Modul Kewirausahaan
Bio-slurry

Proyek Penghimpunan dan Penyebarluasan Informasi serta Pengetahuan Ramah Lingkungan untuk Tenaga Kerja Pertanian Teritegrasi yang Berkelanjutan di Indonesia (GADING)

KONSORSIUM HIVOS
2016

MODUL KEWIRAUSAHAAN *BIO-SLURRY*

Kontributor:
Konsorsium Hivos
World Education Indonesia

Diterbitkan dalam rangka penyebarluasan informasi tentang potensi pengembangan usaha ampas biogas *(Bio-slurry)* bagi para penerima manfaat Program GADING yang dilaksanakan oleh Konsorsium Hivos dan didukung oleh MCA-Indonesia dalam Program Kemakmuran Hijau

Gathering and dissemination of information and green knowledge for a sustainable integrated farming workforce in Indonesia (GADING)

Proyek Penghimpunan dan Penyebarluasan Informasi serta Pengetahuan Ramah Lingkungan untuk Tenaga Kerja Pertanian Teritegrasi yang Berkelanjutan di Indonesia (GADING)

Desember 2016

KATA PENGANTAR

Kemampuan berwirausaha oleh petani merupakan salah satu target dari Proyek GADING. Petani maupun penerima manfaat lainnya dibekali pengetahuan bertani secara berkelanjutan dengan memanfaatkan ampas biogas (*bio-slurry*) dan tanaman air berptotein tinggi *Lemna* sp. Materi mengenai *bio-slurry* dan *Lemna* sp. juga telah dikemas oleh Konsorsium Hivos dalam beberapa modul pelatihan sebelum "Modul Kewirausahaan *Bio-slurry*" ini diterbitkan.

Penerima manfaat dipandu untuk menjadikan *bio-slurry*, Lemna, dan kegiatan turunannya menjadi sebuah bisnis. Harapannya, penerima manfaat dapat meningkatkan taraf hidup melalui kemampuan bisnisnya. Adapun kegiatan usaha turunan yang dimaksud meliputi budidaya cacing, pembuatan pakan ternak, budidaya ikan, usaha susu sapi, dan sebagainya.

Konsorsium Hivos (Hivos, Yayasan Rumah Energi dan *Wageningen University and Research*) menyusun modul ini bersama dengan World Education Indonesia dan didukung oleh *Millennium Challenge Account – Indonesia (MCA-I)* dalam Program Kemakmuran Hijau. Proyek Kemakmuran Hijau mendukung target nasional untuk mengurangi emisi gas-gas rumah kaca dan mendorong pengembangan energi terbarukan melalui pengembangan model yang inovatif dan holistik dalam pengelolaan sumber daya alam dan energi terbarukan demi meningkatkan kegiatan produktif yang rendah karbon dan pertumbuhan ekonomi masyarakat.

Penulis berharap para fasilitator dapat memanfaatkan modul ini dengan baik dan para manfaat makin berkapasitas dalam berbisnis.

Desember 2016
Konsorsium Hivos

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

BAGIAN I
Kewirausahaan

Pengantar

Kewirausahaan berasal dari kata dasar "wira" dan "usaha". Kata "wira" berarti berani, mulia, jantan, atau pahlawan. Sedangkan "usaha" berarti kegiatan yang mengerahkan segenap tenaga dan pikiran untuk mencapai maksud tertentu. Kata "usaha" juga berarti pekerjaan, perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya. Dalam hal ini, pengertian "usaha" yang lebih tepat adalah daya upaya dalam menjalankan bisnis. Maka, dapat dipahami bahwa "kewirausahaan" adalah hal-hal yang terkait dengan daya upaya seseorang atau lembaga yang berani menjalankan bisnis untuk mencapai tujuan tertentu. Sementara bisnis sendiri adalah upaya meningkatkan nilai dan manfaat sumber daya yang dikelola.

Pada hakikatnya, semua orang adalah wirausahawan yang mampu berdiri sendiri menjalankan usaha dan pekerjaan guna mencapai tujuan pribadi, keluarga, masyarakat, dan negara. Namun, beberapa orang malah bergantung pada orang atau kelompok lain. Padahal, sifat kemandirian, keberanian, dan kepercayaan diri adalah dasar dari wirausahawan.

Wirausahawan akan selalu berusaha sekuat tenaga agar lebih banyak orang yang dapat menikmati manfaat dari apa yang diusahakan. Wirausahawan menitikberatkan upayanya pada pemberian manfaat, bukan pengumpulan keuntungan atau harta benda sebanyak-banyaknya. Wirausaha yang menitikberatkan pada pengumpulan keuntungan sebanyak-banyaknya akan menumbuhkan jiwa keserakahan yang akhirnya memunculkan tindakan penipuan atau korupsi.

Secara sederhana, ciri wirausahawan digambarkan sebagai titik tengah antara ciri seorang nelayan dan ciri seorang tukang batu. Seorang nelayan mendapatkan imbalan tidak tentu dengan cara pergi ke laut dengan dasar perhitungan peredaran ikan di laut. Sedangkan seorang tukang batu mendapat imbalan yang sudah pasti dari hasil kerja yang diperintahkan oleh mandornya. Seorang nelayan berani mengambil risiko untuk mendapatkan imbalan yang besar, sebaliknya seorang tukang batu sama sekali tidak berani mengambil risiko.

Dari ilustrasi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa untuk memperoleh kesuksesan dalam usaha, wirausahawan harus mempunyai kemampuan:

- melihat dan menilai peluang usaha serta berani membuat keputusan yang tepat dan berani menanggung risiko;
- kreatif dan inovatif memanfaatkan sumber daya yang dibutuhkan untuk mendapatkan manfaat;
- melakukan tindakan yang tepat untuk memastikan kesuksesan;
- menghadapi ketidakpastian pada dinamika pasar dan memprediksi serta menyikapi perubahan pasar.

Kemampuan-kemampuan tersebut harus terus diasah melalui tindakan yang terus menerus sehingga akan membentuk karakter wirausaha. Kesesuaian antara potensi yang terus diasah dengan peluang yang ada merupakan kunci utama pengembangan kewirausahaan. Beberapa contoh wirausaha yaitu pembuat kerajinan tangan, pembuat kerajinan kayu, pembuat tempe, dan sebagainya.

Tujuan

- Peserta memahami pengertian, prinsip, dan ciri kewirausahaan serta kemampuan yang dibutuhkan wirausahawan.
- Peserta mampu menerjemahkan mimpinya menjadi sebuah visi atau tujuan yang ingin dicapai dan mampu menjelaskan jiwa wirausaha yang menjadi kunci pengembangan dan keberhasilan usaha.
- Peserta dapat menemukan dan mengembangkan potensi yang berkaitan dengan keberadaan biogas sekaligus mencari dan memanfaatkan kesempatan usaha yang ada.

Bahasan

- Pengertian dasar kewirausahaan, wirausaha, dan wirausahawan;
- Prinsip, ciri, dan kemampuan yang dibutuhkan wirausahawan;
- Di persimpangan mimpi, ambisi, dan visi.

Waktu

- Dua jam pelatihan dibagi menjadi tiga proses: pengantar selama 40 menit, diskusi kelompok selama 60 menit, dan perumusan selama 20 menit.

Metode

- Ceramah motivasi.
- Curah pendapat dan diskusi kelompok terfokus (*focus group discussion/* FGD).
- Simulasi dan praktik bermain peran.

Alat dan Bahan

- Alat tulis kantor: kertas plano, spidol besar permanen, metaplan, lakban.
- *Hand out* dan lembar simulasi tentang wirausaha.

Proses

Pengantar

- Fasilitator membuka proses belajar dengan menjelaskan tema dan tujuan mempelajari kewirausahaan.
- Fasilitator memancing peserta untuk berpendapat tentang kewirausahaan. Fasilitator bercerita tentang seorang pengelana yang kehausan di gurun pasir dan menemukan mesin pompa air dengan pesan khusus. Dari cerita tersebut fasilitator menulis beberapa kata kunci tentang kewirausahaan seperti “berani mengambil risiko” dan “mampu memberi manfaat untuk orang lain” pada lembar *metaplan*.
- Fasilitator mengilustrasikan sifat wirausahawan yang merupakan titik tengah dari sifat seorang nelayan dan seorang tukang batu. Melalui proses curah pendapat yang terbuka, fasilitator membantu merumuskan pendapat peserta tentang sifat-sifat wirausahawan.

Diskusi dan Presentasi

- Berdasarkan rumusan sifat atau ciri wirausahawan, fasilitator meminta peserta untuk membahas lebih mendalam tentang prinsip-prinsip dan kemampuan yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan untuk meraih keberhasilan usaha.
- Diskusi prinsip dan kemampuan wirausahawan dilakukan dalam kelompok kecil beranggotakan 5 - 6 orang.
- Setelah diskusi selesai, fasilitator meminta setiap wakil kelompok mempresentasikan hasil diskusi secara bergantian. Selama presentasi, fasilitator menjaga kedinamisan suasana belajar dengan terus membangun proses tanya jawab yang terarah.

Perumusan

- Fasilitator mengaitkan keberadaan unit biogas dan potensi untuk mengembangkannya menjadi sebuah usaha. Melalui proses curah pendapat yang terbuka, fasilitator meminta peserta untuk merumuskan kondisi yang ingin diciptakan setelah mereka berhasil mengembangkan biogas agar tingkat kehidupannya dapat naik lebih tinggi lagi.
- Fasilitator mengajak peserta untuk membangun mimpi dan menstrukturkan ambisi menjadi visi dan misi seseorang dan/atau kelompok.

LAMPIRAN

Cerita Motivasi

Air dan Pompa

Seorang pria tersesat di gurun pasir. Ia hampir mati kehausan. Setelah berjalan jauh, ia akhirnya tiba di sebuah rumah kosong.

Di depan rumah tua tanpa jendela dan hampir roboh itu terdapat sebuah pompa air. Ia segera menuju pompa itu dan mulai memompa sekuat tenaga. Namun, tidak ada air yang keluar.

Di sebelah pompa itu, ada kendi kecil dengan mulut yang tertutup gabus dan tertempel kertas dengan tulisan, “Sahabat, pompa ini harus dipancing dengan air dulu. Setelah Anda mendapatkan airnya, jangan lupa mengisi kendi ini lagi sebelum Anda pergi.”

Pria itu mencabut gabus tersebut dan ternyata kendi itu penuh berisi air.

“Apakah air ini harus dipergunakan untuk memancing pompa? Bagaimana jika tidak berhasil? Tidak ada air lagi. Bukankah lebih aman saya minum airnya dulu daripada nanti mati kehausan kalau ternyata pompanya tidak berfungsi? Untuk apa menuangkannya ke pompa karatan hanya karena instruksi di atas kertas kumal yang belum tentu benar?” begitu pikirnya.

Untung suara hatinya mengatakan bahwa ia harus mencoba mengikuti nasehat yang tertera di kertas itu, sekali pun berisiko. Ia menuangkan seluruh isi kendi itu ke dalam pompa yang karatan itu dan dengan sekuat tenaga memompanya.

Benar! Air keluar dengan melimpah. Pria itu minum sepuasnya.

Setelah istirahat memulihkan tenaga, ia melanjutkan kembali perjalanannya. Sebelum meninggalkan tempat itu, ia mengisi kendi itu sampai penuh, menutupkan kembali gabusnya dan menambahkan beberapa kata di bawah instruksi pesan itu:

"Saya telah melakukannya dan berhasil. ***Engkau harus mengorbankan semuanya terlebih dahulu sebelum bisa menerima kembali secara melimpah***. PERCAYALAH! Inilah kebenaran hukum alam."

