YAYASAN PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI
UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI
FAKULTAS: 1. ILMU KESEHATAN; 2. ILMU PENDIDIKAN; 3. TEKNIK; 4. HUKUM DAN ILMU SOSIAL
Alamat: Jln. Tuanku Tambusai No.23 Bangkinang-Kampar Riau Telp.(0762) 21677, 085265387767, Fax.(0762) 21677
Website : http://universitaspahlawan.ac.id; e-mail:info@universitaspahlawan.ac.id

KEPUTUSAN REKTOR UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI
NOMOR : 193 /KPTS/YPTT/KP/IX/ 2021

TENTANG

PENUNJUKAN/ PENGANGKATAN DOSEN MENGAJAR SEMESTER GANJIL FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI TAHUN AKADEMIK 2021/ 2022

REKTOR UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI

Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran proses pembelajaran semester ganjil Program Studi S 1 Teknik Informatika, S1 Teknik Sipil, S1 Teknik Industri dan S1 Peternakan Fakultas Teknik Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai Tahun Akademik 2021/ 2022;

b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud pada huruf a diatas, perlu ditetapkan dengan Keputusan Rektor Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai;

Mengingat :
1. Undang-undang No. 16 Tahun 2001 tentang Yayasan sebagaimana yang telah diubah dengan Undang-undang No 28 Tahun 2004 tentang Yayasan;
2. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
3. Undang-undang No. 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
4. Undang-undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
5. Peraturan Pemerintah No.4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 139 Tahun 2014 tentang Pedoman Statuta dan Organisasi Perguruan Tinggi.
7. Keputusan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi No.97/KPT/I/2017 tanggal 20 Januari 2017 tentang Izin Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai;
8. Akte Notaris H. M Dahad Umar, SH No. 26 tanggal 15 November 2007 Jo No. 29 tanggal 22 Februari 2008;
9. Keputusan YPTT Riau No. 01/KPTS/YPTT/2007 tentang Peraturan TataTertib Ketenagakerjaan (Pekerja, Karyawan, Dosen) di lingkungan Yayasan Pahlawan Tuanku Tambusai;

MEMUTUSKAN

Menetapkan	:	
Pertama	:	Menunjuk/mengangkat Dosen Mengajar Semester Ganjil Prodi S1 Teknik Informatika, S1 Teknik Sipil, S1 Teknik Industri dan S1 Peternakan Fakultas Teknik Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai Tahun Akademik 2021/2022 sebagaimana tersebut dalam lampiran 1, 2, 3 dan 4 Keputusan ini;
Kedua	:	Nama-nama sebagaimana tersebut dalam lampiran keputusan ini, dipandang cakap dan mampu untuk melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan dan bertanggung jawab kepada Dekan Fakultas Teknik Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai;
Ketiga	:	Segala biaya yang timbul akibat dikeluarkan Surat Keputusan ini akan dibebankan kepada kas Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai;
Keempat	:	Keputusan ini berlaku untuk semester ganjil Tahun Akademik 2021/2022, dengan ketentuan apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapannya, akan diadakan perbaikan dan perubahan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bangkinang
Pada Tanggal : 01 September 2021

Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai
Rektor,

UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI

Prof. Dr. Amir Luthfi

Tembusan disampaikan kepada Yth:
1. Ketua Yayasan Pahlawan Tuanku Tambusai
2. Fakultas Teknik Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai
3. Bendahara Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai

LAMPIRAN KEPUTUSAN REKTOR UNIVERSITAS PAHLAWAN
NOMOR : 193/KPTS/YPTT/KP/IX/2021
TANGGAL : 01 September 2021

PENGANGKATAN DOSEN MENGAJAR SEMESTER GANJIL
PRODI S1 TEKNIK INFORMATIKA FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI TAHUN AKADEMIK 2021/2022

Semester I

No	Mata Kuliah	SKS	Dosen
1	Pengantar Teknologi Informasi	3	Novi Yona Sidratul Munti, M.Kom
2	Wawasan Budaya Melayu	2	M.Zaki, S.T,. M.Si
3	Dasar Pemograman	4	Deddy Gusman, S.Kom,. M.Ti
4	Pendidikan Agama	2	Juni Efendri, S.Sy,. M.H
5	Organisasi dan Arsitektur Komputer	3	Novi Yona Sidratul Munti, M.Kom
6	Bahasa Indonesia	2	Nurmalina, M.Pd
7	Pendidikan Pancasila	2	Hafiz Sutrisno, M.H
		18	

Semester III

No	Mata Kuliah	SKS	Dosen
1	Kalkulus 2	3	R.Joko Musridho,S.T,. M.Phil
2	Technouprenership	3	Samsurijal HS, M.M,. S.P, Dr
3	Matematika Diskrit 2 (Matdisk 2)	3	Safni Marwa, S.T,. M.Sc
4	Matriks dan Ruang Vektor	2	R.Joko Musridho,S.T,. M.Phil
5	Analisa dan Perancangan Perangkat Lunak	3	Indra Irawan, M.Kom
6	Pemograman Berorientasi Objek (Teori)	2	Deddy Gusman, S.Kom,. M.Ti
7	Jarkom dan Komunikasi Data(Teori)	2	Kasini, M.Kom
		18	

Semester V

No	Mata Kuliah	SKS	Dosen
1	Perancangan dan Implementasi Perangkat L	3	Kasini, M.Kom
2	Komputasi Nirkabel	3	Kasini, M.Kom
3	Bahasa Inggris	2	Vitri Anggraini Hardi, M.Pd
4	Interaksi Manusia dan Komputer	3	Novi Yona Sidratul Munti, M.Kom
5	Metode Numerik	3	Lusi Midani Rizki, M.Pd., M.ICS
6	Basis Data Lanjut	3	Safni Marwa, M.Sc
7	Sistem Operasi	3	Indra Irawan, M.Kom
		20	

Semester VII

No	Mata Kuliah	SKS	Dosen
1	Kerja Praktek	3	TIM
2	Kecerdasan Buatan	3	R.Joko Musridho, S.T,. M.Phil
3	Etika Profesi	2	Novi Yona Sidratul Munti, M.Kom
4	Analisis Algoritma	3	R.Joko Musridho, S.T,. M.Phil
5	Animasi Komputer dan Pemodelan 3D	3	Kasini, M.Kom
6	Sistem Informasi Geografis	3	Indra Irawan, M.Kom
7	Database Management System	3	Safni Marwa, S.T,. M.Sc
8	Web Framework	3	Safni Marwa, S.T,. M.Sc
		23	

Rektor,

UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI

Dr. Amir Luthfi

UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Mata Kuliah	Kode MK	Rumpun MK	Bobot (sks)	Semester	Tanggal Penyusunan
TECHNOPRENEURSHIP	UP	Mata Kuliah Umum	3 SKS		
	Dosen Pengembang RPS Dr.Samsurijal,HS,SP.,MM		**Dosen Pengampu MK** Dr.Samsurijal,HS,SP.,MM		Ketua Prodi DEDDY GUSMAN,S.Kom,.M.T.I

Capaian Pembelajaran (CP)	CPL Prodi	
	CP-MK	1) Mata kuliah ini memberikan pemahaman dan skill kepadamahasiswa untuk mampu mengidentifikasi, dan mengevaluasi peluang usaha berbasis teknologi sesuai dengan bidang keahlian mahasiswa, serta mengembangkan peluang usaha tersebut. 2) Mata kuliah ini menggabungkan pengenalan teori dan prakteklangsung(hands-on experience) secara erintegrasi dalam mengembangkan ide dan peluang usaha.
Deskripsi Singkat MK	Technopreneurship (Technology + Enterpreneur) adalah sebuah inkubator bisnis/wirausaha berbasis teknologi. Wirausaha adalah orang yang menjalankan usaha atau perusahaan dengan kemungkinan untung atau rugi. Teknologi adalah keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia	
Materi Pembelajaran/ Pokok Bahasan	Topik-topik bahasan dalam matakuliah ini diantaranya adalah: konsepbisnis dan kewirausahaan, entrepreneursial mindset dan evaluasidiri, kreatifitas dan identifikasipeluangusaha, bisnis model, analisis dan evaluasi peluangusaha, analisis dan perencanaan pasar, analisis biaya dan penentuanhargaproduk, team building dan perencanaansumberdayamanusia, perencanaan finansial, pemodalan, dan pengembangan business plan..	
Pustaka	1. Dodi Siregar,dkk . Strategi dan Inovasi Technopreneurship. Yayasan Kita Menulis 2. Robia Rithar . Technopreneurship.Direktorat Akademik Dirjen Dikti.2008 3. LP2KH ITS. Technopreneurship. ITS.2015 4. Lupiyodi dan Kurniawan. Technopreneurship. Amicom Yogyakarta.2019 5. Suryana, Kewirausahaan. Salemba Empat. Jakarta. 2013. 6. Hisrich, robert D., & Michael P. Peters. *Enterprneurship.* McGra-Hill Irwin. Boston. 7. Lambing Peggy, Charles L. Kuchl. *Enterpreneurship*. Prentice-Hall International, Inc. New Jersey 2000.	

	8. Zimmerer W. Thomas, Norman M. Scarborough. *Enterpreneurship and New Venture Formation.* Prentice-Hall International, Inc. New Jersey 1996. 9. Justin G.L, Carlos W. Moore; dan J. William Petty, 2001, Kewirausahaan: Manajemen Usaha Kecil, Buku 1, Jakarta: Penerbit Salemba Empat. 10. Philip Kotler MARKETING MANAGEMENT Analysis, Planning Implementation, and Control					
Media Pembelajaran	*White board,* spidol Pengeras Suara, Laptop,LCD dan *multi media class equipment*					
Team Teaching	Dr. Samsurijal Hasan,SP,.MM					
Matakuliah Prasyarat						
Minggu Ke-	**Kemampuan Akhir yang diharapkan (Sub-CP MK)**	**Indikator**	**Materi Pembelajaran**	**Metode Pembelajaran**	**Estimasi Waktu**	**Kriteria, Bentuk dan Bobot Penilaian**
1	Pengantar Technopreneur dan Bisnis	Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat : 1. Technopreneurship (Technology + Enterp reneur) adalah sebuah inkubator bisnis/ wira usaha berbasis tekno logi . Perusahaan-perusa haan rintisan berbasis teknologi alias startup memang memiliki ting katan masing-masing. Tingkatan diklasifikasi kan berdasarkan nilai valuasi perusahaan. Dalam startup ada yang paling rendah adalah unicorn, kedua ada decacorn, dan yang paling tinggi ada hec tocorn.	1. Mengidentifikasi dan meng evaluasi peluang pasar; 2. Menemukan solusi-solusi untuk mengisi peluang pasar tersebut; 3. Memperoleh sumber daya yang diperlukan untuk men jalankan bisnis 4. Mengelola sumber daya dari tahap awal (start-up) ke fase bertahan (survival)dan fase pengembangan (ekspansi); 5. Mengelola resiko-resiko yang berhubungan dengan bisnis nya 6. Fintech (Finance Technology): 7. Cloud hosting 8. Bisnis jual-beli online 9. On-Demand service 10. Online Marketing	LCD, Laptop, Class room. Lupiyodi dan Kurniawan. Technopreneurship Modul pembelajaran Technopreneurship	100 menit	Portofolio tes essay.
2	Mengenali Peluang	Setelah mengikuti	Untuk mengembangkan jiwa	LCD, Laptop, Class	100 menit	Portofolio,

	dan Menciptakan Ide Bisnis	**per kuliahan mahasiswa diharapkan dapat :** **1.** Pemanfaatan Tekno logi untuk pengem bangan wirausaha. **2.** Penggunaan teknologi informasi yang dimak sudkan disini adalah pemakaian Internet untuk memasarkan produk mereka seperti dalam perdagangan online (e-Commerce), pemanfaatan Perangkat Lunak khu sus untuk memotong biaya produksi, atau pemanfaatan tek nologi web 2.0 sebagai sarana iklan untuk wirausaha. **3.** Technopreneurship tidak dibatasi pada wirausaha teknologi informasi, namun se gala jenis usaha, seper ti usaha meubel, res taurant, super market ataupun kerajinan tangan, batik dan perak. **4.** Pertumbuhan juga pen ting bagi daya saing kompetitif. Da lam ber saing, bisnis yang lebih besar se langkah lebih maju daripada perusa haan yang lebih kecil. Mereka memiliki sum ber daya dan ke mam pan yang lebih baik untuuk merebut pelu ang pasar dan mendo minasi pasar	entrepreneurship diperlukan be Untuk mengembangkan jiwa entrepreneurship diperlukan beberapa tahapan: berapa taha pan: 1. Internalization 2. Paradigm alteration 3. Spirit initiation 4. Competition,	**room.** **Dodi Siregar,dkk . Strategi dan Inovasi Technopreneurship** **Modul pembelajaran Technopreneurship..**		**attitute**
3	Mengenali Peluang	**Setelah mengikuti**	1. Ide dapat digerakkan secara	**LCD, Laptop, Class**	**100 menit**	**Portofolio tes**

	dan Menciptakan Ide Bisnis)	**perkuliahan dan mahasiswa diharapkan dapat :** **1.** (Entpreneur) dapat menambah nilai suatu barang dan jasa mela lui inovasi. Keberha silan dapat dicapai apabila entpreneur menggunakan produk, proses, clan jasa-jasa inovasi sebagai alat untuk menggali peru bahan. 2. Ketangguhan entpre neurship sebagai peng gerak pereko nomian terletak pada kreasi baru untuk men cipta kan nilai secara terusmenenis. Entpr eneur dapat men cipta kan nilai dengan cara mengubah semua tan tangan menjadi pe luang melalui ide-ide dan akhirnya menjadi pengendali usaha. Se mua tantangan bisa menjadi peluang apa bila terdapat inovasi Salah satu pendeka **3.** Dalam mengevaluasi ide untuk mencipta kan nilai-nilai poten sial (peluang usaha), entpreneur perlu me ngidentifkasi dan me ngevaluasi semua re siko yang mungkin ter jadi	internal mll perubahan cara-/ metode yg lebih baik untuk melayani dan memuaskan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya 2. Ide dapat dihasilkan dalam bentuk produk dan jasa baru 3. Ide dapat dihasilkan dalam bentuk modifikasi pekerjaan yang dilakukan atau cara melakukan suatu pekerjaan. 4. Sumber peluang potensial dapat digali dengan cara : **a.** Menciptakan produk baru yg berbeda **b.** Mengamati pintu peluang **c.** Menganalisis produk dan proses secara mendalam **d.** Memperhitungkan risiko	**room.** **Hisrich, robert D., & Michael P. Peters.** ***Enterprneurship***		**obyektif**
4	Studi Kelayakan Bisnis	**Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :** **1. BISNIS atau NIAGA adalah kegiatan**	**1.** Menilai kelayakan adalah biaya yang diperlukan dan nilai yang didapat **2.** Sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan menerima atau menolak	**LCD, Laptop, Class Room** **LP2KH ITS. Technopreneurship..**	**100 menit**	**Portofolio tes obyektif**

		memperjualbelikan barang atau jasa dengan tujuan memperoleh laba. Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang men ual BARANG ATAU JASA kepada konsu men atau bisnis lain nya, untuk mendapat kan laba. **2.** STUDI KELAYAKAN adalah sebuah peni laian mengenai kelaya kan dari suatu proyek yang akan dikerjakan. Studi kela yakan bertu juan un tuk menge tahui seca ra obyektif dan rasio nal, keung gulan dan kelemahan dari hal yang sudah ada dan proyek yang akan diker jakan, serta dampaknya terhadap lingkungan hidup, sumber daya yang diperlukan, dan pada akhirnya prospek dari proyek tersebut.	suatu keputusan investasi (feasible / not feasible) **3.** Menghindari Resiko Kerugian **4.** Mempermudah Perencanaan **5.** Mempermudah Pelaksanaan Pekerjaan **6.** Mempermudah Pengawasan **7.** Mempermudah Pengendalian **8.** Pasar Konsumen dan Produsen **9.** Pemasaran **10.** Teknik dan teknologi **11.** Manajemen **12.** Sumber Daya Manusia **13.** Sumber Daya Alam **14.** Keuangan **15.** Politik, Ekonomi dan Sosial **16.** Lingkungan Industri **17.** Yuridis (legal) **18.** Lingkungan hidup **19.** Risiko Bisnis	**Modul pembelajaran Technopreneurship..**		
5	Studi Kelayakan Bisnis (lanjutan)	**Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :** 1. aspek pasar berusaha mencari informasi tentang apa kebutuhan dan harapan pasar tentang sebuah produk	1. Tenaga kerja (Man) 2. Modal (Money) 3. Material / bahan baku (Material) 4. Peralatan/perlengkapan produksi (Machine) 5. Metode (Methods)	**LCD, Laptop, Class Room** **Modul pembelajaran Technopreneurship**	**100 menit**	**Portofolio tes obyektif**

		2. aspek teknis dan produksi akan berusaha mewujudkan produk yang kita butuhkan dan diharapkan oleh pasar, tidak terbatas pada bentuk dan coraknya saja, tetapi lebih mengedepankan kuantitas dan kualitas dari produk itu sendir **3.**				
6	Mengembangkan Business Model yang effektif	**Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :** **1.** Analisis lingkungan eksternal dilakukan untuk dapat meng identifikasikan faktor -faktor di luar ling kungan perusahaan yang mem pengaruhi kelangung an bisnis perusahaan tersebut. Terdapat dua metode analisis yang digunakan yaitu ana lisis PEST (Politik, Ekonomi, Sosial dan Teknologi), dan anali sis kompetitif **2.** Organisasi mendapat kan input (bahan baku, uang, tenaga kerja) dari lingku ngan eksternal, kemudian di trans formasikan men jadi produk dan jasa se bagai output bagi lingkungan eksternal.	**1.** Menghubungkan antara per mintaan pasar dengan kapa sitas dan teknologi perusahaan **2.** Proses produksi yang dija lankan **3.** Kebutuhan dan pemilihan me sin serta perlengkapan **4.** Perencanaan lokasi dan tata letak fasilitas produksi **5.** Jadwal kerja **6.** Penanganan supply bahan baku	LCD, Laptop, Class Room Modul pembelajaran Technopreneurship	100 menit	Portofolio tes obyektif

7	Mengembangkan Business Model yang effektif (lanjutan)	**Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :** 1. Untuk menjadi entp reneur yang berhasil, persyaratan utama yang harus dimiliki adalah memiliki jiwa dan watak entpre neurship. Jiwa dan watak entpreneur ship tersebut dipe ngaruhi oleh Kete rampilan, Kemam puan, Atau Kompe tensi. Kompetensi itu sendiri ditentukan oleh pengetahuan dan pengalaman usa ha. 2. entpreneur adalah seseorang yang me miliki jiwa dan kemampuan terten tu dalam berkreasi dan berinovasi. Ia adalah seseorang yang memiliki ke mampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan ber beda atau kemam puan kreatif dan inovatif. 3. Kemampuan kreatif dan inovatif tersebut secara riil tercermin dalam kemampuan	Observasi Trends:: 1. Kekuatan ekonomi (economic forces) 2. Kekuatan sosial (*social forces*) 3. Kemajuan teknologi (*tech nological advances*) 4. Politik and perubahan regu lasi (*political and regulatory changes*)	**LCD, Laptop, Class Room** **Modul** **Modul pembelajaran Technopreneurship**	**100 menit**	**Portofolio tes obyektif**

		dan kemauan untuk memulai usaha, me ngerjakan sesuatu yang baru, kemauan dan kemampuan mencari peluang, ke mampuan dan kebe ranian menanggung risiko, dan kemam puan untuk mengem bangkan ide serta memanfaatkan sum ber daya.				
8	**Ujian Tengah Semester**					
9	Sistematika Penulisan Busines Plan	**Setelah mengikuti perkuliahan maha siswa diharap kan dapat memahami** **1. Membuka bisnis me merlukan keberanian namun bisnis juga memer lukan perhi tungan yang matang. Sehi ngga resiko apa pun yang muncul dapat dikelola dengan baik** **2. Salah satu cara termudah menyiap kan rencana bisnis adalah membuat "kerangka" atau building block yang terintegrasi dengan baik** **3. Dalam bukunya "Business Model Generation" – Alex Osterwalder & Yves Pigneur menuliskan 9 building block**	**1.** Customer Segment **2.** Value Proposition **3.** Channels **4.** Revenue Stream **5.** Customer Relationship **6.** Key Activities **7.** Key Resources **8.** Key Partnership **9.** Cost Structure..	**LCD, Laptop, Class Room** **Lambing Peggy, Charles L. Kuchl. *Enterpreneurship***	**100 menit**	**Portofolio tes obyektif**

		yang bisa dijadikan acuan untuk membuat rencana bisnis .				
10	Manajemen Pemasaran	**Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :** 1. Manajemen Pema saran merupakan proses sosial yang dengan proses itu seseorang atau kel ompok orang menda patkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, mena warkan, dan secara bebas mempertu karkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain 2. Manajemen pema saran sebagai proses manajerial adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pe mikiran, penetapan harga, promosi dan penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang me menuhi sasaran-sasa ran individu dan orga nisasi	1. Goods → barang secara fisik yang banyak dibutuhkan dan dapat dibuat 2. Service (jasa) → sesuatu yang bersifat tangibel /tidak berwujud 3. Event (pertunjukan) → sesuatu yang bersifat informatif, edukatif 4. Experience (pengalaman) → sesuatu yang dapat memberikan nuansa/pengalaman tertentu kepada orang lain 5. Ideas (gagasan) → mena warkan gagasan atas manfaat/kegunaan barang /jasa yang dipasar kan	LCD, Laptop, Class Room Philip Kotler MARKETING MANAGEMENT (Analysis, Planning Implementation, and Control)	100 menit	Portofolio tes obyektif
11	Manajemen Pemasaran (Lanjutan)	**Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :** Pengembangan Pro	1. Produk baru perusahaan menghadapi rentang usia yang terbatas dan harus digantikan oleh produk yang lebih baru 2. Tetapi produk baru bisa	LCD, Laptop, Class Room Philip Kotler	100 menit	Portofolio tes obyektif, atitude

		duk Baru dan Strategi Siklus Hidup Produk Merancang Strategi Pemasaran yang Dige rakkan oleh Pelanggan dan Bauran Pema saran yang Terinteg rasi.	gagal—risiko inovasi sama besarnya dengan imbalannya 3. Kunci bagi inovasi yang sukses terletak pada keseluruhan usaha perusahaan, perencanaan yang kuat, dan proses pengembangan produk baru yang sistematis	**MARKETING MANAGEMENT (Analysis, Planning Implementation, and Control s**		
12	Manajemen Operasional dan SDM	**Setelah mengikuti perkuliahan Maha siswa diharapkan da pat memahami:** 1. Manajemen sumber daya manusia dise but juga manajemen perso nalia adalah perenanaan, pengor ganisa sian, penga rahan, dan penga wasan kegiatan kegi atan penga daan, pengembangan, pem berian kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, dan pelepasan sumber daya manusia agar tercapai tujuan orga nisasi dan masya rakat. 2. meningkatkan duku ngan sumber daya manusia dalam usa ha meningkatkan efektivitas organisasi dalam rangka menca pai tujuan. 3. Secara operasional (dapat diamati/diu kur) untuk mening	Kegiatan atau aktivitas MSDM secara umum dapat dikate gorikan menjadi 4, yaitu : 1. Persiapan dan pengadaan 2. Pengembangan dan penilaian 3. Pengkompensasian dan perlin dungan. 4. Hubungan-hubungan kepega waian.	**LCD, Laptop, Class Room** **Zimmerer W. Thomas, Norman M. Scarborough. *Enterpreneurship and New Venture Formation***	**100 menit**	**Portofolio tes obyektif**

		katkan produktivitas pegawai, mengu rangi tingkat absensi, mengurangi tingkat perputaran kerja atau meningkatkan loyalitas pegawai pa da organisasi.				
13	Manajemen Operasional dan SDM (lanjutan)	**Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa** 1. Gambaan secara singkat, cermat dan teliti menge nai fungsi, tugas, wewenang, tang gungjawab dan hu bungan dari suatu jabatan tertu 2. Pernyataan ten tang kualitas mini mal seseoranag te naga kerja yang bisa diterima un tuk menduduki dan menjalankan tugas suatu jaba tan tertenetu de ngan baik entu .	1. Lingkungan MSDM 2. Procurement/ Pengadaan Te naga Kerja 3. Deskripsi Jabatan **4.** Persyaratan jabatan	LCD, Laptop, Class room Zimmerer W. Thomas, Norman M. Scarborough. *Enterpreneurship and New Venture Formation*	100 menit	Portofolio, tes essay
14	Manajemen Keuangan	**Setelah mengikuti per kuliahan mahasiswa di harapkan dapat :** **1.** Manajemen keuang an adalah bidang manajemen fungsi onal perusahaan yang berhubungan dengan pengambilan keputusan investasi jangka panjang, kepu	**1.** Keputusan investasi **2.** Keputusan pendanaan **3.** Keputusan dividen **4.** Keputusan penganggaran mo dal (*capital budgeting*) **5.** Keputusan struktur modal (*capital structure*) **6.** Modal kerja (*working capital*)	LCD, Laptop, Class room Suryana, Kewirausahaan. Salemba Empat. Jakarta. 2013	100 menit	Portofolio, tes essay

		tusan pendanaan jangka panjang, dan pengelolaan modal kerja perusahaan yang meliputi inves tasi dan pendanaan jangka pendek. **2.** Manajemen keuang an menjawab 3 pertanyaan : a. Investasi jangka panjang apa yang akan dilakukan perusahaan b. Darimana sum ber dana jangka panjang diper oleh untuk mem biayai investasi c. Bagaimana peru sahaan menge lola kegiatan keu angan				
15	Manajemen Keuangan (lanjutan)	**Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat memahami :** **1.** Risk And Return **2.** Pendapatan Diharap kan (*Expected Return*) Investasi Tunggal **3.** Pendapatan Diharap kan (*Expected Return*) Investasi Portofolio	**1.** Resiko untuk Investasi Tunggal **2.** Resiko untuk Investasi por tofolio **3.** Sikap investor terhadap resiko **4.** Konsep Nilai Waktu Uang **5.** Future Value Of Annuity **6.** Present Value Of Annuity	LCD, Laptop, Class room Strategi Pertumbuhan Bisnis	100 menit	Portofolio, tes essay
16	**Ujian Akhir Semester**					

DAFTAR HADIR KULIAH

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA - FAKULTAS FAKULTAS TEKNIK

Mata Kuliah : TECHNOPRENEURSHIP
Semester / SKS : 3 / 2
Kelas / Tahun Akd : A / 2021/2022 Ganjil

Dosen Pengampu : SAMSURIJAL. HS, M.M., S.P, Dr
Dosen Pengajar :

