

MAKALAH
PROJEK KREATIF DAN KEWIRAUSAHAAN



DISUSUN OLEH :

1. Diaz Marchiano
2. Muhammad Zaky

XI TKJ 3

TEKNIK KOMPUTER DAN JARINGAN

SMK KARYA BAHANA MANDIRI 1

Tahun Ajaran 2024/2025

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT. yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, kami panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya yang telah melimpahkan rahmat hidayah dan inayah-Nya kepada kami, sehingga kami dapat menyelesaikan tugas makalah ini.

Makalah ini kami buat atas dasar pemenuhan tugas yang telah bapak/ibu pengajar terkait berikan kepada kami, kami selaku penyusun dan pembuat dari makalah sangat berterima kasih kepada bapak/ibu pengajar yang telah memberikan kami tugas pembuatan makalah ini.

Makalah ini telah kami susun dan kami buat dengan maksimal dan mendapatkan bantuan baik itu informasi dan lain hal dari berbagai pihak, sehingga dapat memperlancar pembuatan makalah ini. Untuk itu kami sangat berterima kasih baik itu kepada semua sumber maupun pihak yang telah berkontribusi dalam pembuatan makalah ini.

Dalam penyusunan laporan ini, kami menyadari bahwa hasil dari pembuatan makalah ini jauh dari kata sempurna, sehingga kami selaku penyusun dan pembuat makalah sangat mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca maupun *audience* yang nantinya dapat kami gunakan sebagai referensi untuk pembuatan makalah yang jauh lebih baik ke depannya.

Kami juga berharap bapak/ibu pengajar dapat memahami dan menerima segala bentuk kekurangan dari makalah yang telah kami buat, semoga makalah ini dapat bermanfaat baik untuk bapak/ibu pengajar dan para pembaca maupun *audience* yang nantinya akan membaca atau mendengarkan isi dari makalah ini.

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	1
Daftar Isi	2
Bab I Pengenalan Wirausaha	4
Pengertian Wirausaha	4
Peran dan Fungsi Wirausaha dalam perekonomian	4
Sikap dan Perilaku Wirausaha	4
Karakteristik dan Kompetensi Pelaku Wirausaha	4
Bab II Ide Bisnis	5
Mengembangkan Ide Bisnis	5
Menilai Potensi Pasar dan Pesaing	5
Membuat Analisis SWOT	5
Memilih Jenis Usaha Yang Tepat	5
Bab III Rencana Bisnis Sederhana	6
Pengertian dan Tujuan Rencana Bisnis Sederhana	6
Struktur dan Komponen Rencana Bisnis Sederhana	6
Analisis Pasar dan Pesaing	8
Rencana Keuangan Sederhana	8
Bab IV Pemasaran	9
Pengertian dan Tujuan Pemasaran	9
Segmentasi Pasar dan Target Konsumen	9
Penentuan Harga, Promosi dan Distribusi Produk	10
Pengembangan Merek dan Strategi <i>Branding</i>	10
Analisis Perilaku Konsumen	10
Bab V Manajemen Keuangan	11
Pengertian dan Tujuan Manajemen Keuangan	11
Perencanaan dan Penganggaran Keuangan	11
Manajemen Kas dan Pengendalian Biaya	12
Investasi dan Pembiayaan	12
Bab VI Etika Bisnis	15
Pengertian dan Tujuan Etika Bisnis	15
Prinsip-prinsip Etika Bisnis	15
Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	16
Konflik Kepentingan dan Dilema Etika Dalam Bisnis	16
Implementasi Etika Bisnis Dalam Organisasi	16

Bab VII	Presentasi Bisnis	17
	Persiapan Presentasi Bisnis	17
	Komunikasi Efektif Dalam Presentasi Bisnis	17
	Penggunaan Media Presentasi Yang Tepat	17
	Menangani Pertanyaan dan Masalah Dalam Presentasi	17
	Evaluasi Hasil Presentasi Bisnis	18
KATA PENUTUP		19

1. Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan kemampuan ataupun proses menciptakan sesuatu yang baru dan bernilai dengan mengorbankan waktu dan tenaga, serta menanggung segala bentuk risiko baik itu finansial, fisik, maupun sosial.

Kewirausahaan juga dapat dikatakan sebagai kemampuan kreatif dan inovatif seorang individu yang dapat digunakan sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru untuk menghasilkan laba atau keuntungan.

2. Peran dan Fungsi Wirausaha Dalam Perekonomian

Kewirausahaan memiliki banyak peran dalam perekonomian, kewirausahaan dapat menjadi sumber untuk peningkatan pendapatan masyarakat, dapat menciptakan dan menyediakan lapangan pekerjaan, dapat mengurangi kesenjangan sosial, meningkatkan produktivitas, meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional, dan masih banyak lainnya.