Bahan Bacaan

Tabel 1. Prinsip dan Kemampuan Wirausahawan

No.	Prinsip	Kemampuan
1.	**Percaya Diri**	• Melakukan sesuatu dengan yakin dan optimis akan mendapat hasil. • Menentukan jenis usaha yang didasari dengan pembacaan peluang dan pertimbangan yang tepat. • Melakukan tindakan yang tepat untuk memastikan kesuksesan. • .....
2.	**Keberanian**	• Mengambil keputusan secara mandiri. • Mengelola risiko dan menyukai tantangan. • Mengendalikan diri dalam setiap situasi. • Mengelola stres atau tekanan. • .....
3.	**Ambisi**	• Berusaha untuk selalu maju dan meraih mimpi. • Memiliki pendirian yang teguh dan banyak berpikir ke tujuan. • .....
4.	**Pekerja Keras**	• Menyukai dan menikmati pekerjaan sehingga tidak banyak mengeluh. • Memiliki kemauan kuat serta mempunyai energi yang besar sehingga dapat menangani beberapa aktivitas. • Bekerja sama dengan pihak lain atau bekerja dalam tim/ kelompok. • .....
5.	**Motivasi**	• Selalu ingin belajar dan terus berinovasi mencari cara terbaik. • Berkreasi untuk memanfaatkan sumber daya yang dibutuhkan untuk mendapatkan manfaat. • .....
6.	**Terbuka**	• Berpikir positif dan terbuka terhadap kritik. • Berkomunikasi dengan baik dan selalu bersikap ramah pada semua orang. • .....
7.	**Cermat**	• Melihat dan menilai peluang usaha secara jeli. • Mendelegasikan tugas dan percaya pada orang lain. • Mengelola uang dan waktu dengan baik dan seimbang. • Menghadapi ketidakpastian pada dinamika pasar dan memprediksi serta menyikapi perubahan pasar. • .....

BAGIAN II
Wirausaha Bagi Perempuan

Pengantar

Perdebatan soal potensi laki-laki dan perempuan menjadi wirausahawan sering mengemuka. Sebagian menganggap laki-laki lebih berpotensi karena cenderung mempunyai perilaku bisnis yang lebih kuat ketimbang perempuan. Alasan mereka, laki-laki lebih berani menanggung risiko, lebih kreatif, dan berpikir terbuka. Namun, tidak sedikit pula yang menganggap perempuan lebih kuat jiwa bisnisnya dibanding laki-laki. Para perempuan bekerja lebih keras dan tekun, mempunyai motivasi tinggi, lebih cermat dalam memperhitungkan sesuatu, dan lebih pandai bergaul serta berkomunikasi.

Perdebatan di atas menggambarkan bahwa perempuan mempunyai hak dan kesempatan yang sama untuk menjadi wirausahawan. Meskipun selama ini perilaku usaha diidentikkan dengan dunia kerja laki-laki, kaum perempuan terbukti lebih banyak menjadi wirausahawan dibanding laki-laki. Bukti yang dapat dilihat secara umum adalah peran perempuan dalam aktivitas perdagangan di pasar tradisional. Berdasarkan kenyataan ini, perempuan layak diberi peluang untuk berperan dalam pengembangan agrobisnis (Departemen Pertanian, 2001).

Kelebihan alami dan pengalaman perempuan dalam mengurus kehidupan sehari-hari merupakan modal yang kuat untuk menjadi wirausahawan. Kaum perempuan hanya memerlukan kemampuan melihat peluang dan berani membuat keputusan dengan risiko yang harus ditanggung. Kemampuan perempuan dalam berkreasi dan berinovasi untuk memanfaatkan sumberdaya alam perlu diberi ruang untuk dijadikan usaha yang bisa meningkatkan penghasilan dan taraf hidupnya. Kreativitas dan kuatnya motivasi perempuan dalam mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari merupakan modal utama dalam proses penciptaan dan penyediaan produk tertentu.

Kemampuan lain seorang wirausahawan adalah keandalan dalam menghadapi ketidakpastian pasar sekaligus kemampuan menyikapi dan memprediksi perubahan pasar. Kemampuan membaca iklim pasar—istilah yang dipakai para pelaku usaha dalam memandang dinamika kondisi pasar—adalah faktor utama keberhasilan usaha. Dalam hal ini, kaum perempuan punya pengalaman nyata yang dialami setiap hari. Perempuan lebih dekat dengan pasar dan mampu memahami perubahan kondisi pasar. Atas dasar ini, anggapan bahwa kaum perempuan mempunyai perilaku bisnis lebih kuat ketimbang laki-laki adalah anggapan yang bisa dipertanggungjawabkan.

Tujuan

- Peserta memahami bahwa kewirausahaan tak hanya dibentuk oleh bakat dan pengalaman, tetapi juga proses pembelajaran.
- Peserta mampu menganalisis kemampuan wirausaha laki-laki dan perempuan sehingga mampu membangun kesempatan yang adil dalam pengembangan usaha.
- Peserta, khususnya kaum perempuan, dapat termotivasi untuk mengembangkan diri dalam membangun sebuah usaha.

Bahasan

- Kemampuan wirausaha.
- Analisis kewirausahaan bagi laki-laki dan perempuan.
- Perempuan berwirausaha: motivasi, daya dorong, dan daya hambat.

Waktu

- Tiga jam pelatihan yang dibagi menjadi tiga proses: pengantar selama 20 menit, diskusi kelompok selama 150 menit, dan perumusan selama 10 menit.

Metode

- Curah pendapat dan diskusi kelompok terfokus (*focus group discussion/* FGD).
- Simulasi analisis jiwa wirausaha.
- Analisis akses, kontrol, dan keuntungan (Analisis Harvard).

Alat dan Bahan

- Alat tulis kantor (ATK), kertas plano, spidol besar permanen, *metaplan*, lakban.

Proses

Pengantar

- Fasilitator membuka proses belajar dengan mengajukan pertanyaan "mana yang lebih mempunyai kesempatan menjadi wirausaha antara laki-laki dan perempuan untuk meningkatkan pendapatan keluarga".
- Fasilitator harus cermat merespon jawaban peserta untuk dicari alasan yang rasional dan merupakan fakta dalam kehidupan sehari-hari. Rumuskan dan tulis jawaban peserta dalam kertas *metaplan*.
- Sesuai rumusan pendapat peserta, fasilitator mengungkap kembali kemampuan yang harus dimiliki seorang wirausaha (hasil rumusan sesi sebelumnya).

Diskusi dan Presentasi

1. **Analisis potensi perempuan**
   - Berdasarkan rumusan kemampuan wirausaha, fasilitator meminta peserta diskusi dalam kelompok untuk membahas kebiasaan, kesempatan, dan potensi laki-laki dan perempuan dalam pengembangan kemampuan wirausaha sebagai upaya peningkatan pendapatan keluarga.
   - Fasilitator mengakomodasi diskusi dengan metode membuat diagram balok yang menggambarkan kesempatan, kebiasaan, dan pengalaman laki-laki dan perempuan yang berkaitan dengan potensi pengembangan usaha.

Tabel 2. Analisis Potensi Laki-laki dan Peremuan
(Berdasarkan Kesempatan, Kebiasaan, dan Pengalaman) dalam Mengembangkan Kemampuan Berwirausaha

No	Kesempatan dan Kebiasaan	Potensi Pengembangan Kemampuan Wirausaha							
1	Mempunyai waktu luang	Laki-laki							
		Perempuan							
2	Mempunyai relasi dengan pihak lain kaitan dengan dunia usaha	Laki-laki							
		Perempuan							
3	Sering berkelompok atau menjadi anggota organisasi sosial	Laki-laki							
		Perempuan							
4	Mempunyai ketrampilan hidup yang bisa dikembangkan menjadi usaha	Laki-laki							
		Perempuan							
5	Berbelanja untuk keperluan keluarga	Laki-laki							
		Perempuan							
6	Mengelola uang (mengatur pemasukan dan pengeluaran)	Laki-laki							
		Perempuan							
7	Interval pergi ke pasar dan bertemu pedagang	Laki-laki							
		Perempuan							
8	Kebiasaan dalam proses tawar menawar harga	Laki-laki							
		Perempuan							
9	Mencukupi kebutuhan/keinginan sesuai selera	Laki-laki							
		Perempuan							

- Setelah diskusi selesai, fasilitator meminta setiap wakil kelompok mempresentasikan hasil diskusi secara bergantian. Selama presentasi, fasilitator menjaga kedinamisan suasana belajar dengan terus membangun proses tanya jawab yang mengarah.

1. **Analisis akses, kontrol, dan keuntungan**
   - Fasilitator menjelaskan penggunaan metode diskusi analisis akses, kontrol, dan keuntungan yang berkaitan dengan proses membangun kesadaran dan motivasi usaha bagi kaum perempuan.
   - Fasilitator mengajak diskusi terbuka dengan peserta untuk membahas pengertian dasar jender. Fasilitator mengajukan pertanyaan pada peserta: apa itu jender? Apa perbedaan jender dengan jenis kelamin? Mengapa peran perempuan dalam setiap kegiatan usaha perlu dipertimbangkan?
   - Fasilitator mencermati dan mencatat jawaban peserta yang mengarah pada pengertian mendasar pada kertas *metaplan* kemudian menempelkannya pada papan tulis untuk merumuskan jawaban-jawaban peserta tersebut.
   - Berdasarkan rumusan pentingnya peran perempuan dalam pengembangan usaha, fasilitator mengajak peserta untuk membahas atau menganalisis akses, kontrol, dan keuntungan kaum perempuan dan laki-laki. Untuk mempermudah proses diskusi, fasilitator memberikan contoh kasus "Pengembangan Usaha Berbasis *Bio-slurry*"
   - Fasilitator mengajukan pertanyaan sebagai berikut.
     1. Sumber daya manusia apa saja yang dibutuhkan dalam pengembangan usaha berbasis *Bio-slurry*?
     2. Siapa yang memiliki akses terhadap hal tersebut (perempuan atau laki-laki)?
     3. Siapa yang memiliki kontrol akan hal tersebut (perempuan atau laki-laki)?
     4. Keuntungan-keuntungan apa yang akan muncul dari kegiatan *bioslurry* dan produk ikutannya?
   - Masukkan jawaban-jawaban peserta ke dalam tabel di bawah ini.

Tabel 3. Tabel Analisis Akses dan Kontrol

	Akses		Kontrol	
	Perempuan	Laki-laki	Perempuan	Laki-laki
Sumber Daya				
Tanah				
Ternak				
Kandang				
Uang				
Peralatan				
Pelatihan				
.....				
Keuntungan				
Pendapatan Sampingan				
Kepemilikan Aset				
Kekuasaan/Prestise				
Pendidikan				
.....				

- Untuk mendapatkan lebih banyak jawaban dan meningkatkan partisipasi peserta, fasilitator dapat meminta peserta untuk membentuk kelompok diskusi dan melakukan identifikasi hal-hal di atas dengan mendapat arahan dan contoh dari fasilitator terlebih dahulu.
- Fasilitator meminta peserta untuk mempresentasikan hasil diskusi.
- Fasilitator mengajak peserta membuat kesimpulan bersama mengenai materi yang sedang dibahas.

Perumusan

- Fasilitator mengajak peserta merumuskan kemampuan-kemampuan yang perlu dikembangkan oleh kaum perempuan agar menjadi wirausaha yang andal.

BAGIAN III
Potret Potensi

Pengantar

Saat ini, pengembangan usaha produktif berbasis aset merupakan pendekatan yang banyak digunakan. Pendekatan ini percaya bila seseorang atau komunitas menemukan potensi yang dimiliki, berarti mereka telah mampu menemukan kekuatannya. Apabila kekuatan tersebut disatukan, upaya-upaya yang mereka lakukan akan lebih produktif. Pengembangan usaha produktif berbasis aset lebih banyak berpikir positif dan terus berusaha mencari peluang untuk berkembang.

Pada dasarnya, setiap orang atau komunitas mempunyai potensi yang dapat dikembangkan. Persoalannya, tidak semua orang atau komunitas mampu melihat potensi dan menggalinya menjadi aset perikehidupannya. Mayoritas orang atau komunitas malah sering melihat keterbatasan yang dimiliki atau masalah yang sedang dihadapi. Ketidakmampuan melihat potensi lebih banyak disebabkan oleh faktor perilaku yang sering tidak menghargai apa yang telah dimiliki. Meskipun ilmu pengetahuan juga besar pengaruhnya, mental menyerah sebelum bertanding dan cara berpikir negatif yang lebih banyak melihat kekurangan menjadi faktor utama.

Dalam menjalankan dan mengembangkan sebuah usaha, jiwa wirausaha menjadi modal utama. Hal ini berkaitan dengan salah satu ciri jiwa wirausaha yaitu jeli menemukan potensi dan memanfaatkan peluang usaha. Oleh karena itu, kemampuan menggali potensi secara jeli merupakan langkah awal menjalankan usaha. Hal yang ada di sekitar atau kejadian di waktu tertentu perlu dicermati dan dianalisis secara teliti untuk menentukannya sebagai kelompok potensi yang mungkin dapat dikembangkan.