Validation ID: 20211-FT-55201-014

NO	NIM	NAMA MAHASISWA	PERTEMUAN KE / HARI / TANGGAL																Ket
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
1	1955201009	LUTFI SAFITRI	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
2	2055201001	ADAM WINANDA MASWIR	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
3	2055201002	ASMAWI HASYIM	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
4	2055201003	EBI ILHAMI	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
5	2055201004	ULLY NOVRIATI	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
6	2055201006	WAHYU ILHAM KURNIAWAN	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
7	2055201007	BINTANG SATRIA		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
8	2055201008	DINDA BESTARI	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
9	2055201009	EMRE MIM NUN SYADZILI	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
10	2055201010	GUSTI FITRA FIRDAUS	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
11	2055201012	MUHAMMAD FAHMI RIDHA	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
12	2055201013	MUHAMMAD HANIF ALMUNAWAR	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
13	2055201015	NOFRIAL TOMI	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
14	2055201017	PUTRI WULANDARI	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
15	2055201019	RICHA OKBY FARIMA	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
16	2055201021	LIZA FALLAZIAH	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
17	2055201022	YUDHA BIMANTARA	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
18	2055201023	ZULFAHMI ARIF	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
19	2055201025	MUHAMMAD RIDWAN	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
20	2055201026	MUHAMMAD AFIVI ASGHAR	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							

21	2055201027	MUHAMMAD FIRJATULLAH NUR AKBAR	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
22	2055201028	ALFREDO SIAGIAN	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
23	2055201031	PRIYA OCTAVIA NAINGGOLAN	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
24	2055201032	MUHAMMAD ALTHOF SHODRI	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
25	2055201033	ANNISA YULIA ZARTI	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
26	2055201034	ANNISA AZZAHWA	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
27	2055201035	AQILAH ULFA	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
28	2055201036	ZICRI NURFAJRI	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
29	2055201038	MUHAMMAD ZALDI	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
30	2055201039	MUHAMMAD ALFISYAHRI	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
31	2055201040	FEIDI WILANTARA	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
32	2055201041	EZAD MALPI	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
33	2055201044	AZHAM RASYIDAN	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓							
PARAF DOSEN																			
TANGGAL PERTEMUAN			7/9	14/9	21/9	28/9	5/10	12/10	19/10	26/10	9/11	16/11	23/11	30/11	7/12	14/12	21/12	5/1/22	12/1/22
JUMLAH MAHASISWA YANG HADIR HARI INI			34	34	34	33	30	34	34	34	34	34	34	34	30	31	34	34	34
34.		Oky Pratama Chaniago	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							

Mengetahui,

Ketua Program Studi,

DEDDY GUSMAN, S.Kom, M.T.I

Bangkinang, 5 - Januari 2022

Dosen Pengajar,

Dr. Samsuri, M.Pd.H.S, M.Si, NIM

CATATAN :
* Jumlah tatap muka / pertemuan mahasiswa tidak boleh kurang dari 80%
* Absen harus di tandangangi tidak boleh di cheklist
* Pakain untuk mahasiswa : tidak boleh memakai sandal, kaos oblong, sandal, anting, kalung, gelang
* Pakaian untuk mahasiswi : Tidak boleh memakai sandal, kaos ketat dan baju transparan

UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI
FAKULTAS TEKNIK
PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA

BATAS MATERI KULIAH

Mata Kuliah : TECHNOPRENEURSHIP
Semester / SKS : 3 / 2
Kelas/Tahun Akd : A / 2021/2022 Ganjil

Dosen Pengampu : SAMSURIJAL. HS, M.M., S.P, Dr
Dosen Pengajar :

NO	HARI/TGL	MATERI	PARAF DOSEN	P. KETUA KELAS
1	7-9-21	Perkenalan		
2	14-9-21	TechnoPrenuer		
3	21-9-21	Mengenali Peluang dan Menghasilkan ide bisnis		
4	28-9-21	— " — (lanjutan)		
5	5-10-21	Studi kelayakan bisnis		
6	12-10-21	Studi kelayakan usaha		
7	26-10-21	Mengembangkan bisnis model yg Efektif		
8	2-11-21	UAS		
9	9-11-21	Sistematika Penulisan		
10	16-11-21	Menajemen operasional		
11	23-11-21	Menajemen Pemasaran		
12	30-11-21	Menajemen keuangan		
13	7-12-21	Menajemen operasional SDM		
14	14-12-21	Menajemen operasional SDM		
15	21-12-21	Menajemen operasional SDM		
16	5-1-22	UAS		

YAYASAN PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI
UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI

NILAI

JURUSAN : TEKNIK INFORMATIKA
NAMA : SAMSURIJAL. HS, M.M., S.P, Dr
NIP : 0031126490

TAHUN AJARAN : 2021/2022 Ganjil
MATA KULIAH : TECHNOPRENEURSHIP
KELAS : A

NO	NIM	NAMA	Nilai Tugas Mandiri	Nilai Tugas Terstruktur	Nilai UTS	Nilai UAS	Nilai Angka	Nilai Huruf
1	1955201009	LUTFI SAFITRI	75	80	80	85	81.5	A-
2	2055201001	ADAM WINANDA MASWIR	70	78	80	80	78.2	B+
3	2055201002	ASMAWI HASYIM	75	77	80	85	81.05	A-
4	2055201003	EBI ILHAMI	75	78	79	80	78.7	B+
5	2055201004	ULLY NOVRIATI	80	80	75	80	78.75	B+
6	2055201006	WAHYU ILHAM KURNIAWAN	75	77	80	80	78.8	B+
7	2055201007	BINTANG SATRIA	80	85	77	80	80	A-
8	2055201008	DINDA BESTARI	75	80	80	80	79.25	B+
9	2055201009	EMRE MIM NUN SYADZILI	80	75	77	79	78.05	B+
10	2055201010	GUSTI FITRA FIRDAUS	75	75	78	80	78	B+
11	2055201012	MUHAMMAD FAHMI RIDHA	78	75	80	80	78.95	B+
12	2055201013	MUHAMMAD HANIF ALMUNAWAR	75	80	75	80	78	B+
13	2055201014	MUHAMMAD RAFLY FAJRIN	77	75	80	78	77.9	B+
14	2055201015	NOFRIAL TOMI	75	75	80	80	78.5	B+
15	2055201016	OKY PRATAMA CHANIAGO	80	75	77	80	78.5	B+
16	2055201017	PUTRI WULANDARI	80	80	80	80	80	A-
17	2055201019	RICHA OKBY FARIMA	75	78	80	75	76.7	B+
18	2055201021	LIZA FALLAZIAH	80	77	78	80	79.05	B+
19	2055201022	YUDHA BIMANTARA	80	80	82	80	80.5	A-
20	2055201023	ZULFAHMI ARIF	78	77	80	80	79.25	B+
21	2055201025	MUHAMMAD RIDWAN	80	77	79	78	78.4	B+
22	2055201026	MUHAMMAD AFIVI ASGHAR	75	77	80	80	78.8	B+
23	2055201027	MUHAMMAD FIRJATULLAH NUR AKBAR	78	75	75	80	77.7	B+
24	2055201028	ALFREDO SIAGIAN	75	77	78	79	77.85	B+
25	2055201029	HIFDZAN SYIFFA R	80	82	85	80	81.55	A-
26	2055201031	PRIYA OCTAVIA NAINGGOLAN	78	75	80	80	78.95	B+
27	2055201032	MUHAMMAD ALTHOF SHODRI	75	80	80	80	79.25	B+
28	2055201033	ANNISA YULIA ZARTI	78	80	80	82	80.6	A-
29	2055201034	ANNISA AZZAHWA	80	80	85	85	83.5	A-
30	2055201035	AQILAH ULFA	78	80	82	80	80.2	A-
31	2055201036	ZICRI NURFAJRI	80	85	80	82	81.65	A-
32	2055201038	MUHAMMAD ZALDI	78	77	80	82	80.15	A-
33	2055201039	MUHAMMAD ALFISYAHRI	80	80	79	78	78.85	B+
34	2055201040	FEIDI WILANTARA	75	80	82	80	79.75	B+
35	2055201041	IZAD MALPI	80	80	80	82	80.9	A-
36	2055201044	AZHAM RASYIDAN	80	82	82	80	80.6	A-

Bangkinang, 19 Januari 2022

SAMSURIJAL. HS, M.M., S.P, Dr
NIP. 0031126490

technopreneur

disajikan oleh

Dr.Samsurijal Hasan MM
(0031126490)

Deskirpsi Mata Kuliah

- **Mata kuliah ini** memberikan pemahaman dan skill kepadamahasiswa untuk mampu mengidentifikasi, dan mengevaluasi peluang usaha berbasis teknologi sesuai dengan bidang keahlian mahasiswa, serta mengembangkan peluangusaha tersebut.
- **Mata kuliah ini** menggabungkan pengenalan teori dan prakteklangsung(hands-on experience) secaraterintegrasidalammengembangkan ide dan peluangusaha.
- **Pada akhirnya** mahasiswa diharapkan mampu menuangkan peluangusaha kedalam business plan yang efektif.
- **Pokok bahasan** dalam matakuliah ini diantaranya adalah: konsepbisnis dan kewirausahaan, entrepreneursial mindset dan evaluasidiri, kreatifitas dan identifikasipeluangusaha, bisnis model, analisis dan evaluasi peluangusaha, analisis dan perencanaan pasar, analisisbiaya dan penentuanhargaproduk, team building dan perencanaansumberdayamanusia, perencanaanfinansial, pemodalan, dan pengembangan business plan.

Cakupan Studi

Minggu	Keterangan	Materi
1	Minggu Perkuliahan	Pengantar Technopreneur dan Bisnis
2	Minggu Perkuliahan	Mengenali Peluang dan Menciptakan Ide Bisnis
3	Minggu Perkuliahan	
4	Minggu Perkuliahan	Kelayakan Bisnis
5	Minggu Perkuliahan	
6	Minggu Perkuliahan	Mengembangkan Business Model yang effektif
7	Minggu Perkuliahan	
8	***Ujian Tengah Semester (UTS)***	Materi Minggu 1-7
9	Minggu Perkuliahan	Sistematika Penulisan Business Plan
10	Minggu Perkuliahan	Manajemen Pemasaran
11	Minggu Perkuliahan	
12	Minggu Perkuliahan	Manajemen Operasional dan SDM
13	Minggu Perkuliahan	
14	Minggu Perkuliahan	Manajemen Keuangan
15	Minggu Perkuliahan	
16	***Ujian Akhir Semester (UAS)***	Materi Minggu 9-15

Dr. H Samsurijal Hasan MM.

196412311989031 100

Lektor/Penata Tk.I (IV/b)

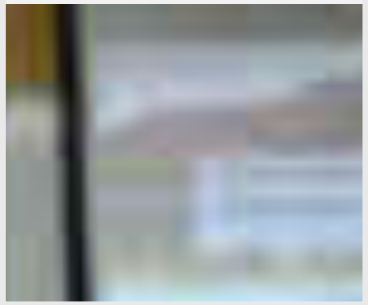
Phd in Marketing Management

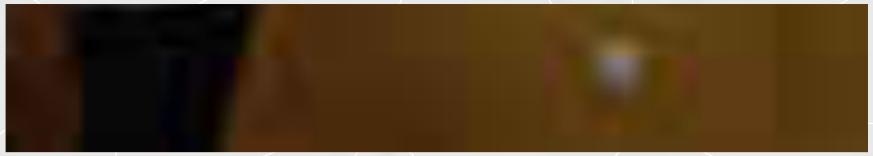
samsurijalhasan.com

samsurijalhasan@gmail.com

Dosen LLDIKTI Wilayah X (Sumber, Riau, Jambi dan Kepulauan Riau), tenaga pengajar pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bangkinang (semenjak tahun 2000 dengan jabatan fungsional Lektor), bekerja pada BAPPEDA Kabupaten Kampar (Tahun 2000 S/d 2015 mulai dari staf, kepada seksi, kepala bidang dan sekretaris) dan Sekretaris Daerah (Tahun 2015-2019 sebagai kepala bagian organisasi dan tatalaksana). Semenjak tahun 2003 s/d 2019 saya menjadi Tim Anggaran Pemerintah Daerah (TAPD), Majelis Pertimbangan-Tuntutan Ganti Rugi (MP-TGR) atas tatakelola keuangan daerah (tahun 2015-2017) Tim penyusunan Rancangan Perda tentang Organisasi Perangkat Daerah (2017), Perencanaan dan Evaluator kinerja Instansi Pemerintah dan Pelayan Publik (2015-2019) serta Tim penyusunan Standarisasi Harga dan Barang dan jasa Pemerintah Kabupaten Kampar (2015-2019), Pembantu Ketua Bidang Administrasi Umum dan Kuangan STIE Bangkinang (2010 sampai sekarang) pengasuh mata kuliah manajemen strategik dan Studi Kelayakan Bisnis (Prodi Manajemen S1), Pengantar Manajemen dan Pengendalian Manajemen (Prodi S1 Akuntansi) dan Marketing Management pada Program Pasca Sarjana STIE Bangkinang.

Terhitung 1 September 2020, bergabung Bersama Universitas Pahlawan Tuangku Tambusai.





technopreneur

- Technopreneurship (Technology + Enterpreneur) adalah sebuah inkubator bisnis/wirausaha berbasis teknologi

Pendahuluan

- ***Enterpreneurship*** adalah aktivitas yang dilakukan secara konsisten guna mentransfer ide-ide yang bagus menjadi kegiatan usaha yang menguntungkan **(Drucker – 1996)**
- ***Enterpreneurship*** adalah proses mengorganisasikan dan mengelola resiko untuk sebuah bisnis baru **(Suparno – 2008)**

Pendahuluan

- ***Technopreneurship (Technology + Enterpreneur***) adalah sebuah inkubator bisnis/wirausaha berbasis teknologi
- ***Wirausaha*** adalah orang yang menjalankan usaha atau perusahaan dengan kemungkinan untung atau rugi.
- ***Teknologi adalah keseluruhan sarana untuk*** menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia

Pendahuluan

Tujuan untuk mencari uang/untung

Dikerjakan oleh diri sendiri

Menghabiskan waktu untuk melakukan pengawasan

Belum pernah menjadi pengusaha

Hasil tergantung pada usaha sendiri

Yang dikembangkan adalah omset

Mencari duit melalui ekosistem sebagai penghasil duit

Memiliki manajemen/tim

Waktu digunakan untuk memperluas relasi

Sudah pernah menjadi pedagang

Hasil tergantung pada kinerja tim

Yang dikembangkan adalah aset

Revolusi Industri 4,0

Revolusi Industri 4,0

- **Industri 4.0 atau revolusi industri keempat merupakan istilah yang umum digunakan untuk tingkatan perkembangan industri teknologi di dunia. Untuk tingkatan keempat ini, dunia memang fokus kepada teknologi-teknologi yang bersifat digital.**

- **Revolusi Industri ini adalah revolusi yang berlaku dan akan berdampak bagi semua orang tanpa terkecuali, revolusi ini tidak hanya akan berdampak pada Anda yang bekerja dalam IT saja, namun setiap sudut kecil dari masyarakat pastinya akan merasakan dampak dari revolusi industry keempat ini.**

- **Karena nantinya pengembangan revolusi industry ini akan diimplementasikan pada setiap sektor. Pada intinya revolusi industry ini diharapkan untuk mempermudah kehidupan manusia, seperti halnya revolusi yang sebelumnya, dengan revolusi industry yang keempat ini diharapkan dapat melaksanakan konsep otomatisasi dimana mesin akan dapat melakukan pekerjaannya sendiri tanpa perlunya tenaga manusia. Konsep revolusi industry 4.0 ini merupakan kesinambungan dengan konsep revolusi industry 3.0 dengan konsep digitalisasinya.**

Peluang Bisnis di Era 4.0

1. *Fintech (Finance Technology)*
   contoh : Go-Pay, DANA, t.cash
2. *Cloud hosting*
   Contoh : google drive, dropbox
3. Bisnis jual-beli online
   Contoh : traveloka, tokopedia, OLX
4. *On-Demand service*
   Contoh : Grab, Gojek
5. *Online Marketing*
   ***Contoh** : facebook, instagram*

Revolusi Industri 4,0

1. Eksistensi perusahaan startup belakangan ini sedang ramai. Selama satu dekade belakangan bisnis rintisan ini mulai berkembang pesat di Indonesia. Startup adalah perusahaan yang baru saja didirikan dan berada dalam fase pengembangan serta penelitian untuk menemukan pasar yang tepat.
2. Perusahaan-perusahaan rintisan berbasis teknologi alias startup memang memiliki tingkatan masing-masing. Tingkatan diklasifikasikan berdasarkan nilai valuasi perusahaan. Dalam startup ada yang paling rendah adalah *unicorn*, kedua ada *decacorn,* dan yang paling tinggi ada *hectocorn.*

Revolusi Industri 4,0

- *Unicorn* merupakan tingkatan *startup* paling rendah. Sebuah perusahaan rintisan atau *startup* bisa masuk kategori *unicorn* ketika mereka memiliki nilai valuasi US$ 1 miliar atau Rp 14,1 triliunan. Contohnya adalah Traveloka, Gojek, Tokopedia, dan BukaLapak.
- Ketika perusahaan *startup unicorn* mengalami perkembangan yang pesat hingga mampu menembus valuasi perusahaan menjadi US$ 10 miliar, sudah naik level menjadi *decacorn.* Daftar startup tersebut di antaranya WeWork, Airbnb, Pinterest, Snapchat, Uber, Xiaomi dan perusahaan penerbangan luar angkasa milik Elon Musk, SpaceX, dan Grab.
- *Hectocorn* merupakan tingkatan paling tinggi dari sebuah perusahaan teknologi maupun startup. Untuk mencapai ke sebuah perusahaan startup harus mampu meraih valuasi sebesar US$ 100 miliar atau Rp 1.410 triliunan. Dilihat dari nilai valuasinya, maka yang masuk ke kategori ini ada Facebook, Google, Microsoft, hingga Apple.

Unicorn indonesia

Ferry Unardi

Purdue University program Computer Science and Engineering.

MBA di Harvard University

Karir : Microsoft

William Tanuwijaya

BINUS

Harvard University

Riwayat karir : Game developer, software developer

Nadiem Makarim

MBA Harvard University

Mentri Pendidikan dan Kebudayaan

Achmad Zaky

Teknik Informatika ITB

Hal-hal yang dilakukan oleh enterpreneur

1. Mengidentifikasi dan mengevaluasi peluang pasar;
2. Menemukan solusi-solusi untuk mengisi peluang pasar tersebut;
3. Memperoleh sumber daya yang diperlukan untuk menjalankan bisnis;
4. Mengelola sumber daya dari tahap awal (*start-up*) ke fase bertahan (*survival*)dan fase pengembangan (ekspansi);
5. Mengelola resiko-resiko yang berhubungan dengan bisnisnya

Hal-hal yang dilakukan oleh enterpreneur

Technology

Hal-hal yang dilakukan oleh enterpreneur

Entrepreneurship

(the practice of consistently converting good ideas into profitable commercial ventures)

UNIVERSITAS
PAHLAWAN

Manajemen Operasional dan SDM

Disusun Oleh

Dr.Samsurijal Hasan MM
(0031126490)

Pengertian MSDM

Manajemen sumber daya manusia disebut juga manajemen personalia adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan kegiatan-kegiatan pengadaan,pengembangan, pemberian kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, dan pelepasan sumber daya manusia agar tercapai tujuan organisasi dan masyarakat.

Tujuan MSDM

Tujuan SDM yaitu untuk meningkatkan dukungan sumber daya manusia dalam usaha meningkatkan efektivitas organisasi dalam rangka mencapai tujuan.

Secara operasional (dapat diamati/diukur) untuk meningkatkan produktivitas pegawai, mengurangi tingkat absensi, mengurangi tingkat perputaran kerja atau meningkatkan loyalitas pegawai pada organisasi.

Kegiatan MSDM

Kegiatan atau aktivitas MSDM secara umum dapat dikategorikan menjadi 4, yaitu :

1. Persiapan dan pengadaan.
2. Pengembangan dan penilaian.
3. Pengkompensasian dan perlindungan.
4. Hubungan-hubungan kepegawaian.

1. Persiapan dan Pengadaan

Kegiatan persiapan dan pengadaan

meliputi :

1. Analisis jabatan, yaitu kegiatan untuk mengetahui jabatan-jabatan yang ada dalam organisasi dan tugas serta persyaratan yang harus dimiliki oleh pemegang jabatan.
2. Rincian tugas (*job description*).
3. Persyaratan tugas (*job spesification*).
4. Standar kinerja (*job performance*).

2. Pengembangan dan Penilaian

Setelah bekerja secara berkala pegawai harus diberikan pelatihan-pelatihan. Hal ini diperlukan untuk meningkatan produktivitas pegawai dan menjaga terjadinya keusangan kemampuan pegawai akibat perubahan yang terjadi di lingkungan kerja.

Setelah itu dilakukan penilaian yang bertujuan untuk melihat apakah unjuk kerja pegawai sesuai dengan yang diharapkan dan memberikan umpan balik untuk meningkatkan kemampuan dan kinerja. Hal ini juga membantu dalam perencanaan karier pegawai.

3. Pengkompensasian dan Perlindungan

Para pegawai harus diberikan kompensasi dalam bentuk program kesejahteraan untuk mempertahankan dan memelihara semangat kerja,motivasi, melindungi pegawai dari akibat buruk yang mungkin timbul dari pelaksanaan pekerjaan dan menjaga kesehatan karyawan.

Hal ini dilakukan karena pegawai menginginkan balas jasa yang layak sebagai konsekuensi pelaksanaan pekerjaan.

4. Hubungan-hubungan Kepegawaian

Hubungan-hubungan kepegawaian meliputi usaha untuk memotivasi pegawai, memberdayakan pegawai.

Hal ini dilakukan melalui penataan pekerjaan yang baik, meningkatkan disiplin pegawai agar mematuhi aturan, kebijakan-kebijakan yang ada, dan melakukan bimbingan.

Sasaran-sasaran MSDM

1. *Society objective*.
2. *Organizational objective*.
3. *Functional objective*.
4. *Personal objective*.

1. *Societal Objective*

Kegiatan yang dilakukan dapat memberikan keuntungan bagi masyarakat, organisasi, atau perusahaan. Organisasi berdiri dalam lingkungan masyarakat untuk memberikan nilai bagi masyarakat, atau untuk meningkatkan kesejahteraannya.

Penarikan pegawai (*recruitment*) tidak melakukan diskriminasi berdasarkan jenis kelamin, agama, etnis, dan fisik. Bila hal ini tidak dipenuhi, maka dukungan masyarakat pada organisasi menjadi rendah, yang dapat mengganggu proses pencapaian tujuan.

2. *Organizational Objective*

Kegiatan yang dilakukan dapat memberikan bantuan untuk mencapai tujuan organisasi, agar organisasi dapat bertahan dan memberi manfaat, maka harus mencapai keuntungan atau bekerja secara efektif dan efisien agar dapat meningkatkan produktivitas karyawan.

3. *Functional Objective*

Sasaran ini mengusahakan adanya kesesuaian antara kegiatan, kemampuan departemen sumber daya manusia dengan kegiatan bisnis dan perubahan-perubahannya.

Pegawai MSDM diharapkan seorang yang memiliki pengetahuan luas mengenai lingkungan internal bisnis, strategi bisnis, dan lingkungan luar agar dapat melakukan program-program kepegawaian sesuai dengan tujuan organisasi.

4. *Personal Objective*

Kegiatan yang dilakukan dapat membantu pegawai untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi. Motif pegawai untuk bekerja merupakan hal yang kompleks.

Perusahaan harus memberikan kemungkinan untuk mencapainya, bila tidak dipenuhi maka kepuasan kerja karyawan akan rendah dan tidak mendapat dukungan yang optimal dari pegawai untuk mencapai tujuan perusahaan.

Otoritas dan Tanggung Jawab MSDM

Otoritas atau wewenang adalah hak untuk mengambil keputusan, mengarahkan kerja orang lain, dan memberi perintah. Ada 2 jenis otoritas, yaitu :

1. Otoritas garis, yaitu memerintah yang berkaitan dengan tugas operasional.
2. Otoritas staf, yaitu hak untuk memberikan nasihat mengenai pelaksanaan tugas-tugas organisasi.

Otoritas dan Tanggung Jawab MSDM

Tanggung jawab artinya tindakan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan dari suatu kegiatan atau program.

Pengeloaan sumber daya manusia menjadi tanggung jawab dari setiap manajer garis atau operasional.

Tanggung Jawab Manajer Garis dalam MSDM

1. Penempatan orang yang benar pada pekerjaan yang tepat.
2. Melakukan orientasi terhadap pegawai baru.
3. Melatih karyawan baru.
4. Meningkatkan produktivitas dari setiap jabatan.
5. Mengusahakan kerja sama yang baik dan kreatif.
6. Menginterpretasikan kebijakan dan prosedur perusahaan.
7. Mengendalikan biaya tenaga kerja.
8. Mengembangkan kemampuan setiap orang.
9. Menciptakan dan mempertahankan semangat kerja departemen.
10. Melindungi kesehatan dan kondisi fisik karyawan.

MSDM Sebagai Pendekatan Strategis

Manajemen sumber daya manusia yang strategis yaitu, keterkaitan antara SDM dengan tujuan dan sasaran strategis untuk meningkatkan bisnis dan mengembangkan budaya organisasi yang mendorong inovasi dan fleksibel untuk memampukan organisasi dalam mencapai tujuannya.

Contoh : menentukan strategi perusahaan, analisis lingkungan perusahaan dengan SWOT.

Fungsi MSDM Sebagai Peran Bagi Manajer

1. Menjadi seorang *business person*.
2. Menjadi pembentuk perubahan.
3. Menjadi konsultan bagi organisasi, rekan kerja bagi manajer bidang lain.
4. Menjadi pembentuk dan pelaksana strategi.
5. Menjadi manajer yang profesional.
6. Menjadi aset dan pengawas biaya.

MSDM Sebagai Pendekatan Sistem

Sistem adalah sebuah unit (entitas), yaitu sesuatu yang terdiri dari bagian-bagian atau elemen-elemen.

MSDM dapat dilihat sebagai suatu entitas yang terdiri dari elemen-elemen yang saling terkait.

Gambar 1. Model MSDM

MSDM Sebagai Pendekatan Proaktif

Proaktif kebalikan dari reaktif. Reaktif berarti usaha atau aktivitas sumber daya manusia dalam usaha menyesuaikan tantangan. Proaktif berarti tindakan-tindakan yang harus dilakukan sebelum masalah muncul, atau melakukan tindakan untuk mengantisipasi perubahan pada masa yang akan datang.

MSDM Sebagai Pendekatan *Human Resoures*

Manusia mempunyai akal, perasaan dan kebutuhan yang berbeda dan kompleks, maka agar bisa memberikan kontribusi bagi organisasi, pengelolaannya tidak dapat disamakan dengan faktor-faktor produksi yang lain. Manusia harus diperlakukan sebagai Manusia.

Mengelola Sumber Daya Manusia

- Salah satu aspek yang tidak kalah pentingnya untuk dikelola para wirausahawan adalah sumber daya manusia (SDM) yang dimilikinya.
- Manusia (karyawan) yang menjadi motor penggerak kegiatan usaha perlu dikelola secara profesional.

