

**PETUNJUK PRAKTIKUM  
MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN**



**Disusun**

**Oleh ;**

**Tim Dosen Mata Kuliah Kewirausahaan**

**Dipergunakan Untuk Kalangan Sendiri**

**PROGRAM STUDI AGRIBISIS PETERNAKAN  
JURUSAN PETERNAKAN  
POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN MALANG  
2022**

## KATA PENGANTAR

Petunjuk praktikum ini merupakan pedoman bagi mahasiswa semester VII Program Studi Agribisnis Peternakan untuk melaksanakan kuliah dan praktikum terintegrasi dengan beberapa matakuliah di semester VII.

Petunjuk praktikum terdiri dari empat kegiatan praktikum yaitu melakukan survei pasar, menyusun *business plan*, mengimplementasikan *business plan*, dan mengevaluasi bisnis serta menyusun konsep pengembangannya.

Setiap kegiatan praktikum, ditetapkan kompetensi yang harus dicapai mahasiswa. Pada bagian utama petunjuk praktikum diawali dengan teori penunjang praktikum, yang diambil dari berbagai referensi buku, blog, dan jurnal hasil penelitian. Berdasarkan teori penunjang praktikum, disusun langkah kerja praktikum, dan hasil praktikum dilaporkan mahasiswa secara rinci sebagaimana yang dimaksud pada instruksi "Hasil Praktikum".

Semoga dengan tersusunnya petunjuk praktikum ini, dapat membekali mahasiswa sebagai wirausahawan muda pertanian.

## PRAKTIKUM KE - 1

Judul Praktikum : Melakukan Survei Pasar  
Tujuan Praktikum : Agar mahasiswa mampu melakukan survei pasar yang didasari memahami tentang konsep dasar, hakekat kewirausahaan, Kompetensi inti kewirausahaan, dan Karakteristik kewirausahaan, serta mahasiswa memahami proses kewirausahaan, fungsi dan peran kewirausahaan dalam perekonomian.

Kompetensi yang dicapai : 1. Mampu mendeskripsikan kewirausahaan secara tepat meliputi : Konsep dasar, hakekat kewirausahaan, Kompetensi inti kewirausahaan, dan Karakteristik kewirausahaan.  
2. Mampu mendeskripsikan secara tepat tentang proses kewirausahaan, fungsi dan peran kewirausahaan dalam Perekonomian.  
3. Mampu membaca peluang pasar.

### TEORI PENUNJANG PRAKTIK

#### 1. Konsep dasar, hakekat kewirausahaan, Kompetensi inti kewirausahaan, dan Karakteristik kewirausahaan.

Menurut Suryana (2003) dalam Mardia *et al* (2021) , kewirausahaan memiliki 6 unsur penting sebagai berikut sebagai berikut:

1. Kewirausahaan adalah nilai yang dinyatakan sebagai perilaku, yang digunakan sebagai dasar sumber daya, kekuatan pendorong, tujuan, strategi, keterampilan, proses dan hasil bisnis (Acmad Sanusi, 1994).

2. Kewirausahaan adalah kemampuan menciptakan hal-hal baru dan hal-hal baru (kemampuan menciptakan hal-hal baru dan hal-hal baru) (Drucker, 1959).
3. Kewirausahaan adalah proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan masalah dan menemukan peluang untuk meningkatkan kehidupan (Zimmerer 1996).
4. Kewirausahaan adalah nilai yang diperlukan untuk berwirausaha (tahap awal) dan pengembangan bisnis (pertumbuhan risiko) (Soeharto Prawiro, 1997).
5. Kewirausahaan adalah proses melakukan hal-hal baru (berkreasi) dan melakukan hal-hal berbeda (inovasi) yang sangat berguna untuk menambah nilai.
6. Kewirausahaan adalah upaya menciptakan nilai tambah dengan memadukan sumber daya dengan cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan. Menciptakan nilai tambah dengan mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan produk dan layanan baru dengan efisiensi yang lebih tinggi, meningkatkan produk dan layanan yang ada, serta menemukan cara baru untuk memuaskan konsumen.

Berdasarkan enam konsep di atas, selanjutnya Mardia *et al* (2021) berpendapat bahwa kewirausahaan bisa didefinisikan sebagai kemampuan untuk menjadi kreatif dan inovatif (menciptakan yang baru dan berbeda), digunakan sebagai singkatnya keterampilan, fondasi, sumber daya, proses, dan upaya untuk menciptakan produk dan layanan bernilai tambah untuk berani menghadapi risiko.

Perilaku dan sikap kewirausahaan ditandai dengan keberanian mengambil risiko, keberanian untuk berubah dan menunjukkan hal-hal baru. Istilah yang bisa diubah dengan menghadirkan hal-hal baru adalah inovasi. Inovasi dapat dilakukan dalam hal produk atau layanan, atau dalam hal proses. Inovasi tidak hanya radikal, tetapi juga berskala kecil dan berkelanjutan, sering

disebut sebagai perbaikan. Kaizen adalah metode "perbaikan terus-menerus" (perbaikan berkelanjutan kaizen) yang dikembangkan oleh perusahaan Jepang.

Menurut Scarborough (M. Scarborough) dan Thomas W. Zimmerer (Thomas W. Zimmerer) dalam Mardia *et al* (2021) mengusulkan karakteristik kewirausahaan sebagai berikut:

1. Keinginan untuk tanggung jawab, yang bertanggung jawab atas upaya mereka.
2. Preferensi untuk risiko sedang, yaitu risiko sedang, artinya selalu menghindari risiko terlalu rendah atau terlalu tinggi.
3. Keyakinan dalam kesuksesan mereka, inilah keyakinan untuk sukses.
4. Hasrat untuk mendapatkan umpan balik yang cepat, yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya untuk masa depan yang lebih baik.
5. Energik, penuh semangat, dan berusaha mewujudkan keinginannya dan menciptakan masa depan yang lebih baik.
6. Orientasi masa depan, yaitu menghadapi masa depan, memiliki visi dan visi jangka panjang.
7. Keterampilan organisasi, yaitu kemampuan mengorganisasi sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.

Agar sukses, pengusaha memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Bersikaplah proaktif, ambil inisiatif, dan tegas
2. Berorientasi pada prestasi yang tercermin dari pandangan dan tindakan terhadap peluang, penekanan pada efisiensi penekanan pada kualitas kerja, perumusan rencana dan penekanan pada pengawasan.
3. Memiliki komitmen yang kuat terhadap orang lain.
4. Inovator, inovasinya akan selalu lebih dulu menunjukkan barang dan jasa yang ia produksi lebih cepat dan langsung membedakan dirinya di pasar, sehingga menjadikannya pelopor dalam proses produksi dan pemasaran.
5. Seseorang yang menghadapi masa depan adalah orang yang memiliki visi dan visi untuk masa depan. Karena visinya yang jauh dari masa depan, ia selalu berusaha untuk proaktif dan pekerja keras.

6. Kreativitas: Kreativitas dan kreativitas inovasi, kreativitas dan fleksibilitas adalah elemen kreativitas pribadi.

Pengusaha inovatif adalah orang-orang kreatif yang percaya akan adanya metode baru dan lebih baik dengan ciri-ciri sebagai berikut:

- (a) Kalaupun metode tersebut cukup baik, mereka tidak akan pernah puas dengan metode yang ada,
- (b) Selalu gunakan imajinasi dalam karyanya,
- (c) Selalu ingin tampil beda atau memanfaatkan perbedaan.

Proses kewirausahaan diawali dengan sebuah aksioma, yaitu keberadaan tantangan. Dari tantangan tersebut melahirkan ide, kemauan dan dorongan untuk berinisiatif, yang tidak lebih dari pemikiran kreatif dan tindakan inovatif untuk mengatasi dan memecahkan tantangan awal. Setiap tindakan pasti berisiko, jadi wirausahawan adalah orang yang berani menghadapi risiko dan tantangan. Ide-ide kewirausahaan tentang kreativitas dan inovasi biasanya mendahului peniruan dan peniruan, kemudian berkembang menjadi proses perkembangan, akhirnya sampai pada proses penciptaan hal-hal baru dan hal-hal berbeda (inovasi). Tahapan inovasi dipengaruhi oleh faktor personal dan lingkungan.

Faktor pribadi yang memicu kewirausahaan adalah motivasi berprestasi, komitmen, nilai-nilai pribadi, pendidikan dan pengalaman. Pemicu dari lingkungan selama inovasi adalah peluang, model peran dan aktivitas.

Tahapan umum kewirausahaan adalah sebagai berikut:

1. Tahap awal adalah tahap di mana orang yang berniat untuk memulai bisnis mempersiapkan segala sesuatu yang mereka butuhkan, pertama-tama mencari kemungkinan peluang bisnis baru, baik itu memulai bisnis baru, melakukan akuisisi atau membuat franchise. Pilih juga jenis bisnis yang 12 Kewirausahaan ingin Anda geluti, apakah itu pertanian, industri/manufaktur/produksi atau jasa.
2. Tahap pengembangan bisnis atau diringkas sebagai tahap "pengembangan", tahap ini adalah tahap ketika pengusaha mengelola semua aspek yang terkait dengan bisnis mereka, termasuk keuangan,

sumber daya manusia, kepemilikan, organisasi, kepemimpinan, dll, termasuk bagaimana mengambil risiko dan membuat keputusan, pasarkan, dan evaluasi.

3. Menjaga usaha merupakan tahapan di mana wirausahawan menganalisis hasil yang telah dicapai, tahapan ini menganalisis kemajuan yang akan dibuat sesuai dengan keadaan saat ini.
4. Pengembangan bisnis jika hasil yang diperoleh tergolong positif atau mengalami perkembangan atau kelangsungan hidup, maka ekspansi bisnis merupakan tahap opsional.

## **2. Proses kewirausahaan, fungsi dan peran kewirausahaan dalam Perekonomian.**

Menurut Carol Noore (1996: 3) yang dikutip oleh Bygrave, proses kewirausahaan dimulai dengan inovasi. Inovasi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor personal dan eksternal, seperti pendidikan, sosiologi, organisasi, budaya, dan lingkungan. Mengenai masalah budaya, dapat dilihat beberapa sudut pandang berikut: "Budaya organisasi muncul sebagai kekuatan untuk stabilitas dan perubahan. Begitu budaya terbentuk, citra merek akan selalu diperumit dengan menyelaraskan visi strategis dengan budaya organisasi dan citra pemangku kepentingan (Hatch). & Schultz, 2008 p.95). Faktor-faktor tersebut berupa sumber kendali, kreativitas, inovasi, implementasi dan pertumbuhan, kemudian berkembang menjadi perusahaan besar. Secara internal, inovasi dipengaruhi oleh faktor-faktor personal, seperti sumber kendali, Toleransi, nilai, pendidikan, pengalaman.

Fungsi dan Peran Kewirausahaan Menurut Roopke (1995), pengusaha didasarkan pada perannya sebagai berikut adalah:

1. Kewirausahaan konvensional, yaitu pengusaha yang melakukan kegiatan sehari-hari sering kali menekankan pada pemecahan masalah dan peningkatan standar pencapaian tradisional. Fungsi wirausahawan disini adalah meningkatkan standar wirausaha.

2. Arbitrase pengusaha, yaitu pengusaha yang selalu mencari peluang melalui penemuan (ilmu) dan menggunakan pembukuan. Ketiga, wirausahawan inovatif, yaitu wirausahawan energik, yang menghasilkan ide dan kreasi baru tentang cara kerja, produk, manajemen, dan pemasaran (Sandiasa, Sos and Si, 2009).

Fungsi dan peran kewirausahaan juga dapat dilihat dari dua hal artinya, di level mikro dan makro. Secara mikro, kewirausahaan memiliki dua fungsi yaitu sebagai inovator dan perencana. Sebagai wirausahawan, wirausahawan menemukan dan menciptakan hal-hal baru, seperti produk, teknologi, metode, ide, organisasi, dll. Sebagai seorang perencana kewirausahaan, ia berperan dalam merancang tindakan dan bisnis baru, merencanakan strategi bisnis baru, merencanakan ide dan peluang yang berhasil, dan membangun organisasi perusahaan baru. Secara makro, kewirausahaan berperan dalam mewujudkan kesejahteraan, pemerataan kekayaan dan kesempatan kerja yang merupakan motor penggerak pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Hal ini didukung oleh tulisan yang dapat menetapkan tiga fungsi ekonomi utama bagi pengusaha sebagai berikut:

1. Pengakuan peluang. Pengusaha adalah agen yang menemukan atau menciptakan peluang ekonomi baru. Ini mungkin peluang arbitrase, atau mungkin terkait dengan produk, teknologi, atau teknologi baru.
2. Eksplorasi peluang. Apa yang melampaui pengakuan adalah bahwa wirausahawan sebenarnya adalah agen yang mengeksplorasi peluang baru. Mereka mengatur sumber daya yang diperlukan dan mengelola proses implisit.
3. Perawatan risiko. Dengan menjelajahi wilayah baru dan belum dipetakan, pengusaha berisiko gagal. Kewirausahaan berarti mengambil risiko ini.

Ide dan Peluang Kewirausahaan Kewirausahaan dapat menambah nilai barang dan jasa dengan cara-cara berikut inovasi, jika wirausahawan menggunakan produk, proses, dan layanan inovatif sebagai alat untuk mengeksplorasi perubahan, mereka dapat mencapai kesuksesan.

Inovasi merupakan sarana penting untuk memberikan sumber daya untuk menciptakan hal-hal baru dan menciptakan nilai. Inovasi tersebut awalnya berasal dari ide-ide yang luar biasa.

Menurut Zimmerer, ide-ide tersebut dapat menciptakan peluang untuk memenuhi kebutuhan wirausahawan dan menciptakan sistem produksi, promosi dan pemasaran yang potensial. Dalam pandangan jiwa kewirausahaan, terdapat banyak tantangan dan risiko (risiko teknis, pasar, persaingan dan keuangan) dan peluang. Zimmerer percaya bahwa ide dapat menciptakan peluang dengan berbagai cara, termasuk:

1. Adalah mungkin untuk mentransfer ide secara internal melalui perubahan berkelanjutan atau metode yang lebih baik untuk melayani dan memenuhi kebutuhan pelanggan.
2. Kreativitas dapat mendorong produksi produk dan layanan baru yang kompetitif.
3. Ide dapat dihasilkan dengan memodifikasi cara kerja atau memodifikasi cara kerja. Oleh karena itu, sumber peluang potensial dapat digali melalui pemikiran produk baru dan berbeda sedang dibuat; peluang diamati; produk dan proses dianalisis secara mendalam, dan kemungkinan risiko dipertimbangkan.
4. Setiap orang berhak menjadi pengusaha, dan setiap orang bisa menjadi pengusaha. Pengusaha sukses adalah mereka yang mampu mengatasi tantangan untuk mencapai tujuan mereka. Kegagalan dan penolakan yang dialami dipandang sebagai cambuk, motivasi untuk maju dan menginspirasi kesuksesan.
5. Jangan berhenti bekerja keras, tantangan dan umpan balik positif, ini sangat berharga bagi kita untuk melakukan introspeksi, introspeksi, untuk meningkatkan dan mencapai tujuan yang ingin kita capai. Tanpa tantangan atau rintangan, kesuksesan tidak bisa diraih. Orang sukses adalah mereka yang mampu mengatasi hambatan dan tantangan yang dihadapinya, semua itu dimulai dari bawah.

## **C. Survei Pasar**

Survei pasar adalah bagian yang penting dari penelitian pasar yang mengukur perasaan dan preferensi pelanggan dalam pasar tertentu. Dengan berbagai macam ukuran, desain, dan tujuan, survei pasar merupakan salah satu data utama yang digunakan oleh perusahaan dan organisasi untuk menentukan produk dan layanan yang harus ditawarkan dan cara memasarkannya. Langkah-langkah ini akan mengajarkan dasar-dasar mengenai cara membuat survei pasar dan memberikan kiat untuk memaksimalkan hasil..

### **1. Menjangkau Pasar yang Tepat**

#### **a. Klarifikasilah tujuan survei pasar.**

Sebelum memulai rencana apa pun, pastikan tujuan survei pasar. Apa yang ingin diketahui? Apakah ingin mencoba mengevaluasi seberapa baik pasar akan menerima produk baru? Mungkin ingin mengetahui seberapa efektif pemasaran menjangkau target pembeli. Apa pun tujuannya, pastikan memiliki tujuan yang jelas dalam pikiran.

#### **b. Tentukan dan definisikan dasar, jangkauan, dan ukuran pasar.**

Sebelum melakukan survei di pasar tertentu, Harus mengetahui target pasar. Pilihlah parameter geografis dan demografisnya, identifikasilah pelanggan berdasarkan jenis produknya, dan ketahuilah jumlah orang yang berada di pasar.

#### **c. Tentukan aspek-aspek pasar yang ingin diteliti.**

Hal ini bergantung sepenuhnya pada tujuan pemasaran dan ada banyak sekali pilihan yang tersedia. Jika memiliki produk baru, mungkin ingin mengetahui seberapa dikenal atau diinginkannya produk itu di pasar tertentu. Mungkin, ingin mengetahui kebiasaan membeli tertentu dari pasar, misalnya kapan, di mana, dan seberapa banyak mereka membeli. Pastikan saja Anda memiliki ide yang jelas mengenai hal-hal yang ingin ketahui.

- Klarifikasilah juga jenis informasi yang diinginkan. Dapat menanyakan pertanyaan kualitatif tentang informasi yang tidak dapat diukur langsung

dengan angka, seperti apakah pelanggan memiliki saran apa pun untuk memperbaiki produk atau layanan. Alternatifnya, dapat menanyakan pertanyaan kuantitatif yang memberikan data masukan berupa angka atau yang dapat diukur, seperti menanyakan tingkat penilaian (*rating*) dari 1 hingga 10 mengenai keefektifan produk.

- Mungkin juga ingin mengetahui secara spesifik hal-hal yang mendorong para pelanggan Anda sebelumnya untuk membeli produk. Dalam kasus ini, pastikan untuk menanyakan pertanyaan-pertanyaan yang spesifik kepada para pembeli terakhir (dalam sebulan terakhir) mengenai pengalaman membeli mereka dan dari mana mereka mengetahui tentang produk. Dapat meningkatkan hal-hal yang menurut pelanggan sudah sukses dan memperbaiki masalah apa pun yang mereka alami.

**d. Cari tahu di mana dan kapan dapat menjangkau pelanggan di pasar.**

Melakukan survei dapat di mal atau jalan, melalui telepon, daring (*online*), atau surel (*email*). Hasilnya mungkin berubah bergantung pada hari dan tahunnya. Pilihlah cara dan waktu yang paling sesuai dengan penelitian.

- Saat menjangkau pelanggan, pikirkan mengenai target. Target bisa saja merupakan tujuan demografi yang sudah ditentukan sebelumnya atau hanya beberapa pelanggan sebelumnya.
- Pastikan untuk memikirkan target, terutama saat melakukan survei daring. Target pasar, terutama jika mereka agak tua, mungkin tidak dapat mengakses saluran daring.

**e. Tentukan jenis survei yang akan digunakan.**

Survei dapat dibagi menjadi dua kategori umum yang berbeda: kuesioner dan wawancara. Satu-satunya perbedaan dari kedua survei ini adalah orang yang mencatat informasi responden. Dalam kuesioner, responden mencatat sendiri jawaban mereka untuk pertanyaan yang diberikan. Adapun, dalam wawancara, pewawancara menuliskan apa yang dikatakan responden. Selain itu, ada pilihan-pilihan lain mengenai cara melaksanakan survei, baik daring

maupun secara langsung. Survei dapat dilakukan secara perorangan atau dalam kelompok.

- Kuesioner dapat diberikan secara langsung, melalui atau daring. Wawancara dapat dilakukan secara langsung atau melalui telepon.
- Kuesioner efektif untuk penelitian pasar dan mendapatkan jawaban untuk pertanyaan tertutup. Akan tetapi, biaya cetak kuesioner mungkin tergolong mahal dan kuesioner dapat membatasi kapasitas responden untuk menyampaikan pemikiran mereka.
- Wawancara memungkinkan pewawancara untuk memberikan pertanyaan lanjutan untuk mengetahui pemikiran responden dengan lebih jelas. Akan tetapi, cara ini lebih menghabiskan waktu untuk wawancara.
- Kuesioner kelompok bisa menjadi cara yang efektif untuk mendapatkan hasil karena responden dapat berkolaborasi untuk memberikan tanggapan yang lebih informatif untuk pertanyaan.

#### **f. Pertimbangkan platform survei daring.**

Platform survei daring menawarkan cara untuk mengatur survei dan hasil survei dengan harga yang terjangkau. Carilah saja platform-platform daring ini dan bandingkan beberapa platform yang ditemukan untuk mengevaluasi platform mana yang menawarkan alat-alat yang tepat untuk survei. Pastikan saja bahwa platform yang dipilih merupakan platform survei yang memiliki reputasi baik. Juga harus mempertimbangkan jika target pasar cukup memahami teknologi komputer agar survei daring efektif. Beberapa platform yang memiliki reputasi baik dan terkenal adalah SurveyMonkey, Zoomerang, SurveyGizmo, dan PollDaddy.

## **2. Cara Mendapatkan Hasil Survei yang Terbaik**

### **a. Pilihlah ukuran sampelnya.**

Ukuran sampel harus valid secara statistik untuk memberikan hasil yang dapat dipercaya. Bisa membuat subsampel – misalnya, "pria", "18-24 tahun",

dst. – untuk mengurangi risiko hasil yang cenderung mengarah ke jenis orang tertentu.

- Persyaratan ukuran sampel bergantung pada seberapa akurat menginginkan hasilnya. Semakin besar ukuran surveinya, semakin dapat dipercaya hasilnya. Misalnya, ukuran survei 10 partisipan memiliki tingkat kesalahan (*margin of error*) yang sangat besar (sekitar 32 persen). Ini berarti bahwa pada dasarnya data Anda tidak dapat dipercaya. Akan tetapi, ukuran sampel 500 memiliki tingkat kesalahan yang lebih rendah, yaitu 5 persen.<sup>[8]</sup>
- Jika memungkinkan, mintalah partisipan untuk melaporkan informasi demografis pada survei. Informasi ini bisa bersifat umum atau spesifik, tergantung keinginan. Pastikan untuk memberikan pertanyaan-pertanyaan ini pada awal survei.
- Akan tetapi, berhati-hatilah karena banyak orang menghindari survei yang menanyakan informasi pribadi.

**b. Siapkan daftar pertanyaan dengan jawaban yang akan memberikan data yang dibutuhkan untuk penelitian pasar.**

Pertanyaan harus jelas dan spesifik. Cobalah untuk membuat setiap pertanyaannya sangat jelas dengan kata-kata sesingkat mungkin.

- Jika tujuannya adalah untuk mengetahui pemikiran asli para pelanggan, fokuslah untuk membuat pertanyaan terbuka yang dapat ditanggapi oleh pelanggan dengan pemikiran asli mereka daripada menanyakan tingkat penilaian atau memberikan pilihan ganda.
- Akan tetapi, jika menginginkan hasil numerik, pastikan bahwa jawaban mencerminkan hal itu. Misalnya, bisa meminta partisipan memberikan penilaian produk atau layanan dari 1 hingga 10.

**c. Buatlah sebuah cara untuk mengukur jawaban yang diterima.**

Jika menanyakan preferensi, mungkin ingin meminta responden untuk mengurutkan perasaan mereka secara numerik atau menggunakan kata kunci.

Jika bertanya tentang uang, gunakan jangkauan nilai. Jika jawaban bersifat deskriptif, tentukan cara untuk mengelompokkan tanggapan-tanggapan ini setelah survei selesai sehingga tanggapan dapat dikelompokkan dalam kategori.

**d. Identifikasilah variabel-variabel yang mungkin dapat memengaruhi hasil.**

Biasanya variabel ini meliputi sifat orang-orang yang mungkin akan menjawab survei. Untuk mendapatkan hasil yang tidak berat sebelah, harus mengetahui cara mengurangi pengaruh orang-orang ini.

**e. Mintalah seseorang melihat survei.**

Jangan lakukan survei kecuali sudah memberikan survei untuk kasus praktik, mungkin kepada teman atau kolega, untuk memastikan bahwa pertanyaan masuk akal, jawaban yang diterima dapat diukur dengan mudah, dan surveinya mudah untuk diselesaikan. Khususnya, tanyakan pada teman atau kolega dalam kasus praktik untuk memastikan bahwa:

- Survei tidak terlalu panjang atau rumit.
- Survei tidak membuat asumsi yang tidak masuk akal tentang target pasar.
- Survei memberikan pertanyaan dengan cara yang paling langsung.

### **3. Melaksanakan Survei**

**a. Tentukan periode waktu dan lokasi untuk survei.**

Pastikan untuk memilih kombinasi dari waktu dan lokasi yang paling mungkin menghasilkan sampel terbesar. Alternatifnya, jika survei dilakukan daring, pastikan untuk memasangnya di tempat yang dirasa akan mendapatkan pembaca paling tertarget atau kirimkan survei ke penerima survei yang paling mungkin mengisinya. Untuk survei daring, yang harus ditentukan adalah periode waktu pengisian survei (seberapa lama responden harus mengisi survei).