Aset didefinisikan sebagai sesuatu yang berharga dan dapat digunakan untuk meningkatkan harkat dan kesejahteraan seseorang atau komunitas. Dalam kehidupan masyarakat, potensi dikelompokkan dalam lima aset perikehidupan: (1) aset personal/ sumberdaya manusia, (2) aset sosial, (3) sumberdaya alam, (4) aset finansial, dan (5) aset fisik. Pengelompokan ini dilakukan untuk mempermudah proses analisis potensi sekaligus untuk penyadaran bahwa modal usaha bukan sekadar uang. Pemetaan dan pengkajian aset perikehidupan ini menjadi salah satu acuan untuk proses menetapkan potensi yang akan dikembangkan menjadi modal usaha.

Hasil pemetaan dan kajian keberadaan lima aset yang dinilai berpotensi dalam pengembangan usaha selanjutnya dikaitkan dengan faktor internal dan faktor eksternal pengembangan usaha. Faktor internal meliputi pelaku (modal sumber daya manusia), uang (modal finansial), dan sarana (modal fisik). Sedangkan faktor luar meliputi pemasok (modal sumber daya alam atau sosial), pelanggan (modal sosial), pesaing (modal sosial), lingkungan makro, dan lingkungan publik (modal fisik).

Keterkaitan antara aset perikehidupan dengan potensi pengembangan usaha merupakan bahan pertimbangan dalam menentukan strategi usaha. Untuk menguji nilai potensi secara mendalam, seorang wirausahawan biasanya menganalisis kondisi faktor internal dan eksternal ini dengan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Treat*) atau KEKEPAN (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman). Proses analisis ini perlu dilakukan agar

keputusan melakukan usaha membuka peluang keberhasilan yang luas dan mengurangi risiko kegagalan.

Tujuan

- Peserta memahami keterkaitan lima aset perikehidupan dengan faktor internal dan faktor eksternal pengembangan usaha.
- Peserta mampu "memotret" dan memetakan lima aset perikehidupan yang dapat dikembangkan menjadi modal usaha.
- Peserta mampu melihat dan menganalisis potensi yang dimiliki *Bio-slurry* dan mampu menetapkan peluang usaha melalui proses analisis SWOT.

Bahasan

- Faktor internal dan eksternal pengembangan usaha.
- Lima modal perikehidupan dan modal usaha.
- Analisis SWOT.

Waktu

- Dua jam pelatihan yang dibagi menjadi tiga proses: pengantar selama 40 menit, diskusi kelompok dan presentasi selama 60 menit, dan perumusan selama 20 menit.

Metode

- Ceramah motivasi/ cerita hikmah.
- Curah pendapat dan diskusi kelompok terfokus (*focus group discussion/* FGD).
- Analisis SWOT.

Alat dan Bahan

- Alat tulis kantor (ATK), kertas plano, spidol besar permanen, *metaplan*, lakban.
- Bahan tertulis berjudul "Potensi *Bio-slurry*"

Proses

Pengantar

- Fasilitator membuka proses belajar dengan menjelaskan tema dan menjelaskan tujuan mempelajari potret potensi diri.
- Untuk memancing pengertian peserta tentang potensi diri, fasilitator bercerita tentang katak dan keong. Kemudian, fasilitator mengajak diskusi peserta tentang hikmah dari cerita tersebut. Selama proses diskusi, fasilitator menulis beberapa kata kunci di kertas *metaplan*, seperti "*di balik kelemahan ada kekuatan,*" dan *"Tuhan menciptakan keseimbangan dan kemanfaatan*."
- Fasilitator menjelaskan berbagai modal yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan usaha. Untuk mempermudah pemahaman lima modal perikehidupan , fasilitator memberikan ilustrasi seperti jumlah jari di tangan: (1) ibu jari sebagai gambaran modal SDM, (2) telunjuk sebagai modal SDA, (3) jari tengah sebagai modal sosial, (4) jari manis sebagai modal finansial, dan (5) jari kelingking sebagai gambaran modal fisik.

- Berdasarkan rumusan lima modal perikehidupan, fasilitator meminta peserta untuk mengidentifikasi hal-hal di sekitar yang dapat dimasukkan ke dalam lima modal perikehidupan tersebut.

Diskusi dan Presentasi

- Sebelum meminta peserta untuk melakukan diskusi kelompok, fasilitator menjelaskan proses pengembangan usaha dengan faktor internal dan eksternal serta bagaimana menilai kondisi faktor usaha tersebut dengan metode SWOT.
- Dari hasil pengelompokan lima modal tersebut, fasilitator meminta peserta diskusi dalam kelompok untuk menilai modal mana saja yang bisa digunakan untuk pengembangan usaha dan dimasukkan ke dalam faktor internal dan eksternal usaha.

Tabel 4. Analisis Aset Perikehidupan dan Modal Usaha

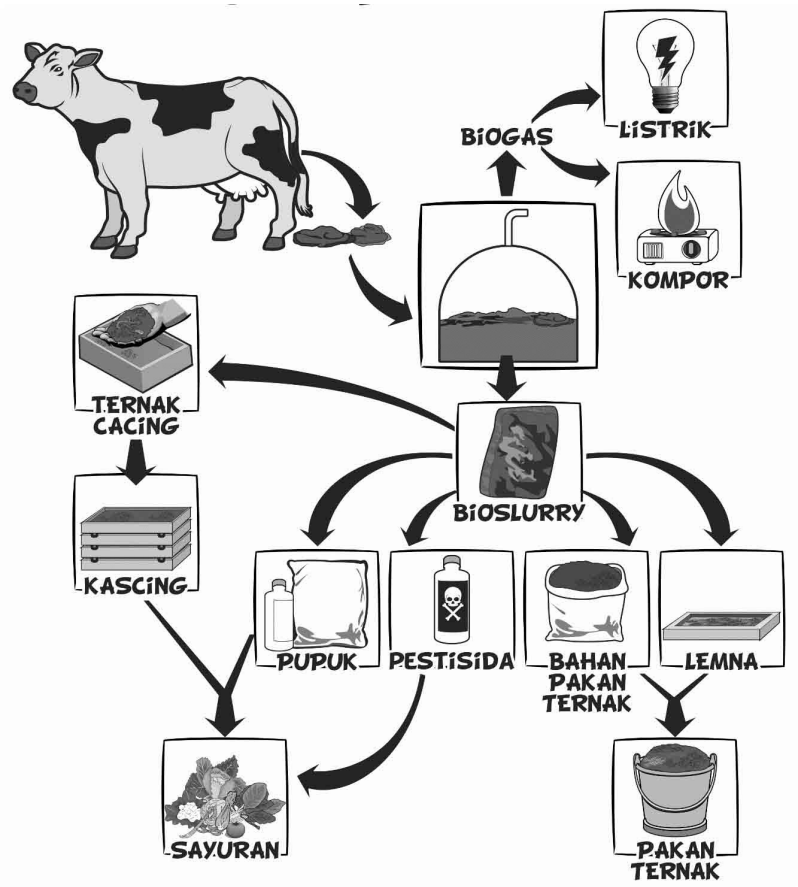
Aset Perikehidupan	Aset yang ada	Faktor Internal	Faktor Eksternal
• Sumberdaya Manusia			
• Sumberdaya Alam			
• Sosial			
• Fisik			
• Finansial			

- Peserta kemudian diminta untuk menganalisis kondisi faktor usaha dengan metode SWOT secara sederhana.
- Setelah diskusi selesai, fasilitator meminta setiap wakil kelompok mempresentasikan hasil diskusi secara bergantian. Selama presentasi, fasilitator menjaga kedinamisan suasana belajar dengan terus membangun proses tanya jawab yang mengarah.

Perumusan

- Fasilitator mengajak peserta untuk berdiskusi secara terbuka dalam menetapkan strategi usaha berdasarkan analisis SWOT.

BAGIAN IV
Mencermati Potensi *Bio-slurry*



Pengantar

Bio-slurry atau ampas biogas merupakan produk dari hasil pengolahan biogas berbahan kotoran ternak dan air melalui proses dekomposisi tanpa oksigen (anaerobik) di dalam ruang tertutup. *Bio-slurry* berwujud cair cenderung padat; berwarna coklat terang atau hijau dan cenderung gelap; sedikit bahkan tidak mengeluarkan gelembung gas; tidak berbau; serta tidak mengundang serangga. Apabila sudah memadat dan mengering, warna *Bio-slurry* berubah menjadi coklat gelap.

Selain unggul dalam aspek fisik—seperti tekstur yang remah, homogen dan tidak berbau—*Bio-slurry* juga mempunyai unggul dalam aspek kimia dan biologi. *Bio-slurry* yang telah mengalami proses dekomposisi secara sempurna mempunyai kandungan unsur hara (nutrisi) yang lengkap dan lebih tinggi. Menurut beberapa hasil uji laboratorium, rerata kandungan nutrisi *Bio-slurry* adalah sebagai berikut.

Tabel 5. Rerata Kandungan Nutrisi *Bio-slurry*

Jenis Nutrisi	*Bio-slurry* Segar	*Bio-slurry* Padat
• C. Organik	48 - 52 %	15 - 18 %
• Nitrogen (N total)	2,7 - 2,9 %	1,4 - 1,6 %
• Phosphat (P_2O_5)	0,2 - 0,6 %	0,5 - 2,0 %
• Kalium (K_2O)	0,25 - 0,35 %	0,4 - 0,5 %
• C/N Rasio	15 - 21	9 - 10
• Humus	(belum ada data)	10 - 12 %
• pH (keasaman)	7 - 8	7,5 - 8

Selain kandungan unsur hara makro yang lebih tinggi dibanding kompos, *Bio-slurry* juga mengandung unsur hara mikro yang komplet. Seperti pupuk organik lainnya, *Bio-slurry* juga mengandung asam organik seperti asam amino, asam lemak, asam humat dan vitamin. Hormon pertumbuhan seperti auksin dan *sitokinin* juga terdeteksi di ekstrak *Bio-slurry*. Keunggulan lainnya adalah kadar humus yang sangat tinggi mencapai 10 - 12 %.

Dari aspek biologi, *Bio-slurry* tidak mengandung mikroba yang merugikan tanah atau tanaman. *Bio-slurry* justru mengandung beberapa jenis mikroba yang menguntungkan, antara lain:

- mikroba selulitik yang berperan dalam proses dekomposisi bahan organik;
- bakteri penambat nitrogen yang berperan dalam proses penangkapan dan penyediaan unsur nitrogen bagi tanaman;
- bakteri pelarut fosfat yang berperan dalam proses ketersediaan unsur fosfat;
- *Lactobacillus* yang merupakan bakteri penghambat perkembangan penyakit tanaman yang hidup di dalam tanah.

Berdasarkan kandungan *Bio-slurry* tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa *Bio-slurry* memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan kotoran hewan segar atau pupuk kandang biasa.

1. *Bio-slurry* bermanfaat menyuburkan tanah pertanian karena
   - dapat menetralkan tanah yang asam dengan baik;

- dapat menambahkan humus sebanyak 10 - 12 % (Anonymous, 2009) sehingga tanah lebih mampu menyediakan unsur hara dan lebih mampu menyimpan air;
- dapat mendukung aktivitas perkembangan cacing dan mikroba tanah lainnya yang bermanfaat bagi tanaman.

2. Kandungan nutrisi *Bio-slurry* terutama nitrogen (N) lebih tinggi dan lebih mudah diserap tanaman dibanding pupuk kandang/kompos atau kotoran segar.
3. Proses fermentasi kotoran hewan di reaktor biogas mampu membunuh organisme yang menyebabkan penyakit pada tanaman.
4. Kandungan lemak organik dalam *Bio-slurry* dapat mengusir rayap sehingga dapat digunakan untuk melapisi lantai lumbung.

Berdasarkan keunggulan dan kebermanfaatan, *Bio-slurry* sangat potensial untuk dikembangkan menjadi produk dagang atau menjadi bahan baku utama usaha pupuk organik atau makanan ternak.

Tujuan

- Peserta memahami sifat fisik, biologi, dan kimia *Bio-slurry* yang lebih unggul dibanding kotoran hewan atau kompos lainnya.
- Peserta mampu mengetahui keunggulan *Bio-slurry* dan menganalisis keunggulan yang berpotensi dikembangkan menjadi produk dagang atau bahan baku utama produk dagang.
- Peserta mampu menetapkan bahan-bahan campuran yang dapat memperkaya atau meningkatkan keunggulan *Bio-slurry.*

Bahasan

- Sifat fisik, biologi, dan kimia *Bio-slurry.*
- Manfaat *Bio-slurry.*
- Pengayaan dan peningkatan keunggulan *Bio-slurry.*

Waktu

- Dua jam pelatihan yang dibagi menjadi tiga proses: pengantar selama 40 menit, diskusi kelompok dan presentasi selama 60 menit, dan perumusan selama 20 menit.

Metode

- Ceramah.
- Curah pendapat dan diskusi kelompok terfokus (*focus group discussion*/FGD).

Alat dan Bahan

- Alat tulis kantor (ATK), kertas plano, spidol besar permanen, *metaplan*, lakban.
- Bahan tertulis berjudul *"Kandungan Bio-slurry."*

Proses

Pengantar

- Fasilitator membuka proses belajar dengan menjelaskan tema dan tujuan mempelajarri keunggulan *Bio-slurry* yang berkaitan dengan analisis potensi pengembangan usaha.
- Untuk membangun suasana belajar yang santai, fasilitator dapat mengajukan pertanyaan terkait pupuk kandang. Contoh pertanyaan: (1) sebutkan lima nama presiden di Afrika, (2) sebutkan lima negara bagian di Amerika Serikat, dan (3) sebutkan lima kotoran ternak yang dapat diolah menjadi pupuk organik.
- Peserta hanya akan berhasil menjawab pertanyaan ketiga. Hal tersebut menunjukkan bahwa peserta lebih banyak mengetahui kotoran hewan. Namun, fasilitator akan menguji pengetahuan peserta tentang kotoran ternak.
- Melalui proses diskusi curah pendapat secara terbuka, fasilitator mengajak peserta untuk mencermati apa saja kelebihan dan kekurangan *Bio-slurry* yang sebenarnya adalah kotoran ternak.

Diskusi dan Presentasi

- Dari hasil diskusi pencermatan keunggulan *Bio-slurry*, fasilitator meminta peserta berdiskusi secara berkelompok membahas sifat fisik, biologi, dan kimia *Bio-slurry.* Peserta juga diajak berdiskusi tentang manfaat dan pengelolaan *Bio-slurry*.

Tabel 6. Pengelolaan *Bio-slurry*

(Berdasar Kelebihan dan Kekurangan)

Sifat	Kelebihan	Kekurangan	Pengelolaan
• Fisik			
• Kimia			
• Biologi			
• Sifat Lain			

- Setelah diskusi selesai, fasilitator meminta setiap wakil kelompok mempresentasikan hasil diskusi secara bergantian. Selama presentasi, fasilitator menjaga kedinamisan suasana belajar dengan terus membangun proses tanya jawab yang mengarah.

Perumusan

- Fasilitator mengajak peserta merumuskan keunggulan *Bio-slurry* yang dapat dijual atau dikembangkan menjadi produk dagang atau bahan baku utama produk dagang.

BAGIAN V
Profil Produk

Pengantar

Salah satu kunci keberhasilan usaha adalah kemampuan wirausahawan dalam menetapkan profil produk yang akan diperdagangkan. Ciri dan sifat produk harus mampu menarik perhatian sekaligus membangun minat calon konsumen atau mampu mengubah kebutuhan menjadi keinginan.

Konsumen, ketika dihadapkan pada beberapa pilihan produk, akan terlebih dulu mempertimbangkan performa produk dan layanan pemasaran. Kemasan dan merk (*branding*) produk menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan konsumen. Penetapan nama (merk) produk yang dilengkapi dengan desain kemasan yang menarik adalah langkah awal wirausahawan untuk menarik konsumen dan mencari pelanggan.

Selain performa produk dan layanan pemasaran, produk dagang harus mempunyai keunggulan tertentu sehingga mampu bersaing dan memenangkan persaingan dengan produk lain di pasar. Keunggulan produk dikelompokkan menjadi empat.

1. Keunggulan kualitas meliputi keistimewaan produk inti dan keistimewaan produk tambahan; keandalan dan daya tahan produk; kesesuaian dengan spesifikasi dan tingkat keseragaman produk; citra dan reputasi produk; serta daya tarik terhadap panca indra.
2. Keunggulan komperatif meliputi keunikan produk (ciri atau sifat yang tidak dipunyai produk lain); biaya atau ongkos produksi yang rendah sehingga harga produk bersaing dengan produk lain; nilai guna atau manfaat yang tinggi; serta kemampuan mensubtitusi atau menjadi pengganti produk sejenis.
3. Keunggulan distribusi meliputi ketersediaan produk di pasar secara berkelanjutan dengan jumlah sesuai permintaan dan kualitas terjamin; kecepatan layanan dan efisiensi pemasaran; serta penanganan purnajual.
4. Nilai sosial dan lingkungan: produk harus memperhatikan keselamatan manusia dan lingkungan serta produk bebas dari pencemaran.

Dalam menetapkan profil produk, analisis keunggulan produk seperti tersebut di atas harus dilakukan sesuai dengan potensi bahan baku, teknologi, sarana prasarana dan proses produksi. Selain mempertimbangkan faktor internal, wirausahawan juga harus mempertimbangkan faktor eksternal seperti keinginan pelanggan, kondisi pesaing, dan kondisi makro perdagangan. Merk dagang yang memiliki keunggulan akan menjadi citra dari produk tersebut dan akan meningkatkan daya terima pelanggan di masa mendatang.

Tujuan

- Peserta memahami empat keunggulan produk dagang yang menjadi kekuatan daya saing dan kunci kemenangan dalam persaingan pemasaran.
- Peserta mampu menetapkan profil produk yang diperdagangkan dengan keunggulan-keunggulan tertentu.
- Peserta mampu menciptakan produk tertentu dengan bahan baku utama *Bio-slurry* yang mempunyai keunggulan dan daya saing di pasaran.

Bahasan

- Empat keunggulan produk dagang.
- Profil produk dan daya saing.
- Profil produk berbasis *bio-slurry*.

Waktu

- Dua jam pelatihan yang dibagi menjadi tiga proses: pengantar selama 40 menit, diskusi kelompok dan presentasi selama 60 menit, dan perumusan selama 20 menit.

Metode

- Ceramah
- Curah pendapat dan diskusi kelompok terfokus (*focus group discussion*/FGD)

Alat Dan Bahan

- Alat tulis kantor (ATK), kertas plano, spidol besar permanen, *metaplan*, lakban.
- Contoh produk dagang (teh botol, kopi torabika, dan sebagainya)

Proses

Pengantar

- Fasilitator membuka proses belajar dengan menjelaskan tema dan tujuan mempelajari profil produk dalam kaitannya dengan pengembangan usaha.
- Melalui proses diskusi curah pendapat secara terbuka, fasilitator mengajak peserta untuk mengidentifikasi keunggulan produk dagang tertentu yang menyebabkan produk tersebut laris di pasaran. Selama proses diskusi, fasilitator menulis pendapat peserta pada kertas *metaplan*.

Diskusi dan Presentasi

- Dari hasil diskusi identifikasi keunggulan produk dagang, fasilitator meminta peserta berdiskusi secara berkelompok untuk membahas dan menetapkan profil produk berbasis *Bio-slurry*. Rumusan profil produk tersebut dinilai berdasarkan empat keunggulan produk dagang.

Tabel 7. Analisis Keunggulan Produk Berbasis *Bio-slurry*

Unsur Keunggulan	Ciri Keunggulan
• Sifat Fisik Produk	
• Kandungan Produk	
○ Kimia	
○ Biologi	
• Cara penggunaan	
• Manfaat utama	
• Manfaat Tambahan	
• Fungsi Pengganti Produk	
• Perbandingan Harga	
• Kemasan	
• Layanan Pemasaran	
• Keunggulan Lain	

- Setelah diskusi selesai, fasilitator meminta setiap wakil kelompok mempresentasikan hasil diskusi secara bergantian. Selama presentasi, fasilitator menjaga kedinamisan suasana belajar dengan terus membangun proses tanya jawab yang mengarah.

Perumusan

- Fasilitator mengajak peserta merumuskan dan menetapkan aneka profil produk berbasis *Bio-slurry* seperti pupuk organik padat, pupuk organik cair, pembenah tanah, makanan ternak, dan sebagainya.

BAGIAN VI
Survei Pasar dan Konsumen

Pengantar

Survei pasar adalah upaya untuk mendapatkan informasi tentang pelanggan yang akan dituju beserta kebutuan dan keinginannya. Survei pasar biasanya dikaitkan dengan bauran pemasaran yang mempunyai prinsip 4P (*product, price, place, promotion*). Survei ini bertujuan untuk menemukan konsumen atau pelanggan baru dari produk yang dijadikan komoditi penjualan sekaligus juga menemukan selera dan jenis pelayanan yang dikehendaki oleh konsumen.

Survei pasar biasanya juga diikuti dengan survei konsumen. Survei ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan, persepsi, harapan, dan perilaku konsumen yang telah menggunakan produk yang diperdagangkan. Survei konsumen penting dilakukan untuk mendorong konsumen yang telah menggunakan produk menjadi pelanggan.
Dalam melakukan survei pasar, terdapat lima proses yang harus dijalankan.

1. Memahami pasar serta kebutuhan dan keinginan pelanggan.
2. Merancang strategi pemasaran untuk mendapatkan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan sasaran.
3. Membangun program pemasaran yang benar-benar memberi nilai unggul.
4. Membangun hubungan pelanggan yang menguntungkan dan menciptakan kepuasan pelanggan,
5. Menangkap nilai dari pelanggan.

Pertanyaan-pertanyaan kunci dalam survei pasar antara lain:

- Siapa pelanggan produk/jasa yang paling banyak dan potensial?
- Apa yang mendorong konsumen memilih dan membeli produk?
- Seberapa sering konsumen membeli dan berapa rerata volume setiap kali pembelian?
- Bagaimana profil konsumen, dimana konsumen tinggal, dan apa selera produk/jasa yang paling diminati konsumen?
- Bagaimana konsumen mendapatkan produk dan pelayanan apa yang diharapkan?

Pada dasarnya, informasi yang harus dikumpulkan dalam kegiatan survei pasar adalah hal-hal mengenai produk/jasa yang dipasarkan, daya dorong konsumen memilih produk tertentu, kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta keberadaan dan karakteristik pesaing.

Tujuan

- Peserta memahami pengertian dan tujuan survei pasar dan langkah-langkah yang dilakukan sebelum dan sesudah survei.
- Peserta mampu melakukan survei pasar, mulai dari membuat pertanyaan sampai mengolah informasi hasil survei.
- Peserta mampu merumuskan hasil survei pasar menjadi bahan masukan untuk menetapkan strategi pemasaran.

Bahasan

- Pengertian dan tujuan survei pasar.
- Langkah-langkah melakukan survei pasar.
- Pengolahan informasi hasil survei pasar untuk menetapkan strategi pemasaran.

Waktu

- Lima jam pelatihan yang dibagi menjadi tiga proses: pengantar selama 30 menit, praktik survei pasar selama 180 menit, diskusi kelompok dan presentasi selama 60 menit, serta perumusan selama 30 menit.

Metode

- Ceramah dan curah pendapat terbuka.
- Curah pendapat dan diskusi kelompok terfokus (*focus group discussion*/FGD).
- Praktik survei pasar.

Alat dan Bahan

- Alat tulis kantor (ATK), kertas plano, spidol besar permanen, *metaplan*, lakban.
- Contoh kuesioner survei pasar dan survei konsumen.

Proses

Pengantar

- Fasilitator membuka proses belajar dengan menjelaskan tema dan tujuan mempelajari survei pasar dan konsumen yang berkaitan dengan penetapan strategi pemasaran.
- Melalui proses diskusi curah pendapat terbuka, fasilitator mengajak peserta untuk mengidentifikasi perbedaan antara survei pasar dan survei konsumen.
- Dari hasil rumusan perbedaan survei pasar dan konsumen, fasilitator mengajak peserta untuk fokus dalam survei pasar karena peserta belum memasarkan produk. Selanjutnya, fasilitator menjelaskan langkah-langkah dalam melakukan survei pasar.

Diskusi dan Presentasi

- Berdasarkan rumusan langkah-langkah survei pasar, fasilitator meminta peserta untuk merencanakan kegiatan survei.
- Langkah perencanaan survei meliputi menetapkan pasar dan pedagang yang akan disurvei; membuat daftar pertanyaan; menetapkan hal-hal yang harus diamati; serta menetapkan momen dan benda yang harus difoto.