3. Sikap dan Perilaku Kewirausahaan

Seorang wirausahawan haruslah seorang yang mampu melihat ke depan. Untuk menjadi wirausahawan, seorang harus memiliki sikap seperti adanya rasa percaya diri, berorientasi tugas dan hasil, berani mengambil risiko, berjiwa kepemimpinan, berorientasi ke masa depan, pantang menyerah, harus selalu berpikir kreatif dan inovatif, rajin serta tepat waktu, jujur dalam sikap maupun perbuatan dan bertanggung jawab, serta memiliki sikap komitmen yang tinggi.

4. Karakteristik dan Kompetensi Pelaku Wirausaha

Pelaku wirausaha harus memiliki sebuah kompetensi seperti memiliki kemampuan kreatif dalam berinovasi untuk menghasilkan ide-ide baru dan menemukan peluang potensial.

Pelaku wirausaha juga harus memiliki kemampuan untuk mengenali kebutuhan sosial dan pasar, pelaku wirausaha juga harus memiliki jiwa kepemimpinan dan memiliki kemampuan manajemen untuk mengelola sumber daya manusia dan yang terakhir pelaku wirausaha harus bisa mengelola risiko dan ketahanan dalam menghadapi kondisi maupun situasi yang sulit.

1. Mengembangkan Ide Bisnis

Ide merupakan sebuah kreativitas berpikir seseorang dalam menciptakan dan mewujudkan suatu hal yang baru. Dalam melakukan wirausaha kita tentunya perlu memiliki ide untuk menciptakan suatu hal yang baru terhadap bisnis kita.

Ide yang kreatif dan inovatif dapat menjadi kekuatan penting dalam meluncurkan produk. Untuk itu pelaku wirausaha harus memiliki ide kreatif untuk menciptakan produk yang unik dan berbeda agar produk dapat diterima di pasar.

2. Menilai Potensi Pasar dan Pesaing

Dalam berwirausaha sangat perlu yang namanya menilai potensi pasar, untuk menilai potensi pasar kita dapat melakukan dengan cara menganalisis pasar. Analisa pasar adalah proses identifikasi lingkungan pasar untuk mengenali konsumen maupun kompetitor.

Analisa pasar bertujuan untuk memberikan gambaran karakteristik pasar dan tren masa depan yang muncul dan membantu bisnis membuat keputusan yang tepat, dengan melakukan analisa pasar kita dapat melihat persaingan, mendapatkan konsumen, mengurangi risiko, dapat menjadi tren bisnis untuk memunculkan ide-ide baru, dan dapat menjadi rencana jangka panjang.

3. Membuat Analisis SWOT

SWOT memiliki arti yakni *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman). Dalam berwirausaha kita perlu melakukan analisis SWOT, analisis SWOT adalah teknik yang digunakan oleh sebuah perusahaan atau organisasi untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman terhadap bisnis yang dijalankan.

4. Memilih Jenis Usaha Yang Tepat

Banyak pengusaha yang mengawali usahanya dalam situasi maupun kondisi yang sulit, terkadang mereka sering menemukan jalan buntu yang akhirnya dapat menjadi penyebab timbulnya kerugian. Sebelum melakukan wirausaha kita perlu memilih dan menentukan usaha apa yang sesuai dengan kondisi kita, kita dapat memilih usaha yang sesuai dengan kondisi di sekitar lingkungan kita sendiri.

Salah satu cara untuk mengukur semua hal yang mungkin dan tidak mungkin dilakukan oleh pelaku wirausaha sebagai penilaian awal dan pemberian informasi penting adalah dengan menggunakan analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

1. Pengertian dan Tujuan Rencana Bisnis Sederhana

Rencana bisnis atau Business Plan adalah rencana-rencana tentang apa yang akan dikerjakan oleh pelaku wirausaha terhadap bisnisnya ke depan nanti. Rencana bisnis juga dapat dikatakan sebagai proses yang melibatkan rencana atau strategi untuk mencapai tujuan bisnis di masa mendatang.

Perencanaan tersebut dapat mencakup strategi, konsep, tujuan, sasaran, dan target usaha. Tujuan dari rencana bisnis adalah untuk membuat bisnis yang kita jalankan dapat berjalan dengan baik dan dapat terus berkembang.

2. Struktur dan Komponen Rencana Bisnis Sederhana

Kerangka atau struktur rencana bisnis dapat berbeda-beda tergantung pada jenis bisnis, tujuan rencana dan *audience* yang dituju. Namun secara umum, rencana bisnis sering menggunakan struktur berikut:

a. Ringkasan Eksekutif (*Executive Summary*)

Bagian ini berisi gambaran singkat mengenai bisnis dan keseluruhan rencana. Di dalamnya akan dibahas poin-poin penting, seperti tujuan bisnis, nilai keunggulan, target pasar, proyeksi keuangan, dan lainnya.

b. Deskripsi Bisnis (*Business Description*)

Bagian ini memberi gambaran rinci tentang bisnis, visi, misi, dan nilai inti. Ada juga penjelasan mengenai produk atau layanan yang ditawarkan dan bagaimana cara untuk memenuhi kebutuhan pasar.

c. Analisis Pasar (*Market Analysis*)

Dalam analisis pasar, pelaku bisnis perlu melakukan penilaian mendalam tentang pasar target, tren industri, dan ukuran pasar. Selain itu, perlu juga identifikasi pesaing utama dan peluang pasar yang ada.

d. Strategi Pemasaran (*Marketing Strategy*)

Kerangka strategi pemasaran berisi rencana tentang cara produk atau layanan akan dipasarkan dan dipromosikan. Selain itu, perlu juga ditetapkan segmentasi pasar, penentuan harga, distribusi, dan strategi *branding*.

e. Rancangan Produk atau Layanan (*Product or Service Design*)

Bagian ini berisi penjelasan rinci tentang produk atau layanan, fitur, manfaat, dan keunggulan dibandingkan pesaing. Jika relevan, gambar atau ilustrasi produk juga dapat dimasukkan.

f. Struktur Manajemen (*Organizational Structure and management*)

Setiap entitas bisnis perlu memberi informasi tentang pendiri atau pemangku kepentingan utama. Selanjutnya, dijelaskan juga mengenai

bagaimana perusahaan akan diorganisasi, termasuk struktur manajemen dan tanggung jawab masing-masing anggota tim.

g. Rencana Pengembangan Bisnis (*Business Development Plan*)

Setiap bisnis harus memiliki strategi jangka panjang mengenai pengembangan bisnis, ekspansi pasar, pengenalan produk baru, dan rencana pertumbuhan.

h. Risiko dan Pencegahan (*Risks and Mitigation*)

Lakukan identifikasi terhadap potensi risiko yang bisa dihadapi bisnis. Sertakan juga langkah-langkah yang akan diambil untuk mengurangi atau mengatasi risiko tersebut.

Terdapat beberapa komponen bisnis yang sangat penting di antaranya:

1. Identitas Perusahaan dan Visi Misi

Mencantumkan identitas perusahaan penting Anda lakukan agar pembaca dan investor mengetahui kalau bisnis Anda dilindungi hukum. Kita dapat memasukkan identitas seperti akta pendirian, nama pendiri, dan lain sebagainya.

2. Target Pasar

Target pasar dapat membuat pembaca paham bahwa bisnis yang kita jalankan memiliki sasaran yang tepat, sehingga dapat meyakinkan para investor terkait potensi dari *marketshare* bisnis Anda.

3. Rencana Pemasaran

Di dalam perencanaan bisnis tentunya kita harus menentukan cara dan teknik apa yang akan kita gunakan dalam mempromosikan barang atau jasa yang kita jual, sehingga dapat membuat jangkauan pasar yang lebih luas.

4. Perhitungan *Break Even Point* (BEP)

BEP atau *Break Even Point* adalah suatu posisi di mana total modal yang kita keluarkan sama dengan jumlah penghasilan yang kita dapatkan. Singkatnya BEP dapat dikatakan sebagai kondisi “balik modal”.

Jika kita sudah dapat menganalisis BEP dari bisnis kita maka kita dapat mengetahui kapan bisnis kita akan mendapatkan keuntungan atau laba.

5. Analisa Persaingan dan Strategi

Dengan melakukan analisa persaingan tentunya kita dapat menyusun rencana strategi untuk memenangkan kompetisi dengan kompetitor bisnis. Hal inilah yang menjadi salah satu hal paling penting dalam proses berbisnis.

3. Analisis Pasar dan Pesaing

Analisis pasar adalah analisis yang dilakukan untuk melihat dan mengetahui kondisi pasar lebih dalam baik dari segmen pelanggan, pola pembelian, persaingan, hambatan, lingkungan ekonomi, volume ataupun nilai dari sebuah produk. Analisis pasar memiliki tujuan utama yakni untuk menunjukkan kepada investor bahwa sebuah perusahaan memahami marketnya dengan baik.

Berikut ini beberapa peran penting dari analisis pasar bagi sebuah perusahaan:

1. Mengetahui peluang bisnis
2. Mendapatkan konsumen
3. Membantu dalam persaingan
4. Menjadi tren bisnis

4. Rencana Keuangan Sederhana

Perencanaan keuangan adalah suatu proses untuk mencapai tujuan hidup seseorang melalui pengelolaan keuangan secara terencana, Perencanaan keuangan dapat dijadikan sebagai alat untuk bisa memenuhi kebutuhan-kebutuhan di masa kini dan masa depan.

Dengan dilakukannya perencanaan keuangan pada akhirnya nanti seseorang dapat mencapai tujuan akhir dari perencanaan keuangan yaitu kebebasan finansial (financial freedom) : bebas dari hutang, tersedianya arus penghasilan dari investasi yang dilakukannya, serta terproteksinya secara finansial dari risiko apa saja yang mungkin terjadi.

Berikut ini beberapa cara yang dapat kita lakukan untuk melakukan perencanaan keuangan di antaranya:

- | | |
|---------------------------------------|--------------------------------|
| 1. Evaluasi kondisi keuangan saat ini | 4. Membuat laporan keuangan |
| 2. Susun tujuan keuangan | 5. Mengalokasikan dana darurat |
| 3. Menentukan strategi | |

1. Pengertian dan Tujuan Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan untuk mempromosikan barang atau jasa yang dijual kepada pasar penjualan. Pemasaran dapat dilakukan melalui 2 (dua) media yakni pemasaran secara digital dan konvensional. Pemasaran memiliki tujuan yakni memperluas jangkauan pasar, meningkatkan angka penjualan dan mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

Pemasaran secara digital dapat dilakukan melalui berbagai macam jenis *startup E-commerce* seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Bukalapak dan masih banyak lainnya. Pemasaran secara konvensional dapat dilakukan melalui Baliho, Brosur, Poster, Spanduk dan masih banyak lainnya.

2. Segmentasi Pasar dan Target Konsumen

Segmentasi pasar merupakan strategi pemasaran suatu perusahaan untuk mengenal minat dan kebutuhan konsumen di sebuah *market* yang menciptakan produk baru yang sesuai dengan minat dan kebutuhan konsumen. Tujuan dari segmentasi pasar adalah untuk mengetahui kompetitor bisnis, meningkatkan mutu pelayanan, meningkatkan efektivitas strategi pemasaran, sebagai evaluasi dan perencanaan bisnis. Berikut adalah beberapa cara untuk melakukan segmentasi pasar di antaranya:

1. Menentukan target pasar
2. Mengetahui kebutuhan konsumen
3. Mengetahui perilaku konsumen
4. Olah dan analisis data
5. Evaluasi respons pasar
6. Lakukan *brand positioning*

Target konsumen merupakan aktivitas untuk menentukan target yang akan dimasuki atau dijadikan sasaran penawaran produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan. Tujuan dari target konsumen adalah supaya kita bisa lebih fokus dalam memberikan produk dan pelayanan kepada pelanggan.

Setiap perusahaan baik itu perusahaan individual maupun perusahaan bersama tentunya harus memiliki yang namanya target konsumen atau target pasar yang nantinya akan digunakan untuk memasarkan atau mempromosikan barang atau jasa yang mereka jual. Berikut adalah beberapa cara untuk menentukan target pasar di antaranya:

1. Mencermati persaingan pasar
2. Menjelaskan keunggulan produk
3. Berkomunikasi dengan pelanggan
4. Mengevaluasi opini konsumen
5. Menentukan strategi pemasaran
6. Memahami kebutuhan konsumen

3. Penentuan Harga, Promosi, dan Distribusi Produk

Penentuan harga adalah proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh sebuah perusahaan dari produk atau jasa yang ditawarkan. Salah satu keputusan tersulit yang dihadapi oleh pelaku wirausaha adalah mengenai penetapan harga. Berikut adalah beberapa cara untuk menentukan harga di antaranya:

1. Menetapkan biaya harga plus
2. *Mark Up*
3. Penetapan BEP (*Break Even Point*)
4. Analisis kompetitor
5. Riset permintaan pasar

Promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengonsumsinya. Tujuan dari promosi adalah untuk meningkatkan angka penjualan dan memperluas jangkauan dan target pasar. Berikut beberapa cara untuk melakukan promosi antara lain:

1. Memberikan diskon menarik
2. Membuat konsep yang unik
3. Promosikan melalui *website*
4. Menjadi sponsor event

Distribusi produk adalah kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian baran dari produsen sampai ke tangan konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan jenis, jumlah, harga, tempat dan waktu yang dibutuhkan. Distribusi dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) yaitu distribusi langsung, distribusi semi langsung, distribusi tidak langsung.

4. Pengembangan Merek dan Strategi *Branding*

Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka dalam bentuk dua atau tiga dimensi. Pengembangan merek adalah strategi yang dilakukan untuk membantu membedakan produk, layanan dan citra perusahaan dari para kompetitor ataupun pesaing.

Branding adalah upaya untuk menghadirkan nilai-nilai perusahaan kepada konsumen, *branding* memiliki tujuan yaitu untuk menyampaikan keunikan bisnis kepada target pasarnya.

5. Analisis Perilaku Konsumen

Analisis perilaku konsumen adalah cara untuk mencari tahu tentang konsumen dan kebutuhannya, kita dapat melakukan analisis perilaku konsumen dengan cara yaitu:

1. Melakukan segmentasi pelanggan
2. Identifikasi kebutuhan pelanggan
3. Memahami jenis konten yang disukai oleh pelanggan
4. Mencari tahu tentang persepsi pelanggan terhadap produk

1. Pengertian dan Tujuan Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan merupakan kegiatan yang mencakup perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian dan penyimpanan dana yang dimiliki sebuah perusahaan.

Demi kelancaran dan keberlangsungan bisnis dalam jangka waktu lama, diperlukan manajemen keuangan yang dilakukan secara matang. Tujuan dari manajemen keuangan adalah untuk mengelola, mengendalikan, memeriksa dan melaporkan keuangan dari sebuah perusahaan.

2. Perencanaan dan Penganggaran Keuangan

Perencanaan keuangan adalah suatu proses untuk mencapai tujuan dari sebuah perusahaan melalui pengelolaan keuangan secara terencana. Setiap perusahaan memiliki berbagai macam tujuan yang sangat berbeda. Melalui pengelolaan keuangan yang tepat, kita akan dapat memahami bagaimana setiap keputusan yang dibuat akan berdampak ke area lain dari keseluruhan situasi keuangan.

Dengan melihat setiap keputusan finansial sebagai bagian dari suatu keseluruhan, kita juga dapat mempertimbangkan efek jangka pendek dan jangka panjang atas tujuan-tujuan perusahaan. Kita dapat melakukan perencanaan keuangan dengan cara yaitu:

1. Evaluasi keuangan saat ini dan merencanakan penggunaan keuangan ke depannya
2. Mulai membuat tujuan finansial
3. Menyusun perencanaan keuangan untuk mencapai sebuah tujuan
4. Jangan melupakan uang atau dana darurat

Penganggaran keuangan atau yang bisa disebut dengan penganggaran adalah proses penyusunan rencana keuangan perusahaan yang dilakukan dengan cara menyusun rencana kerja dalam rangka waktu tertentu umunya satu tahun. Terdapat beberapa cara untuk melakukan penganggaran di antaranya adalah:

1. Menetapkan tujuan keuangan
2. Mengalokasikan dana untuk berbagai kategori
3. Melacak semua pengeluaran
4. Menyesuaikan dan merevisi anggaran

Terdapat beberapa jenis anggaran dalam menjalankan sebuah organisasi ataupun sebuah perusahaan di antaranya yaitu:

- | | |
|-------------------------------|------------------------------|
| 1. Anggaran kas | 4. Anggaran neraca |
| 2. Anggaran laba-rugi | 5. Anggaran biaya produksi |
| 3. Anggaran pengeluaran modal | 6. Anggaran biaya bahan baku |

3. Manajemen Kas dan Pengendalian Biaya

Kas memiliki fungsi utama yaitu untuk memenuhi kebutuhan sebuah perusahaan dalam jangka pendek. Manajemen kas adalah sebuah sistem yang dibuat dan dijalankan untuk mengatur dan mengelola dana agar dapat dijalankan oleh sebuah perusahaan. Terdapat beberapa cara untuk mengelola uang kas di antaranya:

- | | |
|---|---|
| 1. Memantau dan mengevaluasi arus kas | 4. Pangkas pengeluaran yang tidak perlu |
| 2. Memiliki jadwal pembayaran rutin | 5. Menghindari kegiatan <i>impulsive buying</i> |
| 3. Menyusun laporan arus kas secara rutin | 6. Menyusun rencana anggaran bulanan yang rinci dan realistis |

4. Investasi dan Pembiayaan

Investasi adalah sebuah aktivitas menyimpan atau menempatkan dana pada periode tertentu dengan harapan penyimpanan tersebut akan menimbulkan keuntungan atau peningkatan nilai.

Seseorang yang melakukan investasi disebut dengan investor. Ketika kita ingin melakukan aktivitas ini tentunya diperlukannya kesabaran karena kita perlu waktu yang cukup lama untuk membuat modal yang kita tanam dapat berubah menjadi sebuah keuntungan.

Investasi dibagi menjadi 2 (dua) yaitu investasi jangka pendek dan investasi jangka panjang.

- Investasi jangka pendek

Jika didefinisikan, investasi jangka pendek adalah investasi yang biasanya kurang dari tiga tahun yang kemudian dapat kita konversikan dengan uang atau dengan kita jual. Contohnya obligasi jangka pendek, sertifikat deposito dan pasar saham.

- Investasi jangka Panjang

Investasi jangka panjang adalah investasi yang membutuhkan waktu lebih dari tiga tahun atau bahkan bisa mencapai 1 (satu) dekade itu semua tergantung kepada perorangan yang melakukan penanaman modal ini mau sampai kapan ia menanam modalnya terhadap sebuah instansi ataupun

perusahaan. Contoh investasi jangka panjang adalah saham, logam mulia atau emas, properti dan masih banyak lainnya.

Secara umum investasi memiliki tujuan yaitu untuk mengembangkan aset, investasi dibagi menjadi dua bentuk yaitu investasi aktiva riil dan investasi aktiva finansial.

- Investasi aktiva riil

Investasi yang dilakukan oleh seseorang dalam bentuk yang terlihat atau tidak terlihat. Contohnya investasi emas, properti, tanah, logam mulia dan lain-lain.

- Investasi aktiva finansial

Investasi yang dilakukan oleh investor dalam bentuk sekuritas. Contohnya saham dan deposito.

Pembiayaan adalah suatu bentuk fasilitas keuangan yang diberikan oleh bank atau lembaga keuangan lainnya untuk memenuhi kebutuhan keuangan seseorang atau perusahaan.

Pada umumnya pembiayaan digunakan untuk berbagai tujuan seperti membeli barang atau jasa, investasi, modal kerja atau usaha dan bahkan membayar hutang.

Dengan kata lain pembiayaan adalah sumber pendanaan untuk mendukung aktivitas nasabah yang telah direncanakan, baik dilakukan oleh diri sendiri maupun orang lain. Terdapat beberapa manfaat dari pembiayaan di antaranya adalah:

1. Membantu Memenuhi Kebutuhan Keuangan

Pembiayaan dapat membantu memenuhi kebutuhan keuangan yang tidak dapat dipenuhi dengan modal sendiri

2. Mempercepat Pengadaan Dana

Pembiayaan dapat membantu proses pengadaan dana yang dibutuhkan, sehingga dapat mempercepat investasi atau pembelian barang.

3. Memperbesar Kemampuan Investasi

Dengan adanya pembiayaan dapat membantu seseorang atau perusahaan dapat memiliki kemampuan investasi yang lebih besar, karena tidak terbatas oleh modal sendiri.

Jenis pembiayaan berdasarkan kegunaan:

1. Pembiayaan Konsumen

Jenis pembiayaan konsumen digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, seperti membeli mobil, elektronik, atau perabotan.

2. Pembiayaan Investasi

Jenis pembiayaan investasi digunakan investor untuk investasi properti, saham, atau reksadana.

3. Pembiayaan Modal Kerja

Jenis pembiayaan modal kerja digunakan untuk membiayai kebutuhan modal kerja perusahaan, seperti pembelian bahan baku atau pembayaran gaji karyawan.

Jenis pembiayaan berdasarkan jangka waktu:

1. Pembiayaan Jangka Pendek

Pembiayaan jangka pendek digunakan untuk memenuhi kebutuhan keuangan yang harus segera dipenuhi, seperti membayar tagihan atau membeli bahan baku.

2. Pembiayaan Jangka Menengah

Pembiayaan jangka menengah digunakan untuk membiayai proyek atau investasi dengan jangka waktu dari 5 (lima) tahun.

3. Pembiayaan Jangka Panjang

Pembiayaan jangka panjang digunakan untuk membiayai proyek atau investasi dengan jangka waktu lebih dari 5 tahun.

Jenis pembiayaan berdasarkan jaminan:

1. Pembiayaan Tanpa Jaminan:

Pembiayaan tanpa jaminan adalah pembiayaan yang tidak memerlukan jaminan dari peminjam. Namun, bunga yang dikenakan pada pembiayaan ini biasanya lebih tinggi.

2. Pembiayaan Dengan Jaminan

Pembiayaan dengan jaminan adalah pembiayaan yang memerlukan jaminan dari peminjam, seperti rumah atau kendaraan. Bunga yang dikenakan pada pembiayaan ini biasanya lebih rendah dibandingkan dengan pembiayaan tanpa jaminan.

3. Pembiayaan Mikro

Pembiayaan mikro adalah pembiayaan yang diberikan kepada individu atau usaha kecil dengan jumlah pinjaman relatif kecil dan jangka waktu pendek.

Jenis pembiayaan berdasarkan tujuan:

1. Pembiayaan Konsumsi

Pembiayaan konsumsi adalah pembiayaan yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan pribadi seperti membeli kendaraan pribadi, renovasi rumah, liburan, dan lainnya.

2. Pembiayaan Produksi

Adalah pembiayaan yang diberikan untuk keperluan usaha atau investasi, seperti pembelian mesin, modal kerja, atau pembangunan gedung usaha.

1. Pengertian dan Tujuan Etika Bisnis

Etika bisnis terkait dengan masalah penilaian terhadap kegiatan dan perilaku bisnis yang mengacu pada kebenaran atau kejujuran perusahaan. Etika bisnis juga merupakan suatu pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma serta moralitas yang berlaku secara universal.

Tujuan dari etika bisnis adalah untuk memberikan dorongan bagi kesadaran moral dan memberikan batasan bagi para pengusaha untuk dapat menjalankan bisnis secara jujur dan adil serta menjauhi bisnis penipuan yang merugikan banyak orang atau pihak yang memiliki keterkaitan.

2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis

Di dalam berbisnis tentunya terdapat beberapa prinsip etika diantaranya adalah:

a. Prinsip Kejujuran

Prinsip kejujuran menanamkan sikap apa adanya berdasarkan fakta, situasi dan kondisi yang sebenarnya. Dengan kata lain, apa yang dikatakan itulah apa yang dikerjakan. Prinsip ini juga memberikan kepatuhan dalam melaksanakan berbagai kontrak, komitmen, dan perjanjian yang telah dibuat.

b. Prinsip Otonomi

Prinsip otonomi menunjukkan sikap kemandirian, kebebasan, serta tanggung jawab. Orang yang mandiri berarti orang yang dapat mengambil keputusan lalu melaksanakannya berdasarkan kemampuan sendiri dan sesuai dengan apa yang diyakini, bebas dari tekanan, hasutan, dan ketergantungan kepada pihak lain.

c. Prinsip Saling Menguntungkan

Prinsip saling menguntungkan menanamkan kesadaran untuk saling memberikan keuntungan satu sama lain, artinya dalam setiap tindakan bisnis harus diusahakan supaya semua pihak merasa diuntungkan.

d. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan menanamkan sikap untuk bersikap adil terhadap semua pihak, dengan tidak membedakan dari segala aspek, seperti aspek ekonomi, hukum, maupun yang lainnya.

e. Prinsip Integritas Moral

Prinsip integritas moral merupakan prinsip yang tidak merugikan orang lain dalam mengambil keputusan dan tindakan bisnis. Prinsip ini dilandasi dengan kesadaran bahwa setiap orang harus dihormati sebagai manusia.

3. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional.

4. Konflik Kepentingan dan Dilema Etika Dalam Bisnis

Sering kali konflik terjadi ketika kita sedang berbisnis entah itu antara individu dengan individu maupun antara kelompok dengan kelompok.

Dilema etika muncul ketika seseorang harus memilih antara dua nilai atau kepentingan yang saling bertentangan satu sama lain.

5. Implementasi Etika Bisnis Dalam Organisasi

Sebuah perusahaan yang telah ataupun yang akan berdiri tentunya harus memiliki kode etik yang jelas dan mengkomunikasikannya kepada seluruh karyawan.

Pelatihan dan pendidikan tentang etika bisnis perlu diberikan agar karyawan memahami dan menginternalisasi nilai-nilai etika yang ada. Manajemen perusahaan harus memberikan contoh perilaku etis kepada seluruh anggota organisasi.

Selain itu juga ada beberapa nilai-nilai etika bisnis yang tidak seharusnya dilanggar di antaranya yaitu:

1. Rendah Hati

Jangan lakukan bisnis dengan kesombongan, misalnya dalam mempromosikan produk dengan cara berlebihan, apalagi sampai menjatuhkan produk pesaing, entah melalui gambar maupun melalui tulisan. Pada dasarnya konsumen memiliki kemampuan untuk melakukan penilaian atas kredibilitas sebuah produk/jasa. Kita juga tahu bahwa tidak sedikit masyarakat yang percaya bahwa sesuatu yang terlihat atau terdengar terlalu sempurna pada kenyataannya justru sering kali terbukti buruk.

2. Simpatik

Sebagai pelaku wirausaha kita harus selalu terlihat ramah dan simpatik, bukan hanya di depan klien atau konsumen tetapi juga di hadapan orang-orang yang mendukung bisnis yang kita jalankan, seperti karyawan, sekretaris dan lain-lain.

3. Kecerdasan

Pelaku wirausaha tentunya harus memiliki kecerdasan atau kepandaian untuk menjalankan strategi bisnis yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku, sehingga menghasilkan keuntungan yang memadai.

1. Persiapan Presentasi Bisnis

Presentasi bisnis adalah kegiatan menyampaikan informasi tentang aktivitas bisnis (pengembangan produk, pengajuan usul proyek, perluasan pasar dan lain sebagainya) yang dilakukan pembicara kepada *audience* yang hadir dalam forum bisnis.

Terdapat beberapa cara untuk mempersiapkan presentasi bisnis di antaranya adalah menguasai topik atau materi yang disampaikan, menganalisis *audience*, menganalisis lingkungan presentasi.

2. Komunikasi Efektif Dalam Presentasi Bisnis

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan atau informasi dari satu pihak kepada pihak lainnya sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Sehingga tidak terjadi salah persepsi.

3. Penggunaan Media Presentasi Yang Tepat

Ketika melakukan presentasi kita setidaknya perlu menyiapkan beberapa media yang tepat agar presentasi yang kita lakukan dapat menjadi lebih menarik dan tidak membosankan. Di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Buatlah desain yang menarik
2. Kurangi penggunaan teks
3. Kuasai materi bukan dihapalkan
4. Perhatikan cara penyampaian
5. Gunakan kata-kata verbal
6. Lakukan kontak mata dengan *audience*

4. Menangani Pertanyaan dan Masalah Dalam Presentasi Berbisnis

Di dalam presentasi sangat diperlukannya kemampuan atau keahlian untuk menjawab pertanyaan dari para *audience* yang mendengarkan. Berikut terdapat beberapa cara untuk menjawab pertanyaan jika ada *audience* yang bertanya:

1. Pertahankan kontak mata dengan penanya
2. Hargai pertanyaan yang diajukan
3. Jujur jika tidak tahu jawabannya

Dan berikut adalah cara untuk menghindari dan mengatasi masalah ketika melakukan sebuah presentasi yang berkaitan dengan bisnis:

1. Hindari membaca terlalu cepat
2. Hindari membaca keseluruhan slides
3. Memahami isi materi
4. Gunakan intonasi dan artikulasi yang tepat

5. Evaluasi Hasil Presentasi Bisnis

Evaluasi adalah kegiatan terencana untuk mengukur, menilai dari keberhasilan suatu program. Evaluasi merupakan cara terbaik untuk menguji terbaik untuk menguji efektivitas dan produktivitas.

Kesimpulannya adalah evaluasi merupakan penilaian atau penaksiran terhadap suatu hal. Terdapat beberapa hal yang dapat dijadikan bahan untuk evaluasi ketika melakukan presentasi di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Materi Presentasi

Hal ini memuat desain *slides*, urutan *slides*, ukuran huruf, kesesuaian gambar dan kontras warna.

2. Cara Penyampaian Presentasi

Hal ini memuat kepercayaan diri, ekspresi diri, kelancaran berbicara, efektivitas, proses tanya jawab dan kinerja keseluruhan. Ketika kita sudah selesai melakukan presentasi, kita dapat melakukan evaluasi terhadap presentasi yang telah kita lakukan dengan cara:

1. Meminta umpan balik atau tanggapan dari *audience*
2. Meminta masukan dari rekan kerja atau anggota tim
3. Mendokumentasikan kegiatan presentasi

KATA PENUTUP

KESIMPULAN

Projek Kreatif dan Kewirausahaan merupakan salah satu mata pelajaran yang bertujuan untuk menanamkan jiwa, sikap dan etika wirausaha kepada peserta didik, memberikan bekal pengetahuan tentang kewirausahaan dan memiliki keterampilan untuk modal peserta didik membuka usaha.

Wirausaha bukanlah milik orang-orang yang berbakat, tapi siapa saja dapat mengembangkan jiwa wirausahanya dengan mengembangkan cara berpikir positif, inovatif, kemauan, keberanian dan lebih dari sekedar mencari peluang usaha tetapi membuka peluang usaha maka jiwa wirausaha akan dapat terbentuk.

Majunya suatu negara dapat dilihat dari banyaknya seseorang yang melakukan wirausaha di negara tersebut, semakin banyak jumlah seseorang yang melakukan wirausaha maka semakin besar pula harapan masyarakat usia kerja dapat memperoleh pekerjaan sesuai dengan keahlian, sehingga dapat mengangkat derajat hidup masyarakat suatu negara karena terciptanya lapangan pekerjaan dan akan mengurangi tingkat pengangguran.

SARAN

Diharapkan ke depannya agar semakin banyak masyarakat baik itu remaja maupun orang dewasa dapat memahami makna dari melakukan wirausaha sehingga kita semua dapat terdorong untuk melakukan wirausaha, dengan semakin banyaknya pelaku-pelaku wirausaha maka semakin banyak pula masyarakat yang akan mendapatkan pekerjaan.

Mulailah melakukannya terlebih dahulu, jangan menunggu orang lain yang melakukannya baru kita juga melakukannya, jangan berpikir malu untuk berbisnis karena semuanya dimulai dari hal kecil yang lama kelamaan akan berubah menjadi lebih besar. Jadilah orang yang selalu berpikir inovatif dan kreatif cetuskanlah ide-ide yang sebelumnya tidak pernah ada. Mulailah dari hal yang paling kecil yaitu diri kita sendiri.