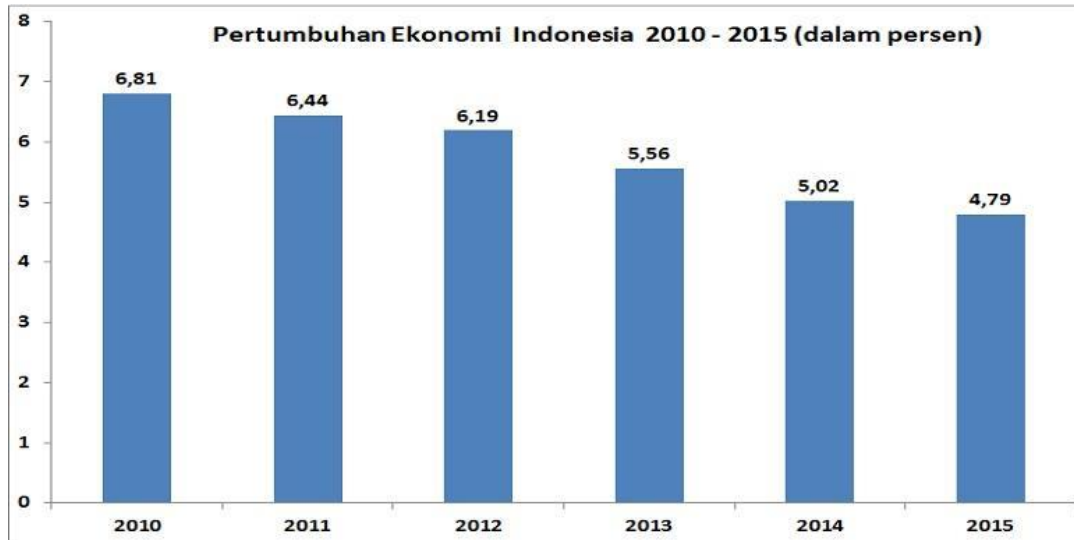
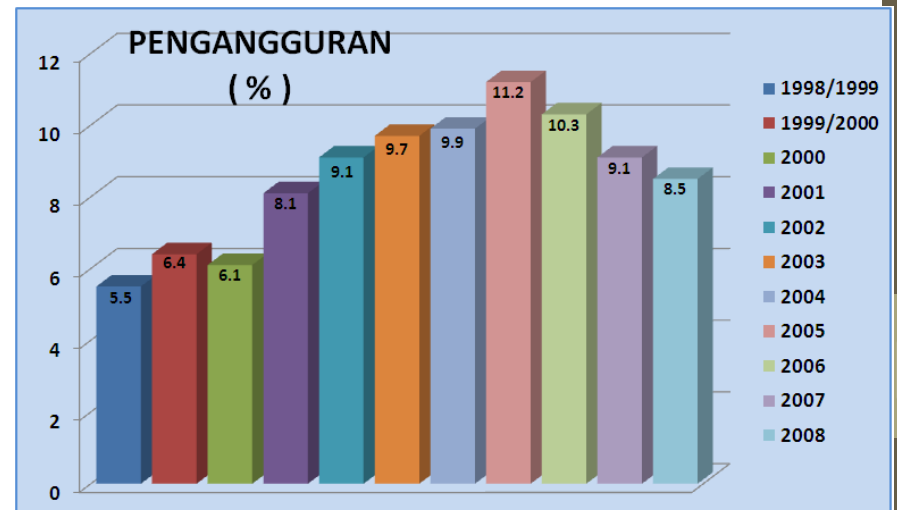
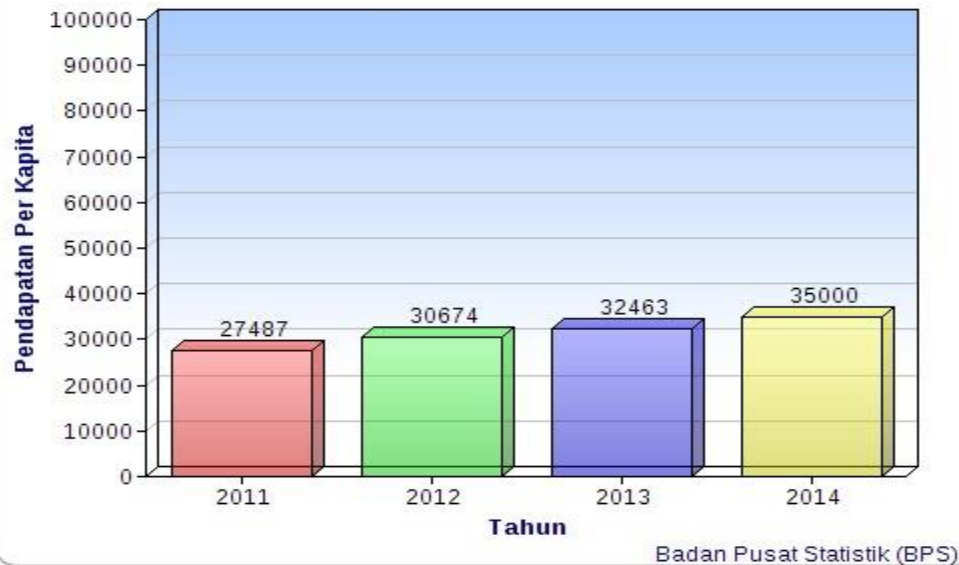


1.PENDAHULUAN: Fakta



(Sumber: Kompas)