Tabel 8. Contoh Kuisioner Survei Pasar

No.	Pertanyaan	Jawaban / Fakta
1.	Produk apa yang paling laku?	
2.	Siapa pembeli atau pelanggan produk?	
3.	Berapa perkiraan penjualan per bulan?	
4.	Mengapa konsumen memilih produk ini?	
5.	Berapa banyak konsumen setiap kali membeli?	
6.	Apa keunggulan produk ini?	
7.	Bagaimana harga produk ini dibanding produk lain?	
8.	Bagaimana distribusi atau ketersediaan produk di pasaran?	
9.	Pelayanan apa yang diberikan?	
10.	Bagaimana cara promosi?	
11.	Adakah produk lain sebagai pesaing?	
12.	Catatan lain	

Catatan: responden survey pasar ini adalah distributor, pengecer, dan pengguna dengan jumlah setidaknya masing-masing tiga orang setiap levelnya.

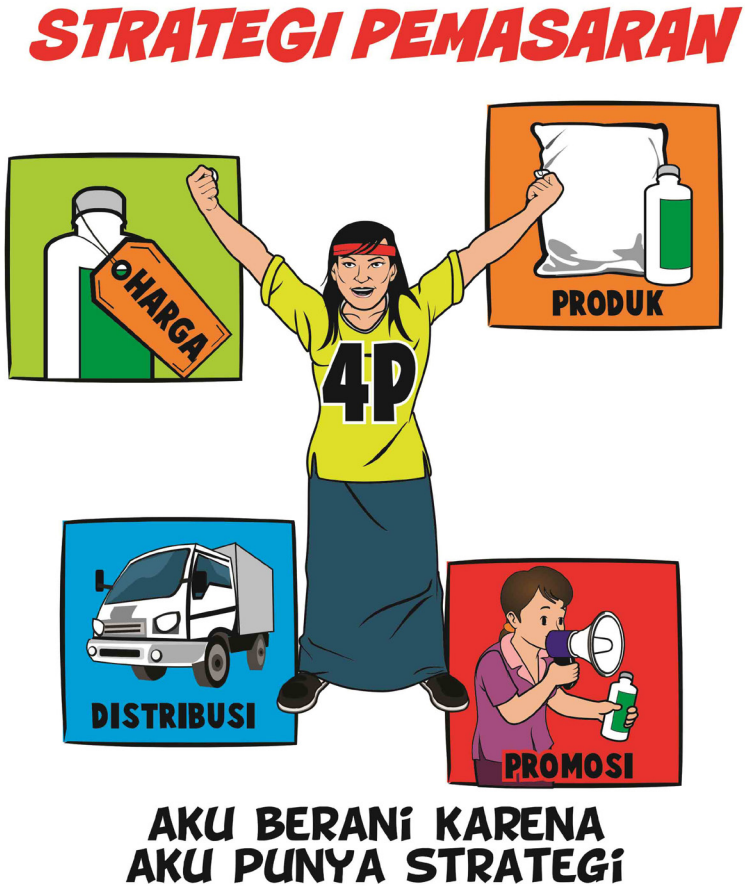
Praktik Survei Pasar

- Fasilitator mengajak dan mendampingi peserta untuk melakukan survei pasar dan secara aktif memberikan pertanyaan kunci selama survei agar peserta dapat menangkap hal-hal yang penting selain informasi dari hasil wawancara. Fasilitator menekankan pada peserta untuk tidak membaca pertanyaan, tetapi berdialog secara bebas dengan pedagang selama wawancara.
- Setelah survei, fasilitator mengajak peserta untuk membahas dan mengolah informasi yang didapatkan untuk dirumuskan menjadi bahan pertimbangan dalam menetapkan strategi pemasaran.
- Setelah diskusi selesai, fasilitator meminta setiap wakil kelompok mempresentasikan hasil diskusi secara bergantian. Selama presentasi, fasilitator menjaga kedinamisan suasana belajar dengan terus membangun proses tanya jawab yang mengarah.

Perumusan

- Fasilitator mengajak peserta merumuskan hal-hal yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan strategi pemasaran.

BAGIAN VII
Strategi Pemasaran



Pengantar

Pemasaran bukan sekadar menawarkan dan menjual produk yang dihasilkan ke konsumen. Pemasaran adalah proses menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat untuk menangkap kembali nilai dari pelanggan. Sedangkan strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan cara sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya. Dengan demikian, strategi pemasaran mengandung pengertian pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, dan alokasi pemasaran dalam keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan.

Pengambilan keputusan strategi pemasaran dipengaruhi oleh faktor mikro—seperti perantara pemasaran, pemasok, pesaing dan masyarakat—serta faktor makro—seperti demografi, ekonomi, politik, hukum, teknologi, fisik, sosial dan budaya. Secara sederhana, pengambilan keputusan strategi pemasaran didasarkan pada bauran pemasaran yang mempunyai prinsip 4P (*product, price, place, promotion*).

1. *Product*/produk: menetapkan profil produk atau barang yang akan dijual melalui langkah-langkah sebagai berikut:
   - menetapkan jenis barang yang akan dijual;
   - menentukan bentuk produk yang diminati konsumen;
   - mengetahui produk tersebut dijual dan diberi harga dengan cara yang sama atau tidak dan hal-hal yang disukai atau tidak disukai oleh pelanggan mengenai barang tersebut;
   - mengetahui jenis bahan baku yang berkualitas dan harga yang rendah;
   - menetapkan jumlah produksi dalam satuan waktu tertentu;
   - memperbaiki kualitas produk;
   - membuat penampilan produk terlihat lebih menarik.
2. *Price*/harga: menetapkan harga yang terjangkau untuk memperoleh keuntungan optimal melalui langkah-langkah sebagai berikut:
   - menetapkan harga produk (harga umum dan harga khusus);
   - menghitung persentase keuntungan dengan biaya produksi;
   - menilai alasan pelanggan membeli suatu produk yang sejenis berdasarkan harga atau manfaat;
   - menentukan perubahan harga pada waktu tertentu.
3. *Place*/lokasi: menemukan cara terbaik untuk menyalurkan produk ke pasar atau pelanggan melalui langkah-langkah sebagai berikut:
   - mengetahui lokasi pasar dan pelanggan;
   - menetapkan orang yang sebaiknya menjual produk dan melakukan tawar menawar dengan pembeli;
   - menentukan pola penjualan grosir pada pedagang borongan dan perantara serta pola penjualan eceran pada konsumen (pengguna);
   - menjual produk di lokasi khusus (stan);
   - menyalurkan produk ke pasar dan pelanggan;
   - menentukan jenis transportasi dan menghitung biaya transportasi;
   - menentukan sistem pergudangan produk.
4. *Promotion*/promosi: menciptakan cara-cara tertentu untuk membujuk orang agar membeli produk dan menjadi pelangan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

- memasang iklan;
- mengedepankan sikap melayani;
- memberi sampel untuk dicoba;
- membuat kondisi toko secara khusus sebagai penjual produk;
- menciptakan pesan-pesan tentang produk atau suatu citra yang akan selalu mudah diingat pelanggan.

Keempat prinsip pemasaran tersebut di atas harus dianalisis secara rinci untuk memutuskan strategi pemasaran.

Tujuan

- Peserta memahami perbedaan antara penjualan dan pemasaran.
- Peserta mampu menganalisis dan memutuskan bauran pemasaran (4P) sebagai bahan untuk menetapkan strategi pemasaran.
- Peserta mampu merumuskan strategi pemasaran untuk produk yang berbasis *Bio-slurry*.

Bahasan

- Perbedaan penjualan dan pemasaran.
- Prinsip bauran pemasaran (*product, price, place, promotion).*
- Strategi pemasaran.

Waktu

- Tiga jam pelatihan yang dibagi menjadi tiga proses: pengantar selama 40 menit, diskusi kelompok dan presentasi selama 90 menit, serta perumusan selama 50 menit.

Metode

- Ceramah dan curah pendapat terbuka
- Diskusi kelompok terfokus (*focus group discussion*/FGD) dan presentasi

Alat dan Bahan

- Alat tulis kantor (ATK), kertas plano, spidol besar permanen, *metaplan*, lakban.
- Lembar informasi berjudul “Bauran Pemasaran”.

Proses

Pengantar

- Fasilitator membuka proses belajar dengan menjelaskan tema dan tujuan mempelajari strategi pemasaran dalam kaitannya dengan penyusunan rencana bisnis.
- Melalui proses diskusi curah pendapat secara terbuka, fasilitator mengajak peserta untuk membahas perbedaan antara penjualan dan pemasaran.
- Dari hasil rumusan perbedaan penjualan dan pemasaran, fasilitator mengajak peserta untuk fokus dalam pemasaran dan selanjutnya fasilitator mengajak peserta untuk membahas langkah-langkah yang harus dilakukan dalam proses pemasaran.

- Fasilitator memperkenalkan prinsip 4P dalam bauran pemasaran sebagai acuan untuk merumuskan strategi pemasaran.

Tabel 9. Penetapan Strategi Pemasaran

Aspek Strategi	Langkah Strategi
Produk	
Harga	
Distribusi	
Promosi	

Diskusi dan Presentasi

- Berdasarkan rumusan langkah-langkah pemasaran dan prinsip 4P bauran pemasaran, fasilitator meminta peserta untuk diskusi membahas hal-hal yang harus dipertimbangkan dalam prinsip pemasaran.
- Setelah diskusi selesai, fasilitator meminta setiap wakil kelompok mempresentasikan hasil diskusi secara bergantian. Selama presentasi, fasilitator menjaga kedinamisan suasana belajar dengan terus membangun proses tanya jawab yang mengarah.

Perumusan

- Fasilitator mengajak peserta merumuskan strategi pemasaran untuk produk berbasis *Bio-slurry.*

BAGIAN VIII
Menghitung Titik Pulang Pokok

Pengantar

Ujung dari usaha adalah imbalan berupa keuntungan dari manfaat yang diberikan pada konsumen atau pelanggan. Meskipun keuntungan usaha diartikan sebagai imbalan dari layanan produk atau jasa, besarnya keuntungan harus diperhitungkan sebelum menjalankan usaha. Setiap modal yang digunakan dalam proses produksi sampai pemasaran harus diperhitungan dalam beban biaya usaha. Biaya diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang—yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi—untuk tujuan tertentu. Pemahaman mengenai biaya penting sekali karena penerapan biaya yang tepat dapat digunakan untuk membantu proses perencanaan, pengendalian, dan pembuatan keputusan ekonomi

Biaya dapat dikelompokan dengan berbagai macam cara. Umumnya, klasifikasi biaya ditentukan oleh aspek dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut. Penggolongan biaya dapat dilakukan berdasarkan objek pengeluaran, fungsi pokok dalam perusahaan, hubungan biaya dengan suatu yang dibiayai, perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, dan biaya berdasarkan jangka waktu manfaatnya. Berdasarkan perilaku, biaya dikelompokkan menjadi:

1. Biaya variabel: biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
2. Biaya semi variabel: biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
3. Biaya *semifixed*: biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.
4. Biaya tetap: biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu.

Menurut Mulyadi (2010) biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengelolaan bahan baku menjadi produk. Sedangkan harga pokok produksi meliputi keseluruhan bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik yang dikeluarkan untuk memproduksi barang atau jasa. Harga pokok produksi terdiri atas tiga komponen utama, yaitu

- bahan baku langsung yang meliputi biaya pembelian bahan, potongan pembelian, biaya angkut pembelian, biaya penyimpanan, dan lain-lain;
- tenaga kerja langsung yang meliputi semua biaya upah karyawan yang terlibat secara langsung dalam proses pembuatan bahan baku menjadi barang jadi atau barang yang siap dijual;
- biaya *overhead* pabrik meliputi semua biaya-biaya diluar dari biaya perolehan biaya bahan baku langsung dan upah langsung.

Cara penentuan harga pokok produksi adalah cara perhitungan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Ada dua pendekatan dalam menghitun unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi: *full costing* dan *variable costing*.

Full costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang menghitung semua unsur biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* yang berperilaku variabel maupun tetap.

Dalam metode *full costing*, *overhead* pabrik—yang berperilaku tetap maupun variabel—dibebankan kepada produk yang diproduksi atas dasar tarif yang telah ditentukan pada kapasitas normal atau atas dasar *overhead* pabrik sesungguhnya. Oleh karena itu, *overhead* pabrik tetap akan melekat pada harga pokok persediaan produk dalam proses dan persediaan produk jadi yang belum laku dijual. *Overhead* pabrik baru dianggap sebagai biaya (unsur harga pokok penjualan) apabila produk jadi tersebut telah terjual.

Variable costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya menghitung biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel. Dalam metode variabel, *overhead* pabrik tetap diperlakukan sebagai *period costs* dan bukan sebagai unsur harga pokok produk sehingga *overhead* pabrik tetap dibebankan sebagai biaya dalam periode terjadinya. Dengan demikian, *overhead* pabrik tetap di dalam metode *variable costing* tidak melekat pada persediaan produk yang belum laku dijual, tetapi langsung dianggap sebagai biaya dalam periode terjadinya.

Selain memahami cara penentuan harga pokok produksi, yang terpenting bagi seorang wirausahawan, adalah mengetahui waktu atau keadaan saat mendapatkan keuntungan dan waktu atau keadaan saat mengalami kerugian. Titik seorang wirausahawan tidak mengalami kerugian atau tidak juga mendapatkan keuntungan disebut Titik Pulang Pokok (TPP). Atau lebih sering juga disebut dengan *Break Event Point* (BEP).

Dalam menghitung Titik Pulang Pokok (TPP), Biaya tetap dan biaya tidak tetap dalam sebuah usaha perlu diketahu sebelumnya. Biaya tetap adalah biaya yang besarnya cenderung tetap sama walaupun volume produksi meningkat. Biaya tetap contohnya adalah gaji karyawan atau tenaga kerja, penyusutan alat-alat, perijinan, promosi, sewa lahan, dan lain-lain. Sedangkan biaya tidak tetap adalah biaya yang besarnya cenderung berubah-ubah mengikuti besarnya volume produksi atau penjualan. Biaya tidak tetap contohnya seperti pembelian bahan baku, biaya transportasi, tenaga harian lepas, dan lain-lain.

Tujuan

- Peserta memahami dan dapat membedakan biaya produksi dan harga pokok produksi untuk menentukan harga pokok produksi.
- Peserta mampu memutuskan harga jual produk dengan memperhitungkan faktor internal (produsen) dan faktor eksternal.
- Peserta memahami pengertian Titik Pulang Pokok dan mampu menghitung Titik Pulang Pokok dari usaha yang direncanakannya.

Bahasan

- Biaya produksi dan harga pokok produsi.
- Penentuan harga pokok produksi (HPP).
- Laba yang diinginkan dan harga jual produk.
- Titik Pulang Pokok Usaha.

Waktu

- Tiga jam pelatihan yang dibagi menjadi tiga proses: pengantar selama 45 menit, diskusi kelompok dan presentasi perhitungan harga jual produk selama 129 menit, serta perumusan selama 15 menit.

Metode

- Ceramah dan curah pendapat terbuka.
- Diskusi kelompok terfokus (*focus group discussion*/FGD) dan presentasi.
- Praktik penetapan harga pokok produksi dan harga jual produk.

Alat dan Bahan

- Alat tulis kantor (ATK), kertas plano, spidol besar permanen, *metaplan*, lakban.
- Belangko perhitungan harga pokok produksi dan harga jual produk.

Proses

Pengantar

- Fasilitator membuka proses belajar dengan menjelaskan tema dan tujuan mempelajari manajemen modal yang berkaitan dengan perhitungan harga pokok produksi dan harga jual produk serta Titik Pulang Pokok.
- Melalui proses diskusi curah pendapat secara terbuka, fasilitator mengajak peserta untuk membahas pengertian biaya produksi dan harga pokok produksi.
- Fasilitator menjelaskan cara menghitung harga pokok produksi, harga jual produk, serta Titik Pulang Pokok. Selanjutnya, fasilitator menjelaskan faktor produksi dan faktor eksternal lainnya yang dipakai sebagai bahan pertimbangan lain.

Diskusi dan Presentasi

- Berdasarkan rumus perhitungan harga pokok produksi dan harga jual produk, fasilitator meminta peserta berdiskusi secara berkelompok untuk membahas dan menghitung biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk dari usaha yang telah dipilih oleh peserta.
- Selanjutnya, fasilitator mengajak peserta untuk mengelompokkan biaya-biaya tersebut ke dalam tiga kelompok yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* untuk menghitung harga pokok produksi. Fasilitator kemudian mengajak peserta menghitung harga jual produk berdasarkan pertimbangan faktor produksi dan faktor eksternal lainnya.
- Setelah diskusi selesai, fasilitator meminta setiap wakil kelompok mempresentasikan hasil diskusi secara bergantian. Selama presentasi, fasilitator menjaga kedinamisan suasana belajar dengan terus membangun proses tanya jawab yang mengarah.
- Setelah semua peserta selesai mempresentasikan hasil kerja kelompoknya, fasilitator mengajak peserta untuk menghitung Titik Pulang Pokok usaha dengan menggunakan contoh salah satu perhitungan milik peserta

Perumusan

- Fasilitator mengajak peserta merumuskan harga jual produk dalam pengertian nilai pertukaran atas manfaat produk bagi konsumen.

Lampiran

Perhitungan Harga Pokok Produksi

Tabel 10. Contoh Perhitungan Harga Pokok Produksi

No.	Jenis Biaya	Volume	Harga per Satuan	Total Biaya
1.	Biaya Bahan baku langsung			
	Slurry padat			
	Batuan tertentu (dolomit, kliserit)			
	Karung plastic, benang, dan sebagainya			
2.	Biaya Tenaga Kerja Langsung			
	Upah tenaga kerja			
	Insentif produksi			
3.	Biaya Pendukung			
	Bangunan pengeringan			
	Mesin Jahit karung (penyusutan)			
	Promosi			
	Listrik			
	Sewa lahan dan sebagainya			
4.	Harga Pokok Produksi			

Cara menghitung Titik Pulang Pokok dalam rupiah

$$\text{Titik Pulang Pokok (dalam rupiah)} = \frac{\text{(biaya tetap)}}{1 - \dfrac{\text{(biaya tidak tetap)}}{\text{(hasil penjualan)}}}$$

Cara menghitung Titik Pulang Pokok dalam unit yang diproduksi

Titik Pulang Pokok (dalam karung/liter/botol)

$$= \frac{\text{(biaya tetap)}}{\text{hasil penjualan}/\text{unit yang diproduksi} - \text{biaya tidak tetap}/\text{unit yang diproduksi}}$$

Contoh Kasus

Om Nandus, seorang petani di Sumba Timur, memiliki sebuah instalasi biogas dengan kapasitas 6 m^3. Selain gas, instalasi tersebut juga menghasilkan *Bio-slurry*. Beliau berencana untuk menjual produk *Bio-slurry* cair kepada rekan-rekan petani yang ada di sekitarnya. Om Nandus berencana memproduksi *Bio-slurry* cair sebanyak 60 liter per minggu. *Bio-slurry* tersebut rencananya akan dikemas dalam botol-botol plastik yang diberi Label "Super Slurry Sumba."

Om Nandus telah melakukan survei pasar akan kebutuhan pupuk cair di sekitarnya dan beliau telah mendata kebutuhan bahan-bahan apa saja yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha produksi pupuk "Super Slurry Sumba" tersebut. Berikut Perhitungan Om Nadus untuk rencananya tersebut.

Tabel 11. Harga Pokok Produksi

Biaya Bahan Baku Langsung						
1	Kromolina	2	Kg	=	Rp 2.000	
2	Daun Johar	2	Kg	=	Rp 2.000	
3	Daun Babadotan	2	Kg	=	Rp 2.000	
4	Bongkol Pisang	3	Kg	=	Rp 3.000	
5	Sabut Kelapa	5	Kg	=	Rp 5.000	
6	Abu Sekam	2	Kg	=	Rp 2.000	
7	Kapur Tohor	0.2	Kg	=	Rp 8.775	
8	Gula Pasir	0.2	Kg	=	Rp 4.000	
9	Slurry Cair	45	Ltr	=	Rp 90.000	
10	Jerigen 5 ltr	12	Bh	=	Rp 190.000	
11	Label			=	Rp 120.000	
Biaya Tenaga Kerja						
1	Pengumpulan & Pengolahan	1	Org	=	Rp 100.000	
2	Pengemasan	1	Org	=	Rp 50.000	
Biaya Overhead						
1	Kumbang Plastik			=	Rp 1.066	
Harga Pokok Produksi per 60 ltr Per Minggu				=	Rp 579.841	
Harga Pokok Produksi per liter				=	Rp 9.664	
Harga Jual Produk				=	20.000	Perliter
Hasil Penjualan 60 ltr				=	1.200.000	
Keuntungan				=	Rp 620.159	Per minggu

Titik Pulang Pokok

Tabel 12. Biaya Tidak Tetap

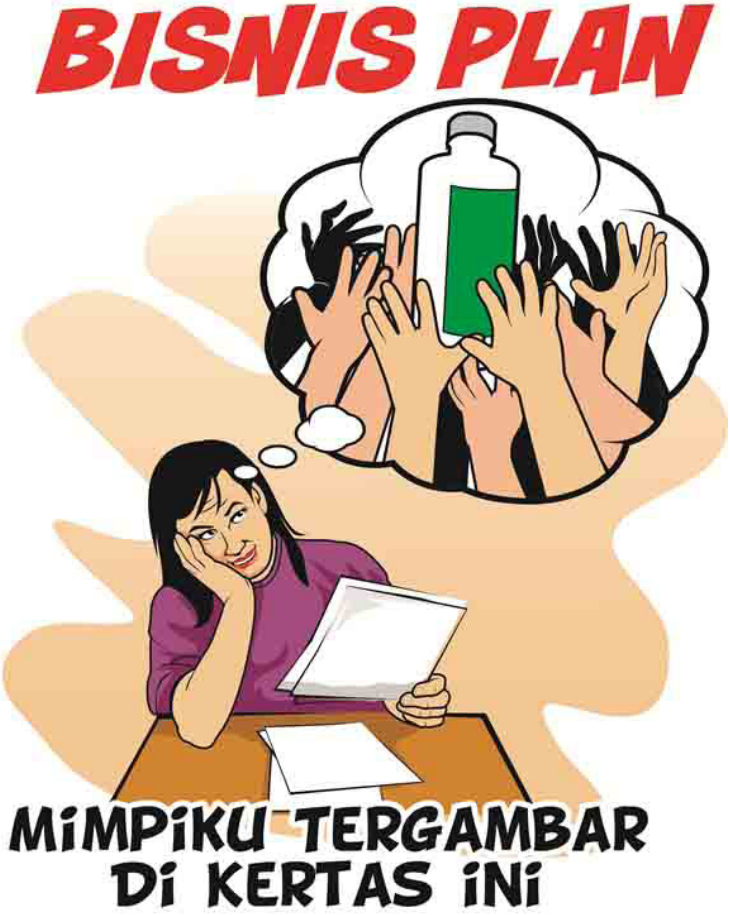
Kromolina	2	Kg	=	Rp	2,000
Daun johar	2	Kg	=	Rp	2,000
Daun babadotan	2	Kg	=	Rp	2,000
Bongkol pisang	3	Kg	=	Rp	3,000
Sabut kelapa	5	Kg	=	Rp	5,000
Abu sekam	2	Kg	=	Rp	2,000
Kapur tohor	0.2	Kg	=	Rp	8,775
Gula pasir	0.2	Kg	=	Rp	4,000
Slurry cair	45	Ltr	=	Rp	90,000
Jerigen 5 ltr	12	Bh	=	Rp	190,000
Label			=	Rp	120,000
Total biaya tidak tetap				**Rp**	**428,775**

Tabel 13. Biaya Tetap

Pengumpulan & pengolahan	1	Org	=	Rp	100,000
Pengemasan	1	Org	=	Rp	50,000
Kumbang plastik			=	Rp	1,066
Total biaya tetap				**Rp**	**151,066**

Jadi, usaha penjualan *Bio-slurry* cair Om Nandus akan mengalami Titik Pulang Pokok ketika berhasil menjual 12 liter *Bio-slurry* cair atau mendapatkan hasil penjualan Rp 236,040.

BAGIAN IX
Perencanaan Bisnis



Pengantar

Sembilan puluh persen lebih orang gagal menjalankan usaha karena tidak membuat rencana usaha (*business plan*) sebelumnya. Sikap berani mengambil risiko yang dimiliki wirausahawan tidak serta merta diterjemahkan dengan tindakan tanpa perhitungan. Semakin baik pertimbangan yang digunakan dan semakin teliti perhitungan, maka semakin kecil kemungkinan kegagalan dan semakin besar keberhasilan. Kondisi sebaliknya, orang tidak berani menjalankan usaha karena banyak pertimbangan dan perhitungan yang rumit.

Rencana usaha hanya sebuah dokumen yang menjadi acuan menjalankan usaha. Tidak akan ada protes dan hukuman jika petunjuknya tidak dijalankan atau dilanggar. Nyawa yang menghidupkan rencana usaha adalah jiwa wirausaha yang dimiliki pelaku usaha. Seorang wirausahawan dapat menghidupkan dokumen rencana usaha sehingga mampu mengatur setiap kegiatan yang dilakukannya.

Rencana usaha merupakan kumpulan dari hasil pengamatan, pemetaan, pengkajian, dan perumusan berbagai hal terkait pengembangan usaha. Rencana usaha hanyalah kesimpulan atau keputusan yang dibuat oleh wirausahawan dan disusun secara sistematis sehingga menjadi acuan yang mudah dipahami. Kerangka sistematis rencana usaha (*business plan*) adalah sebagai berikut.

- Mimpi: keinginan pelaku usaha terhadap produk yang akan dijual dan usaha yang akan dijalankan. Mimpi bukan berarti tak terbatas dan tak terjangkau. Mimpi yang dituangkan dalam rencana usaha harus bersifat SUJUD (**S**pesifik, ter**U**kur, ter**J**angkau, ter**U**ngkap, terja**D**wal).
- Potret potensi: pemetaan aset yang dimiliki terkait dengan potensi yang akan dikembangkan dalam usaha (rumusan faktor internal dan eksternal usaha).
- Ringkasan pasar: kecenderungan pasar terhadap produk atau jasa yang akan ditawarkan, calon konsumen, dan konsumen yang berpotensi menjadi pelanggan (hasil survei pasar).
- Peta pesaing: identifikasi pesaing dan kemampuannya, ciri produk yang dijual pesaing, harga, kekuatan dan kelemahan pesaing (hasil survei pasar).
- Profil produk: keunggulan kualitas dan keunggulan komperatif, proses ketersediaan dan distribusi serta penetapan harga (rumusan analisis profil produk).
- Strategi pemasaran: langkah yang akan dilakukan untuk membangun pasar (konsumen dan pelanggan) dengan empat prinsip pembauran pemasaran (rumusan analisis 4P: *produk, price, place, promotion*)
- Manajemen modal: klasifikasi dan perhitungan biaya modal, biaya tetap dan biaya tidak tetap, termasuk proyeksi untung-rugi.
- Manajemen bahan baku: tata kelola masukan atau input proses produksi meliputi bahan baku, peralatan, rumah produksi, dan sumber energi.
- Manajemen proses produksi: tata kelola dalam satu siklus proses produksi untuk menghasilkan produk yang telah ditetapkan meliputi produktivitas, kualitas, dan kontinuitas produksi.
- Tata kelola administrasi: manajemen administrasi dalam mencatat, menggolongkan, dan meringkas transaksi keuangan yang terjadi atau dilakukan.

Sistematika rencana usaha ini bersifat dinamis bergantung pada kebutuhan dan keinginan wirausahawan dalam menjalankan usahanya.

Tujuan

- Peserta memahami arti penting rencana usaha sebagai acuan dalam menjalankan usaha.
- Peserta mampu membuat rencana usaha dengan sistematika yang standar dan secara kreatif dapat mengubahnya sesuai kebutuhan usaha.

Bahasan

- Pengertian dan peran rencana usaha dalam menjalankan usaha.
- Sistematika rencana usaha.
- Pembuatan rencana usaha.

Waktu

- Lima jam pelatihan yang dibagi menjadi tiga proses: pengantar selama 30 menit, dinamika kelompok selama 30 menit, praktik pembuatan rencana usaha selama 180 menit, serta pencermatan dan perumusan selama 60 menit.

Metode

- Ceramah dan curah pendapat terbuka.
- Dinamika kelompok tema perencanaan "Gambar Bersama."
- Diskusi kelompok terfokus (*focus group discussion*/FGD) pembuatan rencana usaha.

Alat dan Bahan

- Alat tulis kantor (ATK), kertas plano, spidol besar permanen, *metaplan*, lakban.
- Lembar "Sistimatika Rencana Usaha."

Proses

Pengantar

- Fasilitator membuka proses belajar dengan menjelaskan tema dan tujuan mempelajari rencana usaha sebagai titik akhir dari persiapan usaha.
- Untuk memahami pentingnya rencana usaha, fasilitator mengajak peserta untuk melakukan kegiatan dinamika kelompok "Menggambar Bersama"
- Melalui proses diskusi curah pendapat secara terbuka, fasilitator mengajak peserta untuk membahas arti dan peranan rencana usaha dalam mendukung keberhasilan usaha yang akan dilakukan.

Praktik Penyusunan Rencana Usaha

- Fasilitator menjelaskan sistematika rencana usaha yang standar dan bersifat dinamis serta merupakan kumpulan dari rumusan analisis yang sebelumnya dilakukan.
- Setelah menanyakan pemahaman peserta tentang sistematika rencana usaha, fasilitator meminta peserta secara berkelompok membuat rencana usaha.

Perumusan

- Hasil penyusunan rencana usaha dipresentasikan dan dibahas bersama untuk menyempurnakan dokumen tersebut.

Lampiran

Rencana Bisnis *(Business Plan)*

Tabel 14. Formulir Rencana Bisnis

Nama usaha	*(sebutkan nama usaha yang diajukan)*
Nama pemilik bisnis/usaha	*(sebutkan nama pemilik bisnis/usaha lengkap dengan jenis kelamin)*
Alamat lengkap bisnis/usaha	*(sebutkan alamat lengkap dan nomor kontak yang dapat dihubungi)*
Sifat kepemilikan/ badan hukum usaha	*(jika sudah terdaftar, sebutkan status kepemilikan/badan hukum usaha dan/atau bentuk hukum—misalnya CV, koperasi, perkumpulan, atau belum memiliki badan hukum usaha)*
Kapan usaha akan dijalankan	*(diisi sesuai dengan siklus produksi dan berapa siklus dalam satu periode tertentu)*
Latar belakang	*(uraikan secara singkat mengapa bisnis ini dibentuk termasuk latar belakang sejarah pendirian bisnis)*
Visi/tujuan bisnis	*(cantumkan visi bisnis yang bertujuan tidak hanya untuk meningkatkan kondisi ekonomi namun juga memastikan terjadinya hubungan yang setara antara laki dan perempuan dalam mengembangkan bisnis bersama)*
Target capaian	*(cantumkan target capaian bisnis di masa depan sesuai kurun waktu ditetapkan. Target capaian dapat dilihat dari—namun tidak terbatas pada—keuntungan ekonomi yang didapat (dalam rupiah), keuntungan sosial yang diraih (jumlah petani perempuan dan laki-laki mendapat pelatihan), dan keuntungan ekologi yang dicapai (jumlah hektar lahan yang mengalami peningkatan kualitas lahan)*
Bidang usaha	*(sebutkan bidang usaha yang dilakukan oleh perusahaan, misalnya produksi pupuk cair, pengemasan produk, uji laboratorium, pemasaran, dan sebagainya)*
Kapasitas usaha	*(sebutkan kapasitas produksi dari usaha yang dikembangkan misalnya X liter pupuk organik cair yang dihasilkan per bulan, X kilogram pupuk organik padat yang dihasilan per bulan, dan sebagainya)*
Input (masukan) usaha	*(sebutkan masukan usaha seperti tenaga kerja, teknologi, material, dan investasi lain yang dibutuhkan)*

Output (keluaran) usaha	*(sebutkan keluaran usaha seperti perubahan kualitas hidup dan ketrampilan tenaga kerja, tingkat penerapan teknologi, perubahan material, dan investasi tambahan untuk pengembangan usaha)*
Profil produk/ jasa	*(jelaskan profil produk atau jasa yang telah dan akan dikembangkan termasuk merek produk/jasa)*
Jelaskan rantai pasokan bisnis/usaha	*(jelaskan elemen utama rantai pasokan terkait dengan kegiatan, produk dan jasa yang dilakukan oleh bisnis yang diajukan. Contoh elemen rantai pasokan adalah* - *Kegiatan atau pihak yang terkait dalam menyediakan produk dan jasa kepada bisnis yang dikembangkan* - *Jumlah total pemasok yang dipakai dalam bisnis atau perkiraan jumlah pemasok dalam rantai pasokan* - *Lokasi usaha yang berkaitan dengan kegiatan produksi, kegiatan* demo- plot, *kegiatan penjualan produk*
ANALISIS EKONOMI DAN SOSIAL	
Analisis ekonomi	*(lengkapi tabel analisis ekonomi di bawah ini)*

No.	URAIAN	1 Bulan	1 tahun
1.	Investasi Usaha	.....	
2.	Input Usaha	.....	.....
3.	Output Usaha	.....	.....
4.	Pendapatan Usaha	.....	.....

Perhitungan laba rugi dapat dilihat pada lampiran

Penjelasan narasi terkait Input Usaha (modal bisnis/ usaha)	*(sebutkan modal bisnis/usaha yang dimiliki saat ini).* *Modal bisnis/usaha dikategorikan, namun tidak terbatas, dalam hal:* - *Sumber daya manusia yang terlibat dalam proses bisnis (misalnya berapa jumlah tenaga kerja laki dan perempuan, keterampilan yang dimiliki oleh pekerja laki dan perempuan, dan sebagainya)* - *Sumber daya teknis dan material yang dibutuhkan untuk proses produksi (misalnya material untuk konstruksi bangunan, mesin-mesin, dan sebagainya)* - *Sumber modal lainnya yang didapat dari bisnis yang sedang berjalan (misalnya modal kapital dari bisnis* agrikultur, *dan sebagainya)*
Penjelasan narasi terkait output usaha (pengeluaran bisnis/usaha)	*(sebutkan alokasi pengeluaran bisnis/usaha)* *Pengeluaran bisnis dikategorikan, namun tidak terbatas, dalam hal:* - *Sumber daya manusia atau kesejahteraan keluarga (misalnya alokasi* budget *untuk kesehatan keluarga, meningkatnya proporsi pengeluaran untuk makanan bergizi keluarga, alokasi* budget *untuk pendidikan anak, besaran upah/gaji yang diberikan kepada pekerja laki dan perempuan, dan sebagainya)* - *Sumber daya teknis dan material yang dibutuhkan untuk proses produksi (misalnya berapa besar budget yang dialokasikan untuk membeli material untuk konstruksi bangunan, mesin-mesin, dan sebagainya)* - *Sumber pengeluaran lainnya yang digunakan untuk investasi ke bisnis lainnya atau ke bisnis yang sedang berjalan*

Penjelasan narasi terkait investasi usaha	*(sebutkan investasi yang telah dan akan dilakukan untuk mengembangkan bisnis/usaha yang sedang dijalankan misalnya investasi untuk penelitian terkait uji lab untuk produk, investasi untuk pengembangan keahlian pekerja, dan sebagainya)*
ANALISIS KONSUMEN DAN STRATEGI MARKETING	
Sasaran konsumen produk/jasa	*(sebutkan siapa saja konsumen yang akan terlayani dari adanya produk/ jasa yang dihasilkan, misalnya X orang petani (laki – perempuan) di Desa Y, Kecamatan Z, Kabupaten A, Provinsi B)*
Informasi khusus terkait konsumen	*(sebutkan informasi lain terkait konsumen misalnya apakah sudah ada survei konsumen yang dilakukan beserta hasilnya, apakah ada kebutuhan khusus dari konsumen, dan sebagainya)*
Strategi marketing	• *Apa jalan untuk meningkatkan kualitas dan manfaat produk?* • *Apa jalan untuk menambah pelanggan?* • *Apa jalan untuk meningkatkan efisiensi dan keuntungan usaha?*
ANALISIS KEBERHASILAN USAHA	
Tingkat keberhasilan	*(berikan nilai 1—5 untuk tingkat keberhasilan, angka 1 terendah dan 5 tertinggi)*

No	Variabel Usaha	Nilai	Keterangan
1	Penyediaan bahan baku	....	Kuantitas dan kualitas sesuai standar teknis
2	Proses fermentasi	....	Menjaga kondisi semi aerob
3	Penyaringan	....	Larutan lolos saringan mess 120
4	Pengemasan	....	Tidak bocor
5	Uji lapangan	....	Berpengaruh nyata
6	Pergudangan	....	Terjaga suhu dan kelembaban ruangan
7	Promosi produk	....	Memahamkan dan meyakinkan
8	Pemasaran	....	Menambah jumlah pelangggan
Tingkat Keberhasilan Usaha: .....%			

Risiko kegagalan & upaya penanggulangan risiko	*(sebutkan risiko yang dapat terjadi dan sebutkan upaya untuk menanggulangi risiko tersebut)*
STRUKTUR ORGANISASI DAN PENGELOLA BISNIS	
Struktur organisasi bisnis	*(sebutkan struktur organisasi bisnis yang dikembangkan mulai dari pemegang keputusan tertinggi)*
Pengelola usaha	*(sebutkan pengelola nama dan jabatan orang yang bertanggung jawab dalam proses produksi hingga pemasaran berdasarkan struktur organisasi bisnis, misalnya* - *X (jender) sebagai Penanggung jawab pengelolaan usaha;* - *X (jender) sebagai Penanggungjawab proses produksi,* - *X (jender) sebagai Penanggungjawab proses promosi dan pemasaran produk,* - *Dan sebagainya*

BAGIAN X
Pembukuan Sederhana Bagi Usaha Kecil

Pengantar

Perkembanagan usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam menjalankan tata kelola administrasi usaha. Prinsip tertib administrasi harus dijalankan secara disiplin agar setiap aktivitas usaha tercatat dan terdokumentasi secara baik. Proses pencatatan dan pengelompokan kejadian, khususnya transaksi keuangan, perlu dijaga secara ketat oleh pelaku usaha.

Pelaku usaha mutlak melakukan pendokumentasian setiap transaksi usaha dalam sistem pembukuan meskipun dilakukan secara sederhana. Melalui proses akuntansi sederhana ini, seorang wirausahawan akan dapat menghitung, mengontrol, dan mengatur keseluruhan transaksi keuangan usahanya sekaligus mengevaluasi perkembangan usahanya. Sistem pembukuan bagi seorang wirausahawan berguna sebagai alat pengendali keuangan usaha, alat pengambilan keputusan usaha, alat perhitungan pajak, serta data penting dalam membangun hubungan atau relasi dengan pihak ketiga seperti investor, perbankan, dan lain-lain.

Sistem pembukuan ini menghasilkan laporan transaksi keuangan dengan memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- pencatatan setiap transaksi keuangan yang terjadi;
- pengumpulan semua bukti transaksi dan pembuatan arsip agar semua bukti transaksi tidak hilang;
- penghitungan biaya sekaligus penyusunan atas segala macam aset usaha misalnya bangunan, inventaris peralatan kantor, alat-alat produksi, gedung, dan lain-lain.

Arus keluar dan masuk uang perlu dikenali, dicatat, dan dibukukan dalam sistem pembukuan yang ada. Kegiatan ini sebaiknya dibuat terpisah dari pembukuan rumah tangga agar tidak terjadi kerancuan keuangan usaha dan keluarga serta dapat menggambarkan secara jelas untung atau rugi usaha yang dijalankan. Tata kelola keuangan usaha secara sederhana meliputi buku kas umum, buku persediaan barang, buku piutang, dan buku hutang.

1. Pencatatan kas umum

   Pencatatan keuangan paling mendasar adalah dengan menggunakan buku kas. Dengan buku ini, kita dapat mengetahui besar uang masuk dan uang keluar. Kita juga bisa mengetahui saldo kas yang tersisa sekaligus dapat kita gunakan untuk menentukan rencana usaha pada bulan berikutnya. Dalam buku kas, yang dicatat adalah transaksi uang kas yang keluar dan masuk.

Tabel 15. Contoh Pencatatan Kas Usaha *Bio-slurry* Padat

Bulan: Desember 2016

No	Tanggal	Keterangan	Masuk	Keluar	Saldo
	12/1/2016	Saldo awal Desember	2.350.000		
	12/5/2016	Beli *Bio-slurry* padat 875 kg		262.500	2.087.500
	12/7/2016	Beli sekam bakar 50 kg		25.000	2.062.500
	12/10/2016	Penjualan 15 karung @Rp 25.000	375.000		2.437.500
	12/14/2016	Penjualan 10 karung @Rp25.000	250.000		2.687.500
	12/16/2016	Bayar tenaga kerja 35 krg @Rp2.000		70.000	2.617.500
	12/21/2016	Biaya listrik		12.500	2.605.000
	12/31/2016	Bayar retribusi kios di pasar		5.000	2.600.000
		Jumlah	2.975.000	375.000	2.600.000

Setiap akhir bulan, saldo kas bulan yang bersangkutan dibawa sebagai saldo awal di bulan berikutnya. Kolom-kolom yang ada di buku kas bisa di tambahkan subjek lain sesuai kebutuhan usaha. Tambahan subjek lain itu di antaranya adalah kolom nomor bukti untuk mencatat nomor bon penjualan atau pembelian. Kolom nomor kode juga umumnya ditambahkan untuk melakukan pengkodean setiap transaksi sehingga bisa dikelompokkan untuk memudahkan analisis, *sort* data (jika menggunakan program Excel) dan juga untuk kode rekening untuk pembukuan yang benar secara kaidah akuntansi.

2. Pencatatan piutang

   Dalam menjalankan usaha, transaksi tidak senantiasa dilakukan secara tunai. Transaksi bisa pula dilakukan secara kredit atau dibayarkan kemudian. Jika kita mengalami transaksi penjualan secara kredit atau bayar kemudian, kita harus mencatatnya dalam buku piutang. Dengan buku ini, orang yang berpiutang, besar piutang, serta pembayaran yang telah dilakukan tercatat dengan baik. Buku piutang juga membantu kita memonitor jangka wakti piutang tersebut tidak tertagih. Dalam buku piutang, data pemilik piutang sebaiknya dicatat lengkap untuk memudahkan melakukan penagihan. Data lengkap tersebut misalnya nama lengkap, alamat jelas, nomor telepon, atau nomor telepon seluler yang bisa dihubungi, pin *Blackberry*, nomor *WhatsApp*, surat elektronik, dan lain-lain.

Tabel 16. Contoh Pencatatan Piutang Sederhana

Catatan Piutang

Keterangan	Tanggal	No. Nota	Total	Jatuh tempo		Bayar		Saldo
				Jumlah	Tanggal	Jumlah	Tanggal	
Sarjono								
10 karung Super Slurry	9/10/ 2016	010916	250.000	250.000	2/1/ 2017	150.000	11/30/ 2016	100.000
Samat								
25 karung Super *slurry*	7/25/ 2016	010916	625.000	625.000	12/25/ 2016	450.000	11/14/ 2016	175.000

3. Pencatatan utang

   Selain piutang, setiap kita berutang pun harus tercatat. Hal ini akan mempengaruhi reputasi kita dan usaha kita. Dengan melakukan pencatatan utang, kita juga akan terhindar dari kelebihan membayar utang.

Tabel 17. Contoh Pencatatan Utang

Catatan Piutang

Keterangan	Tanggal	No. Nota	Total	Jatuh tempo		Bayar		Saldo
				Jumlah	Tanggal	Jumlah	Tanggal	
Toko Megah								
1 buah mesin jahit karung	9/12/ 2016	012916	1.500.000	1.500.000	12/12/ 2016	950.000	11/12/ 2016	550.000
Parmi								
500 Kg slurry padat @ Rp500	12/22/ 2016	0221216	250.000	250.000	1/22/ 2017	200.000	12/30/ 2016	50.000

4. Pencatatan persediaan barang

   Pencatatan stok barang, produk maupun bahan baku, diperlukan untuk menghindari modal atau uang tertahan di stok dan menjamin modal terus berputar. Selain itu, bagi usaha yang sudah semakin besar, pencatatan stok barang akan menghindarkan dari pencurian dan kehilangan stok barang.

Tabel 18. Contoh Pencatatan Persediaan

Bulan Desember 2016
Produk : Bioslurry Padat

Tgl	HPP	Awal	Keluar	Masuk	Saldo	Ket
1 Des 2016	20.900	25 krg			25 krg	
5 Des 2016	22.300			60 krg	85 krg	
8 Des			15 krg		70 krg	
10 Des			33 krg		37 krg	
23 Des 2016				60 krg	97 krg	
26 Des 2016			45 krg		52 krg	
31 Des 2016					52 krg	

Tujuan

- Peserta memahami pentingnya tata kelola pembukuan secara sederhana dalam menjalankan usaha.
- Peserta mampu mengenali jenis-jenis buku yang perlukan dalam menjalankan sebuah usaha: buku kas umum, buku sediaan barang, buku piutang, dan buku utang.
- Peserta mampu membuat dan mengisi buku-buku yang diperlukan dalam sebuah manajemen keuangan usaha sederhana.

Bahasan

- Pengertian dan peran tata kelola pembukuan usaha.
- Pengenalan buku-buku yang diperlukan untuk tata kelola keuangan secara sederhana dalam sebuah usaha.
- Pengisian buku-buku keuangan dan pembuatan laporan keuangan.

Waktu

- Empat setengah jam pelatihan yang dibagi menjadi tiga proses: pengantar selama 45 menit, praktik pembuatan laporan keuangan dan pengisian buku-buku keuangan yang diperlukan selama 180 menit, serta pencermatan dan perumusan selama 45menit.

Metode

- Ceramah dan curah pendapat terbuka
- Diskusi kelompok terfokus (*focus group discussion*/FGD) pembuatan laporan keuangan.

Alat dan Bahan

- Alat tulis kantor (ATK), kertas plano, spidol besar permanen, *metaplan*, lakban.
- Format keuangan: kas umum, sediaan barang, hutang dan piutang

Proses

Pengantar

- Fasilitator membuka proses belajar dengan menjelaskan tema dan tujuan mempelajari tata kelola pembukuan sederhana dalam sebuah usaha.
- Fasilitator mengajak peserta untuk mengenali pengertian transaksi keuangan (keluar-masuk uang, saldo) dengan merujuk pada usaha yang saat ini ditekuni oleh peserta serta menggali pola-pola pelaporan keuangan yang telah diterapkan oleh peserta.
- Fasilitator mengajak peserta—dengan merujuk pada usaha yang telah ditekuni serta buku-buku keuangan yang pernah dan telah digunakan—berkenalan dengan buku-buku manajemen usaha sederhana, jika dirasa peserta belum menggunakannya (kas, persediaan barang, piutang, dan utang).
- Melalui proses diskusi curah pendapat secara terbuka, fasilitator mengajak peserta untuk membahas arti dan cara pengisian buku-buku manajemen usaha sederhana.

Praktik Pengisian Laporan Keuangan

- Fasilitator membagi peserta dalam kelompok diskusi (jika dimungkinkan berasal dari daerah yang sama).
- Fasilitator membagikan studi kasus laporan keuangan sebuah usaha kecil atau pengalaman peserta sendiri dalam menjalankan usaha.
- Setiap kelompok diskusi diminta untuk mempraktikkan tata kelola pembukuan keuangan usaha. Selama proses diskusi, fasilitator memantau dan mendampingi kelompok sehingga ketika peserta mengalami kesulitan memahami studi kasus, fasilitator dapat segera membantunya.
- Setelah selesai diskusi kelompok, fasilitator meminta setiap kelompok menyajikan dan mempresentasikan hasil kerjanya dan membangun diskusi secara lebih besar.

Perumusan

- Fasilitator mengajak peserta merumuskan kesepakatan bersama menjalankan tata kelola administrasi keuangan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Koller, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia; Analisis, Implementasi, dan Pengendalian.* Salemba Empat. Jakarta.

Koller, Philip dan Gang Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Manajemen Pemasaran. Wikipedia. Ensiklopedia Bebas.

S. Alam. 2007. *Ekonomi 3 untuk SMA Kelas XII*. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Serial Modul Pengembangan Ekonomi Produktif di Remote Area, *Australian Community Development and Civil Society Strengthening Scheme* (ACCESS) Tahap II, 2014.

Serial Panduan Desiminasi Program Usaha Ekonomi Produktif, *Australian Community Development and Civil Society Strengthening Scheme* (ACCESS) Tahap II, 2014.

Swastha, Basu dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.

W. Rintatik, Sudarno. 2008. *Kewirausahaan 3*. Solo; PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.