SUMBER DAYA MANUSIA DALAM KEWIRAUSAHAAN

- Definisi SDM : Individu-individu yang memberi sumbangan berharga pada pencapaian tujuan sistem organisasi kewirausahaan
- Sumbangan : Hasil produktivitas pada posisi yang dipegang

Pengertian Manajemen SDM

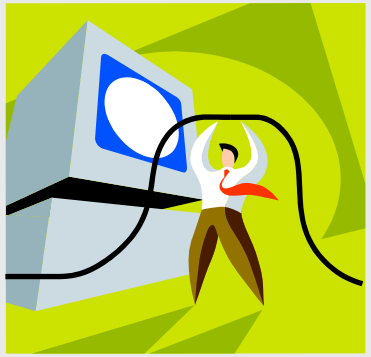
- Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) adalah pemafaatan para individu untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi. (Mondy 2008)
- Tujuan manajemen sumber daya manusia adalah meningkatkan kontribusi produktif para karyawan bagi organisasi secara stratejik, etis, dan bertanggung jawab sosial. (Werther & Davis 1996)
- SDM adalah aset yang harus dikelola secara cermat dan sejalan dengan kebutuhan organisasi. (Schuler & Jackson 2006)

RUANG LINGKUP MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA SECARA HOLISTIK

1. FUNGSI – FUNGSI MSDM		
SKUP	FUNGSI OPERASIONAL	SUB FUNGSI OPERASIONAL
A. PENGADAAN SDM	= PENGADAAN	•PERENCANAAN SDM •PENARIKAN SDM •SELEKSI SDM •PENEMPATAN SDM •PEMBEKALAN SDM
B. PENGEMBANGAN SDM	= PENGEMBANGAN	•PENDIDIKAN DAN PELA-TIHAN •PENGEMBANGAN KARIR
C. PEMELIHARAAN SDM	= KONPENSASI = INTEGRASI = HUBUNGAN PERBURUH AN = PHK	
2. INSTRUMEN MSDM a. ANALISIS JABATAN b. PENILAIAN PRESTASI KERJA c. EVALUASI JABATAN		

Apa perbedaan MSDM dengan Manajemen Personalia? (Saydam 1996)

Dalam istilah "manajemen personalia" terkandung pengertian bahwa karyawan (personalia) hanya dianggap sebagai salah satu faktor produksi saja, yang tenaganya harus digunakan secara produktif bagi pencapaian tujuan perusahaan.



Sedangkan dalam istilah **MSDM** terkandung pengertian bahwa karyawan (SDM) yang ada dalam perusahaan merupakan aset (kekayaan, milik yang berharga) perusahaan, sehingga harus dipelihara dan dipenuhi kebutuhannya dengan baik.

- Tujuan-Tujuan MSDM
  - Tujuan Organisasional
  - Tujuan Fungsional
  - Tujuan Kemasyarakatan
  - Tujuan Personal

Tujuan Organisasional

- Memastikan bahwa MSDM berkontribusi pada efektivitas organisasional. Departemen SDM membantu para manajer untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi. Dalam hal ini para manajer tetap bertanggung jawab penuh atas para bawahannya, departemen SDM hanya memberikan dukungan dalam hal-hal yang terkait dengan pengelolaan SDM.

Tujuan Fungsional

- Menjaga kontribusi departemen SDM dalam tingkat yang layak bagi kebutuhan-kebutuhan organisasi. Sumber-sumber daya akan terbuang percuma jika MSDM tidak direncanakan secara optimal sesuai kebutuhan organisasi.

Tujuan Kemasyarakatan

- Bersikap etis dan bertanggung jawab sosial terhadap kebutuhan-kebutuhan dan tantangan-tantangan masyarakat sembari meminimalkan dampak negatif tuntutan-tuntutan tersebut bagi organisasi.

Tujuan Personal

- Membantu para karyawan mencapai tujuan-tujuan pribadi mereka sejauh tujuan-tujuan mendorong kontribusi individual bagi organisasi. Tujuan personal para karyawan akan tercapai jika para karyawan dipelihara, dipertahankan, dan dimotivasi. Jika tidak demikian, kinerja dan kepuasan karyawan akan menurun dan karyawan bisa meninggalkan organisasi.

Fungsi-Fungsi MSDM
(Wherter & Davis 1996)

- Persiapan dan Seleksi
  - Analisis dan Desain Jabatan
  - Perencanaan SDM
  - Rekrutmen
  - Seleksi
- Pengembangan dan Evaluasi
  - Orientasi, Penempatan, dan PHK
  - Pelatihan dan Pengembangan
  - Perencanaan Karir
  - Penilaian Kinerja

Fungsi-Fungsi MSDM

(Wherter & Davis 1996)

- Kompensasi dan Proteksi
  - Upah/Gaji, Insentif, Tunjangan, dan Layanan
  - Keamanan, Keselamatan, dan Kesehatan
- Hubungan Kekaryawanan dan Audit
  - Hubungan Kekaryawanan
  - Hubungan Serikat Pekerja-Manajemen
  - Audit MSDM

Fungsi-Fungsi MSDM
(Mondy 2008)

- Penyediaan Staf *(Staffing)*
- Pengembangan Sumber Daya Manusia (*Human Resource Development*/HRD)
- Kompensasi
- Keselamatan dan Kesehatan
- Hubungan Kekaryawanan dan Perburuhan

Penyediaan Staf

- **Penyediaan staf *(staffing)*** merupakan proses untuk memastikan bahwa organisasi memiliki jumlah karyawan yang tepat dengan berbagai keahlian yang memadai untuk menjalankan pekerjaan-pekerjaan yang tepat, pada waktu yang tepat, untuk mencapai tujuan organisasi.
- Penyediaan staf mencakup:
  - Analisis jabatan
  - Perencanaan SDM
  - Perekrutan dan seleksi

Pengembangan SDM

- **Pengembangan SDM *(human resource development/HRD)*** adalah fungsi utama MSDM yang tidak hanya terdiri atas pelatihan dan pengembangan namun juga aktivitas-aktivitas perencanaan dan pengembangan karir individu, pengembangan organisasi, serta manajemen dan penilaian kinerja.

Kompensasi

- **Kompensasi** mencakup seluruh imbalan yang diberikan kepada karyawan sebagai penghargaan atas jasa mereka, yang meliputi:
  - **Kompensasi finansial langsung:** Bayaran yang diterima dalam bentuk gaji, upah, komisi, bonus, dsb.
  - **Kompensasi finansial tidak langsung (tunjangan):** Semua imbalan finansial yang tidak termasuk dalam kompensasi langsung seperti cuti dibayar, cuti sakit, liburan, asuransi kesehatan, dsb.
  - **Kompensasi nonfinansial:** Kepuasan yang diterima seseorang dari pekerjaan itu sendiri atau dari lingkungan psikologis dan/atau fisik di mana orang tersebut bekerja.

Keselamatan dan Kesehatan

- **Keselamatan** adalah terlindunginya para karyawan dari luka-luka yang disebabkan kecelakaan yang berhubungan dengan pekerjaan.
- **Kesehatan** adalah terbebasnya para karyawan dari penyakit fisik maupun emosional.
- Kedua aspek di atas penting karena para karyawan yang bekerja dalam lingkungan yang aman dan menikmati kesehatan yang baik akan cenderung lebih produktif dan memberikan manfaat jangka panjang bagi organisasi.

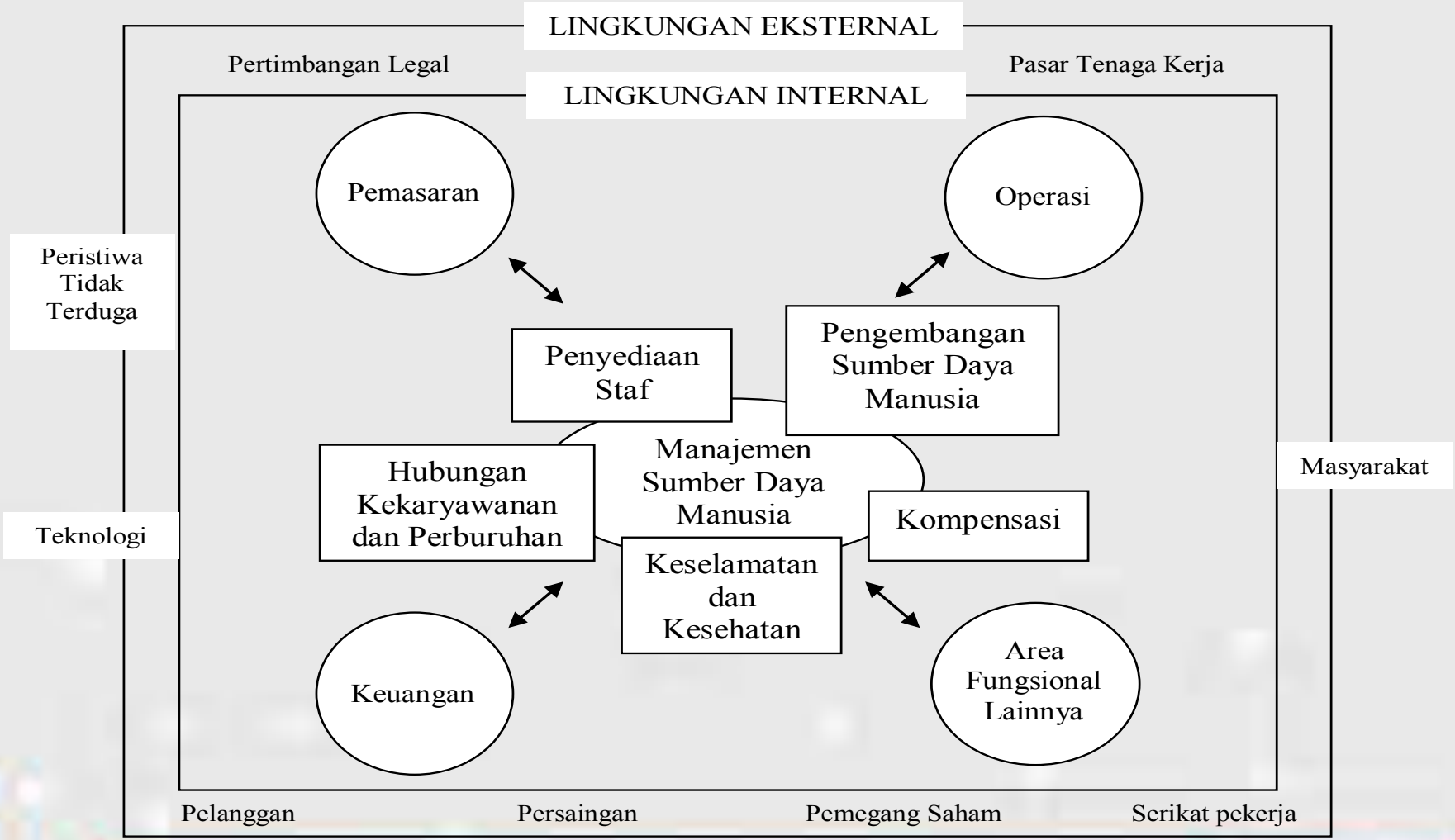
Hubungan Kekaryawanan dan Perburuhan

- Suatu perusahaan secara hukum harus mengakui adanya serikat pekerja dan berunding dengannya dengan itikad baik jika para karyawan perusahaan tersebut menginginkan adanya serikat pekerja untuk mewakili mereka.
- Aktivitas SDM yang terkait dengan perundingan kolektif seringkali disebut sebagai **hubungan industrial**.

Kesalingterhubungan Fungsi-Fungsi MSDM

- Seluruh bidang fungsional MSDM saling terhubung erat. Keputusan-keputusan di satu bidang akan memengaruhi bidang-bidang lainnya.
- Beberapa contoh:
  - Merekrut calon-calon berkualitas terbaik hanya akan membuang waktu, tenaga, dan uang, jika kompensasi yang diberikan tidak bisa memotivasi karyawan.
  - Sistem kompensasi yang baik tidak akan efektif tanpa ditunjang lingkungan kerja yang aman dan sehat bagi para karyawan.

Lingkungan MSDM (Mondy 2008)



UNIVERSITAS
PAHLAWAN

Sistematika Penulisan Business Plan

Disusun Oleh

Dr.Samsurijal Hasan MM
(0031126490)

Business Plan (Rancangan Bisnis)

- Membuka bisnis memerlukan keberanian namun bisnis juga memerlukan perhitungan yang matang. Sehingga resiko apapun yang muncul dapat dikelola dengan baik.
- Salah satu cara termudah menyiapkan rencana bisnis adalah membuat "**kerangka**" atau **building block** yang terintegrasi dengan baik.
- Dalam bukunya "**Business Model Generation**" – Alex Osterwalder & Yves Pigneur menuliskan **9 building block** yang bisa dijadikan acuan untuk membuat rencana bisnis .
- Kesembilan blok bangunan yang tergambar dalam kanvas, disusun berdasarkan cara kerja otak kita. Blok sebelah kanan, didasarkan atas alur kerja otak kanan dan blok kiri berdasarkan kerja otak kiri

BUSINESS MODEL CANVAS

- Merupakan template dasar dari sebuah strategi manajemen yang digunakan dalam memulai rancangan awal sebuah bisnis atau pengembangan dari bisnis yang sudah ada.

BUSINESS MODEL CANVAS (Komponen)

- CUSTOMER SEGMENT
- VALUE PROPOSITION
- CHANNELS
- REVENUE STREAM
- CUSTOMER RELATIONSHIP
- KEY ACTIVITIES
- KEY RESOURCES
- KEY PARTNERSHIP
- COST STRUCTURE

9 LANGKAH MEMBUAT BUSINESS MODEL

9 LANGKAH MEMBUAT BUSINESS MODEL

1. Customer Segment : Mengetahui Pelanggan

- Mengetahui dengan persis siapa calon pelanggan Anda ? Jawablah pertanyaan-pertanyaan dibawah ini :
- Berapa umur mereka ?
- Apa jenis kelamin mereka ?
- Dimana mereka tinggal ?
- **Apa yang menjadi kebutuhan mereka** ?
- Berapa pengeluaran mereka perbulan ?
- Jika Anda bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan di atas berarti Anda sudah siap menjawab pertanyaan penting berikut : **produk** atau **layanan apa** yang akan Anda sediakan bagi calon pelanggan Anda ?
- Kesalahan yang biasa dilakukan oleh pebisnis pemula adalah langsung menentukan bisnis dan baru memutuskan apa yang bisa dijual.

2. Value Proposition : Apa yang ditawarkan ?

- Inilah hal utama yang Anda tawarkan kepada pelanggan Anda di atas. Tentukan bisnis Anda untuk menjawab masalah yang dihadapi konsumen. Jenis usaha apa yang bisa menjawab kebutuhan di atas ?
- Jika pelanggan memerlukan makanan, Anda bisa membuka restaurant. Jika pelanggan memerlukan berita, Anda bisa membuka bisnis media. Jika pelanggan sangat peduli dengan pendidikan anaknya dan orangtuanya sibuk, Anda bisa membuka bisnis kursus privat.
- Yang terpenting ***Value*** apa yang ditawarkan shg menarik.

3. Channel : Saluran Distribusi

- Apapun bisnis yang diputuskan, harus ditentukan saluran penjualan, bagaimana cara agar produk/layanan Anda sampai ke pelanggan Anda.
- Apakah akan dibangun tim penjualan sendiri ? Atau akan memberikan bagian penjualan kepada orang lain seperti distributor/reseller ? Apakah Anda akan membuka toko sendiri ? Atau membuka counter kecil di dalam toko besar seperti Matahari dan di PS ? Apakah Anda akan menjual secara **online** contoh **niaga.com** atau membuka toko ?
- Dianalisa kelebihan dan kekurangan dari setiap pilihan di atas, lalu pilih yag terbaik

4. Customer Relationship : Marketing

- Sebuah bisnis baru harus diketahui oleh calon pelanggan kita, karena itu perlu “menyuarakannya kepada publik”.
- Berbagai cara bisa dilakukan, baik **online** maupun **offline**. Kegiatan offline adalah kegiatan yang bersifat fisik, misalnya mengadakan event atau gathering, membagikan brosur, memasang spanduk atau baliho di jalan.
- Saat ini kegiatan **marketing online** adalah kegiatan favorit para pemula bisnis, karena budget yang relatif kecil bahkan seringkali gratis.
- Kegiatan marketing online antara lain adalah membuat blog, menggunakan facebook atau twitter, hingga memasang iklan di Google Adwords.

5. Revenue Stream : Sumber Pendapatan

- Sejak awal, tentukan jenis-jenis pendapatan Anda.
- Apakah akan membuat media online dan mendapatkan pendapatan dari iklan ?
- Apakah akan membuat toko dan mendapatkan penghasilan dari volume penjualan ?
- Apakah akan membuat perusahaan design lalu mendapatkan fee design ?
- Putuskan dan tentukan target pendapatan per bulan.
- Jangan pernah membuat bisnis tanpa memikirkan rencana pendapatan dan berpikir : “lihat saja nanti dapat duit dari mana”

6. Key Partner : Mitra Utama

- Sukses berbisnis tidak bisa sendirian, harus bekerjasama dengan banyak pihak lainnya.
- Tentukan dari awal apakah bisnis Anda memerlukan investor untuk permodalan atau tidak. Apakah Anda perlu mengadakan perjanjian kerjasama khusus dengan distributor ? Apakah “selebriti” dan memberikan persentase saham kepada selebriti tersebut ?.
- Menggandeng partner yang melengkapi kemampuan yang kita miliki akan meningkatkan peluang keberhasilan bisnis.
- Misalnya, Anda sangat ahli membuat makanan yang enak, cari partner yang bisa menjual makanan Anda (marketing). Misalnya Anda kenal distributor suatu produk yang lebih murah, cari partner yang bisa membuat website, untuk dijual *online*. Pikirkan untuk menjalin kolaborasi dengan partner.

7. Key Activities : Kegiatan Bisnis

- Kegiatan-kagiatan apa saja yang akan Anda lakukan tergantung pada apa (produk atau jasa) yang akan ditawarkan kepada konsumen.
- Sebagai contoh Usaha Kursus Bahasa Inggris dengan Value Propositionnya Pengajaran Yang Menyenangkan dan Materi Pengajaran Berkualias maka Kegiatan Bisnisnya adalah Promosi, Training Guru, dan Materi Yang Selalu Diperbaharui.
- Kegiatan – kegiatan bisnis diuraikan secara detail dan logis.

8. Key Resources : Sumberdaya Utama

- Menjalankan bisnis **umumnya tidak** bisa sendirian. Anda memerlukan staff. Sejak awal tentukan berapa banyak dan jenis keahlian apa yang diperlukan oleh karyawan Anda ?
- Misalnya dalam sebuah toko: berapa banyak tenaga sales diperlukan ? Berapa banyak tenaga kasir diperlukan ? Berapa banyak tenaga administrasi seperti accounting diperlukan ?.
- Selain staff/SDM, juga memerlukan sumber daya non manusia. Berapa sewa toko/kantor perbulan ? Berapa komputer dan berapa harga totalnya ? Apakah Anda perlu membuat meja counter atau display untuk penjualan.

9. Cost Structure : Struktur Biaya

- Semua hal yang dilakukan dari langkah 6 hingga 8 memerlukan biaya,
- Tentukan semua komponen biaya secara rinci, benar dan logis.
- Lakukan analisis finansial secara seksama, lalu putuskan apakah rencana-rencana bisnis Anda menguntungkan dan layak?

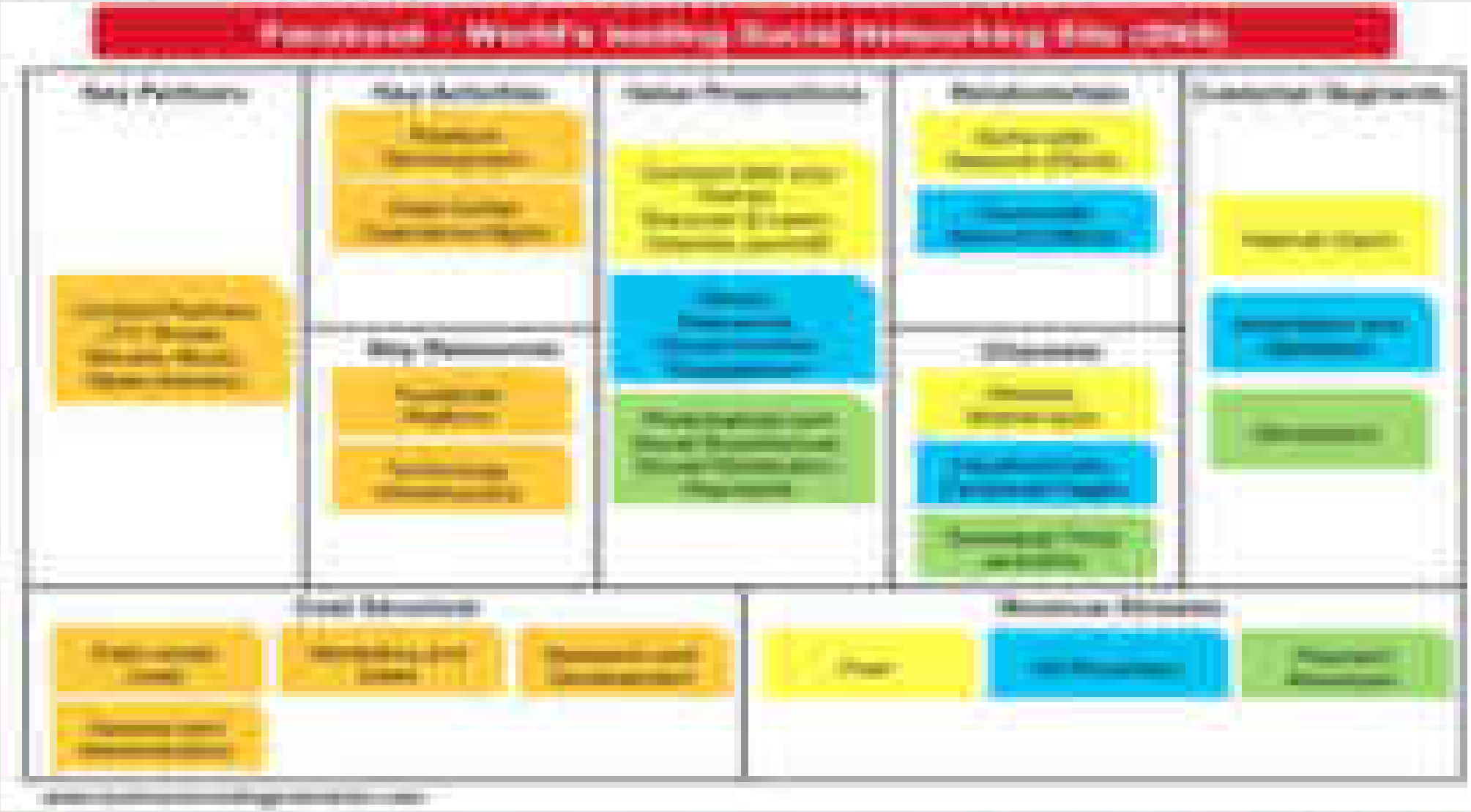
Contoh 1. Business Model Canvas

Contoh 2. Business Model Canvas

Contoh 4. Business Model Canvas

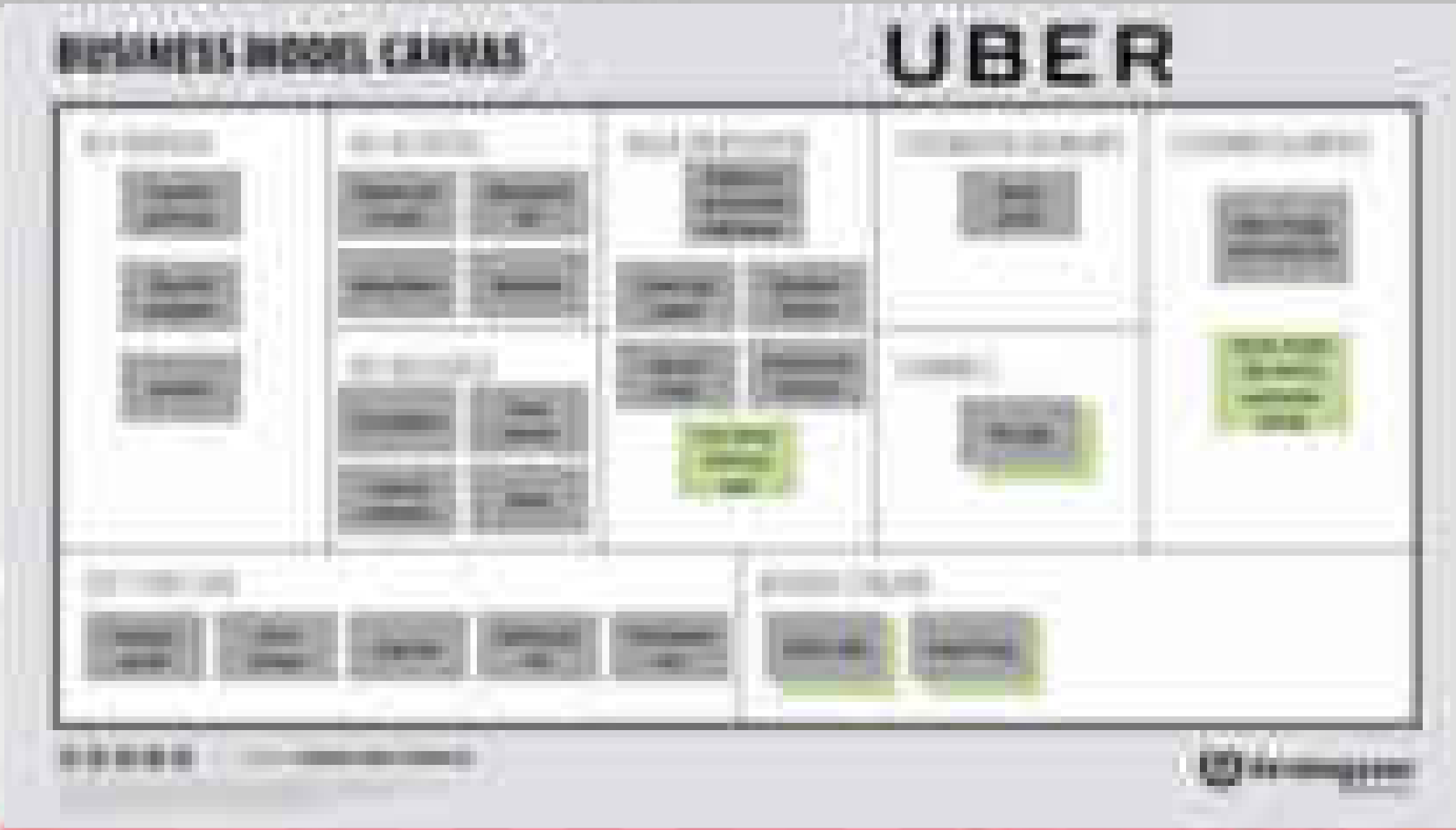
Contoh 5. Business Model Canvas

Contoh 6. Business Model Canvas



Contoh 7. Business Model Canvas

Contoh 8. Business Model Canvas



Contoh 8. Business Model Canvas

KESIMPULAN

- SETELAH 9 LANGKAH RENCANA BISNIS SELESAI MAKA DAPAT DIJADIKAN DASAR UNTUK MEMBUAT SEBUAH PROPOSAL BISNIS YANG RINCI, JELAS DAN BENAR SESUAI DENGAN FORMAT.
- Business Model Canvas ialah suatu kerangka kerja yang membahas model bisnis dengan disajikan dalam bentuk visual berupa kanvas lukisan, agar dapat dimengerti dan dipahami dengan mudah

Mengenali Peluang dan Menciptakan Ide Bisnis

disajikan oleh

Dr.Samsurijal Hasan MM

(0031126490)

technopreneur

- Technopreneurship (Technology + Enterpreneur) adalah sebuah inkubator bisnis/wirausaha berbasis teknologi

Hal-hal yang dilakukan oleh enterpreneur

- Untuk mengembangkan jiwa entrepreneurship diperlukan beberapa tahapan:
  - *Internalization*
  - *paradigm alteration*
  - *spirit initiation*
  - *competition*

Internalization

- **INTERNALIZATION** occurs when a transaction is handled by an entity itself rather than routing it out to someone else. This process may apply to business and investment transactions, or to the corporate world. In business, internalization is a transaction conducted within a corporation rather than in the open market.