**b. Jika menggunakan kuesioner, periksa ulang formulir survei.**

Pastikan untuk memeriksa formulir beberapa kali dan mintalah orang lain untuk melakukan hal yang sama. Ingatlah bahwa survei sebaiknya tidak lebih dari lima menit dan harus memiliki pertanyaan yang sangat mudah untuk dijawab.

**c. Laksanakan survei dengan memaksimalkan ukuran sampel dan keakuratan tanggapan.**

Ingatlah bahwa dimungkinkan harus menjalankan survei lebih dari sekali atau di beberapa tempat yang berbeda untuk mendapatkan hasil yang menyeluruh. Pastikan saja bahwa survei tetap sama dalam setiap survei di waktu dan tempat yang berbeda. Kalau tidak, hasil survei mungkin akan beragam.

**d. Analisis hasil.**

Catatlah dan susunlah tanggapan numeriknya dalam tabel sambil menghitung rata-rata dan menganalisis tanggapan yang tinggi atau rendah. Bacalah dengan teliti dan analisislah tanggapan dari pertanyaan terbuka untuk mendapatkan ide mengenai tanggapan partisipan dan pemikiran mereka. Susunlah informasi dalam sebuah laporan yang meringkas penemuan, bahkan jika laporan itu hanya untuk tujuan pribadi.

Bacalah dengan teliti tanggapan-tanggapan itu untuk mencari kutipan-kutipan yang bagus dari pelanggan. Tanggapan apa pun yang mengesankan, kreatif, atau positif dapat digunakan kembali untuk iklan perusahaan di masa mendatang.

Pada dasarnya, survei tidaklah fleksibel. Survei harus dilakukan dengan cara yang sama ke semua responden untuk menstandarisasi hasil. Ini berarti bahwa tidak dapat menyesuaikan fokus survei selama prosesnya, bahkan jika menentukan bahwa variabel yang tidak terduga sebelumnya sangatlah penting. Ini merupakan kekuatan dan kelemahan survei dan harus dipertimbangkan saat menyusun survei.

Lebih baik untuk membuat survei yang jelas dan spesifik daripada mencoba mencakup susunan topik yang luas dalam satu survei. Semakin sedikit topik yang coba untuk digunakan, semakin detail dan berguna data yang akan diterima.

Berikan hasil yang akurat. Lebih baik untuk memberikan hasil yang akurat dari sampel yang kecil daripada menambahkan hasil “palsu” atau “buatan” hanya untuk memperbanyak sampel Anda.

### **LANGKAH KERJA PRAKTIKUM**

1. Susun daftar pertanyaan untuk survei pasar.
2. Lakukan survei pasar.
3. Lakukan analisis data hasil survei pasar.
4. Simpulkan hasil survei pasar.
5. Tentukan jenis bisnis yang akan ditindaklanjuti dalam penyusunan rencana bisnis/business plan.

### **HASIL PRAKTIKUM**

1. Deskripsi hasil survei pasar.
2. Deskripsi hasil analisis data survei pasar.
3. Kesimpulan hasil survei pasar
4. Jenis bisnis yang ditindaklanjuti dalam penyusunan rencana bisnis/business plan.

## **PRAKTIKUM KE - 2**

Judul Praktikum	:	Menyusun Rencana Usaha/Business Plan
Tujuan Praktikum	:	Agar Mahasiswa dapat menggagas ide dan membaca peluang dalam kewirausahaan secara baik dan tepat, serta mampu menyusun rencana usaha/business plan dan pengembangannya
Kompetensi yang dicapai	:	1. Mampu menggagas ide dan mampu membaca peluang dalam kewirausahaan secara baik dan tepat, 2. Mampu Menyusun rencana usaha/business plan

### **TEORI PENUNJANG PRAKTIK**

#### **A. Menggagas ide dan membaca peluang dalam kewirausahaan**

##### **1. Menggagas Ide Bisnis**

Ide merupakan konsep, pikiran dan pengetahuan, sebuah mental, pandangan, keyakinan atau rencana dari kegiatan-kegiatan usaha. Ide merupakan produk berfikir kreatif yang melibatkan penggunaan alat pendengaran, penglihatan dan perasa. Interaksi dari ketiga indera ini mendorong daya pikir seorang wirausahawan untuk menghasilkan ide.

Salah satu teknik dalam menggali pencarian ide bisnis yaitu melalui pembuatan mind mapping. Mind mapping atau peta pikiran adalah alat untuk membuat catatan ringkas atau brainstorming suatu ide bisnis. Mind mapping adalah juga alat untuk menggali kreativitas dengan menyeimbangkan otak kiri dan otak kanan.

Ada banyak orang yang berfikir untuk membangun sebuah bisnis. Namun, sangat sedikit dari mereka yang akhirnya merealisasikan niat tersebut.

Ada banyak hal yang menyebabkan tidak direalisasinya keinginan untuk membangun bisnis, bisa karena kemauan yang tidak besar, kurang modal, merasa belum siap, dan sebagainya.

Dari sekian banyak alasan yang ada, salah satu alasan yang paling banyak menghambat langkah para calon pengusaha adalah karena mereka kesulitan menemukan ide bisnis yang cocok, prospek, serta kreatif. Ide merupakan cikal bakal sebuah bisnis. Dengan ide yang matang, sebuah bisnis sangat potensial untuk berkembang menjadi bisnis yang besar.

Ide bisnis merupakan sesuatu yang terlihat sederhana, tetapi justru memiliki nilai yang sangat mahal. Tanpa adanya ide bisnis yang kreatif, sebuah bisnis akan sama dengan bisnis-bisnis lainnya yang sudah ada. Banyak pengusaha yang telah menunjukkan buah manis dari ide bisnis yang kreatif dan solutif. Katakan saja perusahaan-perusahaan ojek daring, Pet butler, ataupun perusahaan-perusahaan e-commerce yang sukses menjadi unicorn di Indonesia.

#### Cara Sederhana Menemukan Ide Bisnis Inovatif dan Disukai Pasar

Menurut Milan Kundera, sebuah bisnis pada dasarnya hanya memiliki dua fungsi, yaitu inovasi dan pemasaran. Fungsi inovasi merupakan ide yang mendasari sebuah bisnis, untuk kemudian dieksekusi dalam operasional berjalanya bisnis. Setidaknya ada 7 cara untuk bisa menemukan ide bisnis yang inovatif dan diminati pasar sebagai berikut:

- **Temukan Permasalahan Yang Dialami Pasar**

Sebuah bisnis memiliki sebuah esensi penting yang sangat mendasar. Ketika seseorang terjun ke dunia bisnis, maka sebenarnya dia sedang menawarkan solusi atas masalah yang sedang dialami pasar. Solusi ini kemudian dikenal secara luas sebagai produk.

Sehingga, bila seseorang ingin membangun bisnis yang inovatif dan diminati pasar, maka dia tidak boleh melupakan esensi tersebut. Harus melakukan riset pasar terlebih dahulu dan menemukan permasalahan-permasalahan yang dihadapi pasar. Kemudian carilah ide-ide sekreatif

mungkin untuk menciptakan produk yang inovatif serta solutif memecahkan masalah pasar.

- **Peka Terhadap Permasalahan yang Dialami Diri Sendiri / Orang Lain**

Selain harus mencari permasalahan yang dialami pasar melalui riset, seringkali ide-ide bisnis datang dengan sendirinya melalui obrolan-obrolan keseharian atau bahkan pengalaman pribadi. Tanpa disadari, seringkali masalah-masalah pada diri seseorang, kerabat, atau teman alami merupakan permasalahan yang juga dialami oleh pasar.

Salah satu kesulitan mencaai masalah dari pasar langsung adalah seringkali mereka tidak menyadari masalah dan kebutuhan yang mereka alami. Karena itu, harus bisa jeli memahami kebutuhan-kebutuhan atau masalah-masalah yang ada di sekelilingnya.

- **Mengkombinasikan Dengan Produk Sejenis**

Sebagai seorang yang baru akan masuk ke sebuah pasar, penting untuk mempelajari produk-produk apa saja yang sudah ada di pasaran. Hal ini bukan hanya sekedar mengetahuinya saja, tetapi memahami dan menilai pada aspek mana kelebihan dan kekurangan dari produk kompetitor tersebut.

Aspek-aspek seperti keinginan pasar terhadap produk yang sudah ada, tetapi belum terwujud juga menjadi catatan penting yang harus di. Dengan informasi-informasi tersebut, Anda bisa mengkombinasikan dan menciptakan ide bisnis baru yang inovatif sekaligus kreatif dan kompetitif. Secara garis besar, ada 3 tahapan yang harus dilalui, yaitu: pahami, tiru, dan modifikasi. Contoh saja bagaimana ojek daring yang muncul karena kebutuhan transportasi yang tinggi, dan menyempurnakan produk ojek konvensional di berbagai aspek yang sudah ada sebelumnya.

- **Uji Ide Bisnis**

Bila pada point-point sebelumnya melakukan riset pasar untuk menemukan masalah atau kebutuhan-kebutuhan yang dimiliki pasar, pada point ini disarankan untuk melakukan pengujian akan ide yang telah ditemukan, apakah ide dapat diterima pasar dan memecahkan masalah atau tidak.

- **Belajar Dari Trend Masyarakat**

Pola konsumsi masyarakat seringkali sangat dipengaruhi oleh tren yang berkembang. Misalkan saja beberapa waktu lalu, sempat viral jajanan es boba atau dalgoda. Serentak, pasar ingin membeli produk tersebut dan mulailah bermunculan pengusaha-pengusaha untuk menjual produk yang sedang trend tersebut.

Namun, tantangan disini adalah untuk memodifikasi produk yang sedang menjadi trend dan diminati pasar. Bila tidak melakukan modifikasi, maka produk akan sama dengan kompetitor yang lain, dan sangat sulit memenangkan persaingan. Karena itu, cermati bidang tersebut, dan berikan aspek-aspek produk yang inovatif dan lebih unggul dari kompetitor.

- **Berfikir Out Of The Box**

Ketika orang-orang membangun bisnis berdasarkan pada apa yang sudah ada sebelumnya, maka harus dapat mencari ide bisnis yang justru keluar dari kebiasaan tetapi tetap solutif bagi pasar. Kita bisa lihat bagaimana konsep belanja online yang digagas oleh sebuah perusahaan start up tidak mengikuti kebiasaan jualan dan transaksi secara konvensional. Dan pada akhirnya, kini trend belanja online ditengah masyarakat justru sangat tinggi.

Hilangkan batasan-batasan ide yang bersifat tradisional, kemudian ciptakan cara diri sendiri dalam menciptakan produk yang tetap solutif. Hal ini bisa mempelajari perkembangan teknologi yang semakin canggih dan

menawarkan berbagai kemudahan, sebagai core ide bisnis yang kemukakan.

## **2. Membaca Peluang Pasar**

Adapun pengertian peluang menurut para ilmuwan yaitu :

- Menurut Kotler, peluang adalah faktor atau tren yang menguntungkan pada lingkungan eksternal yang dapat digunakan perusahaan untuk memperoleh keuntungan.
- Menurut Fred, peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Situasi yang menguntungkan ini bisa berupa perkembangan teknologi, perubahan perilaku konsumen, dan faktor eksternal lainnya.
- Menurut Daft, peluang merupakan karakteristik dari lingkungan eksternal yang memiliki potensi untuk membantu organisasi meraih atau melampaui sasaran strateginya.

Berdasarkan pendapat dari para ilmuwan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa peluang adalah lingkungan eksternal yang dapat berpotensi menguntungkan perusahaan untuk meraih sasaran strateginya. Kedudukan menganalisis peluang adalah untuk melihat potensi perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaannya

## **3. Cara Membaca Peluang Pasar**

### **a. Kenali Konsumen**

Cara membaca peluang pasar yang tepat merupakan strategi jitu bagi pengusaha meraup laba. Tanpa mengenal target pasar yang jelas dan spesifik akan membuat produk sulit mendapat respon konsumen. Apalagi untuk produk yang persaingannya tinggi.

Bagi pengusaha, mempetakan pasar merupakan hal mendasar yang sangat penting untuk kita perhatikan sebelum memulai menjalankan usaha. Percuma saja kita menjual produk tanpa ada konsumen yang mau membelinya.

Tanpa mengetahui target pasar, seorang pengusaha tidak akan memiliki arah yang jelas dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Produk yang kita jual juga umumnya hanya berdasarkan ide tanpa bukti nyata sebagai kebutuhan konsumen.

Jadi bisa kita katakan bahwa pasar adalah kompas arah bagi pengusaha. Jika sudah mengetahui seperti apa peluang yang bisa kita ambil maka menyediakan produk yang tepat sasaran akan menjadi semakin mudah.

## **b. Cara Membaca Peluang Pasar**

Memetakan pasar bukanlah pekerjaan mudah. Apalagi dengan berjubelnya jenis bisnis yang ada tentunya akan menyulitkan menerobos dan menangkap peluang yang ada. Lantas seperti apa cara yang tepat untuk membaca peluang pasar dan memenangkan persaingan usaha? Berikut ini beberapa langkah penting cara membaca peluang pasar yang sebaiknya anda tahu.

- **Melakukan Riset Pasar**

Melakukan riset pasar di era digital sekarang ini juga semakin mudah. Tidak perlu terjun langsung bertanya ke orang – orang tentang suatu trend atau minat mereka.

Bisa menggunakan sosial media untuk melakukan survei atau polling tentang tren, minat dan kebutuhan audiens atau calon target market.

Informasi yang di dari survey bisa dijadikan bahan pertimbangan. Baik dalam menjalankan atau memulai bisnis dalam bidang apa, produknya apa, konsep bisnisnya bagaimana.

Dengan demikian bisa menyediakan produk yang sesuai dengan minat calon pembeli dan pastinya ini akan memberikan hasil yang solutif.

- **Cari Tahu Keinginan dan Daya Beli Target Market**

Masyarakat beserta keberagamannya pasti memiliki kebutuhan yang berbeda. Maka harus diketahui masyarakat yang akan menjadi target market nantinya punya kebutuhan apa.

Untuk cara membaca peluang pasar ini bisa melihat dari aspek mata pencahariannya, kebiasaan, kesenangan atau pun pola konsumsi mereka.

Dengan begitu bisa menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan target market. Calon konsumen dan mereka yang berminat pun bisa menjangkau untuk membeli produk..

- **Amati Pesaing Anda**

Cara membaca peluang pasar yang selanjutnya adalah mengamati pesaing. Misalkan di suatu daerah, usaha yang bergerak di bidang yang sama dan dengan konsep yang sama ada berapa macam. Usaha tersebut yang nantinya akan berpotensi menjadi pesaing.

Pekerjaan Rumahnya bukan menjegal usaha mereka, melainkan bagaimana agar usaha bisa memanfaatkan kelemahan mereka menjadi kelebihan. Juga harus memahami keunikan atau ciri khas dari produk yang bisa dijadikan sebagai nilai plus untuk bersaing memenangkan hati pelanggan.

- **Meluncurkan Produk Sample**

Pada awal memulai bisnis tidak perlu menyetok banyak barang. Karena potensi ruginya bisa sangat besar. Untuk yang baru memulai usaha atau masih tahap awal, pastikan meluncurkan produk sample terlebih dahulu. Karena itu cara membaca peluang pasar adalah dengan melempar contoh produk. Dari contoh produk tersebut lihat seperti apa antusias target market untuk membeli produ.

Anda juga bisa menggunakan konsep meluncurkan beberapa sample produk dengan beberapa varian untuk mengetahui seberapa banyak varian tertentu diminati oleh pembeli.

Varian yang paling diminati tersebut nantinya bisa menjadi produk andalan yang dipersiapkan dalam jumlah yang jauh lebih banyak daripada varian lainnya. Dengan begitu anda mengetahui mana master produk usaha.

Dari semua hal tersebut bisa menyimpulkan dan menarik garis besar produk seperti apa yang harus dikeluarkan agar disukai target market atau target konsumen. Pastikan juga selalu up to date dengan perkembangan zaman. Hal ini penting agar usaha tidak stagnan dan tetap terus bisa mengikuti arus perkembangan zaman.

## **B. Menyusun rencana usaha/business plan**

Rencana bisnis/business plan yang baik : Singkat dan Padat, Terorganisir rapi dengan penampilan menarik, Rencana yang menjanjikan, Hindari lebih-lebihkan proyeksi, Kemukaan risiko-risiko bisnis yang signifikan, Tim terpercaya dan efektif, Fokus, Target pasar, Realistis, dan Spesifik.

Hal yang mendasar dalam business plan : Diawali dengan ide bisnis, Ide bisnis sebagai jawaban, Cara menghasilkan keuntungan, Siapa pembeli produk, dan Dana untuk memulai bisnis.

Bagian utama business plan : Ringkasan eksekutif, Deskripsi bisnis, Strategi pemasaran, Analisis persaingan, Rencana desain dan pengembangan, Rencana operasi dan manajemen, dan Analisis rencana keuangan. Adapun istematikan penyusunan business plan, sebagai berikut :

- I. Ringkasan Eksekutif (executive summary)
- II. Pendahuluan
  - 2.1. Latar Belakang
  - 2.2. Visi, Misi, Tujuan, dan Nilai Budaya
- III. Gambaran Usaha
- IV. Aspek Pemasaran
  - 4.1. Segmen Pasar, Target Pasar, dan Positioning
  - 4.2. Perkiraan Permintaan dan Penawaran
  - 4.3. Rencana Penjualan
  - 4.4. Strategi Pemasaran (swot analysis : Product, Price, Place, dan Promotion)

## V. Aspek Organisasi dan Manajemen

- 5.1. Organisasi dan SDM
- 5.2. Perijinan
- 5.3. Kegiatan Praoperasi dan Jadwal Pelaksanaan
- 5.4. Inventaris kantor

## VI. Aspek Produk

- 6.1. Pemilihan Lokasi
- 6.2. Layout (rencana Tata Letak)
- 6.3. Proses produksi dan gambaran teknologinya
- 6.4. Bahan Baku dan bahan pembantu
- 6.5. Tenaga produksi
- 6.6. Mesin dan peralatan
- 6.7. Tanah Gedung dan Perlengkapan

## VII. Aspek keuangan

- 7.1. sumber pendanaan
- 7.2. Rencana kebutuhan modal investasi
- 7.3. Rencana kebutuhan modal kerja
- 7.4. Analisa kelayakan usaha
- 7.5. analisis keuntungan

## **LANGKAH KERJA PRAKTIKUM**

1. Susun rencana bisnis/business plan berdasarkan hasil praktikum survei pasar, sesuai dengan sistematika pada teori penunjang praktik.
2. Presentasikan business plan tersebut di hadapan dosen dan mahasiswa lainnya.
3. Perbaiki business plan berdasarkan masukan dari dosen dan mahasiswa lainnya.

## **HASIL PRAKTIKUM**

1. Dokumen business plan sesuai hasil survei pasar dalam bentuk konsep/draf.
2. Dokumen business plan setelah perbaikan untuk diimplementasikan.

## **PRAKTIKUM KE - 3**

- Judul Praktikum : Mengimplementasikan *Business Plan*
- Tujuan Pembelajaran : Agar Mahasiswa dapat mengimplementasikan bisnis sesuai yang direncanakan
- Kompetensi yang dicapai :
1. Mampu menghadapi dan menyesuaikan diri pada tantangan kewirausahaan global.
  2. Mampu mendeskripsikan dan mengimplementasikan etika bisnis dalam kewirausahaan secara tepat dan bertanggung jawab.
  3. Mampu memiliki life skill sebagai seorang wirausahawan
  4. Mampu sebagai technopreneur dan inspirator kewirausahaan
  5. Mampu memanfaatkan teknologi informasi dalam kewirausahaan
  6. Mampu berkreaitivitas dan berinovasi di bidang kewirausahaan yang bermutu, dan bertanggung jawab

### **TEORI PENUNJANG PRAKTIK**

#### **A. Tantangan kewirausahaan global.**

##### **1. Tantangan Persaingan Global**

Secara epistemologi, definisi globalisasi berasal dari bahasa Inggris, yakni globalize yang berarti “menyeluruh” dengan imbuhan ization atau “proses”. Definisi tersebut mensyaratkan konsep saling ketergantungan internasional dan pengaruh antara berbagai sistem sosial dan ekonomi. • Globalisasi adalah sebuah fenomena yang mendunia dan memasuki hampir seluruh aspek

kehidupan manusia, termasuk sektor ekonomi. Ada dampak positif maupun negatif pengaruh globalisasi di bidang ekonomi. • globalisasi telah mempengaruhi praktik Usaha Kecil Menengah (uKM) dalam dua cara, yaitu memfasilitasi aktivitas transnasional bagi UKM dan mengubah Peran UKM di dalam negeri itu sendiri.

Tantangan dan Hambatan Kewirausahaan di Indonesia Tentunya dalam berbisnis khususnya berwirausaha tidak dapat dilakukan tanpa hambatan dan tantangan. Berikut beberapa kendala dan tantangan yang dihadapi saat menjalankan usaha wirausaha:

1. Kurangnya pengetahuan. Pendidikan formal seseorang secara tidak langsung akan memengaruhi tingkat pengetahuan tentang kewirausahaan. Namun untuk mengatasi keterbatasan informasi dan merangsang kreativitas, para wirausahawan dapat mengikuti berbagai pelatihan kewirausahaan yang semakin sering diadakan. Kurangnya kesempatan pelatihan akan berdampak pada kurangnya jaringan informasi untuk pemasaran dan distribusi produksi.
2. Batasan budaya sampai saat ini masih banyak yang beranggapan bahwa peran perempuan hanya sebatas dalam bidang keluarga yaitu mengurus keluarga dan keluarga. Pandangan ini secara tidak langsung akan membatasi pergerakan perempuan untuk bisa mulai bekerja dan membantu keuangan keluarga.
3. Kurangnya layanan pinjaman. Tanpa modal, perusahaan tidak dapat beroperasi. Bagi pengusaha yang baru memulai bisnis biasanya hal ini menjadi kendala besar. Ketidakmampuan mendapatkan layanan pinjaman membuat pengusaha merasa ruangannya terbatas. Pengembalian yang diharapkan wirausahawan tidak hanya dapat menutupi hilangnya waktu dan uang investasi, tetapi juga berbagi risiko dan rencana yang telah mereka adopsi dalam menjalankan bisnis mereka sendiri secara adil.
4. Biaya bahan baku relatif mahal biasanya, pewaralaba menyediakan pemasok bahan baku kepada pengusaha untuk menghasilkan produknya. Mereka berargumen bahwa bahan baku pemasok yang mereka undang

oleh pemilik waralaba memenuhi standar kualitas. Oleh karena itu dibandingkan dengan harga pasar, harga bahan baku tergolong mahal. Oleh karena itu, margin keuntungan bagi pengusaha kecil.

5. Pengaturan lokasi yang buruk. Waralaba yang mempertimbangkan strategi lokasi biasanya hanya mengizinkan waralaba untuk mewakili jarak tertentu. Namun, ada juga beberapa orang yang memiliki banyak waralaba terkonsentrasi di satu tempat. Ini tidak bagus, karena pengusaha harus bersaing dengan merek dan produk yang sama di tempat yang sama. Oleh karena itu, sebelum memulai usaha, sebaiknya dilakukan pengecekan apakah lingkungan sekitar sudah memadai.
6. Kreativitas yang terbatas. Kebanyakan pengusaha membuat semua aksesoris yang digunakan dalam usahanya sama, agar tidak menimbulkan kreativitas usaha. Jika terus berlanjut, mungkin negatif. Karena konsumen akan bosan, tidak ada yang unik.

#### Tantangan Persaingan Global di Tingkat Tenaga Kerja

1. Era globalisasi dan perdagangan bebas membuat persaingan bisnis semakin ketat. Ditingkat makro, pemerintah perlu meningkatkan kompetensi SDM melalui program peningkatan mutu pendidikan. Sedang ditingkat mikro, perusahaan perlu mengadopsi visi, misi dan strategi yang tepat yang didukung oleh strategi SDM dan budaya perusahaan yang tepat pula.
2. Pada dasarnya strategi SDM berkaitan dengan tiga aktivitas SDM: pengadaan, pemeliharaan serta pelatihan dan pengembangan. Ketiga aspek tersebut perlu mengacu pada komponen organisasi, seperti misalnya strategi, budaya perusahaan dan struktur agar mendukung keefektifan perusahaan.
3. Strategi dan perencanaan SDM perlu didukung oleh nilai-nilai kreativitas, layanan, continuous learning dan inovatif. Konsep Learning organization seyogianya diaplikasi dan dikembangkan untuk mengantisipasi tantangan lingkungan internal dan eksternal.