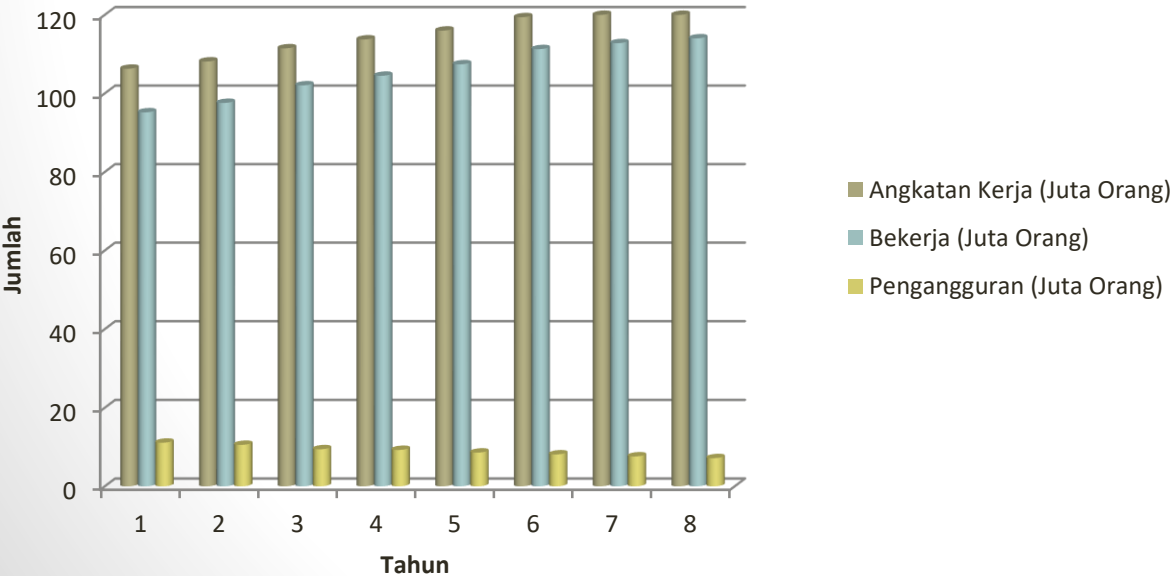
Pendapatan Per Kapita Indonesia
Versi Badan Pusat Statistik



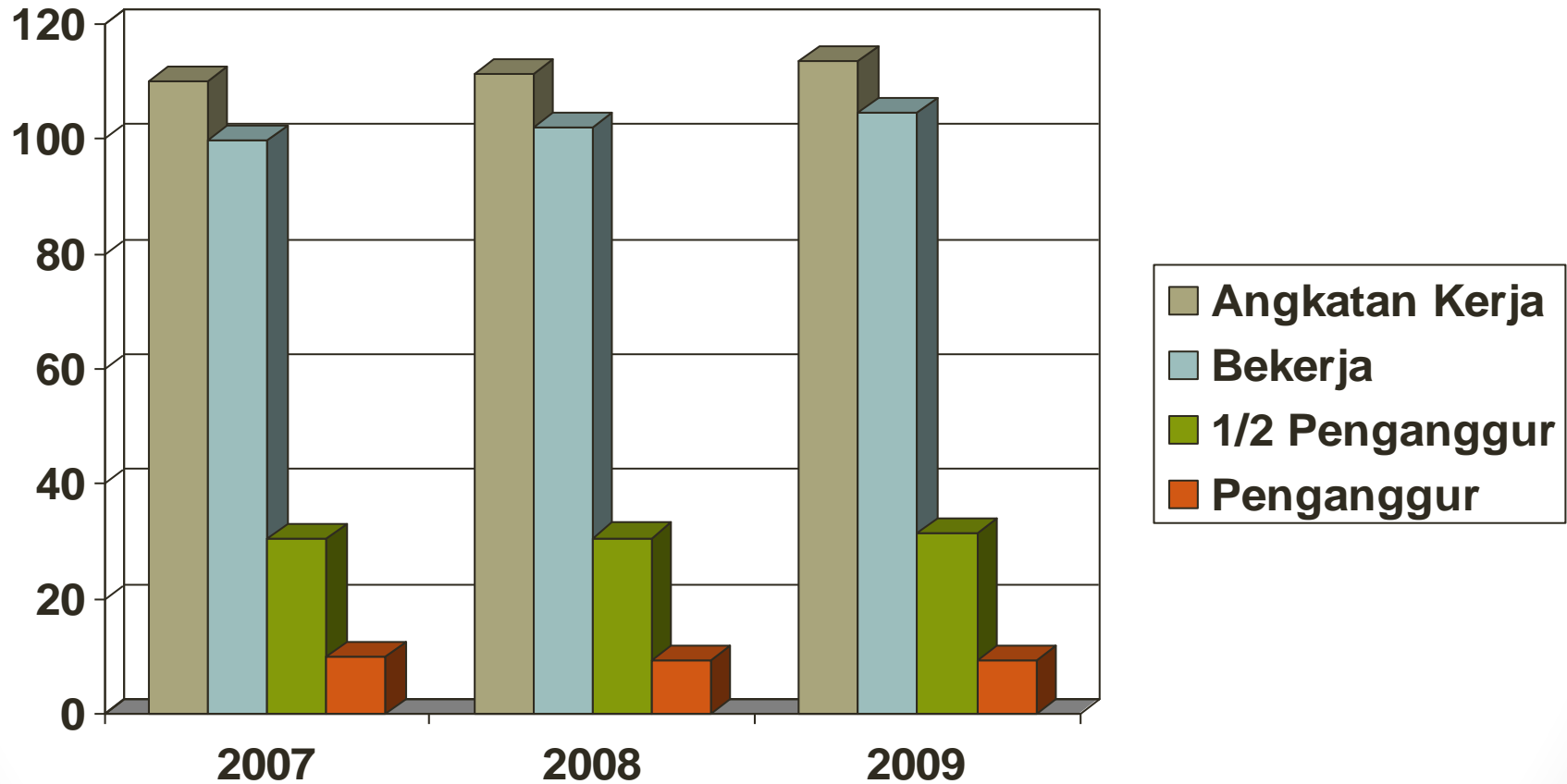
1.PENDAHULUAN: Fakta (Sumber: BPS)