"Dalam bisnis, internalisasi adalah transaksi yang dilakukan di dalam korporasi bukan di pasar terbuk"

paradigm alteration

- **PARADIGM ALTERATION** yang berarti perubahan paradigma umum. Pola pikir pragmatis dan instan harus diubah dengan memberikan pemahaman bahwa unit usaha riil sangat diperlukan untuk menstimulus perkembangan perekonomian negara dan jiwa entrepreneurship berperan penting dalam membangun usaha tersebut.

"Perubahan Pola Pikir dan Cara pandang dalam melihat peluang dan kebiasaan"

spirit initiation

- **spirit initiation,** Setelah pengetahuan dan paradigma telah terbentuk, diperlukan sebuah inisiasi semangat untuk mengkatalisasi gerakan pembangunan unit usaha tersebut. Inisiasi ini dengan memberikan bantuan berupa modal awal yang disertai monitoring selanjutnya..

"ISTIQOMAH"

competition

- **spirit initiation,** Tentunya dunia bisnis tak dapat dilepaskan dari kompetisi dengan para pesaing yang selalu berlomba – lomba dalam menghadirkan nilai tambah dan produk baru untuk bersaing. Seorang entrepreneur harus sigap dalam sebuah kompetisi untuk tidak ketinggalan.

"Tidak ada Kata "JUARA 2" dalam Bisnis"

Technopreneurship

Technopreneurship

Technopreneurship

- Posadas (2007) mendefinisikan istilah technopreneurship dalam cakupan yang lebih luas, yakni sebagai *wirausaha di bidang teknologi yang mencakup teknologi semikonduktor sampai ke asesoris Komputer Pribadi (PC)*.
- Sebagai contoh:

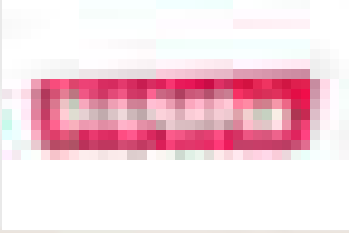
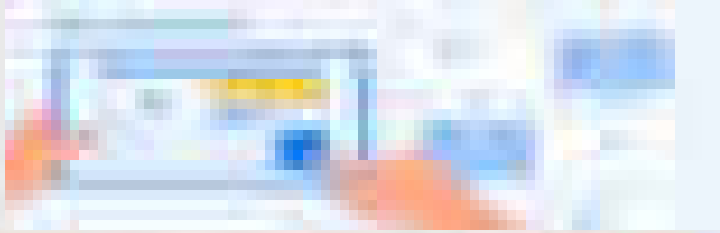
  1. Steven Wozniak dan Steve Job mengembangkan hobi mereka hingga mereka mampu merakit dan menjual 50 komputer Apple yang pertama, atau

  2. Larry Page dan Sergey Brin mengembangkan karya mereka yang kemudian dikenal sebagai mesin pencari Google.

  Mereka inilah yang disebut sebagai para teknopreneur dalam definisi ini.

Technopreneurship

- Dalam wacana nasional, istilah Technopreneurship mengacu pada *pemanfaatan Teknologi untuk pengembangan wirausaha*.
- Jenis wirausaha dalam pengertian technopreneurship disini *tidak dibatasi pada wirausaha teknologi informasi*, namun segala jenis usaha, seperti usaha meubel, restaurant, super market ataupun kerajinan tangan, batik dan perak.
- Penggunaan teknologi informasi yang dimaksudkan disini adalah *pemakaian Internet* untuk memasarkan produk mereka seperti dalam perdagangan online (e-Commerce), pemanfaatan Perangkat Lunak khusus untuk memotong biaya produksi, atau pemanfaatan teknologi web 2.0 sebagai sarana iklan untuk wirausaha.
- *Dalam pengertian kedua ini, tidaklah jelas pihak mana yang bisa disebut sebagai technopreneur. Disini, kedua pengertian ini akan digunakan bersama-sama.*

Technopreneurship di Asia

- Jepang memproduksi seperlima dari produksi semikonduktor dunia termasuk 40 persen dari produksi chip memory flash yang banyak digunakan untuk pembuatan smartphone, komputer tablet, dan komputer. Ex: Sony Corp, Toshiba Corp.
- Perkembangan Korea Selatan diawali dengan industri tradisional kemudian diikuti oleh industri semikonduktor. Ex: Hynix Semikonduktor Inc.
- Singapura memiliki kontrak di bidang elektronik dengan perusahaan-perusahaan barat kemudian diikuti juga oleh manufaktur semikonduktor. Ex. OLLO SINGAPORE memproduksi The Kube, MP3 Player mini.
- Taiwan terkenal dengan industri asesoris Komputer Pribadi (PC). Ex. Acer, Asus, BenQ, D-Link, MSI.

Rahasia lain yang membuat perkembangan negara-negara ini melejit adalah adanya inovasi.

Inovasi

- Inovasi adalah proses menemukan atau mengimplementasikan sesuatu yang baru ke dalam situasi yang baru [John adair, 1996]
- Memikirkan dan melakukan sesuatu yang bary yang menambah atau menciptakan nilai atau manfaat (sosial / ekonomis) [Gde Raka,2001]
- Konsep “Ke-baru-an” ini berbeda bagi kebanyakan orang karena sifatnya relatif

Inovasi

- Inovasi Produk
- Inovasi Proses Bisnis

1. Agar bisnis Anda bertahan lama

Setelah sukses bertahan, inovasi dibutuhkan. Inovasi mampu membawa Anda memperluas jaringan pasar dan bisnis. Dengan inovasi, usaha dan produk Anda akan memiliki nilai lebih yang menjanjikan di mata pelanggan atau calon partner bisnis. Dengan demikian, bisnis Anda memiliki potensi untuk bertahan lama.

2. Untuk meminimalisir persaingan

Saat berinovasi dalam bisnis, Anda didorong untuk menelurkan ide-ide yang tidak biasa, yang belum pernah ada sebelumnya. Karena apabila ide-ide Anda tetap sama dan itu-itu saja, maka tidak akan bedanya antara produk Anda dengan produk pelaku usaha lain.

Apabila terdapat banyak kesamaan, persaingan menjadi ketat dan produk Anda tidak mudah dilirik karena tidak memiliki nilai lebih yang menonjol. Maka dari itu, inovasi dibutuhkan agar produk Anda memiliki nilai lebih yang menarik perhatian pelanggan. Dengan demikian, persaingan agak sedikit berkurang.

3. Agar mampu mengakomodir kebutuhan pelanggan

Poin penting lainnya mengenai inovasi bisnis adalah agar Anda sebagai pelaku bisnis bisa mengakomodir kebutuhan pelanggan Anda. Saran dan masukan dari pelanggan bisa Anda catat sebagai referensi perbaikan dan perbaruan. Dengan kebaruan ide, Anda tidak akan pernah kehilangan pelanggan.

Inovasi & Ide Bisnis

1. Bentuk tim kerja yang baik

Bisnis yang sukses bermula dari pelaku usaha yang baik. Pelaku usaha di sini tidak hanya karyawan, tapi juga setingkat CEO dan manajer. Manajer, misalnya, bisa memberikan pelatihan terhadap karyawan sebelum mereka bertugas.

2. Ciptakan produk yang berkualitas

Produk yang berkualitas tentu saja akan menarik minat pelanggan. Semakin bagus kualitas sebuah produk, semakin banyak pelanggan yang akan mendatangi Anda.

Dengan demikian, laba perusahaan pun akan meningkat. Selain itu, produk yang bagus juga dianggap sebagai penentu umur ekonomis sebuah produk. Produk yang bagus biasanya awet dan tahan lama.

3. Utamakan keinginan pelanggan

Anda harus sebisa mungkin menghindari kekecewaan pelanggan. Jangan sampai Anda kehilangan kepercayaan pelanggan Anda. Maka dari itu, layanan dan kualitas produk harus selalu dalam level terbaik. Hanya dengan cara itulah Anda bisa mempertahankan loyalitas pelanggan Anda.

4. Kenali dan gunakan teknologi

Di zaman ini, menjadi digital savvy adalah peraturan nomor satu untuk kehidupan sehari-hari, termasuk dalam inovasi bisnis, apalagi jika Anda adalah pelaku usaha dari generasi milenial. Pahamilah bahwa teknologi bisa membantu bisnis Anda jauh lebih berkembang.

Sebagai contoh, apabila Anda memiliki usaha konvensional, Anda bisa mengembangkannya ke ranah online, terutama di tengah masa pandemi seperti sekarang ini. Dengan merambah marketplace di dunia maya, jangkauan pasar Anda akan semakin luas.

Inovasi & Ide Bisnis

5. Ikuti perkembangan zaman

Sebagai pelaku usaha, Anda perlu terus-menerus mengikuti tren bisnis. Jangan sampai Anda ketinggalan zaman. Apabila tertinggal, usaha Anda berpotensi kalah saing dan akhirnya bangkrut. Dengan cara apapun Anda harus siap beradaptasi dengan situasi yang berkembang dan siap menghadapi perubahan.

6. Perluas jaringan bisnis

Ini dia tips inovasi bisnis yang selanjutnya. Anda harus memberanikan diri untuk membuat bisnis Anda yang sederhana menjadi sedikit lebih kompleks. Ekspansi pemasaran ke ranah dunia maya menjadi satu pilihan terbaik di hari-hari belakangan ini. Dengan demikian, jaringan bisnis Anda akan meluas.

7. Mencari investor sebanyak mungkin

Apabila mampu menggaet banyak investor, bisnis Anda berpotensi mengalami ekspansi bisnis dengan cepat. Namun, terdapat catatan penting mengenai hal ini.

Investor hanya mau bekerja sama apabila bisnis Anda memiliki prospek menjanjikan jangka panjang. Oleh karena itu, Anda harus persiapkan portofolio perusahaan sebaik mungkin agar investor tertarik.

8. Lakukan pengukuran kinerja setiap tahun

Mengapa pengukuran kinerja harus dilakukan? Hasil dari pengukuran ini nantinya bisa dijadikan sebagai pedoman untuk performa perusahaan di masa mendatang dengan harapan bahwa grafik pertumbuhan perusahaan akan naik tiap tahun kea rah positif.

Technopreneurship di Asia

Swami Manohar, co-inventor of the Simputer

India

Inovasi di bidang Teknologi Informasi membuat India berkembang dan menjadi incaran industri dunia barat baik bagi outsourcing maupun penanaman modal.

Contoh teknologi yang dikembangkan oleh India adalah sebuah Handheld PC yang disebut sebagai Simputer. Simputer dikembangkan untuk pengguna pemula dan dari sisi finansial adalah *pengguna kelas menengah bawah*. Simputer dijalankan oleh prosesor berbasis ARM (biasa dipasang pada smartphone dan tablet) yang murah dan menggunakan *Sistem Operasi berbasis opensource (Linux)*. Harga di pasaran adalah sekitar $200.

Technopreneurship di Asia

China

Perusahaan-perusahaan China mulai menunjukkan kiprahnya di dunia internasional.

Akuisisi IBM oleh perusahaan China Lenovo

di tahun 2004 dan akuisisi perusahaan televisi Perancis Thomson oleh Guangdong membuktikan bahwa technoprenuership di China semakin kukuh.

Technopreneurship di Indonesia

- Sebagian besar wacana di negara kita mengarahkan Technopreneurship seperti dalam definisi kedua.
- Terlebih dimasa krisis global seperti sekarang ini, maka peluang berbisnis lewat Internet semakin digembar-gemborkan. Ada kepercayaan bahwa *Technopreneurship menjadi solusi bisnis* dimasa lesu seperti ini.
- Contoh, *penggunaan Perangkat Lunak tertentu akan mengurangi biaya produksi bagi perusahaan Meubel*.
- Jika sebelumnya, harus membuat prototype dengan membuat kursi sebagai sample dan mengirimkan sample tersebut, maka dengan pemakaian Perangkat Lunak tertentu, perusahaan tidak perlu mengirimkan sample kursi ke pelanggan, namun hanya menunjukkan desain kursi dalam bentuk soft-copy saja. Namun asumsi ini tidak memperhitungkan harga lisensi software yang harus dibeli oleh perusahaan meubel tersebut.

Technopreneurship di Indonesia

- Technopreneurship yang dipahami dalam makna sempit ini, justru akan menjadi bumerang bagi pelaku bisnis, karena ini akan menciptakan ketergantungan terhadap teknologi buatan barat. Dan ini tidak sejalan dengan semangat technopreneurship yang dikembangkan oleh negara-negara Asia lainnya.
- Selain itu, inovasi yang berkembang belum mampu melepas ketergantungan tersebut karena masih berskala individu, seperti inovasi dan kreatifitas dalam pembangunan website, penggunaan teknologi web 2.0 sebagai media promosi.
- Inovasi yang diharapkan adalah inovasi dalam pengembangan kapasitas lokal dengan basis teknologi dari dunia barat, sehingga mampu melepaskan kita dari kungkungan ketergantungan penggunaan lisensi dan ketergantungan teknologi barat.

Mobile Technopreneurship

- Telkomsel mulai melirik pengembang konten (*content provider*) aplikasi dari kampus.
- Untuk tahap awal, operator seluler anak perusahaan Telkom dan Singtel ini menggandeng 100 mahasiswa terpilih dari Universitas Bina Nusantara (Binus) untuk dijadikan wirausahawan muda.
- Kegiatan ini disebut Program Mobile Technopreneurship.

Sumber: detikiNet.com 08/04/2020

Sun-Meruvian Technopreneurship Center (SMTC)

- Sun Microsystems dan Meruvian meresmikan pusat inkubator Sun-Meruvian Technopreneurship Center (SMTC) yang ditujukan untuk mengembangkan keahlian tambahan untuk memulai program kewirausahaan informasi teknologi di kalangan mahasiswa.
- SMTC bertujuan memperkecil gap antara dunia industri dan pendidikan sehingga dapat saling memberikan manfaat, mensosialisasikan program kewirausahaan berbasis informasi teknologi dengan pola kemitraan.

Sumber: detikiNet.com 09/09/2019

Technopreneurship di Indonesia

- Untuk dapat menuju ke arah yang sama seperti negara-negara tetangga kita lainnya, maka hal pertama yang perlu dilakukan adalah melakukan *dekonstruksi pemahaman Technopreneurship*.
- Dengan pemahaman technopreneurship seperti dalam definisi pertama maka akan memungkinkan bermunculannya para technopreneurship sejati yang akan membawa negara kita berjalan bersama-sama dengan India, Korea Selatan maupun taiwan.

Technopreneurship di Indonesia

Tahapan untuk mengembangkan jiwa enterpreneursip

1. ***Internallization***
   - Membangun pengetahuan tentang entrepreneurship
   - Memahami medan usaha
   - Pemahaman terhadap urgensi dari kewirausahaan
2. ***Paradigm Alteration***
   - Merubah paradigma umum terhadap usaha instan
   - Memahami bahwa unit usaha rill dibutuhkan untuk perkembangan perekonomian dan jiwa berwirausaha

Tahapan untuk mengembangkan jiwa enterpreneursip

3. ***Spirit Initiation***
   - Inisiasi semangat untuk mengkatalisasi gerakan pembangunan unit usaha
   - Dimulai dengan pemberian modal awal yang disertai dengan monitoring
4. ***Competition***
   - Persaingan dengan sesama entrepreneur
   - Mampu menghadirkan nilai tambah dan produk baru (inovasi)

Mengembangkan Business Model yang effektif

Disajikan Oleh

Dr.Samsurijal Hasan MM
(0031126490)

Bekal Pengetahuan dan Kompetensi entpreneurship

Untuk menjadi entpreneur yang berhasil, persyaratan utama yang harus dimiliki adalah memiliki jiwa dan watak entpreneurship. Jiwa dan watak entpreneurship tersebut dipengaruhi oleh **Keterampilan, Kemampuan, Atau Kompetensi.** Kompetensi itu sendiri ditentukan oleh pengetahuan dan pengalaman usaha.

- ***entpreneur*** adalah seseorang yang memiliki jiwa dan kemampuan tertentu dalam berkreasi dan berinovasi. Ia adalah seseorang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda atau kemampuan kreatif dan inovatif.
- ***Kemampuan kreatif dan inovatif*** tersebut secara riil tercermin dalam kemampuan dan kemauan untuk memulai usaha, mengerjakan sesuatu yang baru, kemauan dan kemampuan mencari peluang, kemampuan dan keberanian menanggung risiko, dan kemampuan untuk mengembangkan ide serta memanfaatkan sumber daya.

Bekal Pengetahuan dan Kompetensi entpreneurship

Kemauan dan kemampuan-kemampuan tersebut diperlukan terutama untuk:

1. Menghasilkan produk atau jasa baru
2. Menghasilkan nilai tambah baru
3. Merintis usaha baru
4. Melakukan proses/teknik baru.
5. Mengembangkan organisasi baru

Bekal Pengetahuan dan Kompetensi entpreneurship

entpreneur berfungsi sebagai perencana sekaligus pelaksana usaha. Sebagai perencana, entpreneur berperan dalam:

1. Merancang perusahaan
2. Mengatur strategi perusahaan
3. Pemrakarsa ide-ide perusahaan
4. Pemegang visi untuk memimpin

Bekal Pengetahuan dan Kompetensi entpreneurship

Sebagai pelaksana usaha, entpreneur berperan dalam:

1. Menemukan, menciptakan, dan menerapkan ide baru yang berbeda
2. Meniru dan menduplikasi
3. Meniru dan memodifikasi
4. Mengembangkan produk, teknologi, citra, dan organisasi baru

Bekal Pengetahuan dan Kompetensi entpreneurship

Karena entpreneur identik dengan pengusaha kecil yang berperan sebagai pemilik dan manajer. Modal-modal tersebut sebenarnya tidak cukup apabila tidak dilengkapi dengan kemampuan. Menurut Casson (1982), yang dikutip oleh Yuyun Wirasasmita (1993: 3), terdapat beberapa kemampuan yang harus dimiliki, yaitu:

- *Self knowledge,* yaitu memiliki pengetahuan tentang usaha yang akan dilakukan atau ditekuni.
- *Imagination,* yaitu memiliki imajinasi, ide, dan gerspektif serta tidak mengandalkan kesuksesan masa lalu.
- *Practical knowledge,* yaitu memiliki pengetahuan praktis, misalnya pengetahuan teknik, desain, pemrosesan, pembukuan, administrasi, dan pemasaran.
- *Search skill,* yaitu kemampuan menemukan, berkreasi, dan berimajinasi.
- *Foresight,* yaitu berpandangan jauh ke depan.
- *Computation skill,* yaitu kemampuan berhitung dan memprediksi keadaan di masa yang akan datang.
- *Communication skill,* yaitu kemampuan berkomunikasi, bergaul, dan berhubungan dengan orang lain.

Bekal Pengetahuan dan Kompetensi entpreneurship

Menurut Dan & Bradstreet Business Credit Service (1993: 1), ada 10 kompetensi yang harus dimiliki seorang entpreneur, yaitu:

- *Knowing your business,* yaitu harus mengetahui usaha apa yang akan dilakukan.
- *Knowing the basic business management,* yaitu mengetahui dasar-dasar pengelolaan bisnis
- *Having the proper attitude,* yaitu memiliki sikap yang benar terhadap usaha yang dilakukannya.
- *Having adequate capital,* yaitu memiliki modal yang cukup.
- *Managing finances effectively,* yaitu memiliki kemampuan mengatur/ mengelola keuangan secara efektif dan efisien, mencari sumber dana dan menggunakannya secara tepat, serta mengendalikannya secara akurat:

Bekal Pengetahuan dan Kompetensi entpreneurship

Menurut Dan & Bradstreet Business Credit Service (1993: 1), ada 10 kompetensi yang harus dimiliki seorang entpreneur, yaitu:

- *Managing time efficiently, yaitu kemampuan mengatur waktu seefisien mungkin*
- *Managing people, yaitu kemampuan merencanakan, mengatur, mengarahkan, menggerakan (memotivasi), dan mengendalikan'orang-orang dalam menjalankan perusahaan.*
- *Satisfying customer by providing high, quality product, yaiturmemberi kepuasan kepada pelanggan dengan cara menyediakan barang dan jasa yang bermutu, bermanfaat, dan memuaskan.*
- *Knowing how to compete, yaitu mengatahui strategi/cara bersaing. entpreneur harus dapat menganalisis SWOT dalam diri dan pesaingnya.*
- *Copying with regulations and paperwork, yaitu pedoman yang jeias (tersurat, tidak tersirat).*

Bekal Pengetahuan dan Kompetensi entpreneurship

Ada 4 kemampuan utama yang diperlukan untuk mencapai pengalaman yang seimbang agar entpreneurship berhasil, di antaranya:

- *Technical competence,* yaitu memiliki kompetensi dalam bidang rancang bangun se,suai den gan bentuk usaha yang akan dipilih.
- *Marketing competence,* yaitu memiliki kompetensi dalam menemukan pasar yang cocok, mengidentifikasi pelanggan, dan menjaga kelangsurigan hidup perusahaan.
- *Financial competence,* yaitu harus mengetahui bagaimana cara mendapatkan dana dan menggunakannya.
- *Human relation competence,* yaitu kompetensi dalam mengembangkan hubungan personal, seperti kemampuan berelasi dan menjalin kemitraan antar perusahaan. Ia harus mengetahui hubungan interpersonal secara sehat.

Bekal Pengetahuan dan Kompetensi entpreneurship

Umumnya, entpreneur yang memiliki kompetensi-kompetensi tersebut cenderung berhasil dalam berentpreneur. Oleh karena itu, bekal entpreneurship berupa pengetahuan dan keterampilan perlu dimiliki. Beberapa bekal pengetahuan yang perlu dimiliki misalnya:

- Bekal pengetahuan bidang us aha yang dimasuki dan lingkungan usaha yang ada di sekitarnya
- Bekal pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab
- Pengetahuan tentang kepribadian dan kemampuan diri
- Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis

Bekal Pengetahuan dan Kompetensi entpreneurship

Beberapa keterampilan yang perlu dimiliki tersebut di antaranya:

- Keterampilan konseptual dalam mengatur strategi dan memperhitungkan risiko
- Keterampilan kreatif dalam menciptakan nilai tambah
- Keterampilan dalam memimpin dan mengelola
- Keterampilan berkomunikasi dan berinteraksi
- Keterampilan teknik dalam bidang usaha yang dilakukan

Bekal Pengetahuan dan Kompetensi entpreneurship

Menurut Ronald J. Ebert (2000: 117), efektivitas manajer perusahaan tergantung pada keterampilan dan kemampuan. Keterampilan dasar manajemen tersebut meliput:

- *Technical skill,* yaitu keterampilan yang diperlukan untuk melakukan tugas-tugas khusus, seperti sekretaris, akuntan-auditor, dan ahli gambar,
- *Human relations skill,* yaitu keterampilan memahami, mengerti, berkomunikasi, dan~berelasi dengan orang lain dalam organisasi.
- *Conceptual skill,* yaitu kemampuan personal untuk berpiki.r abstrak, mendiagriosis, menganalisis situasi yang berbeda, dan melihat situasi luar. Keterampilah konseptual sangat penting untuk memperoleh peluang pasar baru dan menghadapi tantangan.

Bekal Pengetahuan dan Kompetensi entpreneurship

- *Decision making skill,* yaitu keterampilan merumuskan masalah dan memilih cara bertindak terbaik untuk memecahkan masalah tersebut. Ada tiga tahap utama dalam pengambilan keputusan, yaitu:

  (a) Merumuskan masalah, mangumpulkan fakta, dan mengidentifikasi alternatif pemecahannya

  (b) Mengevaluasi setiap alternatif dan memilih alternatif yang terbaik

  (c) Mengimplementasikan alternatif yang terpilih, menindaklanjutinya secara periodik, dan mengevaluasi keefektifan yang telah dipilih tersebut

- *Time management skill,* yaitu keterampilan dalam menggunakan dan mengatur waktu seproduktif mungkin.

Bekal Pengetahuan dan Kompetensi entpreneurship

Kemampuan mengusai persaingan merupakan hal yang tidak kalah pentingnya dalam bisnis. entpreneur harus mengetahui kelemahan dan kekuatan sendiri ataupun yang dimiliki oleh pesaing. Seperti dikemukakan Dan & Bradstreet (1993): "My *best advice for competing successfully is to find your own distinctive niche* in *the marketplace."*

Seorang entpreneur harus memiliki keunggulan yang merupakan kekuatan bagi dirinya dan harus memperbaiki kelemahan agar menghasilkan keunggulan. Kelemahan dan kekuatan yang dimiliki oleh kita maupun pesaing merupakan peluang yarig harus digali.

Bekal Pengetahuan dan Kompetensi entpreneurship

Semua informasi tentang kekuatan dan kelemahan perusahaan dapat diperoleh dari berbagai sumber, misalnya pelanggan, karyawan, lingkungan sekitar, distributor, laporan rutin, periklanan, dan pameran dagang.

ENTPRENEUR yang berhasil memiliki lima kompetensi yang merupakan fungsi dari kapabilitas yang diperlukan, yaitu teknik, pemasaran, keuangan, personalia, dan manajemen. entpreneur sebagai manajer dan sekaligus pemilik perusahaan dalam mencapai keberhasilan usahanya harus memiliki pengetahuan, keterampilan, sikap, tujuan, pandai mencari peluang.

Bekal Pengetahuan dan Kompetensi entpreneurship

Menurut *Small Business Development Center,* untuk mencapai keberhasilan usaha yang dimiliki sendiri sangatlah bergantung pada :

- *Individual skills and attitudes,* yaitu keterampilan dan sikap individual.
- *Knowledge of business,* yaitu pengetahuan tentang usaha yang akan dilakukan.
- *Establishment of goal,* yaitu kemantapan dalam menentukan tujuan perusahaan.
- *Take advantages of the opportunities,* yaitu keunggulan dalam mencari peluang. '
- *Adapt to the change,* yaitu kemampuan beradaptasi dengan perubahan.
- *Minimize the threats to business,* yaitu kemampuan meminimalkan ancaman terhadap

Bekal Pengetahuan dan Kompetensi entpreneurship

Menurut Allan Filley dan Robert W. Price (1991: 1-2), untuk mencapai keberhasilan dalam entpreneur khususnya perusahaan kecil, terdapat beberapa klasifikasi strategi yang harus dimiliki, yaitu:

- *Craft; firms are prepared by people who are technical specialist.*
- *Promotion; promotion are typically dominated by their leader and are designed to exploit some kind of innovative advantages.*
- *Administrative; administrative firm have formal management and are built around neccesary business function.*

Bekal Pengetahuan dan Kompetensi entpreneurship

- Kemampuan teknik adalah kemampuan utk menerapkan pengetahuan.
- Kemampuan khusus adalah kemampuan untuk bekerja, memahami dan memotivasi.
- Kemampuan konseptual adalah kemampuan mental untuk menganalisis dan mendiagnosis situasi yg kompleks dengan membuat perencanaan, merumuskan dan meramalkan.

Mengenali Peluang dan Menciptakan Ide Bisnis

disajikan oleh

Dr.Samsurijal Hasan MM
(0031126490)

technopreneur

- Technopreneurship (Technology + Enterpreneur) adalah sebuah inkubator bisnis/entpreneur berbasis teknologi

IDE & PELUANG DALAM entpreneurship

(Entpreneur) dapat menambah nilai suatu barang dan jasa melalui inovasi. Keberhasilan dapat dicapai apabila entpreneur menggunakan produk, proses, clan jasa-jasa inovasi sebagai alat untuk menggali perubahan.

Ketangguhan entpreneurship sebagai penggerak perekonomian terletak pada kreasi baru untuk menciptakan nilai secara terus-menenis. entpreneur dapat inenciptakan nilai dengan cara mengubah semua tantangan menjadi peluang melalui ide-ide dan akhirnya menjadi pengendali usaha. Semua tantangan bisa menjadi peluang apabila terdapat inovasi

IDE & PELUANG DALAM entpreneurship

Menurut Zimmerer, ide-ide yang berasal dari entpreneur dapat menciptakan peluang untuk memenuhi kebutuhan riil di pasar. Ide-ide menciptakan nilai potensial di pasar sekaligus, menjadi peluang usaha.

Dalam mengevaluasi ide untuk menciptakan nilai-nilai potensial (peluang usaha), entpreneur perlu mengidentifkasi dan mengevaluasi semua resiko yang mungkin terjadi dengan cara:

- Mengurangi kemungkinan risiko melalui strategi yg proaktif
- Menyebarkan resiko pada aspek yg paling mungkin
- Mengelola risiko yg mendatangkan nilai atau manfaat

Ada 3 risiko yg dpt dievaluasi :

- Risiko pasar / persaingan
- Risiko finansial
- Risiko teknik

Risiko terjadi akibat adanya ketidakpastian pasar, risiko finansial terjadi akibat rendahnya hasil penjualan dan tingginya biaya. Risiko teknik terjadi akibat adanya kegagalan teknik.

KETIDAKPASTIAN PASAR terjadi akibat dari berbagai faktor seperti :
Lingkungan Ekonomi, Teknologi, Demografi Dan Sospol.

Ada 3 risiko yg dpt dievaluasi :

Menurut Zimmerer (1996: 82), kreativitas sering kali muncul dalam bentuk ide untuk menghasilkan barang dan jasa baru. Ide bukanlah peluang dan tidak akan muncul bila entpreneur tidak mengadakan evaluasi dan pengamatan secara terus-menerus.

Banyak ide yang betul-betul asli, akan tetapi sebagian besar peluang tercipta ketika entpreneur memiliki cara pandang baru terhadap ide yang lama. Pertanyaannya, bagaimana ide bisa menjadi peluang? Terdapat beberapa jawaban atas pertanyaan ini, di antaranya:

Ada 3 risiko yg dpt dievaluasi :

- Ide dapat digerakkan secara internal mll perubahan cara-2/ metode yg lebih baik untuk melayani dan memuaskan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya.
- Ide dapat dihasilkan dalam bentuk produk dan jasa baru
- Ide dapat dihasilkan dalam bentuk modifikasi pekerjaan yang dilakukan atau cara melakukan suatu pekerjaan.

Nilai suatu barang dapat diciptakan melalui inovasi.

Nilai dapat diciptakan dg cara mengubah tantangan menjadi peluang.

Peluang dpt diciptakan melalui ide-ide kreatif dan inovatif.

SUMBER-SUMBER POTENSIAL PELUANG

AGAR IDE-IDE POTENSIAL menjadi peluang bisnis yg riil, maka ***entpreneur (entpreneur)*** harus bersedia melakukan evaluasi terhadap peluang secarr terus menerus.

Proses penjaringan ide atau disebut proses secaraeening merupakn suatu cara terbaik untuk menuangkan ide potensial menjadi **PRODUK & JASA YANG RIIL.**

1. Menciptakan Produk Baru & Berbeda

entpreneur harus benar benar mengetahui perilaku konsumen di pasar. Dalam mengamati perilaku pasar paling sedikit ada dua unsur pasar yg perlu diperhatikan :

1. **Permintaan thd barang / jasa yg dihasilkan**
2. **Waktu penyerahan & waktu permintaan brg/jasa**

entprenuer yang sukses perlu menciptakan produk & jasa unggul yang memberikan **NILAI LEBIH KEPADA KONSUMEN**.

1. Menciptakan Produk Baru & Berbeda

SECARA IMPLISIT, apabila entpreneur baru berfokus pd segmen pasar, maka secara spesifik peluang itu akan sangat tergantung pada peluang segmen pasar.

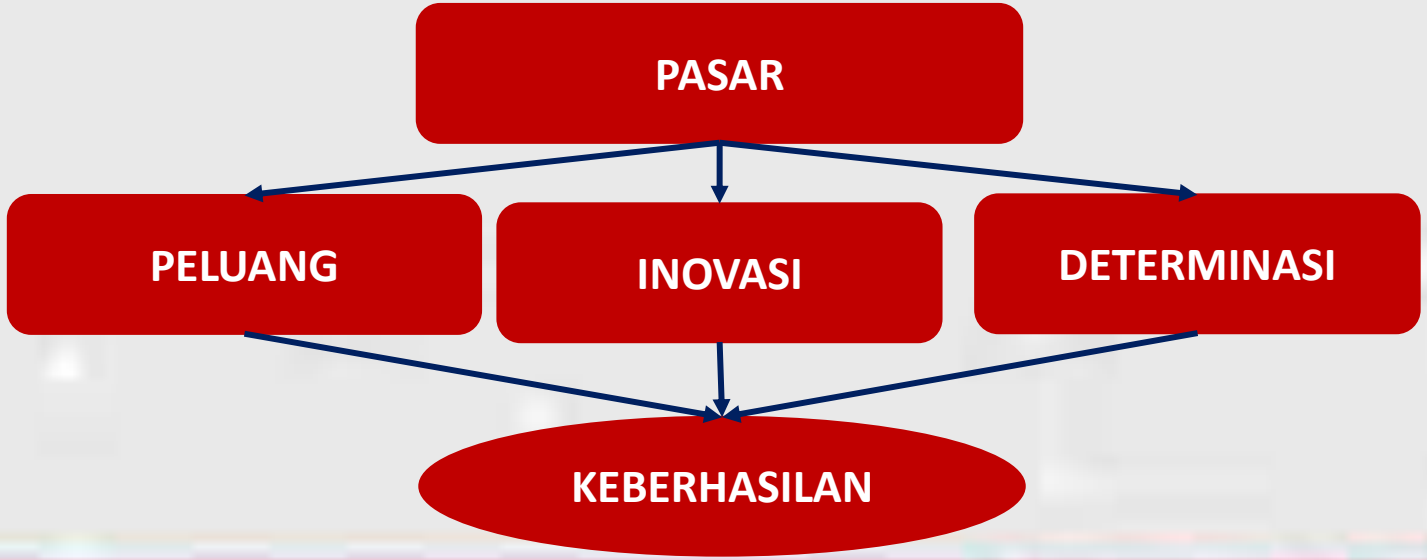
Untuk memperoleh **PELUANG** sangat bergantung pada kemampuan entpreneur utk menganalisa pasar, meliputi aspek :

a. **Kemampuan menganalisis demografi pasar**
b. **Kemampuan menganalisis sifat serta tingkah laku pesaing**
c. **Kemampuan menganalisis keunggulan bersaing dan kevakuman pesaing yg dpt dijadikan sbg peluang.**

1. Menciptakan Produk Baru & Berbeda

Sumber peluang potensial dpt digali dgn cara :

a. Menciptakan produk baru yg berbeda
b. Mengamati pintu peluang
c. Menganalisis produk dan proses secara mendalam
d. Memperhitungkan risiko



2. Mengamati Pintu Peluang

Untuk mengetahui **KELEMAHAN & KEKUATAN** yg dimiliki pesaing serta peluang, ada beberapa pertanyaan penting yang harus dijawab dalam menilai potensi bisnis :

Pertanyaan utk mengetahui kekuatan & kelemahan pesaing dalam mengembangkan produk, meliputi :

- Bagaimana kemampuan teknik yg dimiliki pesaing dlm mengembangkan produk jk dibandingkan kemampuan teknik yg kita miliki ?
- Bagaimana catatan prestasi pesaing utk mencapai sukses dlm mengembangkan produknya ?

2. Mengamati Pintu Peluang

b. Pertanyaan untuk mengetahui kelemahan dan kekuatan pesaing tentang kapabilitas dan sumber-sumber yang dimiliki, meliputi:

- Sejauh mana kemampuan dan kesediaan pesaing untuk melakukan investasi dalam mengembangkan produk baru dan produk awal?
- Keunggulan pasar apa yang dimiliki oleh pesaing?

c. Pertanyaan untuk menentukan apakah pintu peluang ada atau tidak, meliputi:

- Sejauh mana kecepatan perusahaan membawa produk ke pasar dapat mendahului pcsaing?
- Apakah kapabilitas dan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan cukup untuk membawa produk ke pasar yang sedang dikuasai pesaing?
- Apakah perusahaan memiliki kekuatan yang cukup untuk menguasai serangan pesaing?

3. Analisa Produk yang Lebih Mendalam

MEMAHAMI PELANGGAN adalah kunci kesuksesan untuk setiap bisnis startup, salah satu caranya adalah dengan menggunakan analisis pasar. Jika Anda tidak memiliki pemahaman yang mendalam tentang siapa pelanggan Anda, Anda akan kesulitan mengembangkan produk yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan mereka, dan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang sukses

3. Analisa Produk yang Lebih Mendalam

Analisis Produk terdiri dari menjadi 4 bagian, yaitu:

1. **Tinjauan industri:** Anda akan menggambarkan kondisi industri Anda saat ini dan ke mana arahnya.
2. **Target pasar:** Siapa pelanggan Anda yang sebenarnya? Anda akan merinci berapa banyak dari mereka di sana, apa kebutuhan mereka, dan menggambarkan demografi mereka.
3. **Persaingan:** Jelaskan positioning, kekuatan, dan kelemahan pesaing Anda.
4. **Harga dan perkiraan**: Harga Anda akan membantu menentukan bagaimana Anda memposisikan perusahaan Anda di pasar, dan perkiraan Anda akan menunjukkan porsi pasar yang Anda harapkan.

4. Menaksir biaya awal.

Biaya Awal atau Modal adalah Langkah awal dan terpenting dalam memulai Bisnis:

- **Modal awal** dalam sebuah usaha dapat diartikan sebagai banyaknya modal yang dibutuhkan dan akan digunakan untuk memulai suatu usaha untuk pertama kalinya. Biaya ini meliputi modal yang akan digunakan untuk menyewa gedung serta mengurus perizinannya, membeli barang-barang keperluan, gaji karyawan, dan lain lain. Secara umum, modal awal dalam bentuk sejumlah uang yang dikeluarkan untuk memulai usaha.
- **Sumber modal usaha** dapat berupa modal pemilik (pribadi), pinjaman dan dana hibah yang berasal dari pihak ketiga. Dana hibah bisa didapat dari pemerintah atau swasta. Dana hibah juga bisa diberikan secara cuma-cuma ataupun dipinjamkan dengan persyaratan tertentu. Selain itu, Modal awal juga bisa dari iuran masing-masing orang yang akan menjalankan bisnis secara bersama-sama atau relasi kerja.

4. Menaksir biaya awal.

Ada tiga jenis modal awal yang perlu disediakan untuk memulai sebuah usaha. Ketiga jenis modal usaha tersebut antara lain:

1. MODAL INVESTASI

- Modal investasi merupakan banyaknya uang atau modal yang dikeluarkan untuk membeli aset perusahaan yang bernilai tinggi dan tahan lama seperti, mesin-mesin produksi, kendaraan operasional, pembangunan ruang usaha, dan lain sebagainya. Dalam modal investasi juga harus dihitung nilai penyusutannya secara berkala. Jika didapati nilai penyusutan tersebut mencapai nilai nol (0), maka perusahaan harus melakukan peremajaan.

2. MODAL KERJA

- Modal kerja merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk membeli barang atau bahan baku produksi, bahan perlengkapan penunjang produksi dan lain sebagainya. Modal kerja ini berguna untuk menyelesaikan order dari pelanggan atau dapat menyediakan barang yang akan diproduksi.

3. MODAL OPERASIONAL

- Modal Operasional merupakan sejumlah uang atau modal yang digunakan untuk kegiatan operasional usaha. Modal operasional berupa pengeluaran untuk kegiatan operasional yang rutin dan biasanya dilakukan sebulan sekali. Contoh Modal Operasional seperti gaji karyawan, pembayaran listrik, air, wi-fi, retribusi dan lain sebagainya. Modal operasional ini tidak berhubungan langsung dengan kegiatan produksi suatu usaha, namun jika dibiarkan akan mengganggu proses produksi dari bisnis tersebut.

5. Memperhitungkan risiko yg mungkin terjadi.

Risiko teknik berhubungan dengan proses pengembangan produk yang cocok dengan yang diharapkan atau menyangkut suatu objek penentu apakah ide secara aktual dapat ditransformasi menjadi produk yang siap dipasarkan dengan kapabilitas dan karakteristiknya. Risiko finansial adalah risiko yang timbul sebagai akibat ketidakcukupan finansial, baik dalam tahap pengembangan produk baru maupun dalam menciptakan dan mempertahankan perusahaan untuk mendukung biaya produk baru.

5. Memperhitungkan risiko yg mungkin terjadi.

Analisis kelemahan, kekuatan, peluang, dan ancaman *(strength, weakness, opportunity, and threat=SWOT)* sangat penting dalam menciptakan keberhasilan-perusahaan baru.

1. **RISIKO TEKNIK** adalah kegagalan dalam proses pengembangan produk.
2. **RISIKO FINANSIAL** adalah kegagalan yg timbul akibat ketidakcukupan dana.
3. **RISIKO PESAING** adalah kemampuan & kesediaan pesaing utk mempertahankan posisinya di pasar.

5. Memperhitungkan risiko yg mungkin terjadi.

Contoh Studi Kasus Bisnis Makanan

Dalam masa pandemi COVID-19 ini, mungkin banyak yang fokus menjalani usaha F&B melalui online dengan menggunakan website ataupun akun media sosial.

1. Strength

•Harga yang dapat bersaing.
•Resep original yang memiliki rasa unik bagi konsumen.
•Variasi dalam kemasan.
•Dapat diantar langsung ke rumah konsumen.

2. Weakness

•Stok tidak selalu ada, menyesuaikan dengan produsen.
•Konsumen harus menunggu sampai produsen *open order.*

3. Opportunities

•Menjual produk F&B dengan menggunakan media sosial akan mengurangkan biaya.

4. Threats

Dalam unsur ini, Anda perlu memetakan strategi dengan menggabungi faktor internal dan faktor eksternal dengan pasangan seperti berikut ini:

•**Strategi SO (Strength - Opportunity):** Dapat membuat tampilan yang menarik di akun media sosial untuk produk makanan F&B yang ada.
•**Strategi WO (Weakness-Opportunity):** Dengan menggunakan media sosial, membagikan informasi dengan kenalan semakin gampang.
•**Strategi ST (Strength – Threats):** Membuat produk yang lebih unik agar dapat bersaing dengan usaha F&B lainnya.
•**Strategi WT (Weakness – Threats):** Pelajari inovasi pesaingan agar dapat membuat produk yang dapat bersaing.

Contoh Studi Kasus Bisnis Retail

Dalam masa pandemi COVID-19 ini, Bagi Anda yang baru mau memulai bisnis dan ingin mengembangkannya lebih jauh, mari kita lihat bersama contoh analisis SWOT bisnis ritel.

1. Strength

•Sedikitnya saingan dengan usaha yang sama.

•Adanya dukungan dari pemerintah.

2. Weakness

•Tidak ada atau kurangnya perancanaan strategi yang jelas.

•Kurangnya pelayanan informasi kepada masyarakat.

3. Opportunities

•Banyaknya lembaga yang ingin dan siap untuk melakukan kerja sama.

•Dapat membuat atau mengembangkan program yang berbeda dari yang lain.

4. Threats

•Pertumbuhan organisasi yang tidak instan.

•Adanya rasa tidak percaya terhadap organisasi.

Untuk membuat strategi untuk ancaman yang dapat muncul, Anda dapat memetakan dengan cara yang sudah dibahas di atas, yaitu strategi SO, WO, ST, dan WT.

Manajemen Pemasaran

Disusun Oleh

Dr.Samsurijal Hasan MM

(0031126490)

1.

Pengembangan Produk Baru
dan Strategi Siklus Hidup Produk
Merancang Strategi Pemasaran yang Digerakkan oleh Pelanggan dan Bauran Pemasaran yang Terintegrasi

Kajian Konsep

- Produk baru perusahaan menghadapi rentang usia yang terbatas dan harus digantikan oleh produk yang lebih baru
- Tetapi produk baru bisa gagal—risiko inovasi sama besarnya dengan imbalannya
- Kunci bagi inovasi yang sukses terletak pada keseluruhan usaha perusahaan, perencanaan yang kuat, dan proses *pengembangan produk baru* yang sistematis

Ide Produk Baru
Sumber Internal dan Eksternal

- Banyak ide produk baru berasal dari *sumber internal*:
  - Perusahaan mengadakan riset dan pengembangan resmi, memilih ide dari karyawan mereka, dan mengadakan tukar pikiran dalam rapat eksekutif

- Ide lain datang dari *sumber eksternal*:
  - Dengan mengadakan survei dan kelompok fokus serta menganalisis pertanyaan dan keluhan pelanggan, perusahaan dapat menghasilkan ide produk baru yang akan memenuhi kebutuhan spesifik konsumen

Ide Produk Baru
Pesaing serta Distributor dan Pemasok

- Perusahaan melacak penawaran *pesaing* dan menginspeksi produk baru, memilah produk, menganalisis kinerja produk, dan memutuskan apakah mereka akan memperkenalkan produk yang sama atau produk yang lebih baik

- *Distributor dan pemasok* berada dekat dengan pasar dan dapat menyalurkan informasi tentang masalah konsumen dan kemungkinan produk baru

Proses Pengembangan Produk Baru

Proses pengembangan produk baru terdiri dari delapan tahap berurutan:

1. Penciptaan ide
2. Penyaringan ide
3. Pengembangan konsep produk
4. Pengujian konsep
5. Pengembangan strategi pemasaran
6. Analisis-bisnis
7. Pengembangan produk dan pemasaran uji
8. Komersialisasi

Proses Pengembangan Produk Baru
Tahap-tahap (1)

- Proses dimulai dengan *penciptaan ide*
- Berikutnya *penyaringan ide*, yang mengurangi jumlah ide berdasarkan kriteria perusahaan sendiri
- Ide yang lolos dari tahap penyaringan ini dilanjutkan ke tahap *pengembangan konsep produk*, di mana versi detail ide produk baru dinyatakan dalam segi konsumen yang berarti

Proses Pengembangan Produk Baru
Tahap-tahap (2)

- Dalam tahap berikutnya, *pengujian konsep*, konsep produk baru diuji dengan sekelompok konsumen sasaran untuk menentukan apakah konsep mempunyai kecocokan yang kuat dengan konsumen

- Konsep yang kuat diteruskan ke pengembangan *strategi pemasaran*, di mana strategi pemasaran awal bagi produk baru dikembangkan dari konsep produk

Proses Pengembangan Produk Baru
Tahap-tahap (3)

- Dalam tahap *analisis-bisnis*, tinjauan ulang penjualan, biaya, dan proyeksi laba bagi produk baru dilakukan untuk menentukan apakah produk baru itu memuaskan tujuan perusahaan

- Dengan hasil yang positif di sini, ide menjadi lebih nyata melalui *pengembangan produk* dan *pemasaran uji* dan akhirnya diluncurkan selama tahap *komersialisasi*

Proses Pengembangan Produk Baru
Pendekatan yang Berhasil

- Pengembangan produk baru melibatkan lebih dari sekadar proses melalui sekelompok tahap
- Perusahaan harus mengambil pendekatan sistematis, holistik untuk mengelola proses ini
- Pengembangan produk baru yang berhasil memerlukan usaha sistematis yang berpusat pada pelanggan, berdasarkan tim

Siklus Hidup Produk (1)

- Masing-masing produk mempunyai siklus hidup yang ditandai dengan sekumpulan masalah dan peluang yang berubah
- Penjualan produk tertentu mengikuti kurva bentuk S yang terdiri dari lima tahap
- Siklus dimulai dengan tahap pengembangan produk ketika perusahaan menemukan dan mengembangkan ide produk baru

Siklus Hidup Produk (2)

- Tahap pengenalan ditandai dengan pertumbuhan yang lambat dan laba yang rendah ketika produk didistribusikan ke pasar
- Jika berhasil, produk memasuki tahap pertumbuhan, yang menawarkan pertumbuhan penjualan yang pesat dan peningkatan laba
- Berikutnya, tahap kedewasaan ketika pertumbuhan penjualan melambat dan laba stabil

Siklus Hidup Produk (3)

- Terakhir, produk memasuki tahap penurunan di mana penjualan dan laba menurun
- Tugas perusahaan selama tahap ini adalah mengenali penurunan dan memutuskan apakah perusahaan harus mempertahankan, memanen, atau menyingkirkan produk

Perubahan Strategi Pemasaran selama Siklus Hidup Produk (1)

- Dalam tahap pengenalan, perusahaan harus memilih strategi peluncuran yang konsisten dengan positioning produk yang dimaksudkan
- Banyak uang yang dibutuhkan untuk menarik distributor dan membangun persediaan mereka dan memberitahu konsumen tentang produk baru dan mendapatkan percobaan
- Dalam tahap pertumbuhan, perusahaan terus mendidik konsumen dan distributor potensial

Perubahan Strategi Pemasaran selama Siklus Hidup Produk (2)

- Selanjutnya, perusahaan berusaha untuk tetap memimpin persaingan dan mempertahankan pertumbuhan pasar yang cepat dengan meningkatkan kualitas produk, menambahkan fitur dan model produk baru, memasuki segmen pasar dan saluran distribusi baru, mengubah iklan dari membangun kesadaran produk menjadi membangun keyakinan dan pembelian produk, dan menurunkan harga pada saat yang tepat untuk menarik pembeli baru

Perubahan Strategi Pemasaran selama Siklus Hidup Produk (3)

- Dalam tahap kedewasaan, perusahaan terus berinvestasi untuk mendewasakan produk dan mempertimbangkan modifikasi pasar, produk, dan bauran pemasaran
- Ketika memodifikasi pasar, perusahaan berusaha meningkatkan konsumsi produk
- Ketika memodifikasi produk, perusahaan mengubah beberapa karakteristik produk—seperti kualitas, fitur, atau gaya—untuk menarik pengguna baru atau menginspirasi lebih banyak penggunaan

Perubahan Strategi Pemasaran selama Siklus Hidup Produk (4)

- Ketika memodifikasi bauran pemasaran, perusahaan berusaha meningkatkan penjualan dengan mengubah satu atau lebih elemen bauran pemasaran

- Setelah perusahaan menyadari bahwa produk telah memasuki tahap penurunan, manajemen harus memutuskan apakah mereka akan mempertahankan produk tanpa perubahan, berharap perusahaan pesaing akan keluar dari pasar, memanen produk, mengurangi biaya, dan berusaha mempertahankan penjualan; atau menyingkirkan produk, menjualnya ke perusahaan lain atau melikuidasi produk pada harga sisa

Masalah Tambahan Produk
Tanggung Jawab Sosial

- Masalah pertama adalah tanggung jawab sosial
- Tanggung jawab ini meliputi masalah kebijakan publik dan peraturan yang melibatkan tindakan meraih atau membuang produk, perlindungan hak paten, kualitas dan keamanan produk, dan jaminan produk

Masalah Tambahan Produk
Tantangan Internasional

- Masalah kedua yaitu melibatkan tantangan khusus yang dihadapi pemasar produk dan jasa internasional

- Pemasar internasional harus memutuskan berapa banyak biaya yang diperlukan untuk menstandarkan atau menyesuaikan penawaran mereka bagi pasar dunia

Kajian Konsep

- Perusahaan saat ini menghadapi lingkungan harga yang ganas dan cepat
- Perusahaan yang berhasil menciptakan nilai pelanggan dengan aktivitas bauran pemasaran lain masih harus menangkap nilai ini dalam harga yang perusahaan hasilkan
- Bab ini melihat pertimbangan-pertimbangan internal dan eksternal yang mempengaruhi keputusan penetapan harga dan meninjau pendekatan penetapan harga secara umum

Harga

- Harga dapat didefinisikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa
- Atau dapat didefinisikan lebih luas sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa

Harga
Elemen Penting dalam Bauran Pemasaran

- Meskipun peranan faktor nonharga makin meningkat pada proses pemasaran modern, harga tetap menjadi elemen penting dalam bauran pemasaran, karena:
    - Harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan; semua elemen lainnya melambangkan biaya
    - Harga juga merupakan salah satu elemen yang paling fleksibel dalam bauran pemasaran
    - Tidak seperti fitur produk dan komitmen saluran, harga dapat dinaikkan atau diturunkan dengan cepat

Penetapan Harga
Tantangan

- Tantangan penetapan harga adalah menemukan harga yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakannya

Penetapan Harga
Problem

- Banyak perusahaan yang kurang baik dalam menangani penetapan harga—keputusan penetapan harga dan persaingan harga merupakan problem utama bagi banyak eksekutif pemasaran

- Problem penetapan harga juga sering timbul karena manajer terlalu cepat untuk menurunkan harga, harga terlalu berorientasi pada biaya daripada nilai pelanggan yang diciptakan, atau harga tidak selaras dengan bauran pemasaran lainnya

Penetapan Harga
Persepsi Nilai Pelanggan (1)

- Penetapan harga yang baik dimulai dengan memahami keseluruhan nilai suatu produk atau jasa yang diciptakan bagi pelanggan dan menetapkan harga yang dapat menangkap nilai tersebut
- Persepsi pelanggan dari nilai produk menetapkan batas atas harga
- Bila pelanggan merasa bahwa harga lebih besar daripada nilai produk, mereka tidak akan membelinya

Penetapan Harga
Persepsi Nilai Pelanggan (2)

- Penetapan harga berdasarkan nilai menggunakan persepsi nilai dari pembeli, bukan dari biaya penjual, sebagai kunci dari penetapan harga
- Perusahaan dapat mengejar salah satu dari dua jenis penetapan harga berdasarkan nilai
- Penetapan harga berdasarkan nilai yang baik termasuk menawarkan kombinasi yang tepat dari kualitas dan layanan yang baik pada harga yang wajar

Penetapan Harga
Persepsi Nilai Pelanggan (3)

- Harga murah setiap hari (EDLP) adalah contoh dari strategi ini
- Penetapan harga berdasarkan nilai tambah mencakup penggunaan fitur dan layanan untuk mendiferensiasikan tawaran perusahaan dan mendukung pengenaan harga yang lebih tinggi

Penetapan Harga
Biaya Perusahaan dan Biaya Produk (1)

- Harga yang ditetapkan oleh perusahaan akan berada di antara tingkat harga yang terlalu tinggi untuk menciptakan sebuah permintaaan dan tingkat harga yang terlalu rendah untuk menciptakan laba
- Persepsi pelanggan tentang nilai menetapkan batas atas harga, sedangkan biaya perusahaan dan produk menetapkan batas bawah harga
- Bila perusahaan memberikan harga di bawah biayanya, perusahaan akan mengalami kerugian

Penetapan Harga
Biaya Perusahaan dan Biaya Produk (2)

- Penetapan harga berdasarkan biaya meliputi penetapan harga berdasarkan biaya produksi, distribusi, dan penjualan produk ditambah tingkat pengembalian yang wajar untuk usaha dan risiko

- Biaya merupakan pertimbangan penting dalam menetapkan harga

- Namun, penetapan harga berdasarkan biaya cenderung digerakkan oleh produk dan bukannya digerakkan oleh pelanggan

Penetapan Harga
Biaya Perusahaan dan Biaya Produk (3)

- Perusahaan mendesain apa yang menurutnya merupakan produk yang bagus dan menetapkan harga yang dapat menutupi biaya dengan suatu margin keuntungan
- Bila ternyata harga terlalu tinggi, perusahaan harus berkompromi untuk markup yang lebih rendah atau penjualan yang lebih rendah, keduanya menghasilkan laba yang mengecewakan
- Perusahaan harus mengawasi biayanya dengan cermat

Penetapan Harga
Biaya Perusahaan dan Biaya Produk (4)

- Bila biaya perusahaan lebih besar daripada biaya pesaing untuk memproduksi dan menjual produk, perusahaan harus mengenakan harga yang lebih tinggi atau mendapatkan laba lebih sedikit, sehingga menyebabkan kerugian kompetitif
- Biaya total adalah jumlah dari biaya tetap dan variabel untuk setiap tingkat produksi
- Manajemen ingin mengenakan biaya yang setidaknya sanggup menutupi biaya total pada suatu tingkat produksi tertentu

Penetapan Harga
Biaya Perusahaan dan Biaya Produk (5)

- Untuk menetapkan harga secara bijaksana, manajemen juga perlu mengetahui bagaimana biaya mereka bervariasi pada tingkat produksi yang berbeda dan akumulasi pengalaman produksi.