#### Dampak Positif Globalisasi di Bidang Ekonomi :

1. Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi. Pasar internasional akan membuka peluang yang lebih besar bagi tiap negara untuk lebih berkembang. Hal itu disebabkan karena pasar global menyediakan akses yang lebih mudah pada modal, teknologi, manusia, pasar ekspor yang lebih besar, dan impor yang lebih murah.
2. Kesejahteraan Tenaga Kerja Meningkat. Semakin banyaknya perusahaan global akan berpengaruh terhadap permintaan pasar kerja yang menuntut kualitas tinggi dari para pekerja. Buruh dengan tingkat keterampilan tinggi akan mendapat gaji yang sesuai pula.
3. Terciptanya Bisnis e-Commerce, Bisnis e-commerce adalah bisnis transaksi jual beli melalui internet. Bisnis ini muncul sebagai respons atas perkembangan teknologi dan perubahan kebiasaan manusia yang menginginkan kemudahan dalam segala bidang.
4. Meningkatkan Nilai Ekspor dan Impor, Pasar global membuat ketersediaan sebuah barang dapat dimiliki oleh seluruh negara secara transnasional melalui ekspor dan impor. Ekspor adalah pengiriman komoditas ke luar negeri sedangkan impor adalah pengiriman barang dari luar negeri ke dalam negeri.

#### Dampak Negatif Globalisasi di Bidang Ekonomi :

1. Ketimpangan Pendapatan, Meskipun aktivitas ekonomi telah meningkat tajam akibat pasar global, namun hal tersebut justru memberi dampak negatif pada pendapat negara.
2. Monopoli dan Oligopoli di Tingkat Global, Monopoli adalah sebuah kondisi di mana pasar hanya dimiliki oleh satu penjual, sementara oligopoli adalah kondisi pasar yang hanya dimiliki oleh segelintir pihak.
3. Penurunan Standar Lingkungan, Persaingan di antara negara berkembang untuk menarik investasi asing berakibat pada pengabaian atas syarat-syarat dalam melakukan investasi asing, yakni dengan mempertimbangkan faktor lingkungan, kesehatan, dan keselamatan.

4. Produk Lokal Kalah Saing, Produk lokal kalah bersaing dengan produk impor karena beberapa alasan, antara lain pengemasannya yang kurang menarik, harga yang lebih tinggi, dan kualitas rendah

## **2. Tantangan Pertumbuhan Penduduk**

Pertumbuhan penduduk sebenarnya merupakan keseimbangan dinamis antara dua kekuatan yang menambah atau yang mengurangi jumlah penduduk. perkembangan penduduk akan dipengaruhi oleh jumlah bayi yang lahir tetapi secara bersamaan pula akan dikurangi oleh jumlah kematian yang dapat terjadi pada semua golongan umur.

Dalam konteks spasial mobilitas penduduk juga berpengaruh terhadap perubahan dalam jumlah penduduk, dimana imigrasi akan menambah jumlah penduduk dan emigrasi akan mengurangi jumlah penduduk dalam suatu wilayah.

Etika bisnis dalam kewirausahaan.

Jumlah penduduk yang besar bagi beberapa kalangan merupakan suatu hal positif karena dengan jumlah penduduk yang besar tersebut dapat dijadikan sebagai subjek pembangunan, perekonomian akan berkembang bila jumlah tenaga kerjanya banyak. Disisi lain beberapa kalangan justru meragukan apakah jumlah penduduk yang besar adalah sebagai asset, atautkah sebaliknya yaitu merupakan beban bagi pembangunan. Hal ini berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan yang semakin lama semakin banyak pula seiring dengan perkembangan jumlah penduduk tersebut

Sebenarnya permasalahan yang muncul dididang kependudukan bukan hanya pada jumlah yang besar semata akan tetapi juga berimbans pada turunan dari kuantitas yang besar tersebut antara lain : persebaran penduduk, kualitas penduduk, kecukupan dari sisi konsumsi, struktur penduduk yang sebagian besar masih muda, modal dan teknologi yang dimiliki juga masih rendah dan akibatnya produktivitas kerja makin menurun serta masalah krusial yang berkaitan dengan ketenagakerjaan.

Paradigma baru tentang pembangunan sudah bergeser pada pentingnya pembangunan berdimensi pada manusia (*people centered development*). Penduduk bukan hanya sebagai obyek dari pembangunan tapi sekaligus sebagai subjek dari pembangunan. Karena disyaratkan bahwa penduduk harus ikut sebagai subjek maka dibutuhkan peningkatan kualitas sumberdaya manusia agar benar-benar pembangunan yang diinginkan bisa tercapai.

Keterlibatan penduduk dalam pembangunan perekonomian menjadi penting dalam rangka untuk meningkatkan pendapatan. Kebijakan perluasan kesempatan kerja merupakan suatu kebijakan penting lainnya dalam pembangunan, karena selain sebagai tolak ukur keberhasilan pembangunan ekonomi namun berikutnya juga dapat digunakan sebagai ukuran dalam mencapai kesejahteraan.

### **3. Tantangan Tanggung Jawab Sosial**

Terjadi pergeseran dari kondisi ekonomi yang dikendalikan oleh semangat manajemen yang biasanya hanya diterapkan oleh perusahaan-perusahaan besar dengan modal yang kuat dan terstruktur secara sistematis, ke arah sistem ekonomi yang lebih banyak digerakkan oleh semangat kewirausahaan yang mengedepankan inovasi dan kreativitas meskipun dengan sumberdaya yang minim.

Konsep implementasi Tanggungjawab Sosial perusahaan atau CSR (Corporate Social Responsibility) juga mengalami perubahan paradigma, dari kegiatan yang bersifat derma, menjadi kegiatan yang lebih produktif. Keterkaitan antara kewirausahaan sosial dengan upaya implementasi CSR dapat menjadi model yang menjanjikan dalam kerangka pencapaian dampak untuk mewujudkan tujuan-tujuan dari Millenium Development Goals.

Prinsip tanggung jawab sosial telah mengakar pada praktik bisnis yang mencerahkan bagi para pemangku kepentingan. Tanggung jawab sosial yang diupayakan oleh entitas usaha dapat diwujudkan dalam berbagai aspek antara lain meliputi pendidikan, ekonomi, kesehatan, sosial dan lingkungan.

#### **4. Tantangan Kemajuan Teknologi**

Era digital telah membawa berbagai perubahan yang baik sebagai dampak positif yang bisa digunakan sebaik-baiknya. Namun dalam waktu yang bersamaan, era digital juga membawa banyak dampak negatif, sehingga menjadi tantangan baru dalam kehidupan manusia di era digital ini. Tantangan pada era digital telah pula masuk ke dalam berbagai bidang seperti politik, ekonomi, sosial budaya, pertahanan, keamanan, dan teknologi informasi itu sendiri

Teknologi digital masa kini yang semakin canggih menyebabkan terjadinya perubahan besar dunia. Manusia telah dimudahkan dalam melakukan akses terhadap informasi melalui banyak cara, serta dapat menikmati fasilitas dari teknologi digital dengan bebas, namun dampak negatif muncul pula sebagai mengancam. Tindak kejahatan mudah terfasilitasi, game online dapat merusak mental generasi muda, pornografi, dan pelanggaran hak cipta mudah dilakukan, dan lain-lain.

Dampak positif era digital antara lain:

1. Informasi yang dibutuhkan dapat lebih cepat dan lebih mudah dalam mengaksesnya.
2. Tumbuhnya inovasi dalam berbagai bidang yang berorientasi pada teknologi digital yang memudahkan proses dalam pekerjaan kita.
3. Munculnya media massa berbasis digital, khususnya media elektronik sebagai sumber pengetahuan dan informasi masyarakat.
4. Meningkatnya kualitas sumber daya manusia melalui pengembangan dan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi.
5. Munculnya berbagai sumber belajar seperti perpustakaan online, media pembelajaran online, diskusi online yang dapat meningkatkan kualitas pendidikan.
6. Munculnya e-bisnis seperti toko online yang menyediakan berbagai barang kebutuhan dan memudahkan mendapatkannya.

Dampak Negatif Era Digital Harus diantisipasi dan dicari solusinya untuk menghindari kerugian atau bahaya, antara lain:

1. Ancaman pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) karena akses data yang mudah dan menyebabkan orang plagiatis akan melakukan kecurangan.
2. Ancaman terjadinya pikiran pintas dimana anak-anak seperti terlatih untuk berpikir pendek dan kurang konsentrasi.
3. Ancaman penyalahgunaan pengetahuan untuk melakukan tindak pidana seperti menerobos sistem perbankan, dan lainlain (menurunnya moralitas).
4. Tidak mengefektifkan teknologi informasi sebagai media atau sarana belajar, misalnya seperti selain men-download e-book, tetapi juga mencetaknya, tidak hanya mengunjungi perpustakaan digital, tetapi juga masih mengunjungi gedung perpustakaan, dan lain-lain.

## **5. Tantangan Life Style dan Kecenderngannya**

Menurut Mowen (2001:282) gaya hidup merupakan pola perilaku hidup seseorang, pola dalam berbelanja dan mengalokasikan waktu. Keputusan membeli sesuatu produk atau jasa yang dilakukan oleh seorang pelanggan dapat muncul karena adanya pengaruh dari lingkungan saat ini, salah satunya muncul dari suatu kebiasaan yang terjadi di masyarakat. Gaya Hidup memiliki peranan penting dalam proses pengambilan keputusan seseorang. Gaya hidup mempengaruhi perilaku seseorang yang pada akhirnya menentukan pola konsumsi seseorang. Berdasarkan teori tersebut, mengukur variabel Gaya Hidup dengan menggunakan empat indikator yaitu Utilitarian Purchase, Indulgence, Life Luxuries, dan Aspirational Luxuries.

Seorang pelanggan melakukan pembelian terhadap produk karena adanya beberapa motif tertentu :

1. Pertama didasari atas motif hanya ingin tahu suatu produk.
2. Kedua, didasari rasa ingin memanjakan diri ketika menikmati produk.
3. Ketiga, berfikir bahwa sudah menjadi hal mewah apabila mengkonsumsi produk tersebut.

4. Keempat,, menikmati produk tersebut kopi merupakan hal yang mewah bagi masyarakat.

## **6. Tantangan Etika**

Etika berasal dari kata Yunani ethos, bentuk jamaknya (ta etha) berarti „adat istiadat“. Berarti etika berhubungan dengan kebaikan hidup, kebiasaan atau karakter baik terhadap seseorang, masyarakat atau terhadap kelompok masyarakat.

Tujuan etika antara lain menilai perilaku manusiawi berstandar moral, dan memberikan ketepatan nasehat tentang bagaimana bertindak bermoral pada situasi tertentu.

Etika adalah sebuah peraturan sosial yang tidak tertulis, tetapi secara tidak langsung disepakati dan dilaksanakan oleh seluruh masyarakat dalam konteks sosial. Sehingga hukuman yang akan muncul apabila etika tersebut dilanggar juga bersifat sosial, seperti dijauhi atau diacuhkan.

Etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun aturan yang tidak tertulis. Modal paling utama dalam bisnis adalah nama dan kepercayaan.

## **7. Tantangan Keanekaragaman Angkatan Kerja**

Sumber daya manusia mempunyai peranan penting baik secara perorangan ataupun kelompok dalam organisasi dan sumber daya manusia merupakan salah satu penggerak utama atas kelancaran jalannya kegiatan usaha, bahkan maju mundurnya perusahaan ditentukan oleh keberadaan sumber daya manusianya.

Keberagaman tenaga kerja adalah karakteristik demografi yang digunakan sebagai acuan keberagaman tenaga kerja, menurut Ankita Saxena (2014) keberagaman tenaga kerja meliputi umur, kasta serta agama, jenis kelamin, bahasa, jabatan, perbedaan pendapat serta sikap, wilayah geografis.

Menurut Luthan (2005:74) terdapat sejumlah karakteristik demografi yang memberi kontribusi terhadap Keberagaman tenaga kerja seperti usia, jenis kelamin, kesukuan/ etnis, pendidikan, ahasa, kondisi, orang dengan cacat fisik. Keragaman tenaga kerja pada suatu lingkungan di butuhkan suatu manajemen keragaman yang baik untuk menyatukan orang-orang dengan berbeda karakter demi mencapai tujuan tertentu.

Tenaga kerja dikelompokkan menjadi : a) Tenaga Kerja Terdidik adalah tenaga kerja yang memerlukan jenjang pendidikan yang tinggi. Misalnya dokter, guru, insinyur dsb. b) Tenaga Kerja Terlatih adalah tenaga kerja yang memerlukan pelatihan dan pengalaman. Misalnya sopir, montir dsb. c) Tenaga Kerja tidak Terdidik dan Terlatih adalah tenaga kerja yang dalam pekerjaannya tidak memerlukan pendidikan ataupun pelatihan terlebih dahulu. Misalnya tukang sapu, tukang buang sampah, dll

## **8.Tantangan Pengangguran**

Diproyeksikan BPS dan UNDP pada tahun 2025 akan terjadi peningkatan jumlah penduduk usia produktif menjadi 187,6 juta. Pada kondisi tersebut, rasio ketergantungan penduduk Indonesia akan berada pada posisi rendah dan secara demografis dapat dikatakan sebagai bonus demografi. Hal itu berimplikasi pada pentingnya penciptaan kesempatan kerja yang produktif. Apabila kondisi tersebut tidak dapat dicapai, maka akan menyebabkan peningkatan pengangguran usia muda yang dapat berdampak pada kondisi sosial ekonomi suatu bangsa. Meningkatnya usia non produktif harus dimanfaatkan sebaik-baiknya, usia non produktif benar-benar bisa berkarya dan berkiprah secara produktif. Sehingga diharapkan bonus demografi ini benar-benar dapat mendorong perekonomian Indonesia dimasa mendatang.

Indonesia saat ini menghadapi permasalahan serius ketenagakerjaan yakni masih besarnya angka pengangguran terdidik. Jumlah pengangguran terdidik setiap tahunnya dikhawatirkan akan terus bertambah karena jumlah lulusan perguruan tinggi juga terus bertambah, akan tetapi tidak semua lulusan perguruan tinggi dapat tertampung di dunia kerja, akibatnya akan mendorong

terjadinya peningkatan jumlah pengangguran terdidik. Pada jangka panjang, tingginya pengangguran usia muda akan menyebabkan Indonesia menghadapi berbagai tantangan, antara lain:

1. Pertama, penurunan dalam hal modal manusia dan sosial, kesehatan mental dan fisik, pendapatan dan konsumsi, serta keterlibatan dalam demokratisasi berpolitik.
2. Kedua, adanya peningkatan risiko bunuh diri dan kriminalitas di daerah perkotaan. Berbagai masalah sosial perkotaan yang meresahkan masyarakat saat ini berakar dari kesulitan hidup atau kesulitan ekonomi yang disebabkan oleh ketiadaan sumber hidup (pekerjaan).

Pemerintah harus meningkatkan pelatihan-pelatihan kepada masyarakat, dalam meningkatkan jiwa kewirausahaan, memperluas usaha kecil menengah, agar program yang dilakukan dapat menanggulangi masalah pengangguran. Dalam rangka pemanfaatan bonus demografi, dipandang perlu kebijakan guna mendorong munculnya wirausaha muda, dan memberdayakannya untuk mendukung pembangunan nasional. Kewirausahaan sebagai mendorong penciptakan job creator/pencipta lapangan kerja menjadi sangat strategis peranannya.

## **B. Etika bisnis dalam kewirausahaan**

Prinsip-prinsip etika bisnis : prinsip otonomi, prinsip kejujuran, prinsip tidak berbuat jahat (non maleficence) dan prinsip berbuat baik (beneficence) secara inti adalah prinsip moral sikap baik pada orang lain, prinsip keadilan, memperlakukan orang lain sesuai dengan haknya, dan prinsip hormat kepada diri sendiri,

Ada beberapa alasan yang menjadikan etika bisnis sedemikian pentingnya :

1. Adanya kelaziman masyarakat yang sudah maju untuk cenderung menuntut para pembisnisnya agar mampu bertindak etis, atau masyarakat pada umumnya mengharapkan kinerja etik yang tinggi.

Suatu perusahaan yang memiliki kinerja etik yang tinggi akan mendapat dukungan dan pembenaran dari masyarakat.

2. Untuk menghindari kerugian kelompok kepentingan dalam masyarakat, seperti para pelanggan, perantara, pemasok dan pesaing.
3. Untuk melindungi pembisnis dari kemungkinan tumbuh suburnya perilaku tidak etis, baik dari karyawan ( internal) maupun dari para pesaing ( eksternal).
4. Untuk melindungi masyarakat yang akan bekerja di sektor bisnis dari ancaman lingkungan kerja yang tidak adil, produk berbahaya, dan bahkan pemalsuan laporan keuangan dan juga memberikan kontribusi pada ketenangan, keamanan dan kenyamanan psikologi bagi para pembisnis agar mampu berkipra melakukan tindakan bisnis yang konsisten sesuai dengan norma-norma yang berlaku.
5. Umumnya orang menginginkan akan bertindak konsisten dengan pandangan hidupnya, menyangkut nilai-nilai kebaikan dan keburukan perilaku dirinya. Sesuatu yang dipaksakan dan bertentangan dengan nilai pribadinya, lazimnya akan melahirkan sumber konflik batin dan stress emosional yang besar

### **C. Life skill sebagai seorang wirausahawan**

Dalam kehidupan keseharian, manusia akan selalu dihadapkan pada problema hidup yang harus dipecahkan dengan menggunakan berbagai sarana dan situasi yang dapat dimanfaatkan. Kemampuan seperti itulah yang merupakan salah satu inti kecakapan hidup (life skill).

Pengertian life skill adalah kecakapan yang dimiliki seseorang untuk mau dan berani menghadapi problema hidup dan kehidupan secara wajar tanpa merasa tertekan, kemudian secara proaktif dan kreatif mencari serta menemukan solusi sehingga akhirnya mampu mengatasinya.

Life skills didefinisikan sebagai kemampuan, kesanggupan dan keterampilan yang diperlukan oleh seseorang untuk menjalankan kehidupan dengan nikmat dan bahagia. Secara sederhana life skills bisa disebut sebagai

kecakapan yang dibutuhkan untuk bekerja selain kecakapan dalam bidang akademik.

Pada saat ini generasi muda tidak dibesarkan dalam budaya wirausaha sehingga ketika dewasa memiliki pola pikir untuk mencari kerja bukan mencipta kerja. Dengan kata lain, lebih suka mencari pekerjaan dari pada menciptakan pekerjaan

Kenyataan menunjukkan, dari dimensi sosial misalnya, generasi muda kita umumnya lebih tertarik menjadi pegawai daripada berusaha membuka usaha sendiri. Sementara secara kultur, para orang tua merasa bangga dan bergengsi jika putraputrinnya diangkat menjadi pegawai negeri atau perusahaan swasta/BUMN yang bonafid.

Tantangan Kewirausahaan pada Generasi Muda Penyebab Mengapa Kewirausahaan Kurang Berkembang :

1. Pengaruh pola pikir tradisional, yaitu orang tua menghendaki anaknya sekolah, cepat selesai, dan setelah itu menjadi pegawai negeri atau BUMN, kemudian membangun rumah tangga, punya anak, meniti karir sampai jenjang paling tinggi, dan akhirnya menikmati pensiun di hari tua;
2. Kurang motivasi dan antusias, karena belum banyaknya motivator sebagai penggerak untuk menjadi wirausahaan, baik dari orang tua, guru, dosen, pemerintah, alim ulama, tokoh-tokoh masyarakat dan sebagainya;
3. Sifat introvert, disebabkan karena sistem di perguruan tinggi atau memang pembawaan rata-rata individunya. Karena dalam bisnis yang berbasis engineering dan teknologi, disinilah terdapat banyak potensi uang yang sangat besar dan bisa membantu melepaskan bangsa kita dari ketergantungan teknologi secara permanen terhadap bangsa-bangsa lain;
4. Pengaruh etos kerja yang kurang menghargai proses, di Indonesia muncul etos keberhasilan, yaitu dalam menilai keberhasilan, seseorang hanya dinilai dari apa yang sudah diraih-yang dapat berupa materi, status sosial, status pendidikan,

5. Berjiwa safety-player, terlalu banyak orang mencari tempat aman dan selamat, akibatnya banyak yang terpuruk;
6. Kelemahan dalam leadership, kekuatan suatu kelompok adalah di dalam kekuatan pemimpinnya;
7. Pengaruh feodalisme gaya baru, banyaknya ritual, seremonial, dan status sosial yang ditonjolkan, bahkan dibesar-besarkan untuk menyakralkan kekuasaannya yang menjadi kebanggaannya, kemudian menjadi kebutuhan hidupnya, untuk selalu dihormati dan dilayani atas dasar kekuasaannya;
8. Takut tidak mempunyai status sosial, di masyarakat diperlukan status sosial yang jelas dan mudah diidentifikasi oleh pihak-pihak lain agar dirinya bisa dibanggakan;
9. Kerja ingin enteng, hasil ingin besar, dan tidak menanggung resiko;
10. Kurangnya pendidikan kewirausahaan di rumah, di sekolah, pada kursus-kursus dan di tempat kerja;

Ruang Lingkup Life Skill :

1. Kecakapan mengenal diri (self awareness) atau kecakapan personal (personal skill), adalah kecakapan yang diperlukan bagi seseorang untuk mengenal dirinya secara utuh, mencakup : penghayatan diri sebagai makhluk Tuhan, penghayatan diri sebagai anggota keluarga dan masyarakat, penghayatan diri sebagai warga negara, menyadari dan mensyukuri kelebihan dan kekurangan diri, dan menjadikan kelebihan dan kekurangan sebagai modal dalam meningkatkan diri agar bermanfaat bagi diri dan lingkungannya.
2. Kecakapan berpikir rasional (thinking skill) adalah kecakapan yang diperlukan dalam pengembangan potensi berpikir, mencakup : kecakapan menggali dan menemukan informasi (information searching), kecakapan mengolah informasi dan mengambil keputusan (information processing and decision making skills), kecakapan memecahkan masalah secara kreatif (creative problem solving skill).

3. Kecakapan sosial atau kecakapan interpersonal (social skill) mencakup : kecakapan komunikasi dengan empati (communication skill). Empati, sikap penuh pengertian dan seni komunikasi dua arah, perlu ditekankan, karena yang dimaksud berkomunikasi bukan sekedar menyampaikan pesan, tetapi isi dan sampainya pesan, disertai dengan „kesan“ baik, akan menumbuhkan hubungan yang harmonis, dan kecakapan bekerjasama.
4. Kecakapan akademik (academic skill) atau kemampuan berpikir ilmiah, mencakup komponen-komponen : kemampuan melakukan identifikasi variabel, kemampuan merumuskan hipotesis, kemampuan melakukan penelitian.
5. Kecakapan vokasional (vocational skill), adalah keterampilan yang dikaitkan dengan berbagai bidang pekerjaan tertentu yang terdapat di masyarakat.

Penguatan Life Skill melalui Pendidikan Empat pilar pendidikan yang dikembangkan badan PBB UNESCO yaitu: belajar untuk mengetahui (learning to know), belajar untuk melakukan (learning to do), belajar untuk menjadi diri sendiri (learning to be), dan belajar untuk hidup bersama /kebersamaan (learning to live together).

Diharapkan lembaga pendidikan mampu menciptakan generasi muda yang memiliki jiwa kewirausahaan sehingga mereka bisa mengubah rongsokan menjadi emas. Disamping pendidikan formal, Pendidikan nonformal merupakan jenis pendidikan yang dapat mempersiapkan lulusannya memiliki sikap kewirausahaan melalui pendidikan lifeskill.

Lembaga pendidikan melalui optimalisasi sumber daya yang dimiliki mengembangkan kewirausahaan peserta didik melalui implementasi secara langsung prinsip-prinsip produksi, analisis peluang dan pemasaran. Selain itu, diharapkan mampu mengembangkan SDM yang berjiwa kewirausahaan yang bertumpu pada 3 K yakni komitmen, kompeten, dan konsisten dalam pengelolaan business center.

Alasan Pemberian dan Pengembangan Life Skill pada Lembaga Pendidikan Untuk memperoleh kesuksesan dalam kehidupannya, peserta didik harus dibekali dengan keterampilan-keterampilan hidup seperti: disiplin, jujur, amanah, cerdas, sehat dan bugar, pekerja keras, pandai mencari dan memanfaatkan peluang, mampu bekerja sama dengan orang lain, serta berani mengambil keputusan dan sebagainya.

Dengan keterampilan hidup yang diberikan di lembaga pendidikan diharapkan adanya kesesuaian antara keterampilan-keterampilan hidup yang telah diberikan dengan keterampilan-keterampilan yang dibutuhkan peserta didik setelah menyelesaikan suatu jenjang pendidikan

Pada Lembaga pendidikan, optimalisasi life skill dikembangkan melalui unit produksi serta penyediaan laboratorium. Life skill dikembangkan pada praktek kerja industry. Pengembangan life skill selain unit produksi dan laboratorium juga bisa dikembangkan melalui business center yang merupakan pusat pendidikan dan pusat pengembangan sains dan teknologi. Selain itu business center juga dapat menciptakan desain rekayasa teknologi dan inovasi baru sekaligus pusat produksi dan pemasaran yang mampu menghasilkan produk serta mampu menumbuhkembangkan kewirausahaan.

Entrepreneurship mapping menjadi penting dalam pembelajaran kewirausahaan dalam kategori business entrepreneur dimulai dari personality development, kreativitas dan inovasi, teknik bisnis, teknik produksi, dan produk.

Program ini diharapkan mampu menghasilkan produk unggulan yang bermanfaat bagi masyarakat dan industry dan mencerminkan produk unggulan. Pengelolaan business center harus didukung dengan nilai-nilai entrepreneur yang terdiri dari percaya diri, orisinalitas, berorientasi manusia, berorientasi hasil kerja, berorientasi masa depan, berani mengambil risiko.

