam jenis Industri kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan.

Industri kreatif ini berkaitan dengan produksi dan distribusi iklan yang nantinya akan dilakukan riset pasar dan juga perencanaan pengembangan iklan tersebut. Yang mencangkup kedalam bidang periklanan adalah membuat iklan di luar ruangan, produksi material

iklan, proses promosi iklan tersebut. Dalam promosi sebuah iklan bisa memanfaatkan beberapa media seperti media cetak, media elektronik, membuat sebuah poster atau pamflet dan juga mengedarkan brosur. Segala jenis yang berkaitan dengan periklanan seperti penyedia jasa periklanan termasuk kedalam industri kreatif bidang periklanan.

c. **Bidang Pasar Barang Seni**

Bidang pasar barang seni termasuk kedalam **jenis industri kreatif**. Bidang pasar barang seni merupakan aktifitas perdagangan barang-barang asli unik dan langka yang mempunyai nilai seni yang tinggi. dalam prosesnya industri pasar barang seni akan menjual barangnya melalui lelang, membuka galeri, dan juga melalui internet. Yang termasuk kedalam bidang pasar barang seni adalah berbagai macam jenis alat musik kerajinan, automobile, film, seni rupa dan lukisan.

d. **Bidang Kerajinan**

Bidang kerajinan merupakan jenis industri kreatif yang di dalam meliputi proses kreasi, produksi dan juga distribusi dari suatu produk kerajinan yang dihasilkan. Bidang kerajinan ini di buat oleh tenaga pengrajin mulai dari Design sampai proses hasil penyelesaiannya. Bidang kerajinan memanfaatkan serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, dan kayu dan nantinya akan dibuat menjadi seni kerajinan yang memiliki nilai jual yang tinggi.

e. **Bidang Design**

Bidang design merupakan jenis industri kreatif yang terkait dalam membuat design grafis, design interior dan design produk. Sistem kerja yang diterapkan dari industri kreatif ini adalah dengan

melakukan Konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.

f. **Bidang Fashion**

Bidang fashion termasuk kedalam jenis industri kreatif yang terkait dalam pembuatan suatu produk pakaian, pembuatan aksesoris pakaian. Serta membuka konsultasi fashion dan mendistribusikan produk fashion yang telah di ciptakan.

g. **Bidang Video, Film dan Fotografi**

Industri ini terkait dengan produksi suatu video, film dan juga membuka jasa fotografi. Bidang ini mencakup berbagai hal dari mulai pembuatan sebuah film, produksi suatu film sampai memasarkan produk yang telah diciptakan termasuk kedalam industri kreatif ini.

h. **Bidang Kuliner**

Bidang kuliner termasuk kedalam bidang industri kreatif. Industri kreatif kuliner sudah memiliki pasar tersendiri baik di indonesia ataupun di internasional. Bidang kuliner ini meliputi dari pembuatan kuliner khas daerah, dan juga pemasaran produk khas daerah di indonesia. Bidang kuliner di indonesia sudah memiliki pasar yang luas dan juga sudah bisa bersaing dengan pasar ritel modern. Bidang kuliner menjadi industri kreatif yang cukup menjanjikan saat ini. karena memiliki nilai ekonomis namun tetap memiliki keuntungan.

3. Bidang Industri Kreatif Berbasis Teknologi

Industri kreatif tidak hanya mengandalkan kreatifitas secara manual, namun saat ini industri kreatif sudah meluas hingga mencakup

bidang teknologi. Mengikuti perkembangan zaman yang sudah canggih saat ini bidang industri kreatif sudah banyak yang berbasis teknologi.

Berikut ini beberapa jenis industri kreatif berbasis teknologi, sebagai berikut:

a. **Bidang industri Permainan**

Bidang permainan merupakan salah satu jenis industri kreatif berbasis teknologi. Bidang industri permainan ini terkait dengan kreasi permainan, produksi permainan, tidak hanya bersifat untuk hiburan, permainan juga bisa memberikan edukasi dan ketangkasan otak tergantung dari jenis permainannya

b. **Bidang Industri Musik**

Bidang industri ini berkaitan dengan, kreasi musik, komposisi sebuah lagu, menciptakan lagu hingga proses produksi saat rekaman. Saat ini sudah banyak software yang bisa digunakan untuk mengolah musik dalam sebuah PC atau laptop, sehingga semakin mendukung industri kreatif musik di Indonesia.

c. **Bidang industri layanan komputer dan Perangkat Lunak**

Bidang industri ini berkaitan dengan pengembangan suatu teknologi yang di dalamnya meliputi, jasa layanan komputer, pengolahan data, pembuatan website, periklanan berbasis internet, desain sistem dan desain portal termasuk perawatannya

d. **Bidang industri Pertelevisian**

Bidang industri kreatif ini berkaitan dengan, membuat kreasi, proses produksi hingga Pengemasan acara televisi. Yang bersangkutan dengan kebutuhan pertelevisian termasuk kedalam jenis industri ini

4. Peluang Industri Kreatif Desain Grafis

Berikut ini beberapa peluang usaha yang dapat digali dari industri kreatif grafis desainer, sebagai berikut:

a. Pembuatan logo Perusahaan

Banyak perusahaan-perusahaan, instansi-instansi, organisasi-organisasi dan sebagainya yang membutuhkan jasa pembuatan logo untuk menjadi lambang dari perusahaan atau instansi mereka. Di sinilah peran grafis desainer. Merancang logo dari perusahaan tersebut sesuai dengan keinginan perusahaan tersebut.

b. Industri Percetakan

Peluang usaha lainnya dari industri grafis desainer yakni industri percetakan. Prospek dari usaha ini pun cukup menjanjikan. Melihat banyaknya masyarakat yang membutuhkan jasa percetakan maka usaha ini dirasakan sangat menguntungkan di era globalisasi saat ini. Fungsi dari percetakan ini sendiri yaitu mereka menyediakan jasa berupa percetakan spanduk, brosur, undangan, poster dan lain-lain. Para grafis desainer dituntut untuk merancang konsep dari produk yang diinginkan oleh konsumen.

c. Industri Arsitektur

Industri kreatif grafis desainer ini juga dapat diaplikasikan dengan beberapa industri-industri kreatif lainnya. Salah satunya pada industri arsitektur. Seiring dengan terus berkembangnya dunia desain grafis, dengan menggunakan aplikasi-aplikasi software tertentu kita sudah dapat merancang sebuah rumah, kolam renang dan sebagainya. Hal ini tentu membuka kembali peluang usaha dari industri kreatif grafis desainer kedepannya. Dengan adanya industri kreatif grafis desainer hal ini membuka peluang besar untuk

masyarakat untuk berwirausaha. Mengingat industri kreatif grafis desainer ini terbilang jarang di Indonesia, padahal prospek usaha yang ditawarkan industri ini cukup besar. Industri ini juga terbilang mudah dan mandiri sebab hanya dengan bermodalkan ide, kreativitas, inovasi, mata, tangan dan tentunya komputer, seseorang sudah dapat membuka industri kreatif ini.

5. Peluang Usaha Desain Grafis yang Mudah Dijalani dan Menguntungkan

Desain grafis mempunyai peranan yang cukup besar dalam kehidupan sehingga mendatangkan peluang yang tidak sedikit. Modal dan kemampuan memang



menjadi pertimbangan ketika ingin memulai usaha di bidang desain grafis.

Selain peluang usaha ini di Industri kreatif desain grafis, masih banyak orang membutuhkan jasa desain untuk keperluan tertentu, misalnya butuh desain logo untuk usaha, keperluan desain rumah minimalis dengan memakai jasa desain interior rumah, desain kartu nama, dan desain grafis lainnya.

Banyak sekali peluang usaha yang bisa dijalani seorang di bidang desain grafis, namun tidak mudah dan terkadang penuh rintangan. Di bawah ini merupakan 8 peluang desain grafis yang bisa dijalani tanpa memerlukan modal yang besar dan tidak sulit untuk memulainya antara lain :

- a. **Desain Foto** – Peluang desain foto adalah: Desain foto pengantin, prawedding, mengubah wajah menjadi sketsa atau lukisan, cover majalah dan sebagainya. Seorang desain grafis hanya membutuhkan sebuah komputer dan kemampuan menggunakan Aplikasi Adobe Photoshop sudah bisa untuk memulainya.
- b. **Layout Media Cetak** – Banyak media cetak yang tidak memiliki tenaga desain grafis sendiri untuk menyusun dan medesain tampilan sebuah media cetak. Contoh media cetak yang membutuhkan tenaga desainer grafis adalah: tabloid, majalah, buletin bahkan surat kabar. Kebutuhan tenaga desain grafis media cetak ini masih cukup tinggi, terkadang seorang desain grafis hanya dibutuhkan jasanya saja tanpa harus menyiapkan peralatan.
- c. **Souvenir Digital** – Souvenir banyak dicari orang untuk buah tangan dan hadiah khusus. Produk souvenir digital juga bermacam ragam, contohnya: mug, gelas dan piring yang bisa diberikan gambar atau foto. Memulai usaha souvenir ini hanya membutuhkan biaya yang relatif cukup minim. Alat yang digunakan selain komputer dan printer adalah alat press atau pemanas khusus.
- d. **Sablon Kaos Digital** – Sablon konvensional selain rumit, biayanya juga relatif mahal ketika pesanan hanya 1 pcs saja. Banyak orang yang beralih kepada sablon digital karena alasan ini. Sablon kaos digital sama halnya seperti kartu identitas, bisa digunakan untuk seragam anggota, komunitas, hadiah dan juga souvenir. Hanya tiga alat yang perlu disediakan untuk usaha ini yaitu: komputer, printer bertinta sublimasi dan alat press atau pemanas khusus.
- e. **Jasa Cetak Kartu Identitas** – Kartu identitas (ID Card) mempunyai pangsa pasar yang cukup luas. Kita bisa lihat penggunaannya seperti di

perkantoran, sekolah, universitas bahkan komunitas pun membutuhkan kartu identitas (ID Card). Peralatan yang digunakan cukup sederhana dan relatif murah. Dalam pembuatan kartu identitas kita hanya membutuhkan komputer, printer, mesin laminating dan alat potong.