- Penetapan harga berdasarkan biaya termasuk penetapan harga berdasarkan biaya plus dan penetapan harga berdasarkan titik impas (penetapan harga berdasarkan sasaran keuntungan)

Penetapan Harga
Faktor Internal dan Eksternal Lainnya (1)

- Faktor internal lainnya yang mempengaruhi keputusan penetapan harga yaitu keseluruhan strategi pemasaran perusahaan, tujuan, bauran, dan organisasi penetapan harga
- Harga hanya salah satu elemen dari strategi pemasaran perusahaan yang lebih luas
- Bila perusahaan memilih pasar sasaran dan positioning secara cermat, maka bauran pemasarannya, termasuk harga, akan mengikutinya

Penetapan Harga
Faktor Internal dan Eksternal Lainnya (2)

- Beberapa perusahaan memposisikan produk mereka terhadap harga dan kemudian menyesuaikan keputusan bauran pemasaran lain terhadap harga yang ingin mereka kenakan
- Perusahaan lain tidak menekankan harga dan menggunakan bauran pemasaran lain untuk menciptakan posisi nonharga mereka
- Tujuan penetapan harga pada umumnya termasuk bertahan hidup, maksimalisasi keuntungan saat ini, kepemimpinan pangsa pasar, atau mempertahankan pelanggan dan membangun hubungan

Penetapan Harga
Faktor Internal dan Eksternal Lainnya (3)

- Keputusan harga harus dikoordinasikan dengan desain produk, distribusi, dan keputusan promosi untuk membentuk program pemasaran yang konsisten dan efektif

- Terakhir, untuk mengkoordinasikan tujuan dan keputusan penetapan harga, manajemen harus memutuskan siapa dalam organisasi yang bertanggung jawab menetapkan harga

Penetapan Harga
Faktor Internal dan Eksternal Lainnya (4)

- Faktor eksternal lainnya dalam pertimbangan penetapan harga yaitu kondisi alamiah pasar dan permintaan, strategi dan harga pesaing, dan faktor lingkungan seperti ekonomi, kebutuhan penyalur, dan tindakan pemerintah
- Kebebasan penetapan harga oleh penjual bervariasi untuk setiap jenis pasar
- Pada akhirnya, pelanggan memutuskan apakah perusahaan telah menetapkan harga dengan benar

Penetapan Harga
Faktor Internal dan Eksternal Lainnya (5)

- Pelanggan menimbang antara harga terhadap nilai anggapan untuk menggunakan produk—bila harga melebihi jumlah nilai, pelanggan tidak akan membelinya
- Sehingga perusahaan harus memahami konsep seperti kurva permintaaan (hubungan harga-permintaan) dan elastisitas harga (sensitivitas konsumen terhadap harga)
- Konsumen juga membandingkan harga suatu produk dengan harga produk pesaingnya
- Sebuah perusahaan harus mempelajari nilai pelanggan dan harga dari tawaran pesaing

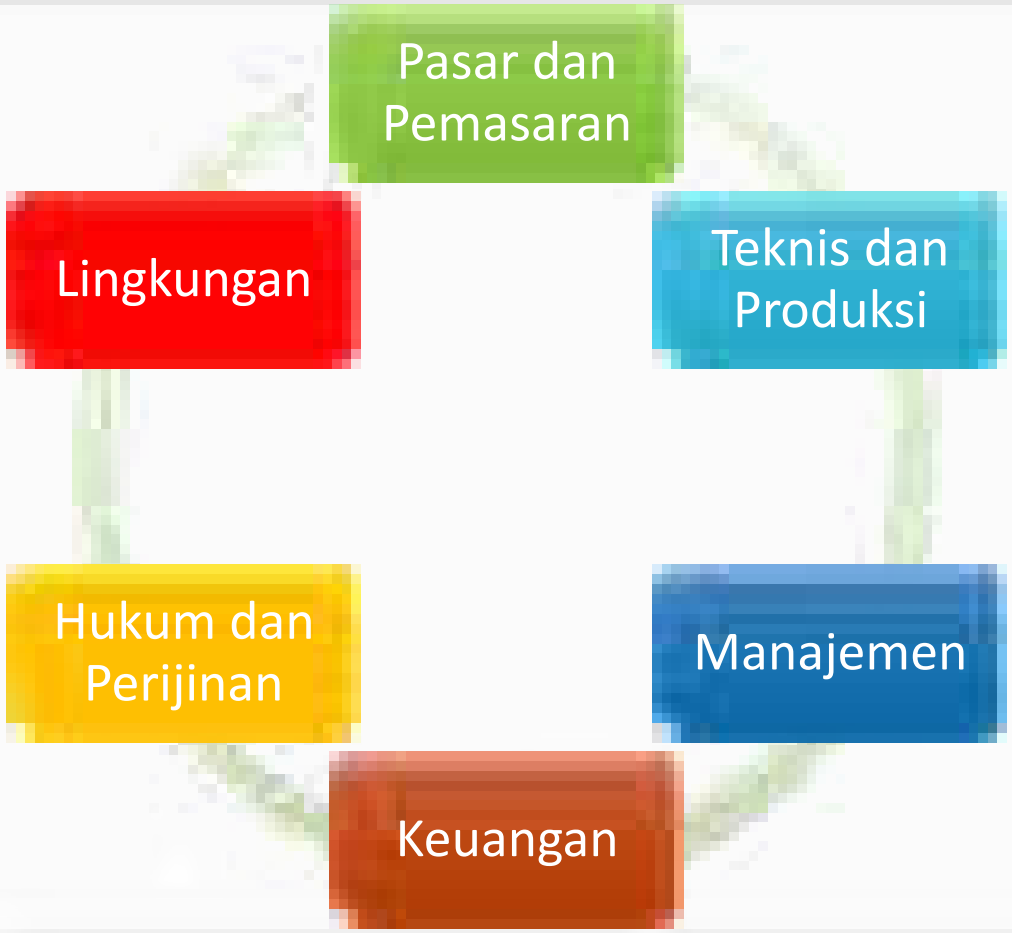
Studi Kelayakan Bisnis atau Usaha

Disusun Oleh

Dr.Samsurijal Hasan MM

(0031126490)

Studi Kelayakan Bisnis/Usaha



T P

Analogi

- Jika pada **aspek pasar** berusaha mencari informasi tentang apa ***kebutuhan dan harapan pasar*** tentang sebuah produk

- Pada **aspek teknis dan produksi** akan berusaha mewujudkan produk yang kita butuhkan dan diharapkan oleh pasar, tidak terbatas pada bentuk dan coraknya saja, tetapi lebih mengedepankan ***kuantitas dan kualitas dari produk*** itu sendiri

Cakupan Aspek teknis dan produksi

1. Menghubungkan antara permintaan pasar dengan kapasitas dan teknologi perusahaan
2. Proses produksi yang dijalankan
3. Kebutuhan dan pemilihan mesin serta perlengkapan
4. Perencanaan lokasi dan tata letak fasilitas produksi
5. Jadwal kerja
6. Penanganan supply bahan baku

Cakupan Aspek teknis dan produksi

1. Menghubungkan antara permintaan pasar dengan kapasitas dan teknologi perusahaan
2. Proses produksi yang dijalankan
3. Kebutuhan dan pemilihan mesin serta perlengkapan
4. Perencanaan lokasi dan tata letak fasilitas produksi
5. Jadwal kerja
6. Penanganan supply bahan baku

Cakupan Aspek teknis dan produksi

- Suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.
  - Mempelajari secara mendalam artinya meneliti secara sungguh-sungguh data dan informasi yang ada, kemudian diukur, dihitung, dan dianalisis dengan metode tertentu.
  - Kelayakan artinya penelitian yang dilakukan untuk menentukan apakah usaha yang akan dijalankan dapat memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan.
  - Bisnis artinya usaha yang dijalankan dengan tujuan memperoleh keuntungan.

Faktor-faktor yang Menyebabkan Kegagalan Usaha Aspek teknis dan produksi

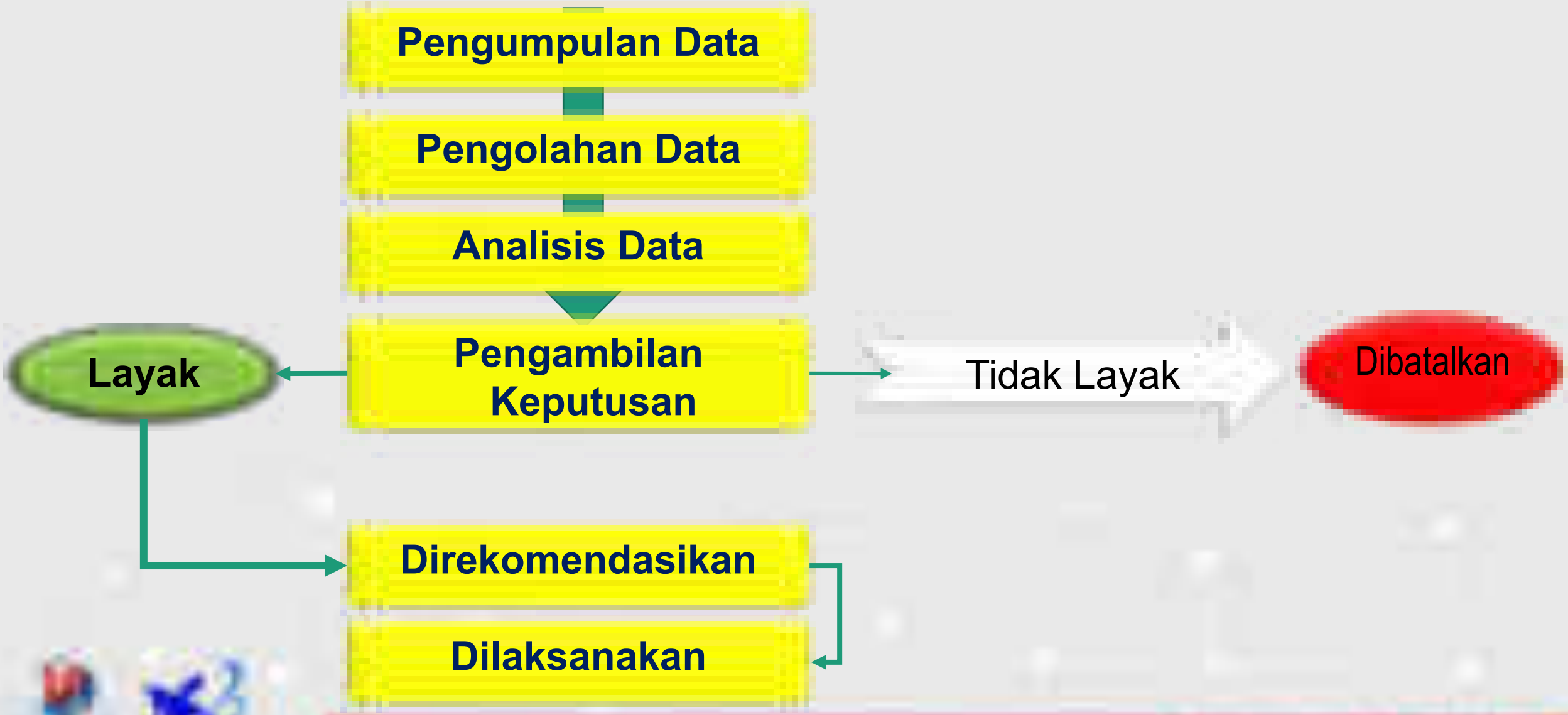
- Data dan informasi yang tidak lengkap
- Tidak teliti
- Salah perhitungan
- Pelaksanaan pekerjaan salah
- Kondisi lingkungan unsur sengaja

- Hal yang perlu diperhatikan oleh tim studi kelayakan bisnis
  - Kelengkapan dan keakuratan data dan informasi yang diperoleh
  - Tenaga ahli dalam tim studi kelayakan bisnis harus tangguh
  - Penentuan metode dan alat ukur yang tepat
  - Loyalitas tim studi kelayakan bisnis

Faktor-faktor yang Menyebabkan Kegagalan Usaha Aspek teknis dan produksi

- Memperoleh keuntungan
  - Materi (uang)
  - Non Materi (prestise)
- Membuka peluang pekerjaan
- Manfaat ekonomi
  - Menambah jumlah barang dan jasa
  - Meningkatkan Mutu produk
  - Meningkatkan devisa / menghemat deviisa
- Tersedia sarana dan prasarana
- Membuka isolasi wilayah
- Meningkatkan dan membantu pemerataan pembangunan

Tahap-Tahap dalam Studi Kelayakan Bisnis



Proses pengumpulan data

1. Concept Testing

Tujuan : mengetahui minat, hasrat dan maksud pembelian produk

Maksud :

- Memvalidasi asumsi dasar dari ide buruk
- Membantu pengembangan ide
- Mengestimasi pangsa pasar potensial dari produk

Hasil :

- Deskripsi barang/jasa yang ditawarkan
- Pasar sasaran yang dimaksud
- Benefit dari produk/jasa
- Pembeda dengan produk serupa
- Deskripsi bagaimana barang/jasa akan dijual dan didistribusikan

Proses pengumpulan data

2. Usability Testing

merupakan bentuk dari analisis kelayakan produk untuk mengukur kemudahan penggunaan produk dan persepsi mengenai pengalaman menggunakan produk

entrepreneur dengan anggaran yang terbatas, dapat meminta teman atau kolega untuk menggunakan produk, kemudian memberikan evaluasi secara tertulis maupun lisan

UMKM dan Studi Kelayakannya

- Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) diharapkan dapat menjadi andalan dalam usaha mencapai target tujuan pembangunan berkelanjutan atau Sustainable Development Goals (SDGs) 2030. Analiasa konsultan manajemen bisnis MarkPlus Inc. menyebut saat ini sebagai momen kebangkitan UMKM, yang diperkirakan akan terus meningkat beberapa tahun ke depan. Tak hanya kuat di pasar lokal, UMKM Indonesia diharapkan dapat lebih banyak bicara di pasar global.

UMKM dan Studi Kelayakannya

- “Daya saing adalah individu atau organisasi yang memiliki kompetensi yang dibangun berdasarkan kapabilitas yang kuat dan sumber daya yang efektif, yang membolehkan mereka untuk dapat berkompetisi dengan para kompetitor yang relevan, dengan mempergunakan strategi yang kuat, taktik yang sempurna, dan eksekusi yang produktif, yang pada gilirannya memberikan keunggulan kompetitif berkelanjutan dan akhirnya memungkinkan mereka untuk bisa mempertahankan eksistensi jangka panjangnya dalam suatu ranah kompetisi yang spesifik”

Business Model Canvas

- Business Model Canvas (BMC) ialah suatu kerangka kerja yang membahas model bisnis dengan disajikan dalam bentuk visual berupa kanvas lukisan, agar dapat dimengerti dan dipahami dengan mudah. Model ini digunakan untuk menjelaskan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah suatu model bisnis, agar mampu menghasilkan kinerja yang lebih optimal

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

Business Model Canvas

- Sekmen pelanggan (customer segment)”

Bisa didefinisikan sebagai beberapa kelompok orang atau organisasi yang ingin dicapai dan dilayani oleh perusahaan Anda. Dengan kata lain, siapa target pasar Anda. Sekmen pelanggan yang dimaksud harus benar-benar spesifik dan jelas. Lakukan riset pasar untuk mengetahui karakteristik dan kebiasaan dari target pasar Anda. Dalam menentukan target pasar yang tepat dan jumlah sekmen yang akan dilayani. UMKM harus memperhitungkan sumber daya perusahaan.

Segmen tunggal cocok untuk perusahaan dengan sumber daya terbatas dan kemampuan terbatas. Sementara segmen spesialisasi produk, cocok untuk perusahaan dengan spesialisasi pada produk tertentu.

Business Model Canvas

- Nilai yang ditawarkan (value proposition)

Diartikan sebagai produk dan layanan yang menciptakan nilai untuk segmen pelanggan tertentu. Sebagai pelaku usaha, Anda perlu memikirkan apa yang dapat ditawarkan oleh UMKM Anda untuk pelanggan, serta alasan agar pelanggan lebih memilih produk berupa barang/jasa Anda dibanding kompetitor.

Proposisi nilai dapat diukur dengan memperhitungkan performa atau memanfaat fungsional produk/jasa yang ditawarkan, manfaat emosional yang dirasakan pelanggan saat menggunakan produk/jasa yang ditawarkan, dan harga yang dibayarkan oleh pelanggan.

"Beli kosmetik, misalnya. Manfaat fungsionalnya membuat kulit lebih halus, manfat emosionalnya membuat tampak lebih cantik dan glowing, ini yang nanti harus dibayar oleh pelanggan. Kalau manfaatnya makin besar, baik salah satu atau gabungan dari kedua fungsinya, maka harga akan makin tinggi,

Business Model Canvas

- Kanal penjualan (channels building)

Bisa diartikan sebagai cara perusahaan mengkomunikasikan dan mendekati segmen pelanggan untuk menyampaikan value proposition. Selain penggunaan kanal komunikasi seperti tv, brosur, Instagram, dan lain sebagainya, pertimbangkan dengan hati-hati kanal penjualan baik daring (website, e-commerce) maupun luring (promosi, pameran, toko), serta jalur distribusi yang digunakan. Tentukan kanal yang efektif dan paling hemat biaya.

Business Model Canvas

- **Kanal penjualan (channels building)**

Bisa diartikan sebagai cara perusahaan mengkomunikasikan dan mendekati segmen pelanggan untuk menyampaikan value proposition. Selain penggunaan kanal komunikasi seperti tv, brosur, Instagram, dan lain sebagainya, pertimbangkan dengan hati-hati kanal penjualan baik daring (website, e-commerce) maupun luring (promosi, pameran, toko), serta jalur distribusi yang digunakan. Tentukan kanal yang efektif dan paling hemat biaya.

- **Hubungan pelanggan (customer relationships)**

Kegiatan yang termasuk dalam hubungan pelanggan adalah mendapatkan (mengakuisisi) pelanggan baru, menciptakan loyalitas dan menjaga pelanggan yang telah ada, meningkatkan pembelian dari pelanggan yang ada, serta merebut kembali pelanggan lama yang hilang.

Business Model Canvas

- Sumber pemasukan (revenue streams)

Blok ini merepresentasikan kas yang dihasilkan perusahaan dari setiap segmen pelanggan. Revenue disini berarti pendapatan yang didapat dari penjualan produk/jasa dan pendapatan sampingan lain, setelah dikurangi biaya. .

- Sumber daya (key resources)

Ini adalah aset paling penting yang dibutuhkan agar proses bisnis dapat berjalan. Sumber daya yang unik bisa memberi nilai kepada pelanggan. Sumber daya yang dimaksud bukan hanya manusia yang terlibat dalam UMKM mulai dari tenaga perajin, tenaga penjualan, dan lain sebagainya, tapi juga meliputi sumber daya fisik (fasilitas, bangunan, kendaraan, mesin, sistem, dan jaringan distribusi), intelektual (merek, hak paten, basis data pelanggan, dll), dan finansila (dana tunai, kredit, saham).hilang.

Business Model Canvas

- Kegiatan utama (key activities)

Ini merupakan aktivitas terpenting yang harus dilakukan UMKM agar bisnis berjalan. Lakukan identifikasi kegiatan utama, mulai dari aktivitas produksi, pelayanan, hingga penjualan. Rinci setiap kegiatan termasuk tujuan, keadaan saat ini, dan apa yang bisa dilakukan untuk memperbaiki keadaan.

- Mitra utama (key partnerships)

Yang dimaksud sebagai mitra utama adalah pemasok dan rekan yang membuat bisnis dapat berjalan. Lakukan analisa tentang hubungan kerja sama dan pemasok mana yang penting bagi bisnis Anda, sambil menilai kondisi saat ini dan perbaikan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan.

Business Model Canvas

- Kegiatan utama (key activities)

Ini merupakan aktivitas terpenting yang harus dilakukan UMKM agar bisnis berjalan. Lakukan identifikasi kegiatan utama, mulai dari aktivitas produksi, pelayanan, hingga penjualan. Rinci setiap kegiatan termasuk tujuan, keadaan saat ini, dan apa yang bisa dilakukan untuk memperbaiki keadaan.

- Biaya-biaya (cost structure)

Blok ini merupakan seluruh biaya yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis. Lakukan perhitungan secara detail biaya apa yang paling penting dan terbesar bagi bisnis Anda. Termasuk sumber daya dan aktivitas apa yang paling mahal.

Contoh Kasus

- Bisnis minuman sekarang ini sudah menjamur diberbagai tempat, salah satunya kopi. Tetapi sebelum Anda ikut menjadi pebisnis minuman kopi, pastikan dulu aspek lingkungannya apakah sudah sesuai dengan target market Anda seperti anak muda, mahasiswa dan pelajar atau tidak? Dari aspek pemasaran bagaimana strategi yang akan Anda lakukan karena sudah ada banyak bisnis sejenis yang berada disekitar Anda.

The Business Model Canvas

Business Model Canvas

- Dengan membuat perhitungan tersebut, akan terlihat gambaran bagaimana bisnis Anda berjalan, termasuk berapa margin yang didapat.
- Jika margin yang dihasilkan dari revenue yang dikurangi biaya, Anda perlu mempertimbangkan untuk mengutak-atik blok-blok tersebut. Mungkin sekmen pasarnya salah, mungkin distribusinya terlalu mahal, dan lain sebagainya.

Manajemen Keuangan

Dr.Samsurijal Hasan MM
(0031126490)

BAB 3

RISK AND RETURN

Pendapatan Diharapkan (Expected Return) Investasi Tunggal

$$E(R_i) = \sum_{i=1}^{N} Pi\ (Ri)$$

Resiko untuk Investasi Tunggal

Dapat diukur dengan 2 cara

1. Varians $\quad Var(R_i) = \sum_{i=1}^{N} Pi\ Ri - E(Ri)]^2$

2. Standar Deviasi $\quad \sigma(Ri) = \sqrt{Var\ (Ri)}$

Kondisi Ekonomi	Probabilitas	Perusahaan baja	Perusahaan konstruksi
Sangat buruk	0,2	-5,5%	35%
Buruk	0,2	0,5%	23%
Normal	0,2	4,5%	15%
Baik	0,2	9,5%	5%
Sangat baik	0,2	16%	-8%

Pendapatan Diharapkan (Expected Return) Investasi Portofolio

Portofolio mempunyai keunggulan karena dapat mengurangi resiko dengan cara diversifikasi

Expected return portofolio ditentukan oleh dua faktor, yaitu besarnya proporsi dana yang diinvestasikan pada masing-masing alternatif investasi dan *expected return* masing-masing alternatif investasi.

Expected return portofolio: $\boldsymbol{E(Rp) = \sum_{i=1}^{n} wi.E(Ri)}$

misalkan portofolio terdiri dari saham perusahaan A dan B, maka *expected return* portofolio :

$$\mathbf{E(Rp) = w_A . E(R_A) + w_B . E(R_B)}$$

Contoh: Jika investasi pada saham Baja 50% dan sisanya pada saham Konstruksi, maka expected return portofolio adalah:

E(Rp) = 0,50 (0,05) + (1 – 0,50) (0,14)

= 0,095 atau 9,5%

Resiko untuk Investasi portofolio

- Risiko portofolio ditentukan oleh tiga faktor, yaitu
  - proposi dana yang dinvestasikan pada masing-masing alternatif investasi
  - risiko masing-masing alternatif investasi
  - covariance antar alternatif investasi.