Sifat percaya diri tercermin dari sikap yakin dan optimis untuk keberhasilan usaha, mandiri dan tidak tergantung pada orang lain serta bertanggungjawab terhadap segala aktivitas yang dijalankan.

#### **D. Technopreneur dan inspirator kewirausahaan**

Pergerakan technopreneurship akhir-akhir ini sangatlah cepat dikarenakan kehadiran internet. Selain itu technopreneurship merupakan sebuah peluang baru untuk mengurangi angka pengangguran karena perusahaan teknologi yang berhasil bertahan dan berkembang biasanya akan membutuhkan tenaga kerja untuk menjalankan bisnisnya.

Technopreneur merupakan proses dan pembentukan usaha baru yang melibatkan teknologi sebagai basisnya, dengan harapan bahwa penciptaan strategi dan inovasi yang tepat kelak bisa menempatkan teknologi sebagai salah satu faktor untuk pengembangan ekonomi nasional (Tata Sutabri dalam Sudarsih, 2013).

Technopreneur merupakan penggabungan dari dua kata yaitu teknologi dan entrepreneur. Yang artinya, technopreneur mengandung makna tentang bagaimana cara pemanfaatan teknologi yang sedang berkembang pesat untuk dijadikan sebagai peluang usaha (Menurut Hartono, 2017).

Menurut kamus Oxford (especially in South and SE Asia), definisi technopreneur adalah A person who sets up a business concerned with computers or similar technology (Nova, 2015). Technopreneurship sebagai proses pembentukan dan kolaborasi antara bidang usaha dan penerapan teknologi sebagai instrumen pendukung dan sebagai dasar dari usaha itu sendiri, baik dalam proses, sistem dan stakeholder. Technopreneur itu adalah Entrepreneur yang dapat mengoptimalkan berbagai potensi perkembangan teknologi yang sedang berkembang (Dodi Siregar, et al, 2020).

Entrepreneurship adalah proses dalam mengorganisasikan dan mengelola risiko untuk sebuah bisnis dengan mengidentifikasi dan mengevaluasi pasar, menemukan solusi-solusi untuk mengisi peluang pasar, mengelola sumber daya yang diperlukan, dan mengelola risiko yang berhubungan dengan bisnisnya.

Technopreneur dibangun berdasarkan keahlian yang berbasis pada pendidikan dan pelatihan yang didapatkannya di bangku kuliah ataupun dari

percobaan. Teknologi merupakan unsur utama yang digunakan untuk pengembangan produk suksesnya.

Inovasi dan kreativitas sangat mendominasi untuk menghasilkan produk yang unggulan sebagai dasar pembangunan ekonomi berbasis pengetahuan (knowledge based economic) (Ali, 2010).

Technopreneurship dan Inovasi di Era Digital, teknopreneur merupakan entrepreneur yang memaksimalkan segenap kemampuan teknologi yang terdapat sebafei basis pengembangan bisnis yang dijalankannya (Sambodo, 2006). Seseorang teknopreneur merupakan “ Entrepreneur Modern” yang berbasis teknologi. Inovasi serta kreativitas sangat mendominasi mereka buat menciptakan produk unggulan berdasarkan pembangunan ekonomi bangsa berbasis pengetahuan (Knowledge Based Economic).

Teknopreneur merupakan pengusaha yang membangun bisnisnya bersumber pada keahliannya di bidang ilmu pengetahuan serta teknologi, serta menciptakan produk inovatif yang bermanfaat tidak cuma untuk dirinya sendiri, namun pula untuk kesejahteraan bangsa serta negara.

Di masa persaingan global yang sangat ketat, inovasi usaha wajib diiringi dengan berbagai rekayasa teknologi supaya bisa melipatgandakan kinerja dari usaha tersebut. Pemanfaatan teknologi tepat guna dalam pengembangan usaha yang bersumber pada jiwa entrepreneur yang mapan hendaknya dapat memaksimalkan proses sekaligus hasil dari unit usaha yang dibesarkan.

#### **E. Pemanfaatan teknologi informasi dalam kewirausahaan**

Dewasa ini telah terjadi gelombang disrupsi di berbagai bidang yang disebabkan oleh derasnya laju perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang teknologi dan informasi. Hadirnya internet saat ini merupakan perwujudan dari perkembangan teknologi informasi yang membuat seolah dunia ada dalam genggaman. Semua cepat berubah karena informasi yang semakin mudah diakses.

Perkembangan teknologi informasi, tentunya juga berpengaruh terhadap dunia usaha, di mana sebelumnya transaksi jual beli secara manual dan pembeli

serta penjual harus bertemu langsung untuk bertransaksi di suatu tempat seperti toko atau pasar. Saat ini dengan dukungan teknologi informasi pola dan mekanisme transaksi jual beli pun mengalami perubahan, karena pembeli dan penjual dalam bertransaksi tidak mesti bertemu secara langsung, tetapi melalui aplikasi yang berbasis internet yang bisa diakses dengan menggunakan gawai atau smartphone berbasis android.

Menurut Pradana (2015) sebagaimana dikutip oleh (Fauzi, 2020), E-commerce adalah suatu inovasi di dunia wirausaha, model ini merupakan pengembangan yang didasari sistem internet atau jaringan. Dengan penerapan e-commerce tersebut, bisa memberikan kemudahan dalam dunia usaha, khususnya bagi wirausaha dalam memasarkan dan memperjual belikan produknya.

Konsumen akan mudah dalam mencari, memilih dan membeli produk, begitu juga produsen tidak perlu untuk produknya dibawa ke tempat berjualan. Produsen menawarkan produknya melalui aplikasi yang tersedia untuk mengunggah produk yang ditawarkannya.

E-commerce : • “E-Commerce is a dynamic set of technology, applications, and business process that link enterprise, consumers, and communities through electronic transactions and the electronic exchange of goods, service, and information” • Dengan memanfaatkan e-commerce, akan semakin luas dan besar jangkauan konsumen, sebab siapapun bisa mengaksesnya, yang pada akhirnya bisa berdampak pada peningkatan produksi dan perekonomian produsen tersebut.

## **F. Kreativitas dan inovasi di bidang kewirausahaan**

Seorang wirausahawan harus memiliki ide-ide baru yang dihasilkan dari suatu kreativitas. Kreativitas inilah yang akan membawa wirausahawan untuk berinovasi terhadap usahanya. Suatu basis pendidikan yang dapat menciptakan kretaitas disebut dengan proses TLC (Teaching, Learning, and creativity), yaitu suatu proses pembelajaran bagaiman berpikir (learning how to think),

pembelajaran bagaimana belajar (learning how to learn), dan pembelajaran bagaimana menciptakan sesuatu (learning how to create).

Melalui kreativitas, seorang wirausaha dapat: meningkatkan efisiensi kerja; meningkatkan inisiatif; meningkatkan penampilan; meningkatkan mutu produk; dan meningkatkan keuntungan.

Seorang wirausaha yang kreatif selalu mencari bahan-bahan informasi bisnis melalui televisi, surat kabar, majalah, percakapan dengan orang lain, laporan, surat, memo, pengumuman, selebaran, telepon, dan sebagainya • Wirausahawan memiliki jiwa mandiri. Hal ini didukung oleh caranya berpikinya yang kreatif.

Pemikiran kreatif didukung oleh dua hal, yaitu penerapan daya imajinasi dan proses berpikir ilmiah. Dengan pemikiran yang kreatif, berbagai macam permasalahan dapat diatasi dengan baik. Seorang wirausaha yang memiliki daya pengembangan kreativitas yang tinggi dapat merombak dan mendorongnya dalam pengembangan lingkungan usahanya agar menjadi berhasil.

Pengertian Kreativitas • Kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat heuristik daripada algoritmik (Dollinger, 1995). • Rockler dalam Innovative Teaching Strategies mendefinisikan bahwa; kreativitas adalah seseorang yang dengan sadar mendapatkan suatu perspektif baru dan sebagai hasilnya membawa sesuatu yang baru

Seorang wirausaha adalah orang kreatif, hal ini merupakan ungkapan bahwa entrepreneur merupakan satu kelompok orang yang mengagumkan, sebagai manusia yang kreatif dan inovatif (Buchari A, 2007).

Formulasi kreativitas Seseorang :

1. Kreativitas dimiliki oleh setiap orang (baik pada tingkat kemampuan yang kecil maupun besar)
2. Kreativitas memerlukan pencapaian dari suatu perspektif yang baru. Paling tidak baru untuk orang tersebut

3. Perspektif yang baru ini dicapai dengan membawa bersama pengalaman yang tidak berhubungan sebelumnya.
4. Kreativitas mendambakan sesuatu yang lebih berkualitas
5. Seseorang harus mendekati lingkungannya dengan cara yang holistic
6. Orang yang kreatif harus berfantasi, bermain, dan berpikir
7. Orang yang kreatif bersikap spontan, fleksibel, dan terbuka terhadap pengalaman
8. Spontanitas dari manusia adalah sumber dari kreativitas.

Atribut Orang Kreatif : Terbuka terhadap pengalaman, Suka memperhatikan melihat sesuatu dengan cara yang tidak biasa, Kesungguhan, Menerima dan merekonsiliasi sesuatu yang bertentangan, Toleransi terhadap sesuatu yang tidak jelas, Independen dalam mengambil keputusan, berpikir dan bertindak, Memerlukan dan mengasumsikan otonomi, Percaya diri, Tidak menjadi subjek dari standar dan kendali kelompok, Rela mengambil risiko yang diperhitungkan, Gigih Hubungan Konseptual.

Hubungan antara wirausaha dan inovasi, memposisikan wirausaha sebagai inovator. Inovasi dianggap memiliki kontribusi pada pertumbuhan ekonomi karena wirausahawan menghasilkan inovasi. Konsep wirausaha sebagai inovator mendasari paradigma wirausaha di mana peran wirausaha ditonjolkan dalam proses inovasi. Menurut paradigma ini, hanya orang yang mendirikan perusahaan baru atas dasar ide baru yang dapat disebut wirausaha

Kewirausahaan dipandang sebagai tindakan kreatif dan inovasi :

- Kewirausahaan dan inovasi adalah hal yang positif terkait satu sama lain dan berinteraksi untuk membantu organisasi berkembang;
- Kewirausahaan dan inovasi saling melengkapi, dan kombinasi keduanya sangat penting keberhasilan dan kelanjutan organisasi saat lingkungan dinamis dan berubah;
- Kewirausahaan dan inovasi bersifat dinamis dan proses keseluruhan dalam kewirausahaan dan inovatif organisasi
- Kewirausahaan dan inovasi adalah hal yang positif terkait satu sama lain dan berinteraksi untuk membantu organisasi berkembang;

- Kewirausahaan dan inovasi saling melengkapi, dan kombinasi keduanya sangat penting keberhasilan dan kelanjutan organisasi saat lingkungan dinamis dan berubah;
- Kewirausahaan dan inovasi bersifat dinamis dan proses keseluruhan dalam kewirausahaan dan inovatif organisasi.

Inovasi adalah sesuatu yang berkenan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang. Meskipun ide tersebut telah lama ada tetapi ini dapat dikatakan suatu inovasi bagi orang yang baru melihat atau merasakannya. (Kotler, 1996).

Prinsip-prinsip Inovasi :

- Sesuatu yang harus dilakukan : Menganalisis peluang, Apa yang harus dilakukan untuk memuaskan peluang, Sederhana dan terarah, Dimulai dari yang kecil, dan Kepemimpinan
- Sesuatu yang tidak harus dilakukan : mencoba untuk menjadi yang pandai, mencoba ingin mengerjakan sesuatu yang banyak, dan mencoba inovasi untuk masa yang akan datang
- Kondisi : Memerlukan ilmu pengetahuan, Membangun keunggulannya sendiri, dan Inovasi adalah efek dari ekonomi dan masyarakat.

Model bisnis inovasi adalah sebuah konfigurasi ulang aktivitas dalam model bisnis yang ada dari suatu perusahaan yang baru ke pasar produk/layanan tempat perusahaan bersaing (Santos et al., 2009)

Keterbukaan Model Bisnis /Open Business Models. Di dalam Keterbukaan Model Bisnis (Chesbrough, 2003) menjelaskan jika perusahaan masih tetap terisolasi dari pengusaha luar, maka tidak akan diekspos dan memanfaatkan ide dan peluang terbaik. Untuk mengatasi mengatasi hal ini maka cara terbaik untuk menghasilkan ide baru yang dapat mengarah pada inovasi memerlukan perluasan batasan perusahaan.

Model Bisnis Generasi Kanvas (Osterwalder and Pigneur, 2010) merupakan sebuah instrumen konseptual yang membantu membuat keputusan yang tepat pada waktu yang tepat untuk pengembangan model bisnis.

Model Pengembangan Pelanggan adalah proses berulang empat langkah yang meliputi penemuan pelanggan, kesesuaian pelanggan, penciptaan pelanggan, pembelajaran dan pembangunan perusahaan Perilaku Inovatif dalam Berwirausaha.

Eksplorasi peluang merupakan ingin selalu membandingkan dengan melihat secara ekstensif melalui peluang inovasi untuk belajar atau menemukan lebih banyak tentang mereka. Generatif mengarahkan perilaku untuk menghasilkan perubahan yang bermanfaat untuk tujuan menumbuhkan organisasi, orang-orang, produk, proses, dan layanan mereka.

Perilaku inovatif berkaitan dengan memberi bentuk dan menyempurnakan ide, solusi, dan opini dan mencoba melalui penyelidikan. Tiga perilaku umum: merumuskan ide dan solusi, bereksperimen dengan ide dan solusi, dan mengevaluasi ide dan solusi •

Championing terdiri dari perilaku sosial politik yang terlibat dalam proses inovasi yang penting untuk mewujudkan potensi ide, solusi, dan inovasi. Empat perilaku yang umum pada faktor ini meliputi: memobilisasi sumber daya, membujuk dan memengaruhi, mendorong negosiasi, dan menantang dan mengambil risiko. Menjadikan inovasi sebagai bagian rutin dari bisnis seperti biasa. Tiga perilaku dasar : menerapkan, memodifikasi, dan Routinizing.

Syarat Proses Inovasi Berjalan Baik :

1. Membangun orientasi yang berfokus pada pasar internasional ke dalam proses inovasi desain dengan komunikasi internal dan eksternal yang efektif.
2. Atur tim proyek yang kompeten dan benar-benar lintas fungsi yang dipandu oleh pemimpin proyek yang kuat.
3. Dukungan manajemen senior penuh dengan akses tanpa hambatan ke sumber daya keuangan, personel dan politik.
4. Merencanakan dan sumber daya peluncuran pasar sejak awal, dan membangun secara bertahap dengan poin keputusan kritis yang telah ditentukan sebelumnya.

Hambatan Inovasi : Isu keuangan, Kemampuan Pemasaran. •  
Karakteristik Manajemen dan Pribadi.

### **LANGKAH KERJA PRAKTIKUM**

1. Implementasikan business plan yang telah disusun.
2. Lakukan pemantauan dan perbaikan implemetasi business plan.
3. Lakukan pencatatan penggunaan bahan baku, dan penjualan
4. Lakukan pembukuan keuangan dengan benar (biaya/pengeluaran, penerimaan, dan keuntungan).

### **HASIL PRAKTIKUM**

1. Implementasikan business plan : produk, proses produksi, proses pemasaran, dan respon konsumen (didokumentasikan)
2. Hasil pemantauan dan perbaikan implemetasi business plan.
3. Hasil pencatatan penggunaan bahan baku, dan penjualan
4. Pembukuan keuangan (biaya/pengeluaran, penerimaan, dan keuntungan).

## **PRAKTIKUM KE - 4**

- Judul Praktikum : Evaluasi dan konsep pengembangan bisnis
- Tujuan Praktikum : Agar mahasiswa dapat mengevaluasi bisnis dan menyusun pengembangan bisnis.
- Kompetensi yang dicapai : 1. Mampu mengidentifikasi dan menelaah factor-faktor keberhasilan dan kegagalan usaha, dan mampu menyusun laporan praktikum
2. Mampu memotivasi diri, dan orang lain dalam berwirausaha, dan mampu menumbuhkan minat berwirausaha pada orang lain, serta mampu mengidentifikasi kiat-kiat sukses menjadi wirausahawan.
3. Mampu mengevaluasi bisnis.
4. Mampu mengembangkan konsep bisnis.

### **TEORI PENUNJANG PRAKTIK**

#### **A. Factor-faktor keberhasilan dan kegagalan usaha,**

Kegagalan bukan sebuah hambatan yang secara otomatis menghambat untuk maju tetapi dari kegagalan itu menjadi pembelajaran untuk menatanya lebih baik lagi dengan memperhitungkan lebih dan kurangnya sehingga tujuan yang diinginkan tercapai dengan baik.

Kesuksesan itu sendiri diraih setelah ada kegagalan yang terjadi sebelumnya dan membutuhkan sebuah proses (waktu). Karena seorang wirausaha memiliki kepercayaan diri pasti menyukai sebuah tantangan dan berani untuk mengambil risiko dan siap dengan kegagalan.

Menurut Zimmerer (2002) ada beberapa faktor yang menyebabkan wirausaha gagal dalam menjalankan usaha baru, yaitu sebagai berikut:

1. Tidak kompeten dalam manajerial Tidak memiliki kemampuan, kompetensi dan pengetahuan untuk mengelola usaha adalah faktor penyebab utama yang membuat usaha kurang berhasil.
2. Kurang berpengalaman Pengalaman yang masih sedikit atau minim dalam kemampuan teknologi, kemampuan memvisualisasikan usaha, kemampuan mengorganisasikan, keterampilan mengelola sumber daya manusia, maupun kemampuan mengintegrasikan operasi usaha.
3. Kurang dapat mengendalikan keuangan Agar usaha berhasil dengan baik faktor yang paling utama dalam keuangan adalah memelihara aliran kas dan mengatur pengeluaran dan penerimaan secara cermat. Kekeliruan dalam memelihara aliran kas akan menghambat operasional usaha dan mengakibatkan usaha gagal.
4. Gagal dalam perencanaan Perencanaan merupakan titik awal dari suatu kegiatan, jika gagal dalam melakukan perencanaan maka akan mengalami kesulitan dalam pelaksanaan.
5. Lokasi yang kurang memadai Lokasi yang strategis adalah faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Lokasi yang tidak strategis dapat mengakibatkan usaha sukar beroperasi karena kurang efektif dan efisien.
6. Kurangnya pengawasan Pengawasan erat hubungannya dengan efisiensi dan efektivitas. Kurang pengawasan dapat mengakibatkan tidak efisien dan tidak efektif.
7. Sikap kurang sungguh-sungguh dalam melaksanakan wirausaha Sikap yang setengah-setengah terhadap usaha akan mengakibatkan usaha yang dilakukan menjadi gagal. Dengan sikap tidak fokus dan setengah hati, kemungkinan gagal menjadi besar.
8. Ketidakmampuan dalam melakukan peralihan/transisi kewirausahaan Wirausaha yang kurang siap dalam menghadapi dan melakukan perubahan, tidak akan menjadi wirausaha yang berhasil. Keberhasilan dalam berwirausaha hanya bisa diperoleh apabila berani mengadakan perubahan dan mampu membuat perubahan setiap saat.

Faktor penyebab lain terjadinya kegagalan dalam berwirausaha yaitu:

1. Pendapatan tidak menentu. Baik dalam tahap awal maupun tahap pertumbuhan, dalam bisnis tidak ada jaminan akan selalu memperoleh pendapatan yang dinamis dan berkesinambungan. Dalam kewirausahaan, sewaktu-waktu bisa rugi dan untung. Kondisi yang tidak menentu dapat membuat seseorang mundur dari kegiatan berwirausaha.
2. Kerugian akibat hilangnya modal investasi. Tingkat kegagalan bagi usaha baru sangatlah tinggi. Kegagalan investasi mengakibatkan seseorang mundur dari kegiatan wirausaha. Bagi seorang wirausaha, kegagalan sebaiknya dipandang sebagai pelajaran berharga.
3. Perlu kerja keras dan waktu yang lama. Wirausaha biasanya bekerja sendiri mulai dari pembelian, pengolahan, penjualan dan pembukuan. Waktu yang lama dan keharusan bekerja keras dalam berwirausaha mengakibatkan orang yang ingin menjadi wirausaha menjadi mundur. Ia kurang terbiasa dalam menghadapi tantangan. Wirausaha yang berhasil pada umumnya menjadikan tantangan sebagai peluang yang harus dihadapi dan ditekuni.
4. Kualitas kehidupan yang tetap rendah meskipun usahanya mantap. Kualitas kehidupan yang tidak segera meningkat dalam usaha, akan mengakibatkan seseorang mundur dari kegiatan berwirausaha, misalnya pedagang yang kualitas kehidupannya tidak meningkat, maka akan mundur dari usaha dagangannya dan masuk ke usaha lain.

Menurut Murphy dan Peck (Alma, 2013), ada delapan anak tangga yang meliputi keberhasilan seorang wirausahawan dalam mengembangkan profesinya, yaitu:

1. Kerja keras (capacity for hard work). Kerja keras merupakan modal keberhasilan seorang wirausaha. Setiap pengusaha yang sukses menempuh kerja keras yang sungguh – sungguh dalam usahanya.
2. Kerjasama dengan orang lain (getting things through with and thru people) Kerjasama dengan orang lain dapat diwujudkan dalam lingkungan pergaulan sebagai langkah pertama untuk mengembangkan

usaha. Seorang wirausaha harus murah hati, mudah bergaul, ramah dan disenangi masyarakat dan menghindari perbuatan yang merugikan orang lain.

3. Penampilan yang baik (good appearance) Penampilan yang baik tapi bukan penampilan secara fisik, melainkan menekankan pada penampilan perilaku jujur, disiplin dan kerja sama dalam mencapai keberhasilan.
4. Yakin/percaya diri (self confidence). Seorang wirausaha harus dapat yakin kepada diri sendiri, yaitu keyakinan untuk maju dan dilandasi ketekunan serta kesabaran
5. Pandai membuat keputusan (making sound decision). Seorang wirausaha harus dapat membuat keputusan. Jika dihadapkan pada alternatif sulit, dengan cara pertimbangan yang matang dan dengan berbagai alternatif yang ada dalam pikirannya, ia dapat mengambil keputusan yang terbaik.
6. Mau menambah Ilmu pengetahuan (college education) Dengan menambah ilmu pengetahuan, terutama di bidang usaha, diharapkan seorang wirausaha dapat mendukung kemampuan dan kemajuan dalam usaha
7. Ambisi untuk maju (ambition to maneuver forward) Tanpa ambisi yang kuat, seorang wirausaha tidak akan dapat mencapai keberhasilan. Ambisi yang kuat, harus diimbangi dengan usaha yang keras dan disiplin diri yang baik
8. Pandai berkomunikasi (good at communicating) Seorang wirausaha harus dapat menarik orang lain dengan tutur kata yang baik, sopan, jujur dan percaya diri. Dengan demikian akan memberi kesan kepada orang lain menjadi tertarik dan orang akan percaya dengan apa yang disampaikan.

## **B. Motivasi diri, dan kiat-kiat sukses menjadi wirausahawan**

### **5. Pengertian Motivasi.**

Sardiman, (2010) dalam Mardia (2021), menyebutkan motivasi berasal dari kata “motif”, diartikan sebagai daya upaya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Motif dapat dikatakan sebagai daya penggerak dari dalam dan di dalam subjek untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi mencapai suatu tujuan. Alma (2005) berpendapat motivasi adalah kemauan untuk berbuat sesuatu, sedangkan motif adalah dorongan, kebutuhan, keinginan, dorongan atau impuls. Motivasi tergantung kepada kekuatan motifnya. Motif dengan kekuatan terbesar akan menentukan perilaku seseorang. Motif yang kuat akan berkurang apabila telah mencapai kepuasan atau mengalami kegagalan.

Motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan (Oktiani, 2017), termasuk kegiatan menjadi *young entrepreneur* (Sarosa, 2005). Lebih lanjut Herzberg dalam Suryana dan Bayu mengemukakan teori motivasi pemeliharaan yaitu: Kemajuan dan peningkatan, Tanggung jawab, Pekerjaan kreatif dan menantang, adanya penghargaan, Prestasi. Sikap dan motivasi memiliki hubungan yang timbal balik dan akan menunjukkan kebutuhan dalam motivasi untuk memenuhi kebutuhan karakter yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha yaitu: Pekerja keras (*hard worker*), Tidak pernah menyerah (*never surrender*), Memiliki semangat (*spirit*), Memiliki komitmen (*committed*) yang tinggi.

Indikator motivasi meliputi motivasi material, motivasi rasional intelektual, dan motivasi emosional-sosial (Rusdiana, 2018). Motivasi merupakan faktor yang sangat berpengaruh pada diri seseorang untuk menentukan apa yang menjadi keinginan dan usahanya untuk mewujudkan keinginannya (Agus dan Sulistyowati, 2017).

Nana TRi Wardani (2021) berpendapat motivasi merupakan suatu dorongan untuk bekerja keras agar memperoleh banyak hal seperti keuntungan, kebebasan pribadi, impian .pribadi, dan kemandirian. Sehingga

motivasi dapat menimbulkan semangat dalam memberikan respon yang bersifat positif atas kesempatan dalam mendapatkan manfaat yang banyak bagi dirinya sehingga tidak bergantung pada orang lain. Selanjutnya Munawar dan Supriatna (2018) berpendapat jika motivasi berwirausaha ditingkatkan, maka akan mendorong peningkatan pada minat berwirausaha. Motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha.

## **6. Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik.**

Davies (1978) dalam Rusdiana (2014) membagi motivasi menjadi dua, yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik berikut. Motivasi intrinsik adalah motivasi yang mengacu pada faktor-faktor dari dalam diri individu, baik dalam tugas maupun bagi diri wirausahawan. Bagi wirausahawan motivasi intrinsik sangat berguna dalam memecahkan setiap persoalan yang akan timbul pada saat menyelesaikan tugasnya. Motivasi intrinsik biasanya berupa kepuasan terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan setiap tanggung jawab ataupun harga diri di hadapan orang lain terhadap setiap kemampuan yang dimilikinya. Pada umumnya, teori pendidikan modern juga menggunakan motivasi intrinsik sebagai pendorong dalam pemecahan soal. Motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang mengacu pada faktor-faktor dari luar dan telah ditetapkan pada tugas ataupun pada diri wirausahawan oleh dosen atau orang lain. Motivasi ekstrinsik berupa penghargaan, pujian, hukuman, atau celaan yang dapat meningkatkan atau mengurangi kreativitas wirausahawan dalam menyelesaikan tugasnya.

Pembuatan individu muncul dikarenakan motif intrinsik dan motif ekstrinsik. Motif intrinsik adalah perilaku yang disebabkan oleh motif yang muncul tanpa perlu adanya ganjaran atas perbuatan, dan tidak perlu hukuman untuk tidak melakukannya. Sedangkan motif ekstrinsik adalah perilaku individu yang hanya muncul karena adanya hukuman.

## 7. Motivasi Wirausaha

Wirausaha adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan, berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti (Gede Sandiasa, 2009).

Gilad dan Levine (1986) dalam Nasri Bachtiar dan Reni Amalia (2012) mengemukakan dua teori berkenaan dengan dorongan untuk berwirausaha yaitu *push theory* dan *pull theory*. Menurut *push theory*, individu didorong (push) untuk berwirausaha dikarenakan adanya dorongan langsung yang bersifat negatif misalnya ketidakpuasan terhadap pekerjaan, kesulitan mencari pekerjaan, ketidaklenturan jam kerja atau gaji yang tidak cukup. Sebaliknya, *pull theory* bahwa individu tertarik untuk berwirausaha dikarenakan memang mencari hal-hal berkaitan dengan karakteristik wirausaha itu sendiri, seperti kemandirian, atau memang karena yakin berwirausaha dapat memberikan kemakmuran. Tetapi banyak penelitian mengindikasikan bahwa kebanyakan individu menjadi wirausaha terutama disebabkan *pull factor*.

Kepemilikan motivasi untuk berwirausaha secara psikologis juga dapat menyebabkan seseorang berwirausaha (Amalia, 2011). Motivasi yang baik dalam berwirausaha akan meningkatkan kemungkinan kesuksesan dalam usaha yang dapat dilihat dari pertumbuhan usahanya (Toledo et al., 2012). Motivasi dalam manajemen mengacu pada gerakan mencapai tujuan atau hasil yang diinginkan serta untuk memiliki semangat, dorongan, ketekunan, kreativitas, arahan, dan energi berkelanjutan (Goldsmith, 2010). Stefanovic, Prokic, dan Rankovic (2010) mengemukakan terdapat empat faktor motivasi yang menjadi faktor penting dalam mendirikan usaha, yaitu capaian bisnis yang besar (great business achievement), kebebasan (independent), faktor intrinsik (intrinsic factor), dan keamanan kerja (job security). Penelitian yang sama dilakukan oleh Benzing, Chu, dan Kara (2009) yang menemukan bahwa terdapat empat faktor penting yang memotivasi seseorang dalam mendirikan usaha, yaitu faktor keamanan (security factor), faktor pendapatan (income factor), faktor kebebasan (independent factor), dan faktor intrinsik (intrinsic

factor). Sementara itu, Chu, Benzing, dan Mcgee (2007) mengemukakan bahwa ada tiga faktor penting dalam mendirikan usaha, yaitu kesuksesan karir objektif, kesuksesan karir subjektif, dan efek warisan (Ulfi U'rfillah dan Istiqlaliyah Muflikhati, 2017).

Aris Slamet Widodo (2012) berpendapat bahwa bagi sebagian orang, motivasi kewirausahaan merupakan 'hadiah (given) dan bagi sebagian orang lain perlu 'perjuangan' untuk menumbuhkan. Oleh karena itu, pengenalan motif kewirausahaan dapat menjadi salah satu titik awal untuk membangkitkan semangat kewirausahaan. Motif tersebut antara lain motif berprestasi, (*the need for achievement*), motif berafiliasi (*the need for affiliation*), dan motif berkuasa (*the need for power*).

Motivasi berwirausaha setiap orang, satu dengan yang lainnya, bisa jadi tidak sama, tergantung dari apa yang diinginkan orang yang bersangkutan (Sarosa, 2005). faktor-faktor motivasi berwirausaha meliputi : memiliki visi dan tujuan yang jelas, inisiatif dan selalu proaktif, berorientasi pada prestasi, berani mengambil risiko, kerja keras, bertanggungjawab, komitmen pada berbagai pihak, dan mengembangkan dan memelihara hubungan baik (Jamil Latif, 2019)

Seorang wirausaha termotivasi untuk melakukan kegiatan usaha dengan berbagai alasan independensi, pengembangan diri, pekerjaan yang tidak memuaskan, penghasilan, keamanan. Wirausaha melakukan kegiatan usaha dimotivasi oleh motif berprestasi (*need for achievement*), motif berafiliasi (*need for affiliation*), motif kekuasaan (*need for power*), motif Kebutuhan Maslow, Physiological Need Motivasi, Security need Motivasi, Social need Motivasi, Esteem need Motivasi, dan Self actualization need Motivasi.

## **8. Penelitian Motivasi Kewirausahaan**

Fransisca Desiana Pranatasari (2020) meneliti Analisis Pengaruh Entrepreneurial Motivation Terhadap Keputusan Menjadi Seorang Wirausaha, diperoleh hasil bahwa Keputusan menjadi wirausaha merupakan keputusan yang secara individu menjadi hak seseorang. Keputusan ini terdorong oleh

adanya entrepreneurial motivation yang terdiri dari kualitas bawaan, faktor personal dan sosial, hubungan pendapatan dan karir, keterkaitan pasar, dan keterkaitan lingkungan. Hasilnya bahwa kualitas bawaan berpengaruh positif terhadap keputusan seseorang menjadi wirausaha. Keterkaitan pasar juga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menjadi wirausaha. Hanya saja ditemukan hasil bahwa keterkaitan lingkungan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan seseorang menjadi wirausaha. Lebih dalam lagi bahwa faktor pribadi dan sosial tidak berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi wirausaha. Dengan demikian bahwa pengakuan bukan menjadi hal utama seseorang memutuskan untuk menjadi wirausaha. Hal ini diperkuat oleh variabel berikutnya bahwa hubungan pendapatan dan karir berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi wirausaha, yaitu bahwa motivasi seseorang menjadi wirausaha adalah untuk mendapatkan penghasilan tambahan.

Kuswanto , May Maemunah, dan Refnida (2020) meneliti *Do Experiences and Entrepreneur Motivation Influence Success and Failure Students' Business?* diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengalaman berwirausaha terhadap keberhasilan usaha, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi berwirausaha terhadap keberhasilan usaha, dan ada pengaruh bersama antara pengalaman dan motivasi berwirausaha terhadap keberhasilan usaha.

Senen Machmud, 2018, meneliti *The Effect of Motivational Entrepreneurship on Business Performance of SMEs Moderated by Process Innovation*, diperoleh hasil bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap inovasi dan kinerja usaha. Demikian pula variabel motivasi kewirausahaan dan inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Hal ini menunjukkan bahwa faktor motivasi usaha yang meliputi motivasi berprestasi, keberanian mengambil keputusan dan efikasi diri berkontribusi terhadap peningkatan inovasi dan kinerja usaha. Selain itu, variabel inovasi berkontribusi terhadap peningkatan kinerja bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kinerja bisnis dapat dilakukan dengan meningkatkan inovasi yang didukung oleh motivasi berprestasi, kecenderungan risiko, dan self-efficacy.

Tresia Thesman dan Retno Ardianti (2014) meneliti Hubungan Entrepreneurial Motivation Terhadap Kinerja Bisnis Usaha Mikro dan Kecil Pada Sektor Makanan dan Minuman di Surabaya dan Sidoarjo, diperoleh hasil bahwa para entrepreneur usaha mikro dan kecil pada sektor makanan dan minuman di Surabaya dan Sidoarjo memiliki entrepreneurial motivation yang tinggi. Motivasi tertinggi terdapat pada indikator self efficacy sedangkan motivasi terendah terdapat pada indikator social environment. Para entrepreneur juga memiliki kinerja bisnis pada kategori sedang. Kinerja bisnis tertinggi terdapat pada dimensi market dan customer sedangkan kinerja bisnis terendah terdapat pada dimensi preparing for the future. Dari hasil analisa uji chi-square dan cross tabulation yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel entrepreneurial motivation terhadap kinerja bisnis. Namun, setelah dilakukan analisa lebih lanjut dapat disimpulkan bahwa beberapa dimensi pada variabel entrepreneurial motivation dan kinerja bisnis memiliki hubungan yang signifikan dimensi tersebut adalah need for achievement terhadap preparing for the future, egoistic passion terhadap preparing for the future, opportunity terhadap process measures, opportunity terhadap people development, resource availability terhadap preparing for the future, social environment terhadap process measures. Dimensi entrepreneurial motivation yang paling memiliki hubungan dengan dimensi kinerja bisnis adalah egoistic passion terhadap preparing for the future. Sedangkan dimensi yang lainnya tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan dimensi entrepreneurial motivation.

Sherly Megracia (2021) meneliti Karakteristik dan Motivasi Entrepreneur Terhadap Kinerja Bisnis (Studi Kasus Fashion Online Shop Di Kota Bandung), diperoleh hasil bahwa Karakteristik Entrepreneur berpengaruh Kinerja Bisnis. Motivasi Entrepreneur berpengaruh Kinerja Bisnis. Dalam hal ini motivasi entrepreneur sudah sangat tinggi. Motivasi Entrepreneur terlihat dari menjadi wirausahawan karena memiliki keinginan untuk menjadi kaya. Pada variabel kinerja bisnis juga sudah sangat tinggi. Hal ini terbukti dari bisnis saya memiliki kemampuan bersaing.

Widhiastuti dan Sandrya Dewi (2020) meneliti Minat Berwirausaha Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya, diperoleh bahwa adanya pengaruh positif pembelajaran kewirausahaan, motivasi berwirausaha, lingkungan keluarga, dan lingkungan pergaulan pada minat berwirausaha. Sedangkan, kepribadian terdapat pengaruh negatif pada minat berwirausaha.

Ardiyanti dan Zulkarnen Mora (2019) meneliti Pengaruh Minat Usaha dan Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Wirausaha Muda di Kota Langsa, diperoleh hasil bahwa minat usaha secara parsial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha para wirausaha muda di Kota Langsa. Sementara itu, motivasi usaha secara parsial berpengaruh secara tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha para wirausaha muda di Kota Langsa. Hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa minat usaha maupun motivasi usaha secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha para wirausaha muda di Kota Langsa.

Siswoyo dan Sunarto (2022) meneliti “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Petani Muda Sebagai Wirausahawan Pertanian Di Kabupaten Malang” diperoleh hasil bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat penerima hibah kompetitif untuk menjadi wirausaha bidang pertanian di Kabupaten Malang, yaitu : Faktor I : Visioner : senang berinovasi, Berani berisiko, Kreatif, dan Senang tantangan. Faktor II : Kemampuan Manajeria : Senang memimpin, Bisa bekerjasama dengan teman, Mampu komunikasi dengan baik, dan Bisa mengatur uang, dan Faktor III : Orientasi bisnis meliputi variable Ada kebebasan berusaha dan ingin menjadi pengusaha sukses. Faktor IV : Ketangguhan : meliputi variabel Rasa percaya diri dan Mandiri.

## **C. Evaluasi Bisnis.**

### **1. Apa Itu Evaluasi Bisnis?**

Evaluasi bisnis adalah analisis dan tinjauan bisnis secara keseluruhan, termasuk nilai ekonomi, kesehatan bisnis, dan nilai dari sektor bisnis lainnya. Fungsi dari evaluasi bisnis untuk memahami apakah bisnis berjalan sukses, identifikasi masalah, perbaikan apa yang diharapkan, serta pendekatan solusi.

Evaluasi bisnis juga digunakan untuk menentukan nilai wajar bisnis termasuk dalam faktor nilai jual, sistem perpajakan, kepemilikan mitra, hasil dari rencana bisnis, dan keseluruhan operasi bisnis.

Evaluasi bisnis adalah suatu aktivitas untuk melakukan analisis kinerja suatu bisnis. Prinsip dasar utama dalam evaluasi usaha adalah membandingkan rencana usaha yang telah dibuat sebelum kegiatan dimulai dengan apa yang telah dicapai pada akhir masa produksi. Sementara, tujuan evaluasi usaha adalah untuk mengetahui sejauh mana tingkat keberhasilan pelaksanaan sebuah usaha, apakah usaha tersebut berjalan sesuai rencana dan akan memberikan hasil seperti yang diharapkan. Evaluasi ini berangkat dari kegiatan pemantauan setiap proses dalam usaha yang dijalankan, dari hasil pemantauan dapat dibuat analisis kemajuan, kemunduran dan pencapaian apa yang sudah dilaksanakan. Evaluasi dan pemantauan bagi seorang wirausahawan sekaligus menjadi sarana belajar dan proses peningkatan kapasitas diri. dalam proses ini bisa jadi ditemukan hal-hal baru dan strategi baru mencapai sukses.

## **2. Tujuan Evaluasi Bisnis**

Evaluasi bisnis adalah proses untuk menentukan nilai bisnis saat ini, menggunakan ukuran yang objektif, dan mengevaluasi semua aspek bisnis, termasuk analisis:

- Manajemen perusahaan.
- Prospek pendapatan masa depan.
- Struktur modal.
- Nilai pasar aset.
- Pelaporan pajak.
- Kesehatan *cash flow*.
- Kegiatan operasional bisnis.
- Nilai ekonomi.
- *Revenue* bisnis.
- Dan aspek bisnis lainnya.

Tujuan evaluasi bisnis untuk mengukur keberhasilan bisnis, kegagalan bisnis, dan mencari solusi terbaik. Hasil dari evaluasi tersebut dapat dijadikan indikator untuk menyusun rencana selanjutnya dan strategi baru untuk mewujudkan tujuan bisnis tersebut.

### 3. Fungsi Evaluasi Bisnis

Pahami beberapa fungsi evaluasi bisnis berikut ini:

1. **Fungsi diagnosis:** Mengevaluasi apa kekurangan dan kelebihan suatu divisi dalam perusahaan.
2. **Fungsi penempatan:** Mengevaluasi penempatan posisi pegawai atau cakupan usaha lainnya.
3. **Fungsi selektif:** Mengevaluasi kelayakan suatu aspek bisnis untuk menjalankan kegiatan bisnis dan mencapai tujuan.
4. **Fungsi pengukuran keberhasilan:** Evaluasi bisnis akan dilakukan setelah tim menjalankan suatu strategi bisnis untuk mengukur sejauh mana keberhasilan strategi itu dan faktor-faktor di antaranya.

Evaluasi bisnis sangat dibutuhkan dalam suatu periode rutin agar kamu paham bagaimana bisa kamu bekerja. Apakah sudah sesuai rencana atau belum, sehingga bisa mengurangi risiko bisnis dan memaksimalkan strategi bisnis yang efektif dan efisien.

Metode Evaluasi Usaha Berikut ini merupakan metode dalam melakukan evaluasi usaha:

- Menggunakan daftar pertanyaan untuk menganalisis masalah. Menggunakan laporan kinerja organisasi.
- Menyusun diagram alir untuk mengetahui kemungkinan-kemungkinan terjadi resiko pada masing-masing tahap.
- Inspeksi langsung.
- Melakukan interaksi intensif dengan unit-unit. Mengadakan studi banding dengan pihak luar untuk berbagi pengalaman.
- Melakukan analisis terhadap bentuk-bentuk kerjasama.
- Melakukan analisis lingkungan.

#### 4. Apa yang Harus Dievaluasi dalam Bisnis?

Berikut ini beberapa aspek yang harus dievaluasi dalam bisnis:

- **Posisi Keseluruhan Usaha**

Di awal kamu sudah punya target bisnis dan sejumlah strategi yang digunakan untuk mencapainya. Evaluasi bisnis akan membantu kamu mengetahui pencapaian hasil dari keseluruhan aspek bisnis.

Ini termasuk pemasukan dan pendapatan setiap bulan, yang biasanya dijadikan indikator kesuksesan bisnis yang paling mudah dibaca.

- **Faktor Kemajuan atau Kemunduran Bisnis**

Melakukan perbandingan perkembangan bisnis di periode awal saat dimulai vs periode saat ini. Apakah ada pertumbuhan yang signifikan atau malah sebaliknya.

- **Pendekatan Solusi**

Hasil evaluasi adalah acuan untuk memperbaiki atau meningkatkan strategi bisnis. Ini juga memberi gambaran untuk mencari solusi seperti apa dan upaya perbaikan aspek bisnis lainnya.

- **Merencanakan Target Baru**

Bila target bisnis sebelumnya sudah tercapai, maka perlu meningkatkan kinerja dan menambah strategi.

Bila belum, tim harus merencanakan strategi baru, target baru, dan segala aspek dukungan lainnya.

#### 5. Tahapan Evaluasi Usaha

- **Analisis Aspek Pasar**

Membantu kamu memahami bagaimana situasi pasar di industri kamu saat ini, termasuk permintaan pasar dan target pasar dari produk kamu.

Cara evaluasinya dengan menganalisis perubahan pergerakan permintaan pasar, tren pasar, perubahan minat konsumen, dan strategi marketing.

- **Analisis Teknis**

Aspek teknis yang memengaruhi suatu bisnis saat ini, salah satunya faktor teknologi. Apakah kompetitor kamu pakai jenis teknologi baru dalam menjalankan bisnisnya, misalnya sekarang sudah mengarah ke bisnis online untuk memaksimalkan perkembangan bisnis.

Maka, kamu juga harus update sistem bisnis kamu dengan metode online baik dengan media sosial, *marketplace*, dan toko *online*.

Bila bingung bagaimana caranya, kamu bisa buat toko *online* melalui TokoTalk. Ada banyak fasilitas bisnis *online* termasuk transaksi *online*, pilihan payment gateway, integrasi kurir, dan fasilitas belajar bisnis.

Cara buatnya juga mudah dan gratis. Kalau masih bingung, kamu bisa cek cara membuat toko *online* melalui TokoTalk!

- **Analisis Finansial**

Merupakan proses evaluasi bisnis yang cukup krusial. Harus analisis kondisi finansial bisnis kamu dari laporan keuangan, laba rugi, posisi keuangan yang defisit atau surplus (untung), dan seluruh data akuntansi.

## **6. Contoh Evaluasi Bisnis**

Mengevaluasi bisnis dapat dilakukan dengan bentuk dan metode yang berbeda, tergantung pada tujuan evaluasi.

Pemilik usaha kecil mungkin ingin menilai kemampuan, operasi, staf, pemasaran, atau kekayaan bersih perusahaannya dalam menghasilkan laba melalui evaluasi bisnis. Berikut ini contoh evaluasi bisnis :

### **a. Evaluasi Manajemen Operasi**

Ini mencakup semua kegiatan operasional seperti:

- Proses produksi barang atau penyediaan jenis layanan.
- Proses perekrutan pegawai.
- Manajemen.
- Komunikasi internal staf.
- Prosedur pembelian.
- Strategi Distribusi.
- Pengiriman produk.
- Standar pelayanan.
- Sistem laporan kerja.
- Lingkungan kerja.

### **b. Evaluasi Posisi Keuangan**

Menganalisis kesehatan keuangan perusahaan melalui data keuangan, termasuk neraca, piutang dan hutang, laporan laba rugi, anggaran tahunan, dan laporan arus kas.

Kamu juga bisa membuat indikator keuangan perusahaan yang sehat, misalnya perusahaan mampu membayar tagihan dan gaji pegawai tepat waktu, ada dana darurat, uang tunai ekstra, akses yang cukup ke kredit, dan memesan stok serta melunasinya tepat waktu.

### **c. Evaluasi Sumber Daya Manusia**

Evaluasi *Human Resources* (HR) termasuk:

- Memastikan memiliki struktur organisasi yang tepat untuk bisnis.
- Memastikan setiap posisi diisi oleh orang yang kompeten di bidangnya.
- Memeriksa gaji dan tunjangan untuk mengetahui apakah biaya tenaga kerja sudah sesuai dan efisien atau tidak.
- Menerapkan peraturan perusahaan yang tepat.
- Memastikan sistem komunikasi sudah pas untuk melancarkan kegiatan operasional antar tim.

#### **d. Evaluasi Pengendalian Biaya**

Ini termasuk dalam analisis keuangan untuk evaluasi apakah biaya yang dikeluarkan sudah efisien dan sesuai tujuannya.

Evaluasi pengendalian biaya misalnya, evaluasi rutin atas pengeluaran, kerja sama dengan *vendor* yang menawarkan harga lebih rendah, dan sebagainya.

#### **e. Evaluasi Perencanaan Strategis**

Ini adalah evaluasi dari strategi-strategi bisnis yang sudah dilakukan sebelumnya. Termasuk merancang desain produk untuk meluncurkan produk dan layanan baru atau membuka lokasi baru.

Semua perencanaan strategis untuk yang dapat mencakup pernyataan misi. Di antaranya membuat indikator kinerja utama, tolok ukur penjualan, dan pengukuran lain untuk mengukur kesuksesan bisnis.

#### **f. Evaluasi Penilaian Perusahaan**

Memahami nilai bisnis kamu untuk mendapatkan pinjaman dan menarik minat investor. Evaluasi ini termasuk menilai semua aset dan kewajiban, kekayaan bersih, dan bagaimana loyalitas pelanggan. Kamu juga bisa meninjau kinerja selama beberapa tahun terakhir untuk menganalisis pasar dan menentukan potensi keuntungan di masa depan.

### **7. Kapan Waktu yang Tepat untuk Evaluasi Usaha?**

Evaluasi usaha sebaiknya dilakukan secara rutin. Periodenya sesuai dengan yang kamu inginkan. Bisa 6 bulan sekali atau setahun sekali. Kebanyakan perusahaan melakukan evaluasi setiap satu kuartal (3 bulan) per tahun. Ada juga yang melakukan evaluasi bisnis setiap triwulan dan setiap tahun.

## **D. Mengembangkan Bisnis**

### **1. Strategi Pengembangan Bisnis yang Efektif**

Pengembangan bisnis yang berkelanjutan merupakan pusat perhatian perusahaan, yang dapat dicapai dengan mengadopsi strategi dan aktivitas bisnis yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan serta para pemegang saham, sembari melindungi, mempertahankan, dan memperkuat sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan. Konsep pengembangan bisnis muncul dari sektor swasta, menitikberatkan pada upaya mengidentifikasi kesempatan bisnis di tengah pasar. Secara umum, tujuan pengembangan bisnis adalah menciptakan keuntungan melalui penciptaan bisnis dalam rangka memanfaatkan pasar dan kesempatan bisnis, serta untuk menciptakan lapangan pekerjaan (Central Otago District Center, 2013: 5).

Pengembangan bisnis adalah segala bentuk aktivitas yang meningkatkan – atau bertujuan untuk meningkatkan – keuntungan, produksi, atau potensi pelayanan perusahaan. Selain itu pengembangan bisnis dapat didefinisikan sebagai penanaman modal atau waktu yang berdampak pada pertumbuhan dan perluasan perusahaan. Pengembangan bisnis adalah proses memajukan bisnis pada suatu titik dimana perusahaan dapat menyediakan barang dan jasa pada seluruh pihak eksternal yang membutuhkannya. Dari sisi pemasaran perusahaan, pengembangan bisnis adalah proses promosi untuk membangun dan mempertahankan hubungan kerja yang terkait dengan tujuan bisnis (Kind dan Knyphausen-Aufseß, 2007: 177).

Menurut Kind dan Knyphausen-Aufseß (2007: 185), pengembangan bisnis melingkupi seluruh aktivitas perusahaan yang bertujuan untuk: menciptakan nilai dan potensi pemasukan bagi perusahaan; mengembangkan produk dan teknologi yang bisa dikomersialkan; dan membangun relasi dengan rekanan, konsumen, dan pemangku kepentingan potensial, demi kepentingan perusahaan.

Dalam rangka mengembangkan bisnis secara berkelanjutan, suatu perusahaan harus terus-menerus melakukan penilaian atas strategi bisnis yang dijalkannya. Analisis strategi bisnis merupakan langkah penting dalam

merancang model bisnis yang dapat bertahan lama, sehingga berdampak pada hidup perusahaan yang berlangsung lama pula (Teece, 2010: 180).

Dalam kerangka pengembangan usaha atau pengembangan bisnis, terdapat beberapa produk yang dapat dikembangkan, antara lain: barang atau produk berwujud fisik, misalnya makanan, komoditas, pakaian, perumahan, alat, dan sebagainya. Produk lain adalah jasa atau produk yang tidak berwujud fisik, misalnya hotel, penerbangan, penyewaan, tukang cukur, ahli kecantikan, dan sebagainya. Produk lainnya antara lain: peristiwa, orang, tempat, kepemilikan atau properti, organisasi, informasi, dan gagasan (Wibawa, 2013: 2).

Dilansir dari Forbes, pengembangan bisnis adalah penciptaan jangka panjang bagi organisasi dari pelanggan, pasar, dan interaksi di dalamnya. Hal ini berarti pengembangan usaha bertujuan untuk mempertahankan usaha agar tetap produktif dan menghasilkan keuntungan dalam jangka panjang. Jenis pengembangan usaha

Ada dua jenis pengembangan bisnis, yaitu: Pengembangan vertikal adalah pengembangan usaha dengan cara mengembangkan inti dari bisnis. Pengembangan horizontal adalah pengembangan bisnis yang tidak linear dengan inti bisnis, namun dapat memperkuat inti bisnis tersebut.

Dalam mengembangkan bisnis, ada tiga buah aspek yang harus diperhatikan yakni:

- Aspek penjualan memerhatikan bagaimana penjualan barang tersebut, mayoritas umur, asal, dan juga kecenderungan konsumen, dan proses penjualan.
- Aspek manajemen memerhatikan proses manajerial dari bisnis dimulai pembuatan produk, perencanaan pemasaran, hingga perencanaan distribusi produk.
- Aspek strategi mencakup bagaimana cara pengembangan bisnis dengan meningkatkan kualitas produk, membuat produk baru, atau bekerja sama dengan pihak lain.

Apa itu Strategi Pengembangan Bisnis? Pada dasarnya, strategi pengembangan bisnis adalah proses yang digunakan untuk mengidentifikasi, memelihara dan memperoleh klien baru serta peluang bisnis untuk mencapai pertumbuhan bisnis (profitabilitas). Lingkup pengembangan bisnis akan berbeda dari satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, tergantung dari bisnis model yang diterapkan.

Definisi Strategi Pengembangan Bisnis Menggabungkan dengan definisi sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan bisnis adalah sekumpulan tujuan, kebijakan, perencanaan, dan aktivitas perusahaan yang ditujukan untuk mengidentifikasi kesempatan bisnis di tengah pasar dan mempertahankan kelangsungan bisnis atau mencapai kesuksesan bisnis. Strategi pengembangan bisnis adalah bagian dari strategi bisnis, dan tidak dapat dipisahkan dari model bisnis.

Selain itu, untuk menyusun strategi pengembangan bisnis tidak dapat dilakukan dari satu departemen saja, melainkan harus melibatkan lintas departemen. Inilah sebabnya diperlukan kerjasama untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang maksimal.

Strategi pengembangan bisnis harus dilakukan dari segi produk, sistem penjualan, integrasi, dan sinergisme. Dari segi produk, pengembangan usaha dilakukan dengan cara mengembangkan produk sesuai dengan selera pasar, mengeluarkan produk baru yang inovatif, mencari cara efisien dalam produksi sehingga produk berkualitas sama bisa dihasilkan dengan biaya yang lebih rendah. Dari segi penjualan, pengembangan usaha dilakukan dengan membangun hubungan yang baik dengan konsumen, melakukan penjualan melalui media sosial, memastikan kepuasan konsumen,

Strategi pengembangan bisnis harus memiliki kualitas berikut: consistency, consonance, advantage, dan feasibility. Kualitas consistency mengandung makna bahwa strategi pengembangan bisnis harus memuat tujuan dan kebijakan yang konsisten. Consonance artinya bahwa strategi tersebut harus merepresentasikan respon adaptif perusahaan terhadap lingkungan eksternal dan perubahan-perubahan yang terjadi di dalamnya.

Advantage, artinya bahwa strategi bisnis harus menyediakan tempat bagi penciptaan atau perbaikan keuntungan kompetitif di bidang yang dijalani. Feasibility, mengandung makna bahwa strategi bisnis tidak boleh melangkahi sumber daya yang tersedia atau menciptakan permasalahan yang tidak bisa diselesaikan (Rumelt, 1993: 2).

Pengembangan strategi bisnis, terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui. Tahap pertama adalah analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Manajemen perusahaan harus mengamati peluang dan ancaman lingkungan eksternal, termasuk di dalamnya kebutuhan konsumen, tindakan, harapan, dan kemampuan pesaing. Dari sisi internal, perusahaan perlu menyadari kompetensi dan sumber daya yang dimiliki, meliputi kedudukan perusahaan, kekuatan perusahaan dalam hal kualitas dan penyampaian produk, serta sumber daya finansial perusahaan (The SmartSims.com Team, 2000: 20).

Tahap kedua adalah sintesis dan evaluasi. Dalam tahap sintesis, perusahaan perlu mengumpulkan seluruh data yang diperoleh dari hasil analisis dan merumuskan alternatif-alternatif strategi yang dapat dilaksanakan. Berikutnya, perlu dilakukan evaluasi menggunakan berbagai kriteria finansial dan kriteria kualitatif. Strategi terpilih kemudian dibagi lagi menjadi substrategi untuk berbagai bidang fungsional (The SmartSims.com Team, 2000: 20).

Memasuki tahap ketiga, perusahaan harus mengembangkan strategi fungsional, dimana strategi besar perusahaan direfleksikan ke dalam strategi untuk bidang-bidang fungsional dengan tujuan pencapaian yang lebih singkat, padat, dan jelas, serta pembatasan kerangka waktu sehingga lebih bersifat taktikal. Bidang-bidang fungsional yang dapat digunakan dalam mengembangkan strategi tersebut antara lain: pemasaran, pengembangan produk, operasional, dan keuangan. Dalam tahapan ini, perusahaan juga perlu mempertimbangkan kembali strategi-strategi fungsional yang digunakan, karena pada hakekatnya, terdapat hubungan antarfungsional. Hal ini dilakukan untuk menghindari pelaksanaan strategi salah satu bidang fungsional yang melebihi kapasitas kemampuan bidang fungsional lain yang terkait dengannya (The SmartSims.com Team, 2000: 20 – 21).

Tahap keempat adalah implementasi strategi. Perlu ditekankan sebelumnya bahwa pelaksanaan strategi belum tentu sesuai dengan perencanaannya. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi hasil implementasi sebuah strategi, misalnya pembiayaan, keputusan pesaing, sistem kendali, kepemimpinan, dan motivasi orang-orang dalam perusahaan.

Strategi pengembangan bisnis yang efektif pada masa kini yang dapat diterapkan :

a. Membangun Merek

Merek atau *brand* adalah tanda yang diasosiasikan terhadap suatu produk. Merek juga bertujuan untuk menjadi pembeda antara suatu produk dengan produk lainnya. Saat melihat merek, konsumen atau calon konsumen akan dengan mudah mengenal produk yang dijual.

Karena itu, agar mendapat perhatian selayaknya dari khalayak, sangat penting untuk meningkatkan kesadaran konsumen akan merek produk. Salah satu caranya dengan rajin memperkenalkan identitas merek kepada calon konsumen potensial melalui media sosial.

b. Menambah Modal

Selanjutnya, agar rencana pengembangan bisnis berjalan dengan lancar, dibutuhkan modal yang memadai. Modal dibutuhkan untuk memenuhi sejumlah hal, mulai dari menambah kapasitas produksi hingga memaksimalkan promosi dengan tujuan agar penjualan meningkat.

Untuk mendapatkan modal tambahan, ada beberapa cara alternatif yang bisa dilakukan. Pertama, menggunakan tabungan atau menjual aset milik sendiri. Kedua, mengajukan kredit ke bank. Ketiga, meminta dukungan dana dari investor. Tiap pilihan tentu ada kelebihan dan kekurangan sehingga perlu dipertimbangkan terlebih dahulu.

c. Strategi Penjualan yang Tepat

Strategi pengembangan bisnis juga tak bisa dilepaskan dari strategi penjualan yang digunakan. Ada beberapa strategi penjualan yang umum

digunakan saat ini. Salah satunya, *buy market share*, yaitu menjual produk yang sama kepada orang-orang yang sama. Dalam hal ini, ada 3 hal yang akan dibandingkan, yaitu kualitas, layanan, dan harga.

Strategi penjualan lain adalah berburu calon konsumen baru (*hunt*) atau mengelola pelanggan yang lama (*farm*). Berburu konsumen baru membutuhkan usaha yang besar karena Anda harus memperkenalkan produk dari awal. Sementara itu, mengelola pelanggan lama adalah cara yang mudah dan paling mungkin dilakukan oleh pemilik usaha.

d. *Visible Expert* dengan *Content Marketing*

Salah satu strategi untuk mengembangkan bisnis kekinian adalah *visible expert* dengan menggunakan *content marketing*. Maksud dari strategi ini adalah dengan membuat salah satu atau seluruh tim terlihat ahli di bidangnya oleh calon konsumen. Strategi pengembangan bisnis ini sangat efektif jika Anda terapkan khususnya pada usaha jasa seperti *agency* atau *outsourcing*.

Salah satu cara agar strategi *visible expert* bisa berjalan adalah dengan menulis, berbicara atau meng-*upload* konten yang membahas seputar keahlian/bisnis dan bagaimana konten yang Anda bagikan tersebut dapat memecahkan masalah klien.

Telah banyak pakar yang membangun reputasinya dengan strategi ini sehingga *brand* dari bisnisnya pun ikut menjadi kuat dan dikenal oleh calon konsumen. Akan tetapi, dibutuhkan bagian yang baik dari karir calon *expert* untuk melaksanakan strategi ini.

Salah satu contoh penerapan dari strategi ini adalah menjadi pembicara di berbagai webinar, penulis tamu di situs bereputasi, hingga *sharing* secara bebas di media sosial seputar keahlian. Bahkan kekinian, telah banyak pakar yang beralih ke media sosial seperti youtube.

e. Mengoptimalkan Analisis SWOT

Meski terdengar klasik, metode analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*) masih cukup relevan untuk digunakan dalam pengembangan bisnis. Metode ini bisa dilakukan untuk mengetahui kondisi yang sedang terjadi dalam sebuah perusahaan.

*Strength* adalah berbagai kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan dan bisa memberikan dampak positif. *Weakness* adalah kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan dan berdampak negatif terhadap perkembangan perusahaan. *Weakness* sebaiknya diperbaiki agar tidak menghalangi kemajuan perusahaan.

*Opportunity* adalah peluang yang bisa dioptimalkan oleh perusahaan sehingga bertahan di pasar. *Threats* adalah ancaman yang dapat menghambat pengembangan perusahaan. Mengetahui keempat hal ini akan memudahkan dalam menentukan keputusan yang efektif dan menghasilkan keuntungan.

f. Bergabung dalam Komunitas

Saat ini banyak sekali komunitas atau forum-forum bisnis yang diinisiasi oleh para pengusaha, untuk itu dapat bergabung dengan komunitas tersebut untuk mendapatkan informasi, berbagi, hingga menjalin relasi.

Bukan tidak mungkin, relasi yang terjalin dengan baik dapat menjadi gerbang untuk terjadinya kolaborasi bisnis dalam menjangkau konsumen bisnis yang baru dan mengembangkan usaha.

g. Berpartisipasi dalam Acara Amal

Strategi pengembangan bisnis selanjutnya adalah ikut berpartisipasi pada acara amal, bisa menjadi salah satu sponsor untuk menyukseskan acara tersebut.

Selain itu, juga bisa membantu korban yang sedang mengalami bencana, baik itu bencana alam gempa bumi, hingga kebakaran hutan. Tidak hanya membantu secara finansial, perusahaan dapat membantu dengan

mengirimkan tim *emergency response* (siaga bencana) di perusahaan Anda jika ada. Secara tidak langsung, hal-hal tersebut akan berdampak pada peningkatan brand untuk bisnis..

#### h. Melakukan Inovasi

Jika ingin bisnis makin berkembang, langkah lain yang tidak boleh diabaikan adalah melakukan inovasi. Inovasi bisnis dapat mencegah konsumen setia untuk berpaling ke merek lain sekaligus menarik perhatian konsumen baru. Hal-hal baru yang disematkan dalam produk inovatif diharapkan dapat meningkatkan minat calon pembeli.

Namun, sebuah inovasi tidak boleh dilakukan secara asal. Harus ada pertimbangan dan perhitungan yang matang sehingga hasil inovasi nantinya benar-benar dibutuhkan oleh pengguna. Nah, modal utama untuk melakukan Dalam kerangka pengembangan usaha atau pengembangan bisnis, terdapat beberapa produk yang dapat dikembangkan, antara lain: barang atau produk berwujud fisik, misalnya makanan, komoditas, pakaian, perumahan, alat, dan sebagainya. Produk lain adalah jasa atau produk yang tidak berwujud fisik, misalnya hotel, penerbangan, penyewaan, tukang cukur, ahli kecantikan, dan sebagainya. Produk lainnya antara lain: peristiwa, orang, tempat, kepemilikan atau properti, organisasi, informasi, dan gagasan (Wibawa, 2013: 2).

### **LANGKAH KERJA PRAKTIKUM**

1. Identifikasi dan telaah factor-faktor keberhasilan dan kegagalan bisnis yang diimplementasikan.
2. Lakukan motivasi diri, dan orang lain dalam berwirausaha, dan tumbuhkan minat berwirausaha pada orang lain, serta identifikasi kiat-kiat sukses menjadi wirausahawan.
3. Lakukan evaluasi bisnis.
4. Susun konsep pengembangan bisnis, berdasarkan implementasi bisnis.

## **HASIL PRAKTIKUM**

1. Hasil Identifikasi dan telaah faktor-faktor keberhasilan dan kegagalan bisnis yang diimplementasikan.
2. Dokumen hasil melakukan motivasi diri, dan orang lain dalam berwirausaha, dan tumbuhkan minat berwirausaha pada orang lain, serta identifikasi kiat-kiat sukses menjadi wirausahawan.
3. Dokumen evaluasi bisnis.
4. Dokumen konsep pengembangan bisnis, berdasarkan implementasi bisnis.

**PETUNJUK PRAKTIKUM**  
**MATA KULIAH STUDI KELAYAKAN USAHA PETERNAKAN**  
**(Analisis Finansial)**



**Disusun**  
**Oleh ;**  
**Dr. Ir. Siswoyo, MP**

**Dipergunakan Untuk Kalangan Sendiri**

**PROGRAM STUDI PENYULUHAN PETERNAKAN DAN KESEJAHTERAAN HEWAN**  
**JURUSAN PETERNAKAN**  
**POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN MALANG**  
**2022**

## KATA PENGANTAR

Petunjuk praktikum merupakan pedoman bagi mahasiswa Program Studi Penyuluhan Peternakan dan Kesejahteraan Hewan Jurusan Peternakan Politeknik Pembangunan Pertanian Malang. Penyusunan petunjuk praktikum didasarkan pada Capaian Pembelajaran Keterampilan Umum Sarjana Terapan sesuai dengan Permendikbud No. 3 Tahun 2020 pada level 6 KKNl.

Petunjuk praktikum terdiri dari empat kegiatan praktikum yaitu : (i) menyusun instrument survei finansial usaha peternakan, (ii) melakukan survei finansial usaha peternakan, (iii) menganalisis data hasil survei finansial usaha peternakan, dan (iv) menyusun laporan praktikum analisis finansial usaha peternakan. Setiap kegiatan praktikum, ditetapkan kompetensi yang harus dicapai mahasiswa.

Pada bagian utama petunjuk praktikum diawali dengan teori penunjang praktikum, yang diambil dari berbagai referensi buku, jurnal hasil penelitian, dan sumber lainnya. Berdasarkan teori penunjang praktikum, disusun langkah kerja praktikum, dan hasil praktikum dilaporkan mahasiswa secara rinci sebagaimana yang dimaksud pada instruksi "Hasil Praktikum".

Semoga dengan tersusunnya petunjuk praktikum ini, dapat membekali mahasiswa sebagai penyuluh peternakan dan Kesejahteraan Hewan yang kompeten dalam melakukan analisis finansial pada pelaku usaha peternakan.

Malang, Oktober 2022

Penyusun

Capaian Pembelajaran Keterampilan Umum Sarjana Terapan sesuai dengan Permendikbud No. 3 Tahun 2020 pada level 6 KKNI, sebagai berikut :.

<p align="center"><b>Capaian Pembelajaran Keterampilan Umum</b></p>	<p align="center"><b>Aktivitas Mahasiswa dalam rangka Pencapaian Pembelajaran pada Praktikum Studi Kelayakan Agribisnis</b></p>
<p>Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, inovatif, bermutu, dan terukur dalam melakukan pekerjaan yang spesifik di bidang keahliannya serta sesuai dengan standar kompetensi kerja bidang yang bersangkutan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Berpikir logis, kritis, inovatif, bermutu, dan terukur.</li> <li>▪ Melaksanakan praktikum sebagai proses pembelajaran di bidang penyuluhan pertanian.</li> <li>▪ Melakukan kegiatan praktikum untuk mendukung standar kompetensi kerja penyuluh pertanian.</li> </ul>
<p>Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Melaksanakan praktikum secara mandiri, bermutu, dan terukur</li> </ul>
<p>Mampu mengkaji kasus pererapan ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan bidang keahliannya dalam rangka menghasilkan prototype, prosedur baku, desain atau karya seni, menyusun hasil kajiannya dalam bentuk kertas kerja, spesifikasi desain, atau esai seni, dan menggugahnya dalam laman perguruan tinggi</p>	<p>Mengkaji usaha peternakan dengan langkah-langkah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Melakukan survei usaha peternakan.</li> <li>▪ Mengelola data hasil survei usaha peternakan.</li> <li>▪ Melakukan analisis data hasil usaha peternakan, berfokus pada analisis finansial.</li> <li>▪ Menginterpretasikan hasil analisis data.</li> </ul>
<p>Mampu Menyusun hasil kajian tersebut dalam bentuk kertas kerja, spesifikasi desain, atau esai seni, dan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Menyusun hasil kajian finansial usaha peternakan.</li> </ul>

menggugahnya dalam laman perguruan tinggi	
Mampu mengambil keputusan secara tepat berdasarkan prosedur baku, spesifikasi desain, persyaratan keselamatan dan keamanan kerja dalam melakukan supervise dan evaluasi pada pekerjaannya	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Menyimpulkan dan memberi saran hasil kajian.</li> </ul>
Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerjasama dan hasil kerja sama di dalam maupun di luar lembaganya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Melakukan kerjasama dan sinergitas dengan peternak sasaran.</li> </ul>
Mampu bertanggungjawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervisi dan evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggungjawabnya.	-
Mampu melakukan proses evaluasi diri terhadap kelompok kerja yang berada di bawahnya, dan mampu mengelola pembelajaran secara mandiri.	-
Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untuk kesahihan dan mencegah plagiasi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Menyusun laporan praktikum dengan didukung data-data yang sah dan tidak plagiasi.</li> <li>▪ Menyimpan dan mengamankan data kegiatan tugas akhir, serta mudah ditemukan kembali jika sewaktu-waktu dibutuhkan.</li> </ul>

## PRAKTIKUM KE - 1

- Judul Praktikum : Menyusun Instrumen/Kuesioner Survei Finansial Usaha Peternakan
- Tujuan Praktikum : Agar mahasiswa mampu menyusun instrument/kuesioner survei finansial usaha peternakan
- Kompetensi yang dicapai : 1. Mampu menyusun instrument/kuesioner survei finansial usaha peternakan secara logis, kritis, dan inovatif.  
2. Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur  
3. Bertanggung jawab pada pekerjaan sendiri.
- Bahan dan alat : Alat tulis menulis.

### TEORI PENUNJANG PRAKTIK

#### 1. Pengertian Survei

Survei (*survey*) atau lengkapnya *self-administered survey* adalah metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu. Jadi bisa disimpulkan survei adalah metode untuk mengumpulkan informasi dari kelompok yang mewakili sebuah populasi. Dengan demikian pada hakikatnya **survei** adalah pemeriksaan atau penelitian secara komprehensif.

Survei untuk penelitian biasanya dilakukan dengan menyebarkan kuesioner atau wawancara, dengan tujuan untuk mengetahui: siapa mereka, apa yang mereka pikir, rasakan, atau kecenderungan suatu tindakan. Dalam penelitian kuantitatif, survei lebih merupakan pertanyaan tertutup, sementara dalam penelitian kualitatif berupa wawancara mendalam dengan pertanyaan terbuka.

#### 2. Desain Kuesioner Survei Finansial Usaha peternakan

Menurut Kumba Digdowiseiso (2017) mendesain kuesioner merupakan langkah penting dalam memformulasikan sebuah proses guna mengumpulkan data primer (data

yang dikumpulkan langsung oleh peneliti). Kemudian dirancang dengan memperhatikan kaidah kalimat baku (ejaan yang disempurnakan sehingga mampu dimengerti dan tidak memiliki makna ganda).

Kuesioner yang didesain dengan baik adalah kuesioner yang mampu menguatkan, memotivasi, dan mendorong responden untuk terlibat dalam pengisian kuesioner. Oleh karena itu, kuesioner yang baik harus melibatkan responden dan membangkitkan minatnya dalam memberikan tanggapan atau jawaban yang lengkap dan akurat.

Menurut Emory dan Cooper (2000) dalam Kumba Digidowiseiso (2017) ada 4 hal penting dalam mendesain kuesioner yang baik, yaitu :

- a. **Terdapat subjek.** Subjek, yaitu individu atau lembaga yang melakukan penelitian.
- b. **Terdapat ajakan.** Ajakan, yaitu permohonan dari peneliti kepada responden untuk bekerja sama serta berperan aktif dalam pengisian kuesioner secara objektif dari sekelompok pertanyaan
- c. **Terdapat cara pengisian kuesioner.** Cara pengisian kuesioner, yaitu tata cara pengisian kuesioner yang disertai dengan contoh pengisian yang benar. Selain itu, petunjuk pengisian kuesioner harus jelas dan singkat agar dimengerti oleh responden.
- d. **Layout Kuesioner Layout.** Kuesioner, yaitu tampilan kuesioner yang berisi pertanyaan maupun pernyataan serta tempat pengisian jawaban, baik untuk kuesioner yang sifatnya tertutup maupun terbuka

Selanjutnya Kumba Digidowiseiso (2017) berpendapat bahwa kuesioner dikelompokkan sebagai berikut :

- a. Menurut sifatnya, kuesioner dibagi menjadi dua, yaitu kuesioner umum dan kuesioner khusus. Kuesioner umum dimaksudkan untuk memperoleh data yang selengkapny tentang kehidupan seseorang, sedangkan kuesioner khusus untuk mendapatkan data khusus tentang kehidupan seseorang.
- b. Menurut cara penyampaiannya, kuesioner dibagi menjadi dua, yaitu: kuesioner langsung dan tidak langsung. Kuesioner langsung disampaikan langsung kepada responden tentang sikap atau persepsi mengenai dirinya sendiri terhadap suatu

fenomena, sedangkan kuesioner tidak langsung disampaikan kepada responden untuk mengetahui penilaian tentang orang lain.

- c. Menurut struktur, kuesioner dibagi menjadi dua, yaitu kuesioner berstruktur dan kuesioner tidak berstruktur. Kuesioner berstruktur merupakan kuesioner yang disusun lengkap dengan jawabannya sehingga responden tinggal memilih satu diantara berbagai pilihan jawaban, sedangkan kuesioner tidak berstruktur, yaitu kuesioner yang pertanyaannya meminta jawaban menurut responden sehingga tiap responden jawabannya berbeda.
- d. Menurut bentuk pertanyaan, kuesioner dibagi menjadi dua, yaitu kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Kuesioner terbuka yang didesain jika responden diberi kebebasan untuk menjawab pertanyaan menurut pendapat responden itu sendiri, sedangkan kuesioner tertutup didesain jika pertanyaan atau pernyataan sudah lengkap beserta pilihan jawaban sehingga responden harus menjawab sesuai dengan jawaban yang telah tersedia.

Mendasari pendapat Emory dan Cooper (2000) dan Kumba Digdowiseiso (2017) tersebut, maka secara operasional yang dimaksud dengan subjek, ajakan, cara pengisian kuesioner, layout pada penyusunan, dan pengelompokan kuesioner, pada praktikum ini adalah sebagai berikut :

- a. Subyek, adalah mahasiswa.
- b. Ajakan, yaitu permohonan dari mahasiswa kepada pelaku utama usaha pertanian/Peternak selaku responden untuk bekerja sama serta berperan aktif dalam pengisian kuesioner secara objektif dari sekelompok pertanyaan
- c. Cara pengisian kuesioner, yaitu tata cara pengisian kuesioner analisis finansial usaha peternakan yang disertai dengan contoh pengisian yang benar. Petunjuk pengisian kuesioner jelas dan singkat serta dimengerti oleh pelaku utama usaha pertanian/Peternak selaku responden.
- d. Layout kuesioner finansial usaha peternakan dan karakteristiknya, merupakan kuesioner khusus untuk mendapatkan data khusus tentang usaha peternakan, pertanyaannya terbuka dan tertutup, disampaikan secara langsung dan meminta jawaban menurut pelaku utama usaha pertanian/peternak selaku responden.

### **3. Etika Susunan Pertanyaan Kuesioner Survei Finansial Usaha Peternakan**

Kumba Digdowiseiso (2017) berpendapat bahwa dalam membuat kuesioner, ada beberapa aturan/etika umum dalam menyusun urutan pertanyaan, meskipun aturannya tidak mutlak. Aturannya sebagai berikut :

- a. Pernyataan sensitif dan pertanyaan model jawaban terbuka sebaiknya ditempatkan di bagian akhir kuesioner.
- b. Pertanyaan-pertanyaan yang mudah sebaiknya ditempatkan pada bagian awal kuesioner.
- c. Susunlah pertanyaan dengan pola susunan yang saling berkaitan satu sama lain secara logis.
- d. Susunlah pertanyaan dengan susunan yang logis, runtut, dan tidak “meloncat-loncat” dari tema satu ke tema yang lain.
- e. Jangan gunakan pasangan pertanyaan yang mengecek reliabilitas.
- f. Gunakan pertanyaan dengan singkat dan jelas

Mendasari pendapat Kumba Digdowiseiso (2017) tersebut, maka secara operasional kuesioner finansial usaha peternakan pada praktikum ini adalah sebagai berikut :

- a. Pertanyaan model jawaban terbuka ditempatkan di bagian akhir kuesioner.
- b. Pertanyaan-pertanyaan yang mudah ditempatkan pada bagian awal kuesioner.
- c. Pertanyaan disusun dengan pola susunan yang saling berkaitan satu sama lain secara logis, runtut, dan tidak “meloncat-loncat” dari tema satu ke tema yang lain.
- d. Tidak menggunakan pasangan pertanyaan yang mengecek reliabilitas.
- e. Pertanyaan dengan singkat dan jelas.

### **4. Menyusun Kuesioner Survei Finansial Usaha peternakan**

Kuesioner (alat pengumpul data atau instrumen penelitian) merupakan jantung dari penelitian. Kesalahan dalam membuat kuesioner akan berdampak pada ketidakmampuan menjawab masalah penelitian atau tujuan yang diharapkan tidak tercapai, dengan kata lain penelitian menjadi rendah dan tidak memiliki kemampuan untuk digeneralisasi (Kumba Digdowiseiso, 2017)

Alasan penggunaan kuesioner sebagai alat pengumpul data dalam kegiatan penelitian adalah, karena: (a) kuesioner dipakai untuk mengukur variabel yang bersifat faktual, (b) memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian, dan (c) ingin memperoleh informasi dengan tingkat validitas dan reliabilitas yang tinggi.

Langkah awal dalam menyusun kuesioner finansial usaha peternakan adalah penetapan konstruk variabel yang merupakan sintesis dari teori pada kajian pustaka. Konstruk tersebut telah didefinisikan ke dalam konseptual variabel dengan cakupan dimensi dan indikator dari variabel yang ingin diukur. Berdasarkan konstruk tersebut ditetapkan indikator-indikator yang akan diukur dari variabel tersebut.

Selanjutnya, item-item instrumen dibuat untuk mengukur indikator yang telah ditetapkan. Karena bentuk item-item instrumen yang akan dibuat harus relevan dengan instrumen yang dipilih, maka sebelum membuat item-item kuesioner terlebih dahulu harus memilih instrumen apa yang sesuai untuk mengukur indikator dari variabel yang akan diteliti.

## **5. Komponen Instrumen Survei Finansial Usaha Peternakan**

Komponen instrumen survei finansial usaha peternakan yang dimaksud dalam praktikum ini adalah butir-butir pertanyaan yang disusun pada kuesioner. Butir-butir pertanyaan tersebut bersifat tertutup dan terbuka. Secara keseluruhan pertanyaan pada kuesioner ini terdiri sebagai berikut :

### **a. Identitas peternak selaku responden.**

Butir-butir pertanyaannya diantaranya : nama, umur, alamat, pekerjaan pokok, pekerjaan sampingan, pendidikan terakhir, jumlah tanggungan keluarga, luas kepemilikan lahan, dan sebagainya bisa dikembangkan lebih lanjut.

### **b. Produksi**

Produksi adalah suatu proses menghasilkan produk yang berupa barang atau jasa. Kuantitas hasil produksi dinotasikan dengan huruf "Q" ada juga yang menotasikan "Y" berasal dari kata *Yield*, atau di ekonomomi produksi disebut Total Physical Product (TPP), menunjukkan kuantitas produksi. Satuan produksi tergantung alat ukur yang

digunakan untuk mengukurnya. Produksi dapat berlangsung karena adanya input-input produksi, pada usaha peternakan padi seperti benih, pupuk, obat-obatan, tenaga kerja, dan lain-lain.

Produk marjinal (marginal product/marginal physical product, MP atau MPP) adalah tambahan output yang dihasilkan dari penambahan satu input. Dengan kata lain MPP adalah perubahan output yang disebabkan oleh adanya perubahan penambahan penggunaan input produksi. MPP dapat dituliskan dalam bentuk matematis sebagai berikut:

$$\text{MP atau MPP} = \Delta \text{TPP} / \Delta X_i \text{ atau } \Delta Q / \Delta X_i$$

Dimana :

MP atau MPP : Marginal Product atau Marginal Physical Product

Q atau Y atau TPP : Total Produksi/ Total Physical Product

$\Delta$  : Delta/Perubahan

$X_i$  : Input X

### c. Biaya Usaha peternakan

Pada usaha peternakan harus benar-benar diketahui berapa biaya untuk proses siklus produksi, dan sangat penting untuk dapat merencanakan harga dan produksi. Secara finansial biaya usaha peternakan dapat dikelompokkan menjadi biaya tetap (*fixed cost, FC*) dan biaya tidak tetap (*variable cost, VC*). Biaya tetap adalah biaya yang tidak dipengaruhi oleh naik turunnya produksi, sehingga biaya tetap merupakan biaya yang jumlahnya relative tetap untuk keperluan produksi. Berapapun jumlah barang yang diproduksi, kebutuhan biaya tetapnya sama. Contoh biaya tetap adalah penyusutan atas investasi, misalnya biaya penyusutan traktor, biaya penyusutan alat mesin pertanian lainnya. Cara menghitung biaya penyusutan, silakan para mahasiswa untuk mencari referensi dari sumber lainnya. Contoh lain biaya tetap adalah biaya gaji karyawan yang nilainya tetap, biaya sewa lahan yang nilainya tetap, dan biaya-biaya lainnya yang sejenis itu.

Biaya tidak tetap adalah biaya yang besar kecilnya sangat tergantung pada jumlah produk yang dihasilkan dari usaha peternakan. Contoh biaya tidak tetap yaitu biaya bibit,

pakan, obat-obatan, tenaga kerja musiman, biaya pembelian bahan bakar tractor, biaya transportasi, dan biaya-biaya tidak tetap lainnya.

Biaya total (*total cost, TC*) adalah penjumlahan antara biaya tetap dengan biaya tidak tetap. Secara matematika, rumus biaya total sebagai berikut :

$$TC = FC + VC$$

Dimana :

TC : Total Cost/ biaya total.

FC : Fixed Cost/ biaya tetap

VC : Variable Cost/biaya tidak tetap

Biaya marginal merupakan aspek penting yang harus diperhatikan dalam produksi usaha peternakan. Biaya marginal (*marginal cost, MC*) adalah penurunan atau peningkatan biaya total karena penambahan atau pengurangan satu unit produk. Secara matematika rumus biaya marginal sebagai berikut :

$$MC = \Delta TC / \Delta P$$

Dimana :

MC : Marginal Cost

TC : Total Cost

$\Delta$  : Delta/Penambahan

Biaya total rata-rata (*average total cost, ATC*) usaha peternakan adalah total jumlah dari keseluruhan komponen biaya produksi usaha peternakan dibagi dengan jumlah total produk) barang yang diproduksi. Manfaat biaya rata rata adalah mengukur seberapa banyak usaha peternakan perlu mengeluarkan biaya produksi untuk setiap unit produk yang produksi yang dihasilkan. Secara matematika biaya total rata-rata dirumuskan sebagai berikut :

$$ATC = TC / Q \text{ atau } ATC = TC / Y$$

Dimana :

ATC : Biaya total rata-rata

TC : Biaya total  
Q atau Y : Jumlah produk/barang yang diproduksi

#### **d. Penerimaan Usaha Peternakan**

Penerimaan (*Revenue*, R) dalam usaha peternakan adalah total pemasukan yang diterima oleh produsen atau peternak dari kegiatan produksi yang sudah dilakukan yang telah menghasilkan uang yang belum dikurangi oleh biaya-biaya yang dikeluarkan selama produksi (Husni, et al., 2014). Secara matematika penerimaan/pendapatan usaha peternakan dirumuskan sebagai berikut  $R = Q \times P_y$ , dimana Q adalah kuantitas produksi yang dijual dan  $P_y$  adalah harga per unit produksi.

#### **e. Pendapatan/keuntungan Usaha Peternakan**

Pendapatan/Keuntungan usaha peternakan adalah selisih antara penerimaan dengan total biaya produksi yang digunakan selama proses produksi (biaya pembelian benih, pupuk, obat-obatan dan tenaga kerja). Pendapatan di dalam usaha peternakan dibagi menjadi dua, yaitu pendapatan kotor dan pendapatan bersih. Pendapatan kotor adalah pendapatan yang belum dikurangi dengan biaya produksi atau yang biasanya disebut dengan penerimaan.

Pendapatan bersih adalah pendapatan yang sudah dikurangi oleh biaya produksi (Tumoka, 2013). Pendapatan bersih disebut pula sebagai keuntungan usaha peternakan. Secara matematika keuntungan ( $\pi$ ), dirumuskan :

$$\pi = TR - TC ,$$

dimana :

$\pi$  : Keuntungan/pendapatan bersih

TR (R): Total Revenue

TC : Total Cost

### **LANGKAH KERJA**

Susun kuesioner untuk survei finansial usaha peternakan pada salah satu komoditas. Daftar pertanyaan meliputi identitas peternak, jenis komoditas yang diusahakan, tingkat produksi, jenis-jenis input yang digunakan, harga masing-masing

input, biaya investasi, harga output/produk, komponen biaya tetap, dan lainnya yang dianggap penting

## **HASIL PRAKTIKUM**

Kuesioner survei finansial usaha peternakan mencakup :

- a. Identitas peternak
- b. Usaha peternakan yang dilakukan peternak
  - Jenis usaha
  - Skala usaha
  - Alat mesin pertanian yang dimiliki
  - Harga beli alat mesin pertanian
  - Usia ekonomis alat mesin pertanian (tahun)
  - Perkiraan harga akhir alat mesin pertanian
  - Input-input yang digunakan
  - Harga-harga input/satuan
  - Hasil Produksi
  - Harga jual hasil produksi/satuan
  - Pertanyaan lainnya yang dianggap perlu

## **PRAKTIKUM KE - 2**

- Judul Praktikum : Melakukan Survei Finansial Usaha Peternakan
- Tujuan Praktikum : Agar mahasiswa mampu melakukan survei finansial usaha tani
- Kompetensi yang dicapai : 1. Mampu melakukan survei finansial usaha peternakan secara mandiri, bermutu, dan terukur.  
2. Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerja sama dengan peternak selaku responden.  
3. Mampu bertanggung jawab pada pekerjaan sendiri.
- Bahan dan alat : Alat tulis menulis, kuesioner hasil praktikum 1, peternak selaku responden.

### **TEORI PENUNJANG PRAKTIK**

#### **1. Persiapan Survei**

##### **a. Prosedur Pemilihan Sampel**

Menurut Enny Rajab dan Andi Jam'an (2017) Populasi adalah keseluruhan objek yang akan/ingin diteliti. Populasi ini sering juga disebut Universe. Anggota populasi dapat berupa benda hidup maupun benda mati, dimana sifat-sifat yang ada padanya dapat diukur atau diamati. Populasi yang tidak pernah diketahui dengan pasti jumlahnya disebut "Populasi Infinit" atau tak terbatas, dan populasi yang jumlahnya diketahui dengan pasti (populasi yang dapat diberi nomor identifikasi), misalnya murid sekolah, jumlah karyawan tetap pabrik, dll disebut "Populasi Finit".

Menurut Sugiyono (2001) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Sampel merupakan bagian atau wakil dari populasi, Sampel harus memiliki karakteristik yang sama dengan populasi. Ada dua macam penarikan sampel, yaitu sampling probabilistic, dan sampling nonprobabilistik. Sampling probabilistik berarti probabilitas setiap anggota sampel dapat ditentukan karena setiap anggota sampel

memiliki peluang untuk dijadikan sampel. Sedangkan sampling non probabilistik tidak dapat ditentukan sehingga tidak dapat dilakukan generalisasi di luar sampel yang akan diteliti, karena setiap anggota sampel tidak mesti memiliki peluang untuk dijadikan sampel.

Sampling probabilistik (probability sampling) dapat dibagi menjadi beberapa bentuk sampling yang terdiri dari *simple random sampling (SRS)*, *systematic random sampling (SYS)*, *stratified random sampling (SS)*, *cluster random sampling (CS)* dan *multistage cluster sampling (MSS)*. Sedangkan sampling non probabilistik (non probability sampling) terdiri atas *accidental sampling*, *quota sampling*, *purposive sampling*, dan *snowball sampling*. Jenis sampel-sampel tersebut merupakan metode sampling.

Menurut Kumba Digdowiseiso (2017) ada beberapa langkah penting ketika akan memilih sampel dari sebuah populasi. Langkah tersebut antara lain :

- a. Mendefinisikan populasi
- b. Membuat sampling frame yaitu membuat daftar seluruh elemen atau unit dari populasi. Sampel akhir diperoleh dari orang-orang atau pihak-pihak yang benar-benar merespons survei yang kita lakukan, yang kemudian disebut dengan responden.
- c. Memilih metode sampling
- d. Menghitung ukuran sampel, merupakan langkah yang penting pada proses sampling karena akan memengaruhi biaya survei dan nilai sampling error.
- e. Melakukan survei.

Faktor-Faktor yang mempengaruhi ukuran sampel :

- a. Derajat Keseragaman. Makin seragam populasi itu, makin kecil sampel yang dapat diambil.
- b. Presisi yang dikehendaki peneliti. Presisi adalah keadaan yang memperlihatkan pengelompokan harga-harga sebuah statistik sekitar parameternya.
- c. Rencana analisis. Adakalanya besarnya sampel sudah mencukupi sesuai dengan presisi yang dikehendaki, tetapi kalau dikaitkan dengan kebutuhan analisis, maka jumlah sampel tidak mencukupi.

- d. Tenaga, waktu dan biaya Apabila menginginkan presisi yang tinggi, maka jumlah sampel harus besar. Tetapi jika tenaga, waktu dan biaya (dana) terbatas, maka tidaklah mungkin untuk mengambil sampel yang besar, dan ini berarti bahwa presisinya akan menurun

## b. Penetapan Sampel

Syarat menentukan ukuran sampel : Ukuran Populasi (N) diketahui, dan Pilih taraf signifikansi “ $\alpha$ ” yang diinginkan. Untuk menentukan ukuran sampel, ada dua metode praktis yang bisa digunakan, yaitu: Tabel Kretjie - Nomogram Harry King (lihat Sugiyono, 2007), dan Rumus Slovin (1960).

### RUMUS SLOVIN

- Rumus Slovin untuk menentukan ukuran sampel minimal (n) jika diketahui ukuran populasi (N) pada taraf signifikansi  $\alpha$  adalah:
$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$$
- Contoh:
- Berapa ukuran sampel minimum yang harus diambil dari populasi yang berukuran
- A. 1000 dengan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$
- B. 45.250 dengan taraf signifikansi  $\alpha = 0,01$
- Jawab :
- A.  $n = \frac{N}{1 + N\alpha^2} = \frac{1000}{1 + 1000(0,05)^2} = 285,7143 \approx 286$  (dibulatkan ke atas)
- B.  $n = \frac{N}{1 + N\alpha^2} = \frac{45.250}{1 + 45.250(0,01)^2} = 8.190,045 \approx 8.191$  (dibulatkan ke atas)

Penetapan sampel dilakukan langkah sebagai berikut :

- a. Tentukan daftar populasinya dengan cara mendaftar populasi yang ada atau mencari daftar polulasi dari sumber data sekunder.
- b. Tentukan medode sampling yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian.
- c. Jika metode sampling termasuk probability sampling, maka gunakan rumus-rumus tertentu yang sesuai dengan metode samplingnya. Contoh untuk simple random sampling, bisa menggunakan rumus slovin.
- d. Jika metode sampling termasuk nonprobability sampling, maka penetapan ukuran sampel disesuaikan dengan syarat-syarat yang berlaku untuk metode sampling tersebut. Contoh : untuk purposive sampling, sampel ditetapkan misalnya harus memenuhi syarat telah berusaha peternakan minimal 4 tahun, pemilihan ternak sapi potong atau skala usaha peternakan minimal 10 ekor. Hal

ini berarti ukuran sampelnya adalah jumlah peternak yang berusaha peternakan minimal 4 tahun dan memiliki ternak 10 ekor. Jumlah peternak tersebut diambil dari daftar populasi yang sudah diperoleh oleh peneliti/surveyor.

## **2. Pelaksanaan Survei Finansial Usaha peternakan**

### **a. Jenis Survei**

Menurut Iwan Awaluddin Yusuf (2011) jenis survei berdasarkan rentang waktunya di bedakan sebagai berikut :

- Survei Sekali Waktu (*Cross-sectional Survei*). Data hanya dikumpulkan untuk waktu tertentu saja dengan tujuan menggambarkan kondisi populasi.
- Survei Rentang Waktu (*Longitudinal Survei*). Survei dilakukan berulang untuk mengetahui kecenderungan suatu fenomena dari waktu ke waktu.
- Survei *Tracking/Trend*. Survei dilakukan pada populasi yang sama namun dengan sampel berbeda untuk mengetahui kecenderungan suatu fenomena dari waktu ke waktu.
- Survei *Panel*. Survei dilakukan terhadap sampel yang sama untuk memahami suatu fenomena dari waktu ke waktu.
- Survei *Cohort*. Survei dilakukan pada sekelompok populasi yang spesifik untuk mengetahui perkembangan suatu fenomena dari waktu ke waktu.

### **b. Tahapan Survei Finansial Usaha peternakan**

Menurut Iwan Awaluddin Yusuf (2011) secara umum survei dilakukan dalam beberapa tahapan, yakni:

- Menentukan masalah penelitian ;
- Membuat desain survei ;
- Mengembangkan instrumen survei;
- Menentukan sampel;
- Melakukan pre-test;
- Mengumpulkan data;
- Memeriksa data (*editing*);

- Mengkode data;
- Data entry;
- Pengolahan dan analisis data;
- Interpretasi data; dan
- Membuat kesimpulan serta rekomendasi.

Mendasari pendapat Iwan Awaluddin Yusuf (2011), maka secara khusus tahapan survei finansial usaha peternakan pada praktikum ini adalah :

- Membuat desain survei finansial usaha peternakan;
- Mengembangkan instrumen survei finansial usaha peternakan;
- Menentukan sampel, yaitu menetapkan peternak sebagai responden;
- Mengumpulkan data, melalui wawancara dengan peternak selaku responden
- Memeriksa data (*editing*);
- Memasukkan data/Data entry;
- Mengolahan dan menganalisis data;
- Menginterpretasi data; dan
- Membuat kesimpulan serta rekomendasi.

#### **LANGKAH KERJA**

1. Mempersiapkan alat tulis yang akan digunakan
2. Menyiapkan form kuesioner yang telah disusun pada praktikum 1.
3. Menentukan jumlah peternak/responden yang akan diwawancarai/dikunjungi.

Caranya : Tentukan 1 kelompok/kelompok peternak yang Saudara tetapkan sesuai komoditas yang Saudara pilih sebagaimana pada hasil praktikum 1. Responden yang dipilih adalah seluruh anggota kelompok/peternak tersebut atau minimal 7 orang.

4. Menetapkan urutan peternak yang akan diwawancarai/dikunjungi.
5. Melakukan wawancara dengan peternak/responden, data 1 siklus produksi saja (jika usaha penggemukan sapi, usaha pembesaran ayam ras pedaging) yang sudah diusahakan sampai panen. Satu tahun usaha (data 1 tahun sebelumnya),

jika usaha peternak adalah sapi perah, ayam peteleur, perbibitan ternak, pengolahan hasil ternak, itik petelur.

6. Memperhatikan jawaban dari peternak/responden, dan mencatatnya pada form kuesioner.
7. Mendokumentasikan kegiatan pengambilan survei, dengan menggunakan open camera.

## **HASIL PRAKTIKUM**

Hasil pengisian kuesioner seluruh peternak/responden, di upload di LMS.

### **PRAKTIKUM KE - 3**

- Judul Praktikum : Menganalisis Data Hasil Survei Finansial Usaha Peternakan
- Tujuan Praktikum : Agar mahasiswa mampu menganalisis data hasil survei finansial usaha tani
- Kompetensi yang dicapai : 1. Mampu menganalisis data hasil survei finansial usaha peternakan secara mandiri, benar, dan terukur.  
2. Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi dan data.  
3. Bertanggung jawab pada pekerjaan sendiri.
- Bahan dan alat : Alat tulis menulis, hasil praktikum 3, dan alat hitung

#### **TEORI PENUNJANG PRAKTIK**

##### **1. Alat Analisis Finansial Usaha Peternakan**

Analisis finansial sangat penting dilakukan dalam usaha peternakan karena analisis kelayakan finansial ini bertujuan untuk mengetahui layak atau tidak layaknya suatu usaha peternakan dilakukan dengan membandingkan biaya yang dikeluarkan dan manfaat yang diperoleh serta jangka waktu dalam pengembalian suatu investasi yang digunakan dalam usaha peternakan.

Analisis finansial usaha peternakan yang dilakukan tidak hanya melihat layak atau tidaknya suatu kegiatan usaha peternakan, namun harus dilihat juga saat dioperasional secara rutin dalam rangka mencapai keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan.

Kelayakan finansial usaha peternakan sangat dipengaruhi berbagai aspek diantaranya :

- Aspek pasar yaitu berkaitan dengan kejelasan pasar yang dituju, permintaan, penawaran, harga, program pemasaran, dan perkiraan penjualan yang bisa dicapai usaha peternakan,

- Aspek teknis yang berhubungan dengan input dan output (produksi) seperti keadaan tanah, ketersediaan air, varietas benih, pengadaan produksi, dan penggunaan mekanisasi.
- Aspek manajemen dan hukum, berkaitan dengan efektifitas dan efisiensi kegiatan usaha peternakan,

Berdasarkan rentang waktu data, maka data dapat dibedakan menjadi beberapa jenis yaitu data *time series*, data *cross section*, data *time series-cross section*. Data *time series* adalah data yang diperoleh dari hasil pencatatan data rentang waktu yang berbeda dari waktu ke waktu, maksudnya data runtut waktu, dari tahun ke tahun. Contoh data produksi susu sapi perah Kabupaten “ABC” pada tahun 2019 sebanyak 2.000 ribu ton, tahun 2020 sebanyak 2.200 ribu ton, tahun 2021 sebanyak 2.300 ribu ton. Data *cross section* adalah data yang diperoleh dari pencatatan waktu rentang yang sama yang bersumber dari berbagai sumber data. Contoh data hasil survei produksi usaha penggemukan sapi tahun 2021 pada peternak “A” sebanyak 8 ton, peternak “B” sebanyak 9 ton, dan peternak “C” sebanyak 10 ton. Sedangkan data *time series – cross section* adalah data yang diperoleh dengan memadukan *time series* dan *cross section*. Contoh : produksi telur Kabupaten “ABC” pada tahun 2019 sebanyak 2.000 ribu ton, tahun 2020 sebanyak 2.200 ribu ton, tahun 2021 sebanyak 2.300 ribu ton. produksi padi Kabupaten “DEF” pada tahun 2019 sebanyak 2.100 ribu ton, tahun 2020 sebanyak 2.500 ribu ton, tahun 2021 sebanyak 2.400 ribu ton.

#### **a. Alat Analisis Data Time Series, dan data Time Series-Cross Section**

Alat analisis finansial usaha peternakan yang digunakan mempertimbangkan jenis data yang tersedia. Apabila data *time series*, dan data *time series – cross section*, maka analisis data yang digunakan meliputi : *Net Present Value (NPV)*, *Net Benefit Cost Ratio (net B/C)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, *Pay Back Periode (PB)*, dan *Profitability Ratio (PR)*.

- ***Net Present Value (NPV)***

Metode Net Present Value (NPV) adalah menghitung antara nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih di masa yang akan datang.

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{Bt - Ct}{(1+i)^t}$$

Dimana :

NPV : Net Present Value

n : Jumlah data/tahun

t : Waktu (tahun)

Bt : Benefit tahun t (tahun ke-1,2,3, dan seterusnya)

Ct : Cost tahun ke - t

i : *Discount Rate* (Tingkat Suku Bunga)

Adapun keputusan kriteria NPV sebagai berikut :

- NPV < 0 Usaha peternakan tidak menguntungkan/ tidak layak secara finansial
- NPV = 0 Usaha peternakan memberikan tingkat pengembalian dana yang sama dengan tingkat suku bunganya
- NPV > 0 Usaha peternakan menguntungkan /layak secara finansial

▪ **Net B/C Ratio**

Net Benefit and Cost Ratio (B/C Ratio) merupakan metode menghitung perbandingan antara nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih di masa datang dengan nilai sekarang investasi. Rumus yang digunakan untuk mencari Net B/C ratio adalah sebagai berikut:

$$NET\ B/C = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{Bt}{(1+i)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{Ct}{(1+i)^t}}$$

Dimana :

Bt =Benefit Tahun ke-t

Ct = Cost Tahun ke-t

$i$  = Discount Rate; ( % )

$n$  = Jumlah tahun/jumlah data

Adapun keputusan kriteria Net B/C sebagai berikut :

- Net B/C > 1 Usaha peternakan layak diusahakan.
  - Net B/C = 1 Usaha peternakan tidak memberikan keuntungan maupun kerugian.
  - Net B/C < 1 Usaha peternakan tidak layak diusahakan.
- **Internal Rate of Return (IRR)**

Metode Internal Rate of Return (IRR) adalah menghitung tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang. Apabila tingkat bunga ini lebih besar dari pada tingkat bunga relevan (tingkat keuntungan yang disyaratkan), maka investasi dikatakan menguntungkan, kalau lebih kecil dikatakan merugikan. Secara matematika rumus IRR sebagai berikut :

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} (i_2 - i_1)$$

Dimana :

IRR : Nilai Internal Rate of Return, dinyatakan dalam %.

$NPV_1$  : Net Present Value pertama pada Discount Factor kecil, NPV

$NPV_2$  : Net Present Value kedua pada Discount Factor lebih besar

$i_1$  : Tingkat suku bunga /discount rate pertama/kecil, menghasilkan  $NPV_1$   
(nilai NPV Positif)

$i_2$  : Tingkat suku bunga /discount rate kedua/lebih besar, menghasilkan  $NPV_2$   
(nilai NPV negatif/pengurang)

Adapun kriteria IRR :

IRR > Discount Faktor Usaha peternakan layak

IRR = Discount Faktor Usaha peternakan payback period IRR

IRR < Discount Faktor Usaha peternakan tidak layak

- **Payback Period (PP)**

Payback Period adalah jangka waktu yang diperlukan untuk mengembalikan nilai investasi yang telah dikeluarkan. Payback Period ini sebagai penentu atau kriteria dalam mengambil keputusan investasi apakah secara finansial layak untuk menginvestasikan modalnya ke suatu proyek atau tidak. Oleh karenanya diperlukan pengetahuan cara menghitung Payback Period. Secara matematika Payback Periode dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Payback period} = \frac{\text{Investasi}}{\text{kas masuk bersih}}$$

Dimana :

- Payback periode : dalam satuan waktu, tahun.
- Investasi : Nilai investasi usaha
- Kas masuk bersih : Keuntungan bersih usaha

- **Profitability Ratio**

Rasio profitabilitas atau *profitability ratio* adalah rasio atau perbandingan untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba (*profit*) dari pendapatan (*earning*) terkait penjualan, aset, dan ekuitas berdasarkan dasar pengukuran tertentu. Profitability ratio merupakan rasio antara selisih benefit dengan biaya operasional dibandingkan dengan jumlah investasi (Ibrahim, 2003). Usaha dapat dikatakan layak apabila nilai PR lebih dari 1.

$$PR = \frac{\sum_{t=0}^n \frac{Bt - Ept}{(1+i)^t}}{\sum_{t=0}^n \frac{Kt}{(1+i)^t}}$$

atau PR = Aliran Kas Masuk/ Nilai Investasi

Dimana :

- Bt : Benefit dalam tahun t

- n : umur ekonomis usaha atau proyek
- $E_{Pt}$  : biaya biaya operasional pada tahun ke t
- $K_t$  : biaya investasi pada tahun ke t
- i : Discount rate/tingkat bunga

## b. Alat Analisis Data Cross Section

Alat analisis data cross section pada praktikum ini yaitu alat analisis yang digunakan untuk menganalisis data cross section yang diambil dari responden dalam satu satuan waktu yang sama. Beberapa alata analisis yang dimaksud meliputi :

### ▪ Laporan Rugi/Laba

Pengertian laporan laba rugi adalah suatu laporan keuangan yang di dalamnya menjelaskan tentang kinerja keuangan suatu entitas bisnis dalam satu periode akuntansi.

Rumus yang digunakan untuk menghitung laporan laba:

- Penerimaan Dari Penjualan (R): Rp.....
- Biaya Variable (VC) : Rp.....
- Biaya tetap (FC) : Rp.....
- Biaya total ( $TC = VC + FC$ ) : Rp
- Laba Bersih (R-TC) : Rp.....

### ▪ Break Event Point (BEP)

Pada proses produksi usahatan di mana menghasilkan produk, baik barang maupun jasa, terkadang perlu terlebih dulu merencanakan berapa besar laba yang ingin diperoleh. Analisis BEP digunakan untuk mengetahui pada titik berapa hasil penjualan sama dengan jumlah biaya. Atau usaha peternakan beroperasi dalam kondisi tidak laba dan tidak rugi, atau laba sama dengan nol. Melalui titik BEP, akan dapat diketahui bagaimana hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan (penjualan atau produksi).

Analisis BEP sering disebut dengan nama *cost profit volume analysis*. Analisis BEP memberikan pedoman tentang berapa jumlah produk minimal, yang harus diproduksi atau dijual. Tujuannya adalah agar usaha peternakan mampu memperoleh

keuntungan yang maksimal. Secara matematika rumus menghitung BEP ada 2 yaitu BEP unit dan BEP harga.

$$\text{BEP unit} = \text{TFC} / (\text{P} - \text{AVC}), \text{ atau}$$

$$\text{BEP (unit)} = \text{total biaya tetap} / (\text{harga jual per unit produk} - \text{biaya variabel setiap unit produk}).$$

$$\text{BEP harga} = \text{TFC} / (1 - \text{AVC}/\text{P}), \text{ atau}$$

$$\text{BEP harga} = \text{total biaya tetap} / (1 - \text{biaya variabel setiap unit produk} / \text{harga jual per unit}), \text{ atau}$$

$$\text{BEP harga/unit} = (\text{Total Fixed Cost} + \text{Total Variable Cost}) / \text{Total Unit}$$

Keterangan :

AVC : Average Variable Cost, biaya variabel rata-rata, biaya variabel setiap unit produk

P : Harga setiap unit produk

Husnan dan Suwarsono (2000) dalam Hasiruddin, et al (2015) menyatakan bahwa formulasi analisis BEP dapat disusun sebagai berikut :

$$\text{BEP}_{\text{kuantitas}} = \frac{\text{total biaya produksi}}{\text{harga jual}}$$

$$\text{BEP}_{\text{Harga}} = \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{total produksi}}$$

- **Return Cost Ratio (R/C)**

R/C ratio adalah besaran nilai yang menunjukkan perbandingan antara Penerimaan usaha (Revenue = R) dengan Total Biaya (Cost = C). Dalam batasan besaran nilai R/C dapat diketahui apakah suatu usaha menguntungkan atau tidak menguntungkan.

$$\text{R/C Rasio} = \frac{\text{Jumlah Penerimaan}}{\text{Jumlah Biaya}}$$

Keterangan :

Jumlah penerimaan : jumlah yang diterima dari hasil penjualan produk

Jumlah biaya : jumlah biaya total yang dikeluarkan untuk proses produksi

$R/C > 1$ : Maka usaha peternakan di usahakan

$R/C < 1$ : Maka usaha peternakan tidak layak di usahakan

$R/C = 1$ : Maka usaha peternakan berada pada titik impas

#### ▪ **Benefit Cost Ratio (B/C)**

Menurut Indriani dan Suminarsih (2003) dalam Mardiyanto, *et al* (2017) Benefit Cost Ratio merupakan analisa yang paling sederhana karena masih dalam keadaan nilai kotor. Lewat analisis B/C dapat diketahui kelayakan suatu usaha. Bila nilainya 1 (satu), berarti usaha itu belum mendapatkan keuntungan dan perlu adanya pembenahan.

Rumus untuk mendapatkan nilai B/C adalah :

$$B/C = \text{Pendapatan/Biaya Produksi}$$

Dimana :

B = Pendapatan/Benefit atau keuntungan (Rp)

C = Cost atau Biaya Produksi (Rp)

## **2. Hasil-hasil Penelitian Analisis Finansial Usaha peternakan**

### **a. Penelitian Data Time Series**

Fikrman, *et al* (2021) meneliti Analisis Finansial Usaha Peternakan Ayam Broiler (Studi Kasus : Peternakan Ibu Sumilah di Desa Sido Rukun Kecamatan Margo Tabir Kabupaten Merangin). Data yang diamati adalah data 4 periode panen. Hasil penelitian disimpulkan bahwa rata-rata penerimaan yang diterima usaha peternakan ayam Broiler Ibu Sumilah Desa Sido Rukun selama satu tahun atau 4 kali proses produksi di daerah penelitian adalah Rp 282.621.250, dengan rata-rata pendapatan usaha peternakan ayam Ibu Sumilah di Desa Sido Rukun Kecamatan Margo Tabir Kabupaten Merangin adalah sebesar Rp 87.943.583,-. 2. Dilihat dari nilai B/C ratio adalah 1,10 dengan nilai NPV positif Rp 1.023.229.688,60,- dan IRR 46,86 %. Dimana nilai Net BCR >1, nilai NPV >1 dan nilai IRR > suku bunga pinjaman, artinya usaha peternakan ayam Broiler Ibu Sumilah

di Desa Sido Rukun Kecamatan Margo Tabir Kabupaten Merangin layak untuk dikembangkan secara finansial.

Melati, et al (2021) meneliti “Analisis Kelayakan Finansial Usaha Ternak Kambing Cv. Prima Breed Kelurahan Tondo Kecamatan Mantikulore Kota Palu”. Data yang dianalisis adalah data 3 tahun yaitu 2016-2018. Penelitian disimpulkan bahwa usaha peternakan kambing pada peternakan CV. Prima BREED, nilai Net Present Value (NPV) menurun dari nilai NPV pada harga pakan normal, setelah kenaikan harga nilai paling rendah pada kenaikan pakan 5 persen. Kenaikan nilai NPV terjadi pada skenario kedua yaitu kenaikan harga pakan dan harga produk sebesar 5 persen dengan nilai NPV sebesar 121.423.052. Kenaikan nilai Profitability Index (PI) terjadi pada skenario kedua yaitu kenaikan harga pakan dan harga produk sebesar 5 persen dengan nilai Profitability Index (PI) 1,17. Kenaikan nilai Internal Rate of Return (IRR) terjadi pada skenario kedua yaitu kenaikan harga pakan dan harga produk sebesar 5 persen dengan nilai Internal Rate of Return (IRR) 22,18 persen. Net Benefit Cost (Net B/C) pada harga pakan normal sebesar 21,1 nilai paling rendah pada kenaikan pakan 5 persen nilai Net Benefit Cost (Net B/C) menurun sebesar 2,5. Payback period terjadi kenaikan harga pakan dan harga produk sebesar 5 persen dengan nilai payback period sebesar 1 tahun 11,7 bulan. Perusahaan ini kiranya tetap diusahakan karena usaha ini sangatlah layak secara finansial, karena hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha ini memiliki keuntungan dimana layak untuk dijalankan

#### **b. Penelitian Data Time Series – Cross Section**

Matatula dan Rajab (2022) meneliti “Analisis Finansial Usaha Peternakan Sapi Potong Pada Peternakan Rakyat Di Kecamatan Letti Kabupaten Maluku Barat Daya”. Peternak sapi potong yang diambil sebagai sampel dalam penelitian ini sebanyak 20 orang dengan menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria yaitu: telah beternak lebih dari tiga tahun dan telah menjual ternak sapi potong minimal dua ekor atau masih memiliki ternak sapi potong yang siap dijual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai NPV yang diperoleh selama 3 tahun investasi adalah sebesar 2.769.176 ; artinya bahwa usaha ini layak untuk dijalankan sebab NPV bernilai positif ( $NPV > 0$ ), maka usaha layak untuk dijalankan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai IRR yang diperoleh

adalah sebesar 31,68 persen diatas tingkat discount factor yang digunakan yakni 12 persen ; artinya usaha sapi potong yang dijalankan layak diusahakan sebab mampu mengembalikan investasi.

Prawitasari dan Siswanto (2018) meneliti Analisis Finansial Peternakan Ayam Buras Berdasarkan Skala Usaha Di Kabupaten Jember. Responden dalam penelitian ini berjumlah tiga orang petani usaha ternak ayam buras yang ditetapkan menggunakan metode purposive sampling. Data penelitian adalah data dari Arus Kas Usaha Ternak Ayam buras Periode Mei 2016-Maret 2017 (11 bulan). Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa: (1) Usaha ternak ayam buras skala besar, skala menengah, dan skala kecil di Kecamatan Jombang, Kabupaten Jember layak untuk diusahakan ditinjau dari aspek finansial. Usaha ternak ayam buras skala besar menunjukkan nilai NPV yang positif Rp. 16.703.271; nilai Gross B/C lebih dari 1; nilai Net B/C lebih dari 1; nilai IRR lebih dari suku bunga yang berlaku dengan Payback Periode 10,3 bulan. Usaha ternak ayam buras skala menengah menunjukkan nilai NPV Positif Rp 3.019.804; Gross B/C lebih dari 1; Net B/C lebih dari 1; IRR lebih besar dari suku bunga yang berlaku dengan Payback Periode 7,7 bulan. Usaha ternak ayam buras skala kecil ditinjau dari aspek finansial layak untuk diusahakan, karena nilai NPV positif Rp 5.754.108; nilai Gross B/C lebih 1; nilai Net B/C lebih 1; nilai IRR lebih besar dari suku bunga berlaku dengan Payback Periode 9,5 bulan. (2) Ada perbedaan tingkat keuntungan dalam usaha ternak ayam buras berdasarkan skala usaha.

### **c. Penelitian Data Cross Section**

Hasiruddin, et al (2015) meneliti Potensi Dan Kelayakan Finansial Usaha Peternakan Sapi Potong Di Desa Alebo Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan. Jumlah sampel yang diteliti ditetapkan sebanyak 30% (47 KK) dari populasi yang ada sejumlah 142 KK. Populasi peternak di bagi 3 (tiga) bagian wilayah yaitu ; 1) Wilayah bagian timur, 2) Wilayah bagian tengah, dan 3) Wilayah bagian barat. Penentuan sampel dengan menggunakan teknik propotional stratified random sampling. Hasil penelitian disimpulkan bahwa usaha peternakan sapi potong di Desa Alebo Kecamatan Konda cukup potensi untuk dikembangkan. Kondisi tersebut dapat dilihat dari ketersediaan bibit, pakan, lahan, kandang, obat-obatan, modal, tenaga kerja dan peralatan usaha peternakan sapi potong. Analisis finansial usaha peternakan sapi potong layak untuk

dikembangkan. Hasil yang diperoleh rata-rata penerimaan per peternak sapi potong rata-rata Rp.11,765,958,- total pendapatan rata-rata Rp. 7,246,035,-, analisis R/C Ratio diperoleh nilai rata-rata 1.6, nilai PBP diperoleh 0.3 tahun dimana nilai investasi lebih pendek dari umur investasi 9.5 tahun dan nilai BEP sebesar 0.8 (1 ekor) dengan nilai Rp. 2,259,961,-.

## LANGKAH KERJA

1. Cermati hasil pengisian kuesioner dari hasil praktikum ke – 2. (perlu Saudara ketahui bahwa data hasil survei adalah data cross section)
2. Buat tabel hasil survei, gunakan program excel.
3. Input/masukkan data hasil survei ke dalam tabel.
4. Hitung jumlah dan rata-ratanya.
5. Lakukan analisis data dengan alat analisis finansial meliputi : Biaya, Penerimaan, Pendapatan/Keuntungan, BEP (unit dan harga), R/C ratio, dan B/C ratio)

## HASIL PRAKTIKUM

1. Buat Tabel Data Hasil Survei

Contoh Komoditas “padi”.

Tabel 1. Pengeluaran Biaya Variabel.

No. Responden	Benih			Pupuk			Tenaga Kerja			Total Biaya Variabel (TVC= Rp)
	Jumlah (kg)	Harga (Rp/kg)	Biaya (Rp)	Jumlah (Kg)	Harga (Rp/Kg)	Biaya (Rp)	Jumlah (orang)	Ongkos/orang	Biaya (Rp)	
1										
2										
.										
Dst										

Catatan : Kolom input jenis biaya bisa ditambah sesuai dengan kebutuhan

Tabel 2. Pengeluaran Biaya Tetap

No. Responden	Sewa lahan			Penyusutan alsintan				Total Biaya Tetap (TFC = Rp)
	Luas (ha)	Harga (Rp/Ha)	Biaya (Rp)	Harga Beli (Rp)	Harga Akhir (Rp)	Usia Ekonomis (th)	Nilai Penyusutan (Rp)/thn/siklus	
1								
2								
.								
Dst								

Catatan :

- Kolom bisa ditambah sesuai dengan kebutuhan,
- Jika lahan punya sendiri data sewa lahan dikosongkan

## 2. Tabulasi Data Hasil Survei

Tabel 3. Data Pengeluaran, Penerimaan

No. Responden	Total Pengeluaran			Penerimaan			Pendapatan/ Keuntungan (Rp)
	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Biaya Total (Rp)	Produksi (kg)	Harga Jual (Rp/kg)	Jumlah (Rp)	
1							
2							
.							
Dst							
Jumlah							
Rata-rata*)							

Catatan :

## 3. Analisis Finansial (lihat data Tabel 3)

- Analisis Rugi Laba, data yang dimasukkan:
  - Rata - rata Penerimaan =
  - Rata - rata pengeluaran =
  - Rata – rata Pendapatan =
  - Rata – rata biaya variabel =
  - Rata – rata biaya tetap =
  - Rata - rata biaya total =
  
- $BEP\ Unit = \text{rata – rata total biaya tetap} / (\text{rata-rata harga jual per unit produk} - \text{rata-rata biaya variabel setiap unit produk}).$
  
- $BEP\ harga = \text{total biaya tetap} / (1 - \text{biaya variabel setiap unit produk} / \text{harga jual per unit}),$
- $R/C\ ratio = \text{Rata-rata penerimaan} / \text{rata-rata biaya total}$
- $B/C\ ratio = \text{Rata- rata pendapatan} / \text{rata-rata biaya total}$

## 4. Interpretasikan hasil analisisnya.

## **PRAKTIKUM KE - 4**

- Judul Praktikum : Menyusun laporan analisis finansial usaha peternakan
- Tujuan Praktikum : Agar dapat menyusun laporan analisis finansial usaha peternakan.
- Kompetensi yang dicapai : 1. Mampu Menyusun laporan analisis finansial usaha peternakan secara benar dan terukur  
2. Mampu menyimpulkan dan memberi saran hasil kajian.  
3. Bertanggung jawab pada pekerjaan sendiri.
- Bahan dan alat : Alat tulis menulis, Hasil praktikum 3.

### **TEORI PENUNJANG PRAKTIK**

Penelitian merupakan kegiatan ilmiah yang didasarkan kepada suatu analisis secara sistematis, metodologis, dan konsisten. Tahap paling penting dalam proses pelaksanaan penelitian adalah tahap menulis laporan penelitian. Laporan penelitian adalah dokumen tertulis yang berisi himpunan perolehan data, pengolahan, serta analisis data, sehingga dapat diperoleh kesimpulan terhadap pembuktian hipotesis yang disusun secara sistematis.

Laporan penelitian yang sistematis akan mampu dikomunikasikan kepada publik sebagai suatu kebenaran yang dapat dipertanggungjawabkan. Secara umum, laporan penelitian terdiri atas tiga bagian besar yaitu bagian awal, utama, dan akhir.

#### **a. Bagian Awal meliputi :**

- Halaman Sampul
- Halaman Judul
- Halaman Pengesahan
- Kata Pengantar
- Abstrak
- Daftar Isi

- Daftar Tabel
- Daftar Gambar
- Daftar Lampiran

- Halaman Judul

Bagian ini dicantumkan judul penelitian, nama penyusun, nama lembaga, nama tempat, dan tahun penyusunan laporan. Judul yang baik harus menggambarkan keseluruhan isi laporan atau inti dari suatu laporan.

- Abstrak

Ini merupakan rangkuman dari isi laporan penelitian dalam format yang sangat singkat. Abstrak seperti synopsis, karena dengan membaca abstrak maka pembaca sudah dapat memahami apa yang disajikan dalam sebuah laporan penelitian.

- Kata Pengantar

Bagian ini berisi ucapan syukur dan terima kasih dari peneliti atas selesainya proses penelitian.

- Daftar Isi

Ini merupakan bagian dari laporan yang menunjukkan garis besar judul dan subjudul laporan yang memberi gambaran dan petunjuk tentang topik apa saja yang dilaporkan.

**b. Bagian Utama, terdiri dari :**

**BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang

1.2 Rumusan Masalah

1.3 Tujuan

1.4 Manfaat

Bagian isi merupakan inti dari laporan penelitian. Pada bagian ini, diuraikan segala hal yang berkaitan dengan proses penelitian dan hasilnya. Bagian isi terdiri atas bab-bab berikut ini :

- Pendahuluan

Pada bagian ini peneliti mengantarkan pembaca untuk dapat menjawab pertanyaan apa yang diteliti, untuk apa, dan mengapa penelitian dilakukan. Pada bab ini, ditampilkan

perumusan masalah, ruang lingkup, serta kegunaan teoritis dan praktis dari laporan penelitian.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

### 2.2 Landasan Teori

### 2.3 Kerangka Pikir

### 2.4. Hipotesis

- Kerangka Teori

Bagian ini berisi uraian tentang penelaahan teori dan hasil penelitian terdahulu yang terkait. Peneliti dapat membandingkan, mengkontraskan, atau meletakkan kedudukan masing-masing dalam masalah yang sedang diteliti untuk kemudian menyatakan pendirian peneliti yang disertai dengan alasan-alasannya.

## BAB III METODE PELAKSANAAN

### 3.1 Lokasi dan Waktu

### 3.2. Metode Penetapan Sampel

### 3.3. Data dan Metode Analisis Data

### 3.4. Batasan Istilah

- Metode Penelitian

Ini adalah bagian yang menjelaskan tentang apa yang dilakukan peneliti dan cara bagaimana penelitian dilakukan. Biasanya bagian ini menjelaskan aspek yang terlibat langsung dalam penelitian seperti subjek (populasi, sampel, dan teknik sampling), desain dan pendekatan ilmiah, serta teknik pengumpulan data.

- Pelaksanaan Penelitian

Bagian ini peneliti menguraikan proses pelaksanaan penelitian yang meliputi pengolahan dan analisis data, validasi instrument penelitian, proses pengumpulan dan penyajian data, analisis data, serta hasil analisis.

## BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Di bagian ini dipaparkan seluruh hasil penelitian, pembahasan, dan diskusi yang telah dilakukan.

## BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan berisi ulasan singkat tentang permasalahan yang dipertanyakan sekaligus dengan jawabannya yang merupakan hasil penelitian yang dibuat singkat, padat, dan jelas. Saran yang ditujukan peneliti kepada calon peneliti selanjutnya tentang bagian yang belum disentuh, sehingga diharapkan bisa menyempurnakan penelitian yang telah dibuat.

### **c. Bagian Akhir terdiri dari:**

- Daftar Pustaka
- Lampiran

Pada bagian akhir, kita akan diajak berkenalan dengan beberapa sub bagian seperti lampiran, indeks dan daftar pustaka. Apa yang membedakan?

- Lampiran

Ini adalah bagian yang berisi keterangan tambahan yang berkaitan dengan isi laporan penelitian seperti dokumen khusus, instrument pengumpul data, ringkasan hasil pengolahan data, tabel peta atau gambar.

- Indeks

## **LANGKAH KERJA**

1. Sususun laporan praktikum dengan sistematikan sebagai berikut :

- Halaman Judul
- Tujuan Praktikum
- Metode Praktikum (waktu dan tempat, metode penetapan sampel/responden, jumlah responden, data dan sumber data, metode analisis data)
- Hasil dan Pembahasan
  - Karakteristik responden (umur, pendidikan, luas kepemilikan lahan, jumlah tanggungan keluarga, dan lainnya yang dianggap penting)

- Tabel 1 dan bahasannya
  - Tabel 2 dan bahasannya
  - Tabel 3 dan bahasannya.
  - Hasil analisis finansial dan bahasannya.
- Kesimpulan dan saran

## **HASIL PRAKTIKUM**

Hasil praktikum diupload di LMS