- f. **Cetak Foto** – Saat ini kebutuhan cetak foto sedikit menurun dikarenakan pemakaian android dan medsos yang mulai marak. Lain halnya dengan pas foto, memang harga jual pas foto tidak terlalu mahal namun rutinitas penggunaannya masih tinggi. Jasa cetak foto cukup membutuhkan komputer, printer dan alat potong sederhana, dari segi modal bisa dikatakan relatif kecil.
- g. **Cetak Kartu Nama** – Kartu nama seringkali dijadikan alat promosi untuk usaha atau identitas seseorang. Meskipun media sosial hampir semua orang memilikinya namun kartu nama masih belum ditinggalkan sampai saat ini. Kartu nama memiliki banyak sekali variasi mulai dari bentuk, desain dan jenis bahan yang digunakan. Untuk jenis bahan kertas masih menjadi pilihan utama banyak orang. Membuat kartu nama dengan jenis bahan kertas hanya membutuhkan alat komputer dan printer serta alat potong sederhana.
- h. **Freelancer** – Jika hanya memiliki *skill* desain grafis namun tidak memiliki modal materi, tidak perlu khawatir. Banyak situs-situs yang menawarkan pekerjaan desain grafis dengan cara bekerja secara *online*. Contoh situs yang menawarkan pekerjaan tersebut adalah Freelancer.com, Sribulancer.com, Fiverr.com dan banyak lagi.

i.

Banyak desainer grafis profesional yang bekerja dari rumah secara freelance dan makin berhasil mengembangkan usaha usahanya, tidak

hanya dari bidang desain grafis saja income-nya. Apalagi bila pintar membaca situasi dan peluang usaha yang ada di sekitar kita.

6. Apa Kelebihan Usaha di bidang Desain Grafis?

Hal pertama yang paling jelas adalah dari segi modal. Modal usaha desain grafis terbilang minim. Hanya dengan komputer, printer dan koneksi internet, sudah bisa merintis usaha desain grafis dari rumah. Modal yang paling penting yaitu kegigihan dan niat untuk membuka usaha. Memang tantangan terbesar saat ini adalah tingkat persaingan yang semakin tinggi.

7. Persiapan Kemampuan Untuk Memasuki Industri Desain Grafis

Kemampuan yang harus disiapkan untuk menjadi pelaku Industri desain grafis antara lain :

- a. Harus memiliki kemampuan yang memadai tentang dunia desain grafis.
Di mana memiliki latar belakang jurusan desain akan menjadi point plus bagi kamu.
- b. Menguasai software atau program-program komputer
Program aplikasi computer yang mendukung proses kerjanya dalam memvisualisasikan suatu produk.
- c. Memiliki Kompetensi Desain
Wajib punya skill desain yang lumayan agar bisa memulai usaha ini. Kemampuan dalam menggunakan beberapa software pendukung (misalnya Photoshop, CorelDraw, Illustrator, dan lainnya), juga merupakan faktor penting.
- d. Portofolio

Portofolio adalah hasil kerja desain yang pernah buat dan mendapat penilaian bagus dari klien. Hasil kerja tersebut bisa berupa karya foto, kliping majalah / koran, rancang bangun atau bukti-bukti lainnya. Sama halnya dengan usaha jasa lainnya, jika ingin sukses di usaha ini wajib punya portofolio. Dengan adanya portofolio ini, maka calon klien bisa lebih percaya karena sudah melihat karya sebelumnya.

e. Media Promosi

akan membutuhkan media promosi untuk memasarkan usaha jasa desain yang tawarkan. Idealnya, harus membuat website/ blog khusus dengan menggunakan domain sendiri. Di website tersebut bisa menampilkan berbagai hasil karya hasil desain yang buat. juga bisa memanfaatkan situs-situs marketplace seperti Projects.co.id, Sribu.com, Freelancer.co.id, dan lain-lain. Selain itu, juga bisa promosi melalui media sosial seperti Facebook dan Twitter. Semua media promosi ini akan sangat penting dalam menjalankan usaha jasa desain Anda.

f. Mengetahui visi dan misi suatu perusahaan yang menjadi kliennya.

Hal ini ditujukan agar kamu bisa memvisualisasikan apa yang diinginkan oleh klien. Kamu jadi tahu apa solusi yang dibutuhkan klien untuk memajukan usaha mereka.

g. Selalu berpikir kreatif dan inovatif, serta menerima perkembangan zaman.

Sebagai desainer, sebenarnya banyak sekali pilihan pekerjaan saat kamu lulus dari jurusan desain grafis. Jika kamu sudah tahu usaha apa saja yang bisa kamu peroleh maka jangan lupa untuk meningkatkan kemampuan, meluaskan jaringan pertemanan, dan juga mengikuti kursus desain sehingga saat kamu terjun ke dalam

usaha desain grafis, tentu kamu sudah menjadi sosok yang matang dalam usaha.

8. Cara Memulai Usaha Desain Grafis

Agar usaha desain grafis yang kita jalankan mampu berkembang pesat, kita harus mengetahui beberapa faktor yang mendukung.

- a. Selalu Promosi dengan Menggunakan Media Online Agar Konsumen Semakin Berkembang

Ada banyak sekali metode yang bisa dijalankan untuk promosi secara online. Namun, sebagai pemula, dapat memulainya dengan media sosial saja terlebih dahulu. Buat fanspage yang menarik, berikan konten grafis Anda, lalu promosikan fanspage Anda. Langkah kedua yang dapat dilakukan bagi yang memiliki modal, dapat membuat website pribadi. Website yang berisi portfolio desain dan berisi tutorial gratis tentang desain grafis. Metode ini cukup efektif jika mampu menguasai teknik optimasi yang benar. Karena dunia blog itu tidak semudah yang dibayangkan. Perlu trik khusus agar mampu meraih jutaan visitor perhari.

- b. Gunakan Teknologi Canggih Agar Hasil Penjualan Meningkat

Sekarang ini, tersedia berbagai macam bentuk jenis software desain grafis. Jadi, harus pintar mencari software terbaik yang sesuai dengan pekerjaan Anda. Misalkan : berniat menguasai desain grafis Animasi 3 Dimensi, maka dapat menggunakan Adobe terbaru atau langsung menggunakan Autodesk Maya. Software canggih semacam ini memang terbilang mahal jika membelinya. Misalnya lagi ingin menguasai desain kartu undangan, desain koreografi, maka dapat menggunakan photoshop.

Untuk tahap awal, bisa mencoba versi trial atau versi student terlebih dahulu. Tujuannya supaya dapat mengukur apakah layak untuk membeli aplikasi tersebut.

- c. Gunakan Koneksi Cepat dan Stabil

Syarat agar pekerjaan berjalan lancar dibidang online, tentu membutuhkan kecepatan saat mengakses media yang ada. Sebagai contoh ketika menjawab order dan pertanyaan di media sosial, tentu membutuhkan kecepatan untuk melakukan hal tersebut. Belum lagi bagi yang menggunakan media blog, koneksi cepat dan stabil merupakan suatu keharusan.

d. Selalu Kreatif Agar Usaha Tetap Tumbuh

Sekarang ini persaingan dunia usaha sudah semakin ketat. Nah, untuk memenangkan persaingan dan menjadi pemenang, kita harus mau untuk selalu kreatif melakukan inovasi. Kreatif bukan hanya dari segi desain saja, melainkan dari cara promosi atau penggunaan teknologi yang digunakan. Jadi, jangan pernah merasa puas dengan kondisi yang ada sekarang, selalu inovasi dan lakukan perbaikan untuk perkembangan usaha Anda.

Untuk mendapatkan inspirasi agar selalu kreatif dapat dilakukan dengan cara selalu belajar, selalu menambah wawasan dan selalu bertanya pada ahlinya.

e. Perbanyak Jaringan Usaha

Tidak ada satupun usaha besar yang ada didunia ini mampu berjalan sendiri tanpa bantuan orang lain. Semua peusaha sukses pasti memiliki jaringan atau mitra. Dengan semakin banyaknya mitra yang miliki, maka kesempatan usaha menjadi semakin luas.

Coba perhatikan kolaborasi perusahaan kelas kakap, mereka saling bekerja sama untuk saling membantu dan saling menguntungkan. Apalagi sekarang ini dunia Industri desain grafis sudah sangat ramai, dapat mencoba teknik kolaborasi sesama peusaha desain grafis lainnya.