- Risiko portofolio :

$$VAR(Rp) = W_A^2.VAR(R_A)+W_B^2.VAR(R_B)+2.\ W_A.W_B\ r_{AB}.SD_A.SD_B$$

atau

$$SD(Rp) = \sqrt{VAR\ (Rp)}$$

a). *Variance Portofolio*:

- $VAR(Rp)=\sum_{i=1}^{n} piW^2[Rs-E(Rs)]^2 + \sum_{i=1}^{n} 2piW(1-W)[Rs-E(Rs)][Rc-E(Rc)] + \sum_{i=1}^{n} pi\,(1-W)^2\,[Rc-E(Rc)]^2$

atau

$$VAR\,(Rp) = w^2\,VAR\,(Rs) + 2\,w\,(1-w)\,Cov\,(Rs\,Rc) + (1-w)^2\,VAR\,(Rs)$$

Berdasarkan contoh yang telah dikemukakan, maka varians portofolio yang terdiri dari perusahaan Baja dan Konstruksi adalah:

- $VAR\,(Rp) = (0{,}5)^2\,(0{,}00544) + 2\,(0{,}5)(1-0{,}5)(0{,}01088) + (1-0{,}5)^2\,(0{,}02176)$

  $= 0{,}00136$

b). Standar Deviasi Portofolio :

- $\sigma(Rp) = \sqrt{VAR(Rp)}$

  $= \sqrt{0{,}00136}$

  $= 0{,}036878$ atau 3,69 %

Semakin banyak jumlah saham dalam suatu portofolio, standar deviasi pendapatan portofolio (resiko) semakin berkurang, tetapi dengan tingkat pengurangan yang semakin kecil

Varians portofolio

Keadaan (1)	Probabilitas (2)	Rs (%) (3)	Rc (%) (4)	Rs - E(Rs) (5)	Rc - E(Rc) (6)	7 = 2x5x6
Sangat buruk	0,2	-5.5	35	-0,105	0,210	-0,00441
Buruk	0,2	0,5	23	-0,045	0,090	-0,00081
Normal	0,2	4,5	15	-0,005	0,010	-0,00001
Baik	0,2	9,5	5	0,045	-0,090	-0.00081
Sangat baik	0,2	16	-8	0,110	-0,220	-0,00484

Cov (Rs, Rc) = -0,01088

Rumus Varians portofolio apabila terdapat aktiva x dan y

Var(Rp) = w^2Var(Rx) + 2w (1-w) $p_{xy}\sigma_x\sigma_y$ + (1−w)^{2}Var(Ry)

Rumus Varians portofolio apabila terdapat aktiva x dan y

σ(Rp) = $\sqrt{w^2\text{Var(Rx)} + 2w\ (1-w)\ p_{xy}\sigma_x\sigma_y + (1-w)^2\text{Var(Ry)}}$

soal

- Seorang investor melakukan investasi pada dua surat berharga (saham) yaitu, x dan y. hasil yang diharapkan dari investasi saham x atau E(Rx)=5% dan resikonya (σx)=4%, sedangkan hasil yang diharapkan dari investasi saham y atau E(Ry)=8% dan resikonya (σy)=10%. Porsi dana yang diinvestasikan pada saham x sebesar 75% dan sisanya pada saham y. berdasarkan informasi tersebut, dapat dihitung hasil yang di harapkan dan resiko dari portofolio

Sikap investor terhadap resiko

- **Risk seeker**

Sikap seprang investor yang berani mengambil resiko

- **Indifferent to risk**

Sikap investor yang tidak peduli terhadap resiko

- **Risk averter**

Sikap investor yang menghindari resiko

RESIKO SISTEMATIS : resiko yang tidak dapat dikurangi dengan jalan diversifikasi karena resiko ini timbul akibat faktor-faktor eksternal perusahaan yang berpengaruh terhadap operasional perusahaan

RESIKO TIDAK SISTEMATIS : resiko yang dapat dikurangi dengan cara diversifikasi, karena resiko ini timbul akibat faktor-faktor dari dalam perusahaan yang bersifat khas dan hanya berpengaruh pada perusahaan tersebut

4

KONSEP NILAI WAKTU UANG

Konsep nilai waktu uang

Future value

- Nilai uang dimasa yang akan dating dari sejumlah uang tertentu yang dimiliki sekarang
- Seseorang yang memiliki uang (Po) Rp 1.000, ditabung di bank dengan bunga (r)10% per-tahun, berapa nilai tabungan setelah 1 tahun?

FV(r;t) = Po (1 + r)^t
FV(10%;1) = Rp 1.000 (1 + 0,1)^1
FV(10%;1) = Rp 1.100

Apabila ditabung selama 2 tahun dengan asumsi bunga tidak diambil, maka nilai tabungan pada akhir tahun ke dua adalah:

FV(10%;2) = Rp 1.000 (1 + 0,1)^2

FV(10%;2) = Rp 1.210

Present value

- nilai sekarang sejumlah uang yang akan diterima pada yang akan datang
- Anda dijanjikan uang pada 5 tahun yang akan datang (FV) sebesar Rp 1.610,5, jika suku bunga (r)10% per tahun, maka nilai sekarangnya adalah :

$$\mathbf{PV = \frac{FV\ (r;t)}{(1 + r)^t}}$$

$$PV = \frac{Rp\ 1.610,5}{(1 + 0,1)^5}$$

PV = Rp 1.000,-

FUTURE VALUE OF ANNUITY

- Adalah serangkaian pembayaran yang jumlahnya tetap selama beberapa periode
- FVOA terbagi menjadi dua, yakni:
  - Ordinary annuity : Jika pembayaran dilakukan pada setiap akhir periode
  - Annuity due : jika pembayaran dilakukan pada awal periode disebut *annuity due*.

FUTURE VALUE ORDINARY ANNUITY:

jika anda merencanakan untuk menabung sebesar Rp 1.000 setiap akhir tahun selama 3 tahun dengan bunga 10% per tahun. Berapa nilai tabungan pada akhir tahun ke 3 ?

$$FVA\ (r;n) = a\ (1+r)^{n-1} + a\ (1+r)^{n-2} + a\ (1+r)^{n-3}$$
$$FVA\ (r;n) = a\ \{(1+r)^{n-1} + (1+r)^{n-2} + (1+r)^{n-3}\}$$

Rumus cepat !!

$$\boldsymbol{a\ x \left[\frac{(1+r)^{n}-1}{r}\right]}$$

Berdasarkan contoh, maka nilai tabungan pada akhir t ahun ke 3 adalah:

- $FVA(10\%;3) = Rp\ 1.000\ \{(1+0,1)^{3-1} + (1+0,1)^{3-2} + (1+0,1)^{3-3}\}$

$FVA(10\%;3) = Rp\ 1.000\ \{\ 3,3100)$

$= Rp\ 3.310$

FUTURE VALUE ANNUITY DUE

Rumus cepat !!

$$(1+r)a \; x \; \frac{(1+r)^n - 1}{r}$$

- Apabila pembayaran dilakukan pada awal periode, maka besar *future value annuity adalah:*

FVA (r;n) = Rp 1.000 { $(1+0,1)^3$ + $(1+0,1)^2$ + $(1+0,1)^1$}

= Rp 1000 { 3,641 }

= Rp 3.641

atau bisa juga dihitung dengan cara :

Future value sum of annuity due = (1+r) *Future value sum of OA*

= (1+0,1) Rp 3.310

= Rp 3.641

PRESENT VALUE OF ANNUITY

- PVOA terbagi menjadi 2, yakni:
  - Present value of ordinary annuity
  - Present value of annuity due

Rumus cepat !!

$$\boldsymbol{a\ x \left[\frac{1 - \frac{1}{(1+r)^n}}{r}\right]}$$

PRESENT VALUE OF ORDINARY ANNUITY

$$PVA_{r,n} = a\left[\frac{1}{1+r^1}\right] + a\left[\frac{1}{1+r^1}\right] + \ \dots\dots\dots + a\left[\frac{1}{1+r^n}\right]$$

Berdasarkan contoh yang dikemukakan, maka nilai sekarang annuity adalah:

PVA (10%;3) = $1.000\left[\frac{1}{1+0,1^1}\right] + \left[\frac{1}{1+0,1^2}\right] + \left[\frac{1}{1+0,1^3}\right]$

PVA (10%;3) = 1.000 {2,48685}

PVA (10%;3) = 2.486,85

PRESENT VALUE OF ANNUITY DUE

- Apabila pembayaran dilakukan pada awal periode, maka nilai *present value annuity* adalah:

$$PVA_{r,t} = a\left[\frac{1}{(1+r)^0}\right] + a\left[\frac{1}{(1+r)^1}\right] + \ldots\ldots + a\left[\frac{1}{(1+r)^n}\right]$$

$$PVA_{10\%,3} = 1.000\left[\frac{1}{(1+0,1)^0}\right] + \left[\frac{1}{(1+0,1)^1}\right] + \left[\frac{1}{(1+0,1)^2}\right]$$

= 1.000 (1+0,909,09+0,826,45)

= 1.000 (2,73554)

= 2.735,54

Rumus cepat !!

$$(1+r)a\ x\ \left[\frac{1-\frac{1}{(1+r)^n}}{r}\right]$$

soal

- Anda menginginkan tabungan pada akhir tahun ke-5 sebesar FV=10.000. apabila r=10% pertahun, berapa jumlah yang harus di tabung setiap akhir tahun?

- Anda menerima pinjaman 20.000 dengan r=10% pertahun, dan anda diminta untuk mengangsur pembayaran dalam jangka waktu 3 tahun dimulai akhir tahun ke-1. berapa besar angsuran tiap tahun?

5

PENGANGGARAN MODAL

CAPITAL BUDGETING

- Penganggaran modal terkait dengan proses pengambilan keputusan investasi jangka panjang yang mempunyai dampak strategis bagi kelangsungan hidup perusahaan, sehingga penyusunan penganggaran modal harus diintegrasikan dengan perencanaan strategi perusahaan
- Langkah-langkah penganggaran modal
  - Memproyeksikan arus kas dari proyek yang ingin didapatkan
  - Menghitung biaya modal proyek
  - Menilai proyek dengan alat penilai investasi (payback period, IRR, NPV, ARR, dll)
  - Pengambilan keputusan, yakni jika IRR > WACC atau NPV > 0 maka proyek dapat dilaksanakan

Jenis-jenis keputusan penganggaran modal

- Ditinjau dari aspek penghematan biaya atau peningkatan pendapatan, usulan investasi dikelompokkan sebagai berikut:
  - Proyek penggantian *(replacement*) : proyek mengganti asset
  - Proyek perluasan (*expansion)* : menambah kapasitas produksi
  - Pertumbuhan (*growth*) : mengembangkan lini produk
  - Proyek lingkungan (*environmental*)

- Ditinjau dari tingkat ketergantungan, usulan investasi dibagi menjadi:
  - *Independent project* : dua/lebih proyek yang tidak saling terkait
  - *Mutually exclusive project* : dua/lebih proyek yang mempunyai manfaat yang sama, tetapi harus dipilih salah satu
  - *Complement project* : dua/lebih proyek yang bersifat saling melengkapi
  - *Substitutes project* : dua/lebih proyek yang bersifat saling menggantikan

Langkah 1 : mengestimasi arus kas

Dalam mengestimasi arus kas yang relevan untuk suatu proyek, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yakni

Sunk costs

- Biaya yang telah terjadi dan tidak bisa dialihkan, oleh karena itu tidak dapat dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan investasi.

Opportunity costs

- Biaya biasanya dikaitkan dengan pengeluaran yang dilakukan secara tunai. *Opportunity cost* sedikit berbeda, yaitu merupakan mantaat yang dikorbankan jika suatu investasi dilaksanakan.

Side effects

- Produk baru yang bersifat substitusi atau komplementer terhadap produk lama, dapat menimbulkan efek samping yang buruk atau baik terhadap arus kas perusahaan di masa yang akan datang.

Net working capital

- Biasanya, suatu proyek akan membutuhkan investasi dalam modal kerja bersih (selisih aktiva lancar dengan utang lancar) sebagai tambahan atas investasi pada aktiva tetap.

Arus kas dalam penganggaran modal dapat dikelompokkan menjadi

1. INITIAL CASH FLOW

Initial cash out flow merupakan pengeluaran kas untuk membiayai proyek selama dalam proses perencanaan, konstruksi sampai dengan proyek siap untuk dioperasikan.

Macam-macam pengeluaran kas yang diperlukan untuk investasi awal diantaranya:

- Harga beli tanah tempat lokasi proyek.
- Biaya mendirikan bangunan.
- Harga beli mesin.
- Biaya pemasangan.
- Biaya percobaan dan sebagainya.

Contoh:

perusahaan mengganti mesin lama dengan mesin baru. Mesin lama dibeli tiga tahun yang lalu dengan 100 juta, umur 10thn, disusutkan dengan metode garis lurus tanpa nilai sisa. Perusahaan berencana mengganti mesin lama dengan mesin baru dengan harga 150 juta, umur 7 thn, disusutkan dengan metode garis lurus dengan nilai residu 10 juta. Harga jual mesin lama sekarang diperkirakan 80 juta dengan tariff pajak 20%.

Pengeluaran kas untuk penggantian mesin lama dengan mesin baru adalah:

- Harga beli mesin baru	150.000.000
- Harga jual mesin lama	(80.000.000)
- Pajak atas laba penjualan mesin lama (20% [80 juta – 70 juta])	2.000.000
	72.000.000

2. OPERATIONAL CASH FLOW

Operational Cash Inflows (Arus kas masuk yang diperoleh setelah proyek beroperasi) untuk proyek baru dapat dihitung dengan rusmus:

NCF = EBIT (1 – tax) + Depreciation atau

NCF = EAT + Depreciation + (1 – Tax) Interest

Contoh:

PT. ABC mempunyai sebuah pabrik dengan estimasi L/R yang diperoleh sebagai berikut:

Penjualan	10.000.000
Biaya selain penyusutan dan bunga	(6.000.000)
Penyusutan	(1.000.000)
EBIT	3.000.000
Baiya bunga	(1.000.000)
EBT	2.000.000
Pajak	(400.000)
EAT	1.600.000

Berapa besarnya arus kas operasi bersih?

NCF = EBIT (1-Tax) + Depreciation
= 3.000.000 (1-0,2) + 1.000.000
= 3.000.000 (0,8) + 1.000.000
= 3.400.000

Atau

NCF = EAT + Depreciation + (1-Tax) *interest*
= 1.600.000 + 1.000.000 + (1-0,2) 1.000.000
= 2.600.000 + (0,8) 1.000.000
= 3.400.000

contoh

Perusahaan A berencana melakukan penggantian mesin. Mesin lama dibeli 5 thn lalu seharga 15.000.000, umur 15 thn, metode garis lurus tanpa nilai sisa. Mesin baru dibeli seharga 21.000.000, umur 10 thn, metode garis lurus dengan nilai sisa 1.000.000.

Mesin baru berkapasitas lebih besar sehingga butuh tambahan modal kerja 2.000.000. biaya untuk mengoperasikan mesin lama selain penyusutan dan bunga 1.000.000/thn, sedangkan biaya untuk mengoperasikan mesin baru 2.500.000/tahun. Biaya bunga untuk pengadaan mesin lama 500.000/tahun dan biaya bunga untuk pengadaan mesin baru 800.000/tahun. Jika perusahaan menggunakan mesin lama, penjualan yang dihasilkan 5.000.000/tahun, sedangkan dengan mesin baru penjualan menjadi 10.000.000/tahun. Harga jual mesin lama diperkirakan 12.000.000. harga jual mesin baru pada akhir masa pemakaian 2.000.000. tariff pajak perusahaan 20%

• Harga beli mesin baru	21.000.000
• Harga jual mesin lama	(12.000.000)
• Pajak atas laba penjualan mesin lama (12.000.000-10.000.000)	(400.000)
	8.600.000
• Cash flow tambahan modal kerja	2.000.000
• Incremental initial cash flow penggantian mesin	10.600.000

Incremental laporan laba rugi investasi penggantian

Keterangan	L/R Dengan Mesin Baru	L/R Dengan Mesin Lama	ΔL/R
Penjualan	Rp10.000.000	Rp5.000.000	Rp5.000.000
Biaya operasi selain penyusutan dan bunga	(Rp 2.500.000)	(Rp1.000.000)	(Rp1.500.000)
Biaya penyusutan	(Rp 2.000.000)	(Rp1.000.000)	(Rp1.000.000)
EBIT	Rp 5.500.000	Rp3.000.000	Rp2.500.000
Biaya bunga	(Rp 800.000)	(Rp 500.000)	(Rp 300.000)
EBT	Rp 4.700.000	Rp2.500.000	Rp2.200.000
Pajak(20%)	(Rp 940.000)	(Rp 500.000)	(Rp 440.000)
EAT	Rp 3.760.000	Rp2.000.000	Rp1.760.000

$\Delta NCF = \Delta EBIT\ (1\text{-}tax) + \Delta Depreciation$

= Rp2.500.000 (1-0,20) + Rp1.000.000

= Rp2.000.000 + Rp1.000.000

= Rp3.000.000

atau

$\Delta NCF = \Delta EAT + \Delta Depreciation + (1\text{-}\ tax)\Delta Interest$

= Rp1.760.000 + Rp1.000.000 + (1 -0,20)Rp300.000

= Rp2.760.000 + Rp240.000

= Rp3.000.000

3. TERMINAL CASH FLOW (Arus kas pada akhir umur proyek)

Terminal CF adalah arus kas masuk yang terjadi pada akhir masa pengoperasian proyek yang berasal dari nilai sisa penjualan aktiva pada akhir umur proyek dan dari pengembalian modal kerja yang dikeluarkan pada saat proyek mulai di operasikan

• Harga jual nilai sisa mesin baru	2.000.000
• Pajak atas laba penjualan mesin baru (2.000.000-1.000.000) x 20%	(200.000)
	1.800.000
• Modal kerja	2.000.000
• Terminal cash flow	3.800.000

Mengembangkan Business Model yang effektif

Disajikan Oleh

Dr.Samsurijal Hasan MM
(0031126490)

Capaian pembelajaran

- Mampu menjelaskan pentingnya memulai usaha baru
- Menjelaskan tiga pendekatan umum dalam mengidentifikasi peluang
- Mampu mengidentifikasi karakteristik personal yang diperlukan untuk mengindentifikasi peluang bisnis
- Memahami langkah-langkah kreatif dalam mengidentifikasi peluang bisnis
- Mampu memahami langkah-langkah melindungi ide atau peluang bisnis
- Mampu mengaplikasikan metode-metode diatas untuk mengidentifkasi peluang bisnis

Karakteristik individu entrepreneur

Karakteristik yang cenderung membuat sebagian orang lebih baik dalam mengenali peluang daripada yang lain :

PENGALAMAN SEBELUMNYA

FAKTOR KOGNITIF

JEJARING SOSIAL

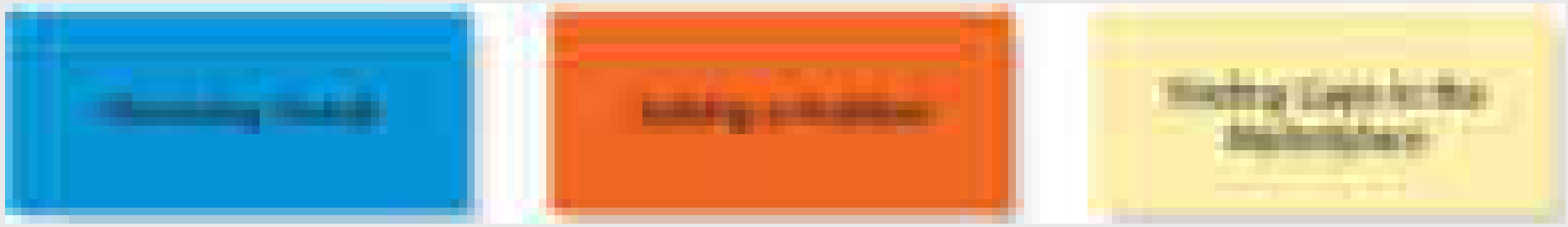
KREATIVITAS

DEFINISI PELUANG

PELUANG (*OPPORTUNITY*)

Suatu keadaan menguntungkan yang menciptakan kebutuhan akan produk baru, layanan baru, atau bisnis baru

CARA MENGIDENTIFIKASI PELUANG



OBSERVASI TRENDS

- **Trends menciptakan peluang bagi *entrepreneurs* untuk mencapainya.**
- **Trends yang paling penting:**
  - Kekuatan ekonomi (*economic forces*)
  - Kekuatan sosial (*social forces*)
  - Kemajuan teknologi (*technological advances*)
  - Politik and perubahan regulasi (*political and regulatory changes*)
- **Sangat penting untuk menyadari adanya perubahan pada area tersebut.**

Pemecahan Masalah

- Terkadang mengidentifikasi peluang hanya sekedar menemukan suatu masalah dan menemukan cara untuk mengatasinya.
- Masalah tersebut dapat ditentukan melalui observasi trend dan melalul cara-cara yang lebih sederhana, seperti intuisi, suatu kebetulan, atau perubahan

Pemecahan Masalah

- **Permasalahan yang dihadapi oleh Amerika Serikat dan negara lain adalah menemukan alternatif dari bahan bakar minyak/fosil.**
- **Banyaknya jumlah *entrepreneurial firms* seperti *solar farm*, telah diluncurkan untuk menyelesaikan permasalahan ini.**

Pemecahan Masalah

- Sebuah gap/kesenjangan di pasar seringkali tercipta ketika suatu produk atau jasa dibutuhkan oleh sekelompok orang tertentu tapi tidak mewakili pasar yang cukup besar untuk menjadi menarik bagi para produsen
- Kesenjangan produk yang terjadi di pasar merupakan peluang bisnis yang potensial

Contoh Kasus :

Pada tahun 2000 Tish Cirovolo menyadari tidak ada gitar yang dibuat khusus untuk perempuan. Untuk mengatasi *gap* tersebut, dia mendirikan Daisy Rock Guitars, sebuah perusahaan yang membuat gitar khusus untuk wanita.

DAISY ROCK GUITARS

Daisy Rock Girl Guitars is a girl-guitar company founded in 2000 by Tish Ciravolo. Daisy Rock Girl Guitars has instruments available in over 26 countries worldwide, and the company is co-owned and distributed by Alfred Music Publishing.

Aplikasi software

- Membuat aplikasi untuk pemasaran produk ritel (spt. Di minimarket sken barkot)
- Membuatkan jasa website
- Membuat aplikasi jual beli
- Membuat program akuntansi
- Kitcen storage and produktion tak (manajemen material bahan olahan)
- Membuat site plan aplikasi pergudangan
- Perencanaan industri makanan dengan komputerisasi untuk proses

MEMILIH IDE BISNIS

Agar Anda dapat dengan teliti melakukan seleksi akhir dari ide bisnis Anda, pertimbangkan salah satu atau lebih langkah berikut:

1. **Pilih ide yang konkret**
2. **Pilih ide yang paling mudah untuk dipasarkan**
3. **Pilih ide yang paling cocok dengan karakter anda**
4. **Pilih ide yang beresiko kecil**
5. **Pilih ide-ide yang dapat bertahan**

Apabila sudah dipilih satu ide bisnis yang terbaik maka langkah selanjutnya adalah analisa SWOT untuk menguji ide bisnis.

Menguji Ide Bisnis

Setelah didapat pemikirian tentang suatu ide bisnis, selanjutnya perlu diujikan dengan analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats)*

STRENGTH (KEKUATAN) : Hal-hal yang mempunyai pengaruh positif terhadap bisnis anda Contoh : lokasi bisnis yang strategis	**WEAKNESS (KELEMAHAN) :** Hal-hal yang tidak terlalu bagus di dalam bisnis anda Contoh : modal terbatas
OPPORTUNITY (PELUANG) : Hal-hal yang ada di masyarakat sekitar, yang mempunyai pengaruh positif terhadap bisnis anda Contoh : Daya beli masyarakat meningkat	**THREATS (ANCAMAN):** Hal-hal yang ada di masyarakat sekitar, yang mempunyai pengaruh negatif terhadap bisnis anda Contoh : Pajak penjualan meningkat

CONTOH ANALISA SWOT

ANALISA SWOT TOKO KUE "XYZ"

STRENGTH (KEKUATAN) : 1. Pengalaman dan keterampilan dalam membuat dan menjual kue 2. Pengetahuan mengenai jaringan pemasaran kue di daerah tersebut 3. Lokasi bisnis yang strategis	**WEAKNESS (KELEMAHAN) :** 1. Tidak memiliki modal yang cukup 2. Tidak memiliki kemampuan manajemen keuangan yang baik
OPPORTUNITY (PELUANG) : 1. Belum terdapat toko kue lain di daerah tersebut 2. Meningkatnya daya beli masyarakat terhadap kue 3. Harga bahan baku kue di lokasi kami murah	**THREATS (ANCAMAN):** 1. Pajak usaha meningkat 2. Impor kue dari China semakin banyak dan harganya sangat murah

TEKNIK DALAM MENCIPTAKAN IDE BARU

BRAINSTORMING

FOCUS GROUP

LIBRARY AND INTERNET RESEARCH

TEKNIK LAINNYA DALAM MENCIPTAKAN IDE BARU

4. ***Pemanfaatan Customer*** : Beberapa perusahaan menyiapkan dewan penasihat *customer* yang bertemu secara teratur untuk mendiskusikan kebutuhan, keinginan, dan masalah yang dapat memunculkan ide baru

5. ***Day-In-The-Life Research*** : Sejenis penelitian antropologi, dimana karyawan dari sebuah perusahaan menghabiskan waktunya dengan *customer.*

IDE HARUS DIAMANKAN DAN DILINDUNGI

MELINDUNGI IDE DARI KEHILANGAN ATAU PENCURIAN

- **Langkah 1**
  - Ide harus disimpan dalam bentuk yang berwujud seperti *physical idea logbook* atau di komputer, kemudian berikan tanggal kapan pertama kali ide tersebut disimpan.
- **Langkah 2**
  - Ide harus diamankan. Ini terlihat seperti langkah yang biasa, namun seringkali diabaikan.
- **Langkah 3**
  - Hindari membuat pengungkapan ide secara sengaja atau sukarela, hal ini dapat menyebabkan hilangnya kesempatan untuk mengklaim hak ekslusif atas ide tersebut.

Hak Cipta

- **Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.**

Hak Merek

- **Hak** atas **Merek** adalah **hak** ekslusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik **Merek** yang terdaftar dalam Daftar Umum **Merek** untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri **Merek** tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

Hak Paten

- **Paten** adalah **hak** eksklusif inventor atas invensi di bidang teknologi untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri atau memberikan persetujuan kepada pihak lain untuk melaksanakan invensinya.