Tahun	Angkatan Kerja	Bekerja	Pengangguran	Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja - TPAK	Tingkat Pengangguran Terbuka - TPT
	(Juta Orang)	(Juta Orang)	(Juta Orang)	(%)	(%)
2006	106.28	95.18	11.10	66.74	10.45
2007	108.13	97.58	10.55	66.60	9.75
2008	111.48	102.05	9.43	67.33	8.46
2009	113.74	104.49	9.26	67.60	8.14
2010	116.00	107.41	8.59	67.83	7.41
2011	119.40	111.28	8.12	69.96	6.80
2012	120.41	112.80	7.61	69.66	6.32
2013	121.19	114.02	7.17	69.21	5.92

Jumlah Angkatan Kerja, Penduduk Bekerja, Pengangguran



Yang Bekerja & Menganggur



8,14% atau 9,26 Juta Penganggur

1.PENDAHULUAN KEWIRAUSAHAAN

ALASAN BERWIRAUSAHA

A.MERDEKA FINANCIAL

- 1.Gaji sebagai pegawai (swasta ; negeri) ada batasnya (standar gaji)
- 2.Meskipun seorang pegawai dapat menghasilkan laba luar biasa (milyaran) bagi suatu perusahaan, namun kenaikan gajinya tidak akan setimpal dengan kenaikan laba perusahaan.
- 3.Kenaikan gaji pegawai biasanya tidak bisa mengimbangi kenaikan kebutuhan rumah tangga (keluarga)
- 4.Dengan berwirausaha, seseorang dapat mengatur besarnya penghasilan

B.MERDEKA WAKTU

- 1.Pemilik perusahaan memiliki kebebasan waktu (fleksibel), sesuai kebutuhan
- 2.Seorang wirausaha akan mempunyai jam kerja yang bebas, tidak terikat jam kantor.
- 3.Jika perusahaan telah mempunyai sistem yang baik, maka wirausahawan tidak perlu setiap hari berada di kantor dan bahkan perusahaan dapat kepemimpinannya dapat diserahkan kepada pegawainya.

C.MERDEKA TARGET / SASARAN

- 1.Pemilik perusahaan bebas mewujudkan impian usahanya (ingin menjadi & berbuat apa ?

D.IMBALAN YANG DIPEROLEH

1.Profit (keuntungan)

Bebas menentukan besarnya gaji sendiri atau keuntungan sendiri (sesuai kondisi perkembangan perusahaan).

2.Independence (bebas, merdeka, mandiri)

Bebas dari supervisi (arahan, kendali) orang lain / atasan.

Wirausahawan adalah orang yang mandiri bebas mengatur dan melaksanakan konsep / ide ataupun pekerjaan atas prakarsa dan aturan yang dibuat/ditetapkan sendiri

HUBUNGAN UANG, WAKTU DAN PROFESI

UANG	WAKTU	PROFESI
Tidak punya uang	Punya waktu	Pengangguran
Tidak punya uang	Tidak punya waktu	Karyawan/buruh
Punya uang	Tidak punya waktu	Pimpinan//direktur, dll
Punya uang	Punya waktu	Wirausahawan/Investor, dll

DEFINISI WIRAUSAHA (ENTREPRENEUR)

1. Orang yang bertanggung jawab dalam menyusun, mengelola dan mengukur resiko suatu usaha bisnis.
2. Inovator yang mampu memanfaatkan dan mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat dijual atau dipasarkan, memberikan nilai tambah dengan memanfaatkan upaya, waktu, biaya atau kecakapan dengan tujuan mendapat keuntungan.
3. Pribadi yang mandiri dalam mengejar prestasi, ia berani mengambil resiko untuk memulai mengelola bisnis demi mendapatkan laba. Karena itu dia lebih memilih menjadi pemimpin daripada menjadi pengikut, untuk itu seorang wirausahawan memiliki rasa percaya diri yang kuat dan mempertahankan diri ketika menghadapi tantangan pada saat merintis usaha bisnis.
4. Seorang pemburu yang mengorganisir, mengelola dan mengasumsikan segala resiko pada saat dia memulai usahanya untuk mendapatkan keuntungan.
5. Seorang wirausahawan harus ada kemampuan manajerial untuk mengorganisir, mengembangkan strategi operasi, mendapatkan dana untuk modal usaha, mengelola aktifitas bisnis dan pengetahuan teknis

CIRI KEPRIBADIAN WIRAUSAHAWAN.

- a. Mengetahui target sasaran yang diinginkan.
- b. Mempunyai daya ingat yang baik
- c. Tenang dalam reaksi
- d. Optimistis dalam berusaha
- e. Diplomatis dalam berbicara
- f. Tidak tergesa-gesa dalam mengambil keputusan
- g. Bersikap ramah dan sopan
- h. Bersikap tegas
- i. Berpengetahuan luas

Catatan kecil : Menurut BOB SADINO.

A. Ide buka usaha : Menjadi yang pertama, jadi yang terbaik, jadi yang berbeda.

B. Modal Entrepreneur : Kemauan, Tekat bulat, keberanian, jangan cengeng, bersyukur dan berdoa.

C. Kerjakan apapun dengan senang hati.

Seorang Wirausaha

- Menggeluti usaha tidak sekedar ala kadarnya, akan tetapi dengan keberanian, kegigihan sehingga usahanya **tumbuh**
- Bersahabat dengan **ketidakpastian**
- Menjalankan usaha yang RIIL, bukan spekulatif

1. Usaha Yang Sesungguhnya

- Didasarkan motif untuk melayani dan memperoleh kemandirian
- Dengan ketulusan, kerjakeras dan inovasi
- Bukan jalan pintas, cara cepat menjadi kaya
- Membangun secara bertahap
- Menjaga nama baik, membangun reputasi
- Bukan sekedar *passive income*, tetapi riil
- Pendidikan, persahabatan, spiritualitas sangat penting.