Misalkan bergabung dengan desainer grafis website, dapat saling menawarkan jasa. Kolaborasi semacam ini dapat memberikan keuntungan timbal balik.

f. Mempelajari teknik promosi yang inovatif

Sehebat apapun produk Anda, tanpa keahlian promosi tidak akan menjadi apa apa. Untuk itu, agar jasa semakin laris, harus pintar ketika menjalankan aktivitas promosi. Teknik dan cara promosi ada banyak sekali seperti dengan memberikan diskon, membership, partnership, trial, promo, gift dan lain sebagainya. Cara tersebut sangat efektif untuk diterapkan, tergantung dari pengalaman yang diperoleh.

g. Utamakan Konsumen Untuk Meraih Pelanggan Loyal

Konsumen adalah raja. Rebut kepercayaan mereka dengan cara memberikan pelayanan terbaik. Coba perhatikan perusahaan besar, mereka pasti menyediakan layanan customer service untuk melayani konsumen mereka. Cara ini sangat efektif dan disarankan agar usaha juga turut berkembang. Pelayanan dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti dengan memberikan tutorial yang lengkap, menyediakan email untuk dihubungi atau dengan memberikan kontak telepon. Semakin percaya konsumen pada Anda, sudah tentu mereka akan selalu menjadi pelanggan setia Anda. Bahkan bukan tidak mungkin mereka akan menjadi mesin promosi otomatis.

9. Usaha Online Jasa Desain Grafis

Sejalan dengan perkembangan jaman, Usaha Online Desain Grafis ini semakin hari semakin naik daun, apalagi dengan gencarnya dunia publikasi yang tidak hanya menjadi milik dunia nyata lewat spanduk, flyer, koran, tv, desain industri, namun juga merambah ke dunia maya lewat logo, iklan, banner, web, dan masih banyak media lainnya.

10. Tipe Usaha online Desain Grafis

Usaha di bidang desain grafis bisa dijalani baik secara online maupun offline (baik sebagai usaha sampingan maupun usaha utama sebagai wiraswasta wan dengan modal kecil). Seorang desain grafis professional biasanya menggeluti mulai dari bidang jasa fotografi, jasa pembuatan logo untuk merk suatu produk, desain t-shirt sampai ke bidang percetakan.

Kebanyakan pemula di bidang desain grafis sudah pasti pesimis mengingat mahalnnya harga peralatan penunjang usaha tersebut, mulai dari sewa ruko, alat percetakan, komputer yang canggih dan modal lainnya yang cukup menguras kantong, namun biaya akan berkurang jika menjalankan Usaha Online Desain Grafis karena tidak diperlukan lokasi fisik ataupun printer yang mahal saat awal usaha, mungkin di kemudian hari memerlukan saat berniat mengembangkan usaha tersebut.

11. Cara Memulai Usaha Desain Grafis Online

Berkat kemajuan teknologi online sekarang ini, peluang usaha yang ada semakin bertambah banyak. Sebut saja salah satunya adalah peluang usaha desain grafis karena desain grafis sangat dibutuhkan untuk kegiatan online marketing dan media informasi digital.

Bagi yang memiliki bakat desain grafis, dapat menjalankan usaha tersebut secara online maupun offline. Kedua metode tersebut dapat berjalan bersama dan bahkan saling mendukung.

12. Tips Sukses Menjalankan Usaha Jasa Desain

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan supaya usaha jasa desain semakin sukses dan bisa menghasilkan jutaan rupiah. Berikut ini tips sukses yang harus lakukan.

a. Selalu Up To Date

wajib uptodate mengenai gaya desain terbaru. Entah itu pada desain grafis, rumah maupun website agar bisa memberikan kualitas desain yang terbaik. Trend untuk anak muda tentunya berbeda dengan orang yang sudah berumu. Dengan memahami hal ini, bisa memberikan hasil desain yang bisa memuaskan pelanggan. Memang tidak semudah yang tertulis, tapi tidak ada salahnya untuk mencoba.

b. Sesuaikan Kebutuhan Konsumen

Selalu sesuaikan desain dengan kebutuhan konsumen. Misalnya ketika membuat desain interior rumah, sesuaikan desain rumah tersebut dengan karakter dari pemilik rumah itu sendiri. tidak bisa hanya mengikuti trend karena ini akan berhubungan dengan kenyamanan si pemilik rumah. Begitu juga saat diminta untuk membuat sebuah desain logo, poster, dan desain lainnya. Pastikan untuk selalu menyesuaikan dengan kebutuhan dan permintaan klien, walaupun seringkali klien tidak tahu apa yang dibutuhkan atau diinginkannya.

c. Promosi via Online

Untuk meningkatkan jumlah klien, harus melakukan promosi via online. Ada banyak hal yang bisa dilakukan, misalnya promosi lewat Twitter, Facebook, Instagram, atau media lainnya. Salah satu cara terbaik promosi via media sosial adalah mengupload hasil karya agar

dilihat orang lain. Semakin banyak orang yang melihatnya, peluang untuk mendapatkan klien juga akan semakin besar.

d. Mengikuti Pameran

Mengikuti beberapa pameran karya desain akan membantu dikenal oleh banyak orang di niche usaha Anda. Dari kegiatan pameran ini mungkin saja bisa bertemu seorang peusaha yang membutuhkan desainer seperti Anda, dan akhirnya bisa bekerjasama. Selain itu, dari kegiatan pameran juga bisa membuat mengetahui tentang trend yang sedang populer saat ini.

13. Cara Membuka Usaha Online Desain Grafis

Jika sudah semakin professional dalam menjalankan usaha online desain grafis, dan ingin meningkatkan jumlah klient tidak ada salahnya mengikuti saran berikut :

a. Buatlah Website

Jika memang berniat fokus di usaha ini buatlah website yang nantinya bisa dipergunakan untuk melakukan orderan dari client anda, menampilkan hasil karya atau yang biasa disebut dengan portfolio dan dengan adanya website akan lebih terlihat sebagai seorang profesional di bidang tersebut.

b. Manfaatkan Social Media

Manfaatkan akun media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter sebagai media promosi, pajang beberapa hasil karya yang bertema bebas atau telah serahkan ke klien anda, jangan lupa letakkan signature di hasil karya agar semua orang tau harus menghubungi siapa untuk membeli desain seperti itu.

c. E-Book Tutorial

Semakin terkenal nantinya akan semakin banyak orang yang ingin belajar kepada untuk membuat suatu desain, jika sudah mencapai kondisi ini tidak ada salahnya membuat e-book yang berisikan tutorial cara membuat desain tersebut, bisa menjualnya dan mendapat bayarannya.

D. RANGKUMAN

1. Pengertian industri Kreatif Desain Grafis

Industri Kreatif adalah sebuah aktifitas ekonomi dengan menciptakan atau penggunaan pengetahuan informasi yang menghasilkan kreatifitas dan daya cipta setiap individu untuk bisa membuat lapangan pekerjaan baru dan juga bisa menciptakan kesejahteraan di daerah

Industri Desain merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan. Grafis desainer merupakan salah satu industri kreatif yang memiliki peluang besar dalam dunia usaha.

2. Bidang-Bidang Industri Kreatif Di Indonesia

- a. Bidang Arsitektur
- b. Bidang Periklanan
- c. Bidang Pasar Barang Seni
- d. Bidang Kerajinan
- e. Bidang Design
- f. Bidang Fashion
- g. Bidang Video, Film dan Fotografi
- h. Bidang Kuliner

3. Bidang Industri Kreatif Berbasis Teknologi
 - a. Bidang industri Permainan
 - b. Bidang Industri Musik
 - c. Bidang industri layanan komputer dan Perangkat Lunak
 - d. Bidang industri Pertelevisian
4. Peluang Industri Kreatif Desain Grafis
 - a. Pembuatan logo Perusahaan
 - b. Industri Percetakan
 - c. Industri Arsitektur
5. Peluang Usaha Desain Grafis yang Mudah Dijalani dan Menguntungkan
 - a. Desain Foto.
 - b. Layout Media Cetak
 - c. Souvenir Digital
 - d. Sablon Kaos Digital
 - e. Jasa Cetak Kartu Identitas
 - f. Cetak Foto
 - g. Cetak Kartu Nama
 - h. Freelancer
6. Kelebihan Usaha Desain Grafis

Hanya dengan komputer, printer dan koneksi internet, sudah bisa merintis usaha desain grafis dari rumah. Modal yang paling penting yaitu kegigihan dan niat untuk membuka usaha.
7. Persiapan Kemampuan Untuk Memasuki Industri Desain Grafis
 - a. Harus memiliki kemampuan yang memadai tentang dunia desain grafis.
 - b. Menguasai software atau program-program komputer
 - c. Memiliki Kompetensi Desain

- d. Portofolio
 - e. Media Promosi
 - f. Mengetahui visi dan misi suatu perusahaan yang menjadi kliennya.
 - g. Selalu berpikir kreatif dan inovatif, serta menerima perkembangan zaman.
8. Cara Memulai Usaha Desain Grafis
- a. Selalu Promosi dengan Menggunakan Media Online Agar Konsumen Semakin Berkembang
 - b. Gunakan Teknologi Canggih Agar Hasil Penjualan Meningkat
 - c. Gunakan Koneksi Cepat dan Stabil
 - d. Selalu Kreatif Agar Usaha Tetap Tumbuh
 - e. Perbanyak Jaringan Usaha
 - f. Mempelajari teknik promosi yang inovatif
 - g. Utamakan Konsumen Untuk Meraih Pelanggan Loyal
 - h. Usaha Online Jasa Desain Grafis
9. Cara Membuka Usaha Online Desain Grafis
- a. Buatlah Website
 - b. Manfaatkan Social Media
 - c. E-Book Tutorial
10. Tips Sukses Menjalankan Usaha Jasa Desain
- a. Selalu Up To Date
 - b. Sesuaikan Kebutuhan Konsumen
 - c. Promosi via Online
 - d. Mengikuti Pameran

E. LATIHAN / PENUGASAN

1. Buat rencana usaha kreatif Anda dibidang desain grafis

2. Buat rencana pemasaran usaha kreatif di bidang desain grafis secara online dengan memanfaatkan website atau jejaring disosialmedia Anda.

F. TES FORMATIF

1. Yang dimaksud dengan wirausaha adalah?
 - A. kemampuan untuk menciptakan, mencari, dan memanfaatkan peluang dalam menuju apa yang diinginkan sesuai dengan yang diidealkan.
 - B. Kegemaran yang dapat di pameran
 - C. Kemampuan yang dilakukan agar dapat meningkatkan kualitas
 - D. Membuat suatu kegiatan yang dapat mengisi waktu-waktu luang
2. *Entrepreneur* adalah seseorang yang memiliki totalitas semangat berusaha dengan penuh ketekunan, kedisiplinan, dan tanggungjawab untuk memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku yang baru. *Entrepreneur ini disebut sebagai :*
 - A. Pendobrak sistem ekonomi
 - B. Penggagas ide
 - C. Aggressor
 - D. Sales
 - E. Orator
3. Ada lima hal yang dihasilkan dari *spirituality* yaitu, kecuali;
 - A. Integritas/kejujuran.
 - B. Energi/semangat.
 - C. Inspirasi/ide dan inisiatif,
 - D. Tingkat kerja yang baik.
4. Suryana (2003) menjelaskan etika yang melekat pada seorang *entrepreneur*

secara umum adalah,kecuali;

- A. Sikap dan perilaku seorang *entrepreneur* harus mengikuti norma yang berlaku dalam suatu negara atau masyarakat.
 - B. Berpenampilan sopan dalam suatu situasi atau acara tertentu.
 - C. Cara penampilan yang tidak baik dilihat.
 - D. Cara berbicara yang santun dan tidak menyinggung orang lain.
5. Ada beberapa tujuan etika yang selalu ingin dicapai oleh perusahaan kecuali;
- A. Mengambil keuntungan sendiri
 - B. Untuk persahabatan dan pergaulan
 - C. Meyenangkan orang lain
 - D. Mempertahankan pelanggan
6. Ada beberapa manfaat kewirausahaan kecuali;
- A. Menambah daya tampung tenaga kerja sehingga mengurangi pengangguran
 - B. Sebagai generator pembangunan lingkungan, pribadi, distribusi, pemeliharaan lingkungan dan kesejahteraan
 - C. Mengerikan contoh bagaimana harus bekerja keras, tekun dan memiliki pribadi yang unggul yang patut untuk diteladani
 - D. Mendapatkan keahlian dari orang lain.
7. Seorang wirausahawan harus mempunyai beberapa *sikap*, yaitu:
- A. Mampu berfikir dan bertindak kreatif dan inovatif
 - B. Mampu bekerja tekun, teliti dan dan produktif
 - C. Mampu berkarya berlandaskan etika usaha yang sehat
 - D. a, b,dan c benar.
8. Ada beberapa Ketrampilan khusus yang ada di kewirausahaan, kecuali;

- A. Keterampilan konsep (conceptual skill) : ketrampilan melakukan kegiatan usaha secara menyeluruh bersarakan konsep yang dibuat.
 - B. Ketrampilan teknis (technical skill) : ketrampilan melakukan teknik tertentu dalam mengelola usaha.
 - C. Human Skill : keterampilan bekerja sama dengan orang lain, bawahan dan sesama usahawan.
 - D. Penampilan yang dilakukan dalam pekerjaan.
9. Ada beberapa Keterampilan dasar adalah?
- A. Memiliki sikap mental dan spiritual yang tinggi
 - B. Memiliki kepribadian yang unggul
 - C. Pandai berinisiatif, Dapat mengkoordinasikan kegiatan usaha
 - D. A,b,dan c benar.
10. Seorang wirausahawan harus mempunyai beberapa *sikap*, yaitu:
- A. Mampu berfikir dan bertindak kreatif dan inovatif
 - B. Mampu bekerja tekun, teliti dan dan produktif Mampu memecahkan masalah dan mengambil keputusan secara sistematis dan berani mengambil resiko.
 - C. Mampu berkarya berlandaskan etika usaha yang sehatMampu berkarya dengan semnagat dan kemandirian.
 - D. A,b dan c benar.

G. KUNCI JAWABAN

- 1. A
- 2. B
- 3. D
- 4. C
- 5. A

- 6. D
- 7. D
- 8. B
- 9. D
- 10. D

H. RUBRIK PENILAIAN

Rumus berikut untuk mengetahui tingkat penguasaan Anda terhadap materi di atas:

$$\text{Tingkat penguasaan} = \frac{\text{Jumlah jawaban yang benar}}{\text{Jumlah soal}} \times 100\%$$

PENUTUP

Bagi masyarakat yang ingin terjun pada industri kreatif desain grafis, perlu dibekali pengetahuan dan keterampilan yang memadai tentang desain grafis baik dilakukan secara outodidak (belajar mandiri) maupun melalui kursus dan pelatihan.

Bagi yang sudah mengambil kursus desain grafis tidak ada salahnya mencoba menjalani peruntungan di dunia online dengan kemampuan desain grafis anda, apapun pengaplikasiannya. Semakin banyak karya desain yang dikerjakan akan menambah panjang daftar portfolio akan membuat calon klien semakin yakin menggunakan jasa desain hasil kerja anda.

Semua usaha apapun butuh perjuangan, pengorbanan disiplin dan kerja keras, Tidak ada yang instant. Ada faktor yang akan membawa kehancuran bagi suatu tatanan usaha yang sudah dibangun, yaitu:

1. Kaya tanpa kerja (*wealth without work*).
2. Nikmat tanpa nurani (*pleasure without conscience*).
3. Ilmu tanpa karakter (*knowledge without character*).
4. Usaha tanpa moralitas (*commerce without morality*).
5. Sains tanpa kemanusiaan (*science without humanity*).
6. Politik tanpa prinsip (*politics without principles*).

DAFTAR PUSTAKA

- Barnawi, Mohammad Arifin, 2001. *Schoolpreneurship: Membangkitkn Jiwa & Sikap Kewirausahaan Siswa*, Jogjakarta : Ar-Ruzz Media.
- Direktorat Jenderal Pembelajaran Dan Kemahasiswaan Ditjen Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan. 2013. *Kewirausahaan*. Modul Pembelajaran.
- Direktorat Pembinaan Kursus Dan Kelembagaan Direktorat Pendidikan Nonformal dan Informal 2010. *Membangun Jiwa Kewirausahaan*. Kementrian Pendidikan Nasional
- dianasitumorang.blogspot.com/.../kewirausahaan-pengelolaan-usaha Nov 9, 2015
- Suryana, 2006, *Kewirausahaan, Pedoman Praktis : Kiat dan Proses Menuju Sukses*: Jakarta:Salemba Empat
- Kamaruddin, A. 2006. *Proyeksi Pengembangan Kebutuhan Wirausaha Baru Dalam Rangka Kesiapan Menuju Liberalisasi Perdagangan Dan Investasi*, Jurnal Pengkajian Koperasi Dan UKM Nomor 2 Tahun I.
- Longenecker et al. 2001. *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*, Salemba Empat, Jakarta.
- Muhtar, A.S. 2007. *Membangun Entrepreneurship Menuju Birokrasi Humanistik*, Makalah. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Padjadjaran.

Muhyi, H.A. 2007. *Menumbuhkan Jiwa Dan Kompetensi Kewirausahaan*, Makalah, Jurusan Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Padjadjaran Bandung.

Priyanto, S.H. 2009. *Mengembangkan Pendidikan Kewirausahaan di Masyarakat*; Jurnal, PNFI / Volume 1(1).

Sandjojo, I. 2004. *Pengaruh Lingkungan Usaha, Sifat Wirausaha, Dan Motivasi Usaha Terhadap Pembelajaran Wirausaha, Kompetensi Wirausaha Dan Pertumbuhan Usaha kecil Di Jawa Timur*; Disertasi Program Pascasarjana Universitas Brawijaya

Direktorat Jendral Industri Kecil. 2007. *Kemasan Flexible*. Jakarta: Departemen Perindustrian

Situs yang diunduh November 2019 sebagai berikut:

<https://id.wikipedia.org/wiki/Pengemasan>

<http://www.pengusahamuslim.com/baca/artikel/102/memahami-9-aspek-penting-sebelum-memulai-usaha>

<http://www.wikipedia.com/kewirausahaan>

[http://fe.umsida.ac.id/upgrade/file.php/70/Materi_2008/BAB_I._Gambaran
_ Umum_Evaluasi_Usaha.pdf](http://fe.umsida.ac.id/upgrade/file.php/70/Materi_2008/BAB_I._Gambaran_Umum_Evaluasi_Usaha.pdf)

<http://wahyuaskari.wordpress.com/umum/evaluasi-usaha-tani/>

<http://galeriukm.web.id/artikel-usaha/evaluasi-kemajuan-usaha>

[http://elearning.gunadarma.ac.id/.../kewirausahaan/bab4-evaluasi_
peluang_usaha_baru.pdf](http://elearning.gunadarma.ac.id/.../kewirausahaan/bab4-evaluasi_peluang_usaha_baru.pdf)

<http://www.ittelkom.ac.id/library/>

 **Jl. Jayagiri No 63 Jayagiri Lembang,
Kabupaten Bandung Barat
Jawa Barat 40391**

 **@pppauddikmasjabar**

 **PP Paud dan Dikmas Jawa Barat**

 **pauddikmasjabar**

 **<https://pauddikmasjabar.kemdikbud.go.id>**