Daftar Hak Kekayaan Intelektual Indonesia & Perbedaanya

Manajemen Keuangan

Disusun Oleh

Dr.Samsurijal Hasan MM
(0031126490)

INTRODUCTION TO FINANCE MANAGEMENT

- Manajemen keuangan adalah bidang manajemen fungsional perusahaan yang berhubungan dengan pengambilan keputusan investasi jangka panjang, keputusan pendanaan jangka panjang, dan pengelolaan modal kerja perusahaan yang meliputi investasi dan pendanaan jangka pendek.
- Manajemen keuangan menjawab 3 pertanyaan
  - Investasi jangka panjang apa yang akan dilakukan perusahaan
  - Darimana sumber dana jangka panjang diperoleh untuk membiayai investasi?
  - Bagaimana perusahaan mengelola kegiatan keuangan
- Mengapa Keuangan perlu di *manage* ?
  - Pengambilan keputusan
  - Pengelolaan SD secara tepat

➡ Untuk mencapai tujuan perusahaan

Keputusan- Keputusan keuangan

- Keputusan investasi ➡ aktiva riil yang harus di beli
  - Investasi jangka pendek : melibatkan aktiva lancar
  - Investasi jangka panjang : melibatkan aktiva tetap

  Investasi pada akun riil dapat berupa :
  - Intangible assets. Contoh: hak paten, hak cipta, merk, dll
  - Tangible assets. Contoh: mesin, gedung, peralatan, dll
- Keputusan pendanaan ➡ asal dana untuk membeli aktiva
  - Dana pinjaman. Contoh: utang bank dan obligasi
  - Modal sendiri. Contoh: saham dan laba ditahan
- Keputusan dividen

Keputusan Manajemen keuangan

1. Keputusan penganggaran modal (capital budgeting)

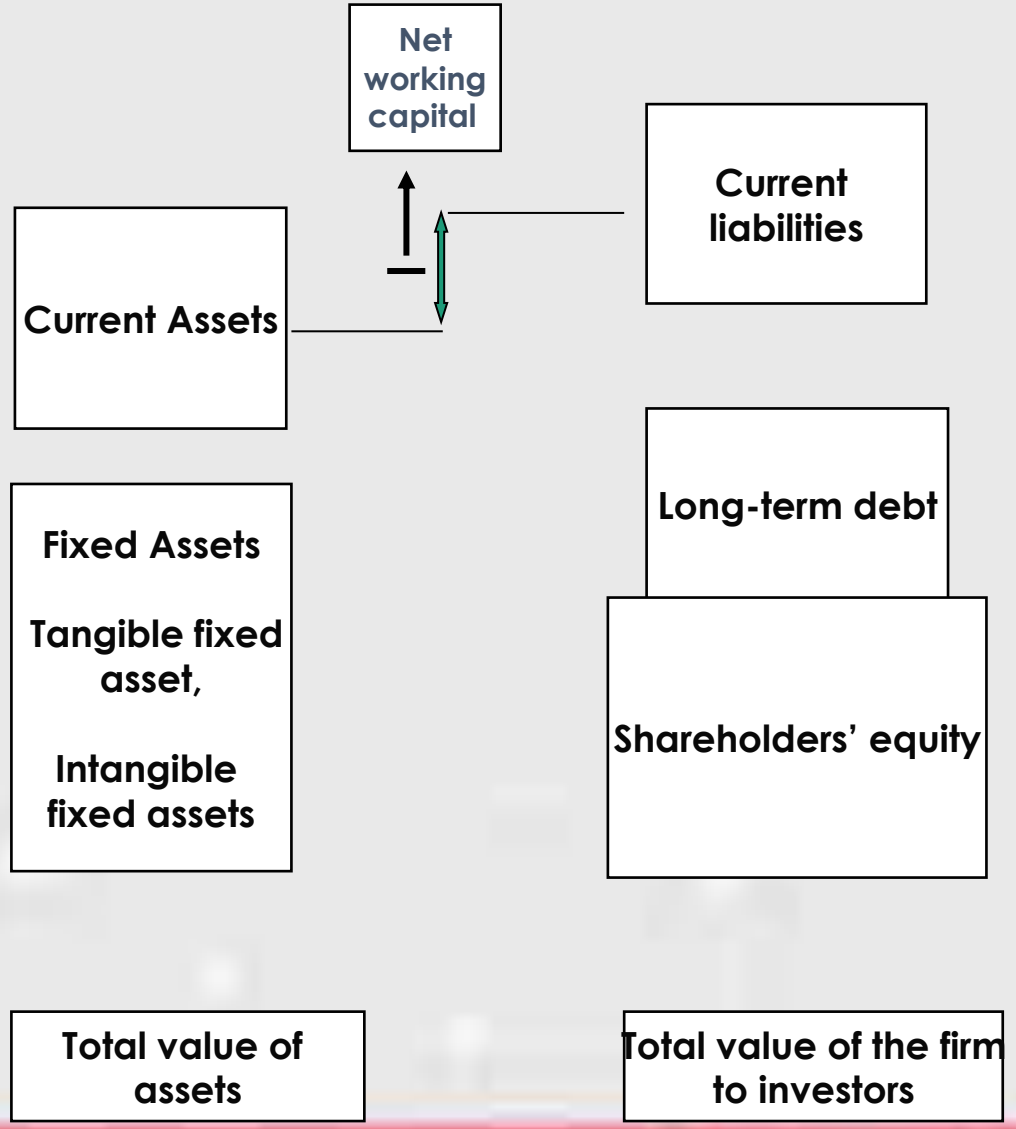
yakni proses perencanaan dan pengelolaan investasi jangka panjang sebuah perusahaan

2. Keputusan struktur modal (capital structure)

Kombinasi utang dan ekuitas yang dimiliki perusahaan

3. Modal kerja (working capital)

Aset dan kewajiban lancar yang dimiliki perusahaan



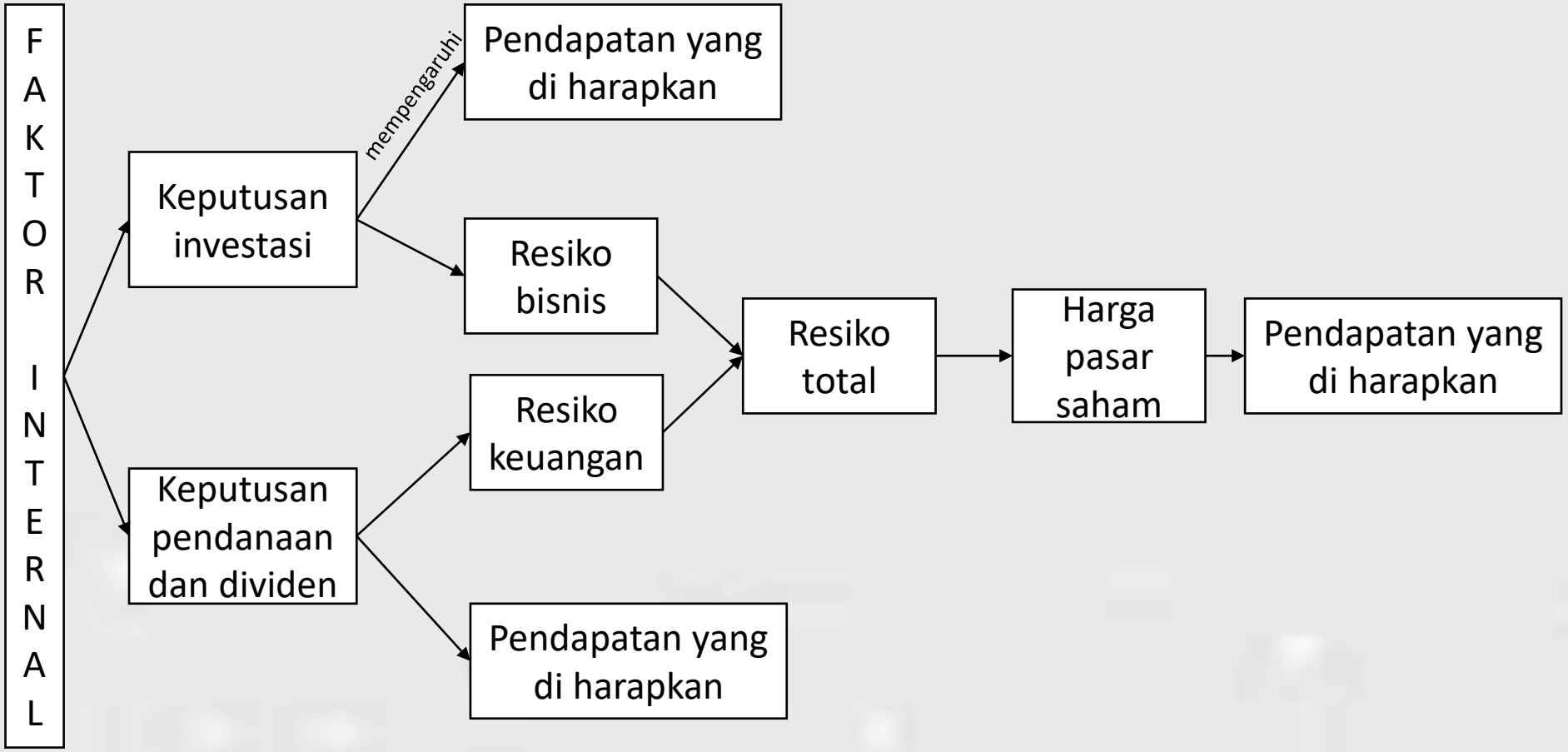
Tujuan perusahaan

➡ Memaksimalkan nilai perusahaan

- memaksimalkan laba tidak memerhatikan dimensi waktu atau berorientasi jangka pendek
- Laba mempunyai pengertian ganda (laba operasi, laba kotor, laba bersih, dll)
- Memaksimalkan laba tidak/kurang memperhatikan tanggungjawab social
- Memaksimalkan laba tidak memperhatikan factor resiko

- Memaksimumkan nilai perusahaan atau kekayaan pemegang saham, dan bagi perusahaan yang telah *go public* tercermin pada harga pasar saham.
  - Memperhatikan tanggungjawab sosial.
  - Mempertimbangkan risiko.
  - Berorientasi jangka panjang
  - Berorientasi pada arus kas daripada laba

Hubungan fungsi keuangan dengan tujuan perusahaan



Prinsip-prinsip keuangan

- **Prinsip self interest behavior**
  - Orang akan memilih tindakan yang memberikan keuntungan yang terbaik
- **Prinsip risk aversion**
  - Orang akan memilih alternative dengan rasio keuntungan (return) yang tinggi, dengan resiko yang rendah
- **Prinsip diversification**
  - Diversifikasi itu menguntungkan karena dapag meningkatkan return dan menurunkan resiko
- **Prinsip incremental benefit**
  - Semua keputusan harus didasarkan pada selisih antara nilai dengan alternative dan nilai tanpa alternatif
- **Prinsip signaling**
  - Setiap tindakan mengandung informasi
- **Prinsip capital market efficiency**
  - Pasar modal yang mecerminkan seluruh informasi yang ada
- **Prinsip risk return trade off**
  - High risk, high return
- **Prinsip time value of money**
  - Konsep nilai waktu uang

Pentingnya analisis LK

Bagi pihak manajemen

untuk mengevaluasi kinerja perusahaan, kompensasi, pengembangan karier

Bagi pemegang saham

untuk mengetahui kinerja perusahaan, pendapatan, keamanan investasi.

Bagi kreditor

untuk mengetahui kemampuan perusahaan melunasi utang beserta bunganya.

Bagi pemerintah

pajak, persetujuan untuk go public.

Bagi karyawan

Penghasilan yang memadai, kualitas hidup, keamanan kerja

Laporan Keuangan

- Terdiri atas
  - **Neraca:** menunjukkan posisi keuangan (aktiva, utang dan modal) pada saat tertentu.
  - **Laporan laba rugi:** menunjukkan penjualan, biaya dan laba yang terjadi selama satu periode.
  - **Laporan saldo laba:** menunjukkan perubahan laba ditahan selama periode tertentu.
  - **Laporan arus kas:** Menujukkan arus kas selama periode tertentu.
  - **Catatan atas laporan keuangan:** berisi rincian neraca dan laporan laba rugi, kebijakan akuntansi, dan lain sebagainya.

Perbedaan nilai buku dengan nilai pasar

- Nilai buku : nilai perolehan
- Nilai pasar : nilai yang berlaku dipasar
- Agio : selisih harga nominal saham dengan harga pasar saham

Analisi Rasio Keuangan

Jenis rasio keuangan:

- **Liquidity ratios**

mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek.

- **Leverage / Solvability ratios**

menunjukkan seberapa besar perusahaan dibelanjai dengan utang.

- **Activity ratios**

menunjukkan tingkat efisiensi dan efektivitas pengunaan aktiva perusahaan

- **Profitability ratios**

Mengukur kemepuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan penjualan, aktiva, dan modal perusahaan

- **Market value ratios**

menilai saham perusahaan yang telah go public

LIQUIDITY RATIO

1. CURRENT RATIO

mengukur kemampuan membayar kewajiban jk pendek dengan aktiva lancar yang dimiliki

Ratio > 1 , maka perusahaan tidak memiliki kesulitan likuiditas

Ratio < 1, maka perusahaan sedang mengalami kesulitan dalam melunasi utang

$$\textbf{Current ratio} = \frac{\textit{current assets}}{\textit{current liabilities}}$$

2. ACID TEST RATIO/QUICK RATIO

mengukur kemampuan membayar kewajiban jk pendek dengan aktiva lancar tanpa persediaan

Semakin tinggi rasio, maka semakin likuid

$$\textbf{Quick ratio} = \frac{\textit{current assets} - \textit{inventory}}{\textit{current liabilities}}$$

3. CASH RATIO

Digunakan untuk mengukur kemampuan kas dan surat berharga jangka pendek yang dimiliki perusahaan untuk menutup utang lancar

- Semakin tinggi rasionya, kondisi keuangan perusahaan semakin baik

$$\textbf{Cash ratio} = \frac{\textit{cash} + \textit{marketable securities}}{\textit{current liabilities}}$$

4. WORKING CAPITAL

mengukur kemampuan modal kerja netto yang berputar pada suatu periode siklus kas perusahaan

- Apabila hasilnya negative, maka perusahaan tidak mampu membayar utang jangka pendeknya

Working capital =

Current asset – current liabilitiea

LEVERAGE RATIO

1. DEBT RATIO

mengukur proporsi dana yang bersumber dari utang untuk membiayai aktiva perusahaan

- Semakin besar rasio, maka resiko keuangan perusahaan meningkat

$$\textbf{Debt ratio} = \frac{total\ debt}{total\ assets}$$

2. TIME INTEREST EARNED RATIO

mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar beban tetap berupa bunga dengan menggunakan EBIT

- Semakin besar rasio, maka kemampuan perusahaan dalam membayar Bunga semakin baik

$$\textbf{Time interest earned ratio} = \frac{EBIT}{Interest}$$

3. LONGTERM DEBT TO EQUITY

mengukur besar kecilnya penggunaan utang jangka panjang dibandingkan dengan modal sendiri perusahaan

- Semakin besar rasio, maka resiko keuangan perusahaan meningkat

$$\textbf{Longterm debt to equity ratio} = \frac{longterm\ debt}{equity}$$

4. DEBT TO TANGIBLE NET WORTH

membuat keputusan tentang berapa banyak yang dapat dipinjamkan dengan menghilangkan semua asset tak berwujud

$$\textbf{Debt to tangible net worth ratio} = \frac{total\ liabilities}{stockholder's\ equity - intangible\ assets}$$

ACTIVITY RATIO

1. DAYS SALES IN RECEIVABLE

menghitung berapa lama waktu yang digunakan untuk piutang bisa tertagih

- Semakin kecil maka semakin baik

$$\text{DSR} = \frac{\textit{Gross receivables}}{\frac{\textit{net sales}}{365}}$$

2. AR TURNOVER

mengukur kemampuan perusahaan dalam mengelola dana yang tertanam dalam piutang yang berputar

- Semakin cepat perputarannya, semakin cepat piutang aan dapat tertagih

$$\text{AR Turnover} = \frac{\textit{Net sales}}{\textit{Average gross receivable}}$$

3. AR TURNOVER IN DAYS

menghitung perputaran piutang dalam 1 hari

- Semakin cepat perputarannya, semakin cepat piutang aan dapat tertagih

$$\text{AR Turnover in days} = \frac{\textit{Average gross receivable}}{\frac{\textit{net sales}}{365}}$$

4. DAYS SALES IN INVENTORY

menghitung berapa lama waktu yang digunakan untuk menjual kembali atau berapa lama dana tertanam di inventory barang jadi

- Semakin lama barang berada digudang, maka semakin lambat barang berputar

$$\text{Days sales in inventory} = \frac{\textit{ending inventory}}{\frac{\textit{COGS}}{365}}$$

5. INVENTORY TURNOVER

menghitung perputaran persediaan dalam 1 periode

- Semakin cepat perputarannya, semakin efisien pemanfaatan asset perusahaan berupa persediaan

$$\text{Inventory Turnover} = \frac{COGS}{average\ inventory}$$

$$\text{Average inventory} = \frac{beginning\ inventory + ending\ inventory}{2}$$

6. INVENTORY TURNOVER IN DAYS

menghitung perputaran persediaan tiap hari (berapa besar persediaan dibeli dan dijual tiap harinya)

- Semakin lama barang berada digudang, maka semakin lambat barang berputar

$$\textbf{Inventory Turnover in days} = \frac{Average\ Inventory}{\frac{COGS}{365}}$$

7. OPERATING CYCLE

waktu yang dibutuhkan dari awal proses produksi sampai dengan penjualan, munculnya piutang sampai pengumpulan kas dari barang yang dijual

- Semakin tinggi Days of operating cycle, maka jumlah modal kerja perusahaan untuk kebutuhan operasi semakin tinggi

OC = AR Turnover in days – Inventory Turnover in days

PROFITABILITY RATIO

1. RETURN ON ASSETS (ROA)

kemampuan perusahaan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan EAT

- Semakin besar ROA, maka semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan

$$\text{ROA} = \frac{Earning\ after\ Tax}{Total\ assets}$$

2. RETURN ON EQUITY (ROE)

kemampuan perusahaan untuk menghasilkan EAT dengan menggunakan modal sendiri

- Semakin besar ROE, maka semakin efisien penggunaan modal sendiri

$$\text{ROA} = \frac{Earning\ after\ Tax}{Total\ equity}$$

3. NET PROFIT MARGIN (NPM)

Mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan penjualan yang di capai perusahaan

- Semakin tinggi rasio maka semakin efisien seluruh bagian perusahaan

$$\text{NPM} = \frac{EAT}{Sales}$$

4. OPERATING PROFIT MARGIN

Mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan penjualan yang dicapai perusahaan

- Semakin tinggi rasio maka semakin efisien perusahaan dalam menjalankan operasinya

$$\text{OPM} = \frac{EBIT}{Sales}$$

5. GROSS PROFIT MARGIN

Mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba kotor dengan menggunakan penjualan yang di capai perusahaan

- Semakin tinggi rasio maka semakin efisien seluruh bagian perusahaan

$$\text{GPM} = \frac{\textit{Gross Profit}}{\textit{Sales}}$$

6. TOTAL ASSET TURNOVER

Mengukur kemampuan dana yang tertanam dalam keseluruhan aktiva yang berputar pada suatu periode atau kemampuan modal yang diinvestasikan untuk menghasilkan pendapatan

$$\text{TAT} = \frac{\textit{Net Sales}}{\textit{Average Total Assets}}$$

MARKET VALUE RATIO

1. PRICE EARNING RATIO

Mengukur pertumbuhan perusahaan dimasa depan yang tercermin pada harga saham yang bersedia dibayar investor

- Semakin tinggi rasio menunjukkan bahwa investor memiliki harapan baik pada perusahaan

$$\textbf{PER} = \frac{\textit{Market price per share}}{\textit{EPS}}$$

2. DIVIDEND YIELD

Mengukur seberapa besar tingkat keuntungan berupa dividend yang mampu dihasilkan dari investasi pada saham

- Semakin tinggi rasio, maka semakin besar dividen yang mampu dihasilkan dengan investasi tersebut

$$\textbf{Dividend Yield} = \frac{\textit{Dividend per share}}{\textit{Market price per share}}$$

3. DIVIDEND PAYOUT RATIO

Mengukur berapa besar bagian laba bersih setelah pajak ysng dibayarkan sebagai dividen

- Semakin tinggi rasio menunjukkan semakin sedikit bagian laba yang ditahan untuk membelanjai investasi perusahaan

$$\textbf{DPR} = \frac{\textit{Dividend}}{\textit{EAT}}$$

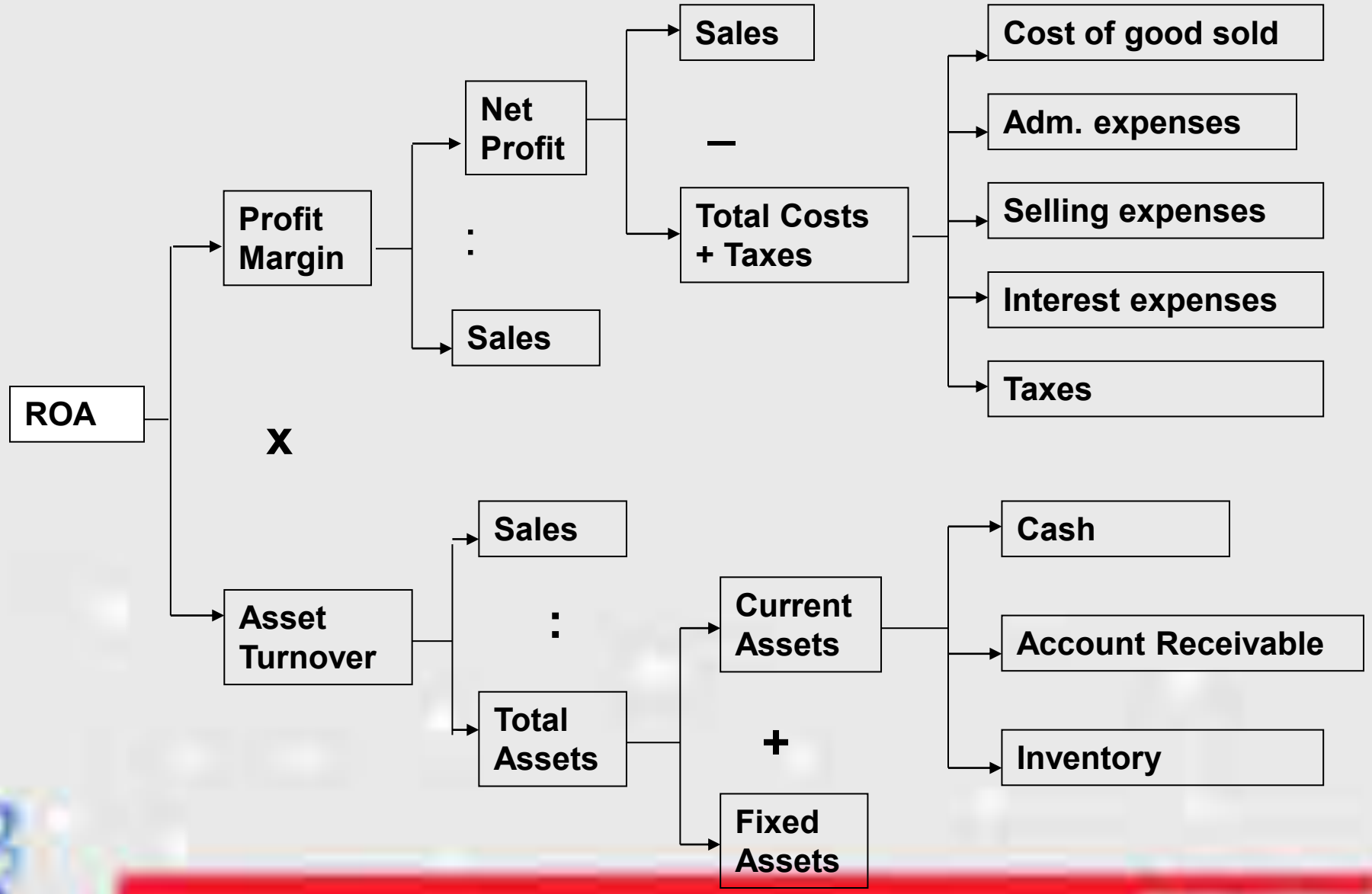
4. MARKET TO BOOK RATIO

Mengukur penilaian pasar keuangan terhadap manajemen dan organisasi perusahaan sebagai *going concern*

- Apabila nilai pasar lebih tinggi daripada nilai buku, maka semakin efisien perusahaan beroperasi

$$\textbf{Market to book ratio} = \frac{\textit{Market price per share}}{\textit{Book Value per share}}$$

DuPont Chart



Keterangan DuPont Chart

- DuPont memperlihatkan bagaimana perputaran aktiva dan margin dikombinasikan untuk menentukan ROE.
- Secara matematis dapat dirumuskan dalam DuPont Equation

$$ROA = NPM \times TAT$$

jika ROA dikalikan Rasio Total Asset to Equity, maka akan menghasilkan **ROE**

$$ROE = \frac{Net\ Income}{Total\ Assets} \times \frac{Total\ Assets}{Total\ Equity}$$

Atau

$$ROE = NPM \times TAT \times \text{Equity Multiplier}$$

NPM memperlihatkan pengawasan pada biaya

TAT memperlihatkan efektivitas penggunaan aktiva

Equity Multiplier memperlihatkan efektivitas penggunaan utang

PT. COBA COBA
Neraca
Per 31 Desember 20xx

Aktiva	2009	2008	Passiva	2009	2008
Kas	1.000	1.100	Utang dagang	1.200	600
Sekuritas	0	500	Utang wesel	2.000	1.200
Piutang	7.000	6.300	Upah terutang	200	200
Persediaan	6.000	4.300	Pajak terutang	2.600	2.400
Total Aktiva lancar	14.000	12.200	Total utang lancar	6.000	4.400
Aktiva tetap			Utang jangka panjang	16.000	11.600
Tanah dan Gedung	36.000	29.400	Modal sendiri		
Depresiasi	10.000	(8.000)	Saham biasa (1jt lembar @3.000)	3.000	3.000
Aktiva tetap bersih	26.000	21.400	Agio	1.800	1.800
			Laba ditahan	13.200	12.800
			Total modal sendiri	18.000	17.600
Total Aktiva	40.000	33.600	Total passiva	40.000	33.600

PT. COBA COBA Laporan L/R Per 31 Desember 20xx		
keterangan	2009	2008
Penjualan bersih	60.000	57.000
Biaya-biaya:		
Tenaga kerja dan Bahan baku	50.880	48.260
Depresiasi	2.000	1.800
Penjualan	640	600
Administrasi umum	1.160	1.060
Total biaya	54.680	51.720
Laba bersih sebelum bunga dan pajak	5.320	5.280
Biaya bunga	1.320	940
Laba bersih sebelum pajak	4.000	4.340
Pajak	1.600	1.740
Laba bersih setelah pajak	2.400	2.600
Pembagian laba bersih		
Dividen saham biasa	1.600	1.800
Laba ditahan	800	800