2. Usaha Spekulatif

- Didasarkan motif ingin cepat kaya
- Mengedepankan cara-cara instant
- Mendewa-dewakan “*passive income*”
- Tidak peduli kerugian pihak lain, yang penting, “saya untung”
- Pendidikan dan kehidupan spiritual tidak dianggap penting



WWW.MASADEPANMU.COM

Software Penghasil Uang Otomatis

**Tanpa Kerja Keras
Tanpa Buat Ebook**



[Home](#) | [Bonus](#) | [Tanya Jawab](#) | [Tentang Kami](#) | [Form Order](#) | [Member Area](#) | [Kontak](#)

**Rahasia Tersembunyi Metode Mencari Uang
di Internet Akhirnya Diungkap...**

**Hanya Dengan Beberapa Klik Saja Rekening
anda kebanjiran Puluhan Juta Rupiah
24 Jam Tanpa Henti dengan Modal Kecil
Lihat Buktinya di Bawah Ini**

GRATIS SOFTWARE PENARIK UANG ATM Tanpa Mengurangi
Saldo Rekening Anda Seharga **Rp.350.000,-** Dibawah ini !

Boleh mulai bikin duit dalam 30 menit!

www.bikinduit.com

Rumus Bikin Duit Indonesia Yang Paling Canggih & Mengesankan

Rahasia Hebat, bagaimana cara mendapat uang secara online hanya dalam 30 menit

**"Saya Akan Membuka Satu Satunya
RAHASIA Terhebat Masa Kini Yang
Telah Membuat Sedikit Orang
Mendadak Jadi Milyuner Hanya Dengan
Meng-klik Beberapa Kali Seminggu
Saja... Pertama Kali Terbuka Untuk
Diketahui Orang Indonesia!"**



www.danabonus.com

Software Pencari Uang Otomatis

*tidak perlu buat ebook
tidak perlu buat website
tidak perlu cari pembeli*



[Home](#) | [Produk Bonus](#) | [Testimonial](#) | [Tanya Jawab](#) | [Tentang Kami](#) | [Form Order](#) | [Member Area](#) | [Kontak](#)

RAHASIA TERHEBOH SAAT INI

Jika anda sudah bisa **mengetik dan mengakses internet**,
Maka anda sudah memiliki syarat yang cukup untuk
menghasilkan **2.5 Juta** dalam Sehari dari Internet,
Hanya Jika anda tahu caranya.

Lihat Buktinya di Bawah Ini

GRATIS Software Penarik Uang ATM Tanpa Mengurangi
Saldo Rekening Anda Seharga **Rp.350.000,-** Dibawah ini !

SIKAP WIRAUSAHA

1. Disiplin,

Disiplin atas ketepatan waktu, kualitas pekerjaan, sistem kerja. kesepakatan yang dibuat dan taat asas

2. Komitmen tinggi,

Memiliki komitmen yang tinggi, jelas, terarah dan bersifat progressif (berorientasi pada kemajuan) atas kesepakatan yang telah dibuat dengan seseorang, baik terhadap dirinya sendiri maupun orang lain.

3. Jujur

Kejujuran sangat melekat pada konsep pemasaran yang berorientasi pada kepuasan pelanggan

4. Kreatif dan inovatif

Untuk memenangkan persaingan harus memiliki data kreatifitas yang tinggi. Yang dilandasi oleh cara berfikir yang maju, penuh dengan gagasan yang baru.

5. Mandiri

Mengelola usahanya tidak tergantung pihak lain dalam mengambil keputusan atau bertindak

6. Realistis,

Penetapan keputusan bisnis harus realistis, obyektif dan rasionil dengan melihat fakta / realita di lapangan dan menyeleksi masukan atau saran dari luar.

INOVASI BISNIS

Inovasi bisnis, merupakan proses berfikir mengenai ide ide yang baru dalam rangka pengembangan bisnis atau memuaskan pelanggan. Dengan inovasi maka seseorang dapat menambahkan nilai dari produk, pelayanan, proses kerja, pemasaran, sistem pengiriman, kebijakan, dll

Tahapan proses Inovasi :

Melihat peluang.

Peluang muncul ketika ada persoalan yang muncul (antara realita dan yang seharusnya). Maka perilaku inovatif dimulai dari ketrampilan melihat peluang.

Mengeluarkan ide.

Ketika dihadapkan suatu masalah maka gaya berfikir harus mengeluarkan ide sebanyak banyaknya terhadap masalah yang ada. Kreatifitas sangat diperlukan.

Mengkaji ide.

Tidak semua ide dapat dipakai maka gaya berfikir harus mengerucut, pertimbangkan ide tersebut mendatangkan kerugian atau keuntungan. Kajian dilakukan terus menerus sampai ditemukan alternative yang paling mempunyai probabilitas / kemungkinan yang paling besar.

Implementasi

Dalam tahap ini keberanian mengambil resiko sangat diperlukan. Resiko berkaitan dengan probabilitas adalah kesuksesan dan kegagalan.

2.MENILAI KEMAMPUAN DIRI BERWIRAUSAHA

MODAL DIRI UNTUK MEMULAI BERWIRAUSAHA

➤ **Akal Pikiran,**

Dengan akal pikiran kita diberi pengetahuan kecerdasan dan kecerdikan untuk menangkap peluang dan memanfaatkannya untuk membangun suatu usaha.

➤ **Keberanian,**

Memulai usaha baru, modal pertama dan utama bukanlah uang, tetapi keberanian : keberanian berubah, keberanian untuk bermimpi, keberanian untuk bertindak, keberanian untuk gagal dan keberanian untuk sukses. Segunung ide dan segudang uang tak ada artinya tanpa keberanian.

➤ **Keyakinan,**

Keyakinan ini hanya bisa didapatkan jika kita memiliki mimpi sukses yang jelas. Semakin jelas gambaran mimpi, semakin tinggi derajat keyakinan untuk meraih sukses.

➤ **Ketekunan,**

Upaya membangun usaha memerlukan perjuangan yang tekun sebelum sukses dapat diwujudkan . Tidak menyerah sebelum sukses dapat diraih. Memiliki keuletan untuk mencoba lagi bila menemui kegagalan .

KUESIONER KUALIFIKASI WIRAUSAHAWAN

1. Apakah anda menyukai tugas mengawasi suatu keadaan dan kemudian mengambil keputusan sendiri ?
2. Apakah anda menyukai persaingan dalam bisnis yang kompetitif ?
3. Apakah anda mampu memimpin diri sendiri dengan disiplin tinggi ?
4. Apakah anda suka merencanakan terlebih dahulu tujuan dan sasaran yang ingin anda capai dan melaksanakannya dengan konsisten ?
5. Apakah dapat mengelola waktu dengan baik dan dengan konsisten menyelesaikan pekerjaan anda dengan tepat waktu ?
6. Setelah membuka usaha, apakah anda bersedia menurunkan standar kehidupan anda sampai saat perusahaan anda membuahkan penghasilan yang mapan ?
7. Apakah kesehatan anda dalam kondisi prima dan mempunyai stamina prima untuk bekerja dalam jam kerja yang lebih lama secara konsisten ?
8. Bersediakah anda mengakui kesalahan yang anda lakukan dan meminta saran kepada orang lain ?
9. Jika anda mengalami kegagalan dalam usaha, bersediakah anda untuk kehilangan segala sesuatu yang anda miliki ?

10. Apakah anda mempunyai ketabahan untuk menghadapi kendala dan stres ?
11. Dapatkah anda beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan situasi dan melakukan perubahan bilamana perlu ?
12. Apakah anda seorang pemula yang dapat bekerja sendiri, terpisah dari orang lain ?
13. Dapatkah anda mengambil keputusan dengan cepat dan tidak menyesali keputusan buruk yang mungkin anda putuskan ?
14. Dapatkah anda menaruh rasa saling percaya dengan orang lain ?
15. Tahukah anda cara memecahkan permasalahan dengan cepat, efektif dan rasa yakin ?
16. Dapatkah anda menjaga sikap positif meski dalam menghadapi kesulitan ?
17. Apakah anda komunikator yang baik dan dapatkah anda menerangkan ide anda kepada orang lain dengan kata kata yang dapat mereka pahami ?

Catatan skor :

Jika jawaban point tsb diatas semuanya “Ya” → Sempurna.

Bila jawaban “Tidak” diberikan 4 atau lebih → Minat menjadi wirausahawan dipertimbangkan.

3.MEMULAI BISNIS BERWIRAUSAHA

AWAL MEMULAI BISNIS

Identifikasi memulai membuka usaha baru :

- Siapa pelanggan kita
- Lokasi pelanggan
- Kemampuan daya beli pelanggan
- Jumlah produk yang dapat dibeli pelanggan
- Siapa pesaing kita
- Beda produk kita dengan pesaing

Dari identifikasi tersebut ditetapkan :

- Apa ? Mengapa ?
- Dimana ?
- Kapan ?
- Seberapa besar ?
- Bagaimana memposisikan usaha baru kita ?

Kita harus memilih industri & jasa dan pasar yang dimasuki sesuai dengan **minat dan keahlian**, agar modal → tepat sasaran dan optimal penggunaannya

PERENCANAAN MEMBUKA USAHA

- Jenis bisnis / usaha

Uraian ringkas tentang industri dan keterangan rinci tentang produk atau jasa yang ditawarkan.

- Analisis pasar

Ukuran pasar (memperkirakan seberapa besar produk & jasa yang akan laku terjual), kebutuhan produk & jasa baru dan sifat persaingan.

- Rencana pemasaran

Strategi pemasaran (segmentasi pasar / lokasi, target market, customer/product oriented)

Harga, Distribusi/delivery, Promosi (lambang/identitas, iklan dan peragaan).

- Rencana operasional

Perencanaan produksi&mesin produk, manajemen, ramalan penjualan, proyeksi keuangan, prosedur akuntansi, persyaratan sumber daya manusia.

- Rencana permodalan

Dana pribadi, partner/investor lain, lembaga pembiayaan

- Pengalaman dan keahlian yang dimiliki

PETA KETERBATASAN POTENSI BERWIRAUSAHA

Ide & peluang bisnis :

Harus dianalisa dalam Peta Kekuatan – Kelemahan diri.

Faktor yang dianalisa meliputi :

- Kekuatan yang dimiliki,
- Kelemahan / keterbatasan yang ada,
- Sumber daya yang ada dan dimiliki,
- Sumber daya yang diperlukan tetapi tidak dimiliki.

Peta : Kekuatan & Kelemahan Diri

<u>Skala kelemahan</u>	Tidak didukung oleh kekuatan <i>namun</i> Kondisi kelemahan tidak berarti	Didukung kekuatan dominan <i>dengan</i> Kelemahan yang tidak berarti
	Kondisi kekuatan tidak mendukung <i>disertai</i> Kelemahan yang dominan	Dukungan kekuatan yang dominan <i>disertai dengan</i> Kelemahan yang dominan juga

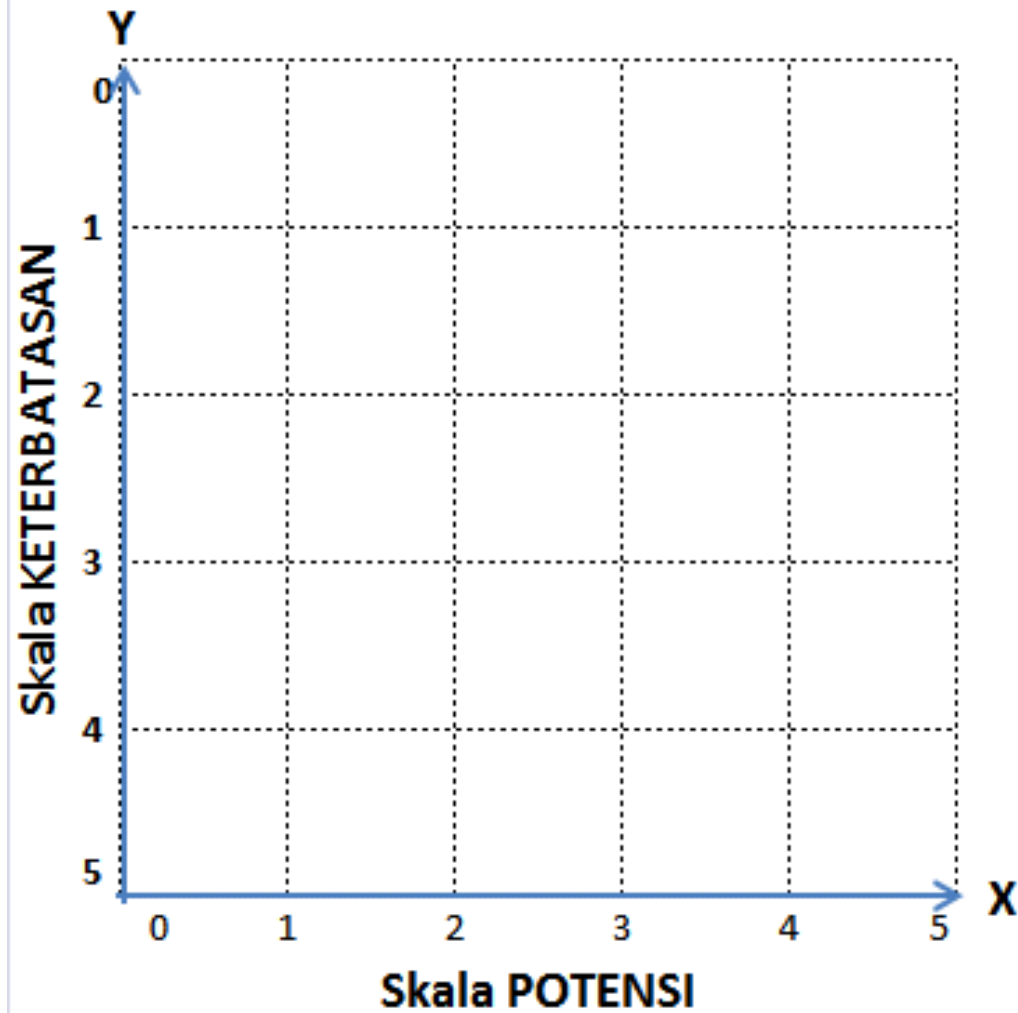
Skala kekuatan

Latihan : Peta Kekuatan kelemahan diri

Jenis Kegiatan Bisnis :

Kriteria	Kondisi yang ada saat ini	Gambaran Rendah	Penilaian					Gambaran Tinggi	Rata-rata
			1	2	3	4	5		
Kekuatan		Sifat ini tidak muncul sama sekali						Sifat ini sangat kental dan terlihat serta dibutuhkan untuk kegiatan yang dilakukan	x1
Kelemahan		Sifat ini muncul tapi tidak mengganggu kegiatan yang akan dilakukan						Sifat ini sangat menonjol dan menjadi penghambat dalam kegiatan yang akan dilakukan	Y1
Sumber Daya yang dimiliki		Sumber daya ini dimiliki tapi tidak serta merta dapat dipergunakan untuk kegiatan yang						Sumber daya ini dimiliki dan dapat dipergunakan untuk kegiatan yang dilakukan setiap saat	x2
Sumber Daya yang dibutuhkan tapi tidak dimiliki		Sumber daya yang tidak dimiliki tapi masih bisa diupayakan untuk dimiliki						Sumber Daya yang sama sekali tidak dimiliki dan sulit untuk dimiliki atau diperoleh	Y2

peta KESIMPULAN AKHIR



X1 = X2 =

Rata rata X =

Y1 = Y2 =

Rata rata Y =

4. BENTUK BADAN USAHA :

Usaha Swasta : Modal usahanya dimiliki seluruhnya atau sebagian besar oleh pihak swasta.

Usaha Negara (BUMN = Badan Usaha Milik Negara) : Perusahaan yang dimiliki secara mutlak ataupun sebagian besar oleh Negara.

Usaha Koperasi : Badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya, berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan.

Usaha Swasta.

Perusahaan perorangan / usaha dagang (UD), adalah usaha swasta yang pengusahanya/ pemilik perusahaan satu orang. Modal atau investasi dapat berupa uang, benda, tenaga(keahlian) yang semuanya bernilai uang. Pendiriannya dapat secara lisan, akta dibawah tangan, atau dengan akta Notaris (akta otentik) ; Tanggung jawab & manajemen : pribadi tidak terbatas

Persekutuan Komanditer (CV), merupakan persekutuan terbuka yg terang terangan menjalankan perusahaan, yaitu disamping satu orang atau lebih sekutu biasa yang bertindak sebagai pengurus, mempunyai satu orang atau lebih sekutu diam. Tanggung jawab atas hutang sekutu komanditer sebatas investasi uang mereka.

Perseroan Terbatas (PT), adalah badan hukum yang didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham, dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam undang undang serta peraturan pelaksanaannya. Dalam PT terdapat pemisahan kekayaan antara milik perusahaan dengan milik pribadi pengusaha.

Tahapan pendirian PT = Pembuatan Akta Notaris (Akte Pendirian /Anggaran Dasar) → Pengesahan Menteri Kehakiman → Wajib Daftar Perusahaan → Pengumuman dalam Tambahan Berita Negara.

Sesuai UU No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas tentang Modal Dasar, Modal yang ditempatkan dan modal yang disetor

Modal dasar, adalah sejumlah maksimum modal yang disebut dalam akta pendirian (minimal Rp.50.000.000,-); **Modal yang ditempatkan**, adalah modal yang disang gupkan oleh para pemegang saham (minimal 25 % dari modal dasar); **Modal yang disetor**, adalah modal yang benar benar telah disetor oleh para pemegang saham dalam kas perseroan (minimal Rp.12.500.000,-)

Organ Perseroan Terbatas : RUPS, Direksi dan Dewan Komisaris

Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), mempunyai wewenang yang tidak diberi kan kepada Direksi atau Dewan Komisaris dalam batas yang ditentukan dalam UU PT dan/atau Anggaran Dasar; **Direksi** atau Pengurus PT adalah organ yang mengu rus PT sehari-hari yg diangkat RUPS; **Dewan Komisaris** atau Pengawas PT adalah organ yang bertugas mengawasi kebijaksanaan Direksi dalam menjalankan persero an serta memberi nasehat kepada Direksi, Dewan Komisaris juga diangkat dan ber tanggung jawab kepada RUPS.

Kewajiban hukum pengusaha : TDP, SIUP, SKDU, SITU, HO,

Memperoleh Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP), Surat Keterangan Domisili Usaha (SKDU), Surat Ijin Tempat Usaha (SITU), Memperoleh ijin Undang Undang Gangguan (HO=Hinder Ordonnantie).

Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

RUPS dilaksanakan terbatas untuk badan usaha yang berbadan hukum PT (Perseroan Terbatas) sesuai UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, berlaku efektif 16 Agustus 2007. Untuk melaporkan hasil kinerja perusahaan (PT) yang dikelola oleh Direksi kepada para Pemegang Saham, yang diadakan paling lambat 6 bulan setelah tahun buku berakhir.

Wewenang RUPS antara lain :

Merubah Anggaran Dasar; Mengangkat dan memberhentikan pengurus & pengawas; Meminta pertanggungjawaban Direksi dan dewan Komisaris; Menentukan besarnya deviden yang akan dibagikan; dan hal-hal lain diluar hak-hak Direksi dan Dewan Komisaris.

Agenda RUPS. : Pembahasan yang dilakukan pada RUPST pada umumnya sbb :

1. Persetujuan Laporan Tahunan dan Pengesahan Perhitungan Tahunan meliputi :

- a. Penjelasan isi Laporan Direksi tahun buku.
- b. Penjelasan isi Perhitungan Tahunan (Laporan Keuangan)
- c. Meminta persetujuan Rapat terhadap Laporan Direksi dan Perhitungan Tahunan.
- d. Meminta pelepasan dan pembebasan (acquit et decharge) atas tindakan pengu rusan Direksi dan pengawasan Dewan Komisaris selama masa jabatannya, sepanjang diungkapkan dalam Laporan Keuangan.
- e. Menjelaskan mengenai Perkiraan perkembangan Perseroan atau rencana kerja

2. Penggunaan keuntungan perseroan, meliputi al :
 - a. Penjelasan usulan Direksi (Perseroan untung atau tidak).
 - b. Meminta persetujuan Rapat (dilakukan pembagian deviden atau tidak)
3. Penunjukan Akuntan Publik untuk melakukan audit tahun buku berikutnya dan penetapan honorariumnya.
4. Pengangkatan Direksi dan Dewan Komisaris Perseroan (jika ada), penentuan gaji dan / atau tunjangan Direksi dan honorarium Dewan Komisaris Perseroan serta pembagian tugas dan wewenang Direksi, meliputi al :
 - a. Perubahan susunan Direksi & Dewan Komisaris, bila ada.
 - b. Penetapan gaji dan / atau tunjangan Direksi dan honorarium Dewan Komisaris bisa dibuat dalam lampiran terpisah atau dikuasakan kepada Dewan Komisaris.
 - c. Pembagian tugas kepada Direksi dapat dikuasakan kepada Dewan Komisaris Perseroan.
5. Lain-lain, meliputi hal-hal lain yang ingin dibicarakan / dibahas dapat dimasukkan pada agenda ini.

UU No. 20 Tahun 2008: UMKM

- a. **Usaha Mikro** adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. **Usaha Kecil** adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. **Usaha Menengah** adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Kriteria UMKM

No	URAIAN	KRITERIA	
		ASSET	OMZET
1	USAHA MIKRO	Max 50 Jt	Max 300 jt
2	USAHA KECIL	> 50 jt - 500 jt	> 300 jt - 2,5 M
3	USAHA MENENGAH	> 500 jt - 10 M	> 2,5 M - 50 M

5. PENGEMBANGAN BISNIS (BUSINESS DEVELOPMENT)

5. Kebijakan Manajemen (Policy Management)

Merupakan analisis masa depan yaitu pemikiran jangka panjang pengembangan usaha, sebagai panduan kerja / pegangan kebijakan usaha dimasa yang akan datang, yang terdiri dari :

Kegiatan Usaha (What Business Are We In)

Adalah pernyataan singkat tentang aktivitas bisnis yang akan ditekuni,

Misal : Komponen automotif (karet, logam, listrik) ; Industri hasil perkebunan ; Pendidikan, Jasa transportasi pariwisata, dll.

Arah Yang Harus Ditempuh (Visi)

Merupakan pernyataan umum tentang arah yang harus dilihat dan ditempuh / dicapai dimasa yang akan datang sehubungan dengan usaha yang telah ditetapkan / ingin dicapai.

Visi ini ditentukan berdasarkan rencana pemilik & pimpinan dalam usaha mewujudkan impian perkembangan usahanya.

Misal :

- Menjadi Politeknik terbaik di Indonesia (terbaik = menjadi pilihan pertama untuk pencari sekolah dan pencari sumber daya manusia berkualitas)

Cara Mencapai Arah Yang Harus Ditempuh (Misi)

Menentukan bidang kegiatan usaha yang perlu ditekuni dan dikuasai untuk menjamin keberhasilan arah yang harus ditempuh. (visinya)

Misal:

- Menghasilkan lulusan Diploma III (D3) siap pakai dalam bidang terkait
- Menciptakan lingkungan akademis yang profesional untuk menumbuhkan kembangkan kompetensi dan potensi civitas academica

Analisa Usaha (SWOT).

Dalam merencanakan kebijakan perusahaan perlu dianalisis posisi saat ini, yang merupakan kegiatan peninjauan kembali posisi perusahaan saat ini sebagai start awal menuju hari depan yang akan dimasuki.

Dalam upaya ini harus dianalisa kekuatan diri (Strength), kelemahan diri (Weaknesses), serta kesempatan yang terbuka bagi perusahaan (Opportunity) dan ancaman yang membahayakan perusahaan yang datang dari luar / pesaing (Threats).

Analisis semacam ini lebih banyak dikenal sebagai analisis SWOT.

Bertitik tolak dari analisis SWOT bisa diketahui :

- Kekuatan (strength) dan kemampuan yang dimiliki yang dapat diandalkan dan dimanfaatkan sebagai bekal memasuki usaha dihari depan.
- Kelemahan (weaknesses) atau kekurangan yang ada pada diri sendiri yang perlu diperbaiki atau dicarikan jalan keluar pemecahannya agar tidak menjadi hambatan dikemudian hari.
- Kesempatan (opportunity) atau peluang pengembangan pasar atau bantuan yang datang dari luar yang dapat dimanfaatkan dan dinilai baik bagi perusahaan.
- Ancaman (threats) yang datang dari luar, yang bila tidak diperhatikan dengan seksama / benar dapat menghambat atau bahkan menggagalkan usaha dikemudian hari

Yang Harus Dimanajemeni (Kra – Key Result Area)

Merupakan bidang-bidang esensial atau vital yang harus dimanajemeni (perhatian khusus) untuk menunjang keberhasilan bisnis yang harus dijalankan

Bidang-bidang kegiatan dimana langkah dan tindakan yang akan dikerjakan dapat dianalisa terlebih dahulu dengan SWOT analisis, untuk mempertimbangkan prioritas KRA (Key Result Area) yang dipilih.

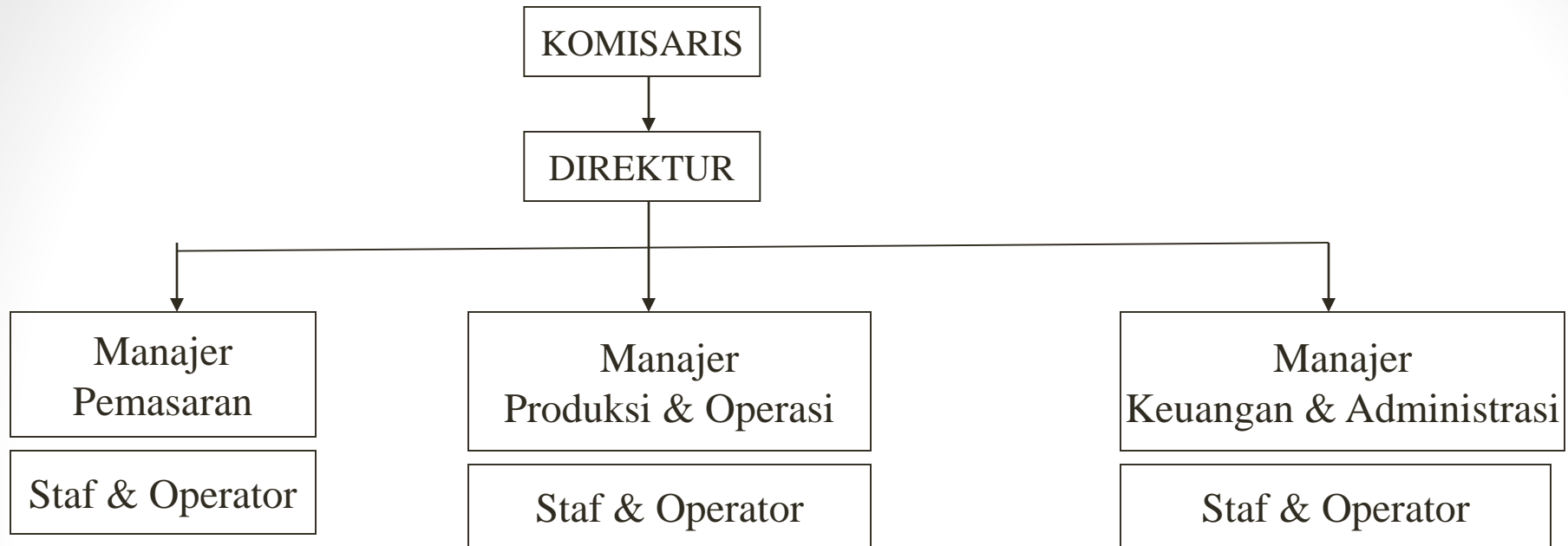
Dengan memperhatikan kekuatan dan kelemahan yang ada, serta peninjauan kinerja perusahaan dimasa lampau, dengan mudah dapat dipikirkan apa yang dapat dikerjakan atau akan dijangkau dimasa yang akan datang.

Untuk mewujudkan impian usaha yang dirumuskan dalam misi dan visi perusahaan, maka dapat dibuat rencana usaha / dirumuskan program kerja jangka panjang dan jangka pendek yang baik.

Misalnya :

- Pasar & jenis produk - Kepuasan pelanggan
- Teknologi - Produktivitas
- Pengelolaan keuangan - Manajemen SDM

Struktur Organisasi



Bentuk umum struktur organisasi untuk perusahaan industri skala menengah, umumnya kegiatan usahanya dibagi menjadi 3 bagian utama yaitu bagian Pemasaran, bagian Produksi & Operasional dan bagian Administrasi & Keuangan.

Perusahaan usaha skala menengah pada umumnya posisi jabatan Direktur diduduki oleh pemilik ahli, dan pemilik yang lain umumnya menjabat sebagai Komisaris, sedangkan pada posisi pimpinan bagian produksi umumnya dipegang oleh karyawan senior yang berpengalaman dari awal perusahaan tersebut berdiri, serta posisi pimpinan keuangan & administrasi umumnya dijabat oleh karyawan ahli keuangan atau keluarga pemilik, sedangkan pimpinan pemasaran umumnya dijabat rangkap oleh Direktur.

Uraian Tugas (Fungsi dan tugas pokok)

Fungsi dan tugas pokok dalam contoh ini diambil dari jenis perusahaan industri

Nama jabatan : Komisaris

Fungsi / tugas pokok : Melakukan pengawasan atas kepengurusan perseroan, yang dilaksanakan oleh Direksi.

Nama jabatan : Direktur.

Fungsi / tugas pokok : Menentukan arah kebijakan (Policy Management) yang meliputi seluruh aktivitas business (hal yang ingin dicapai dan cara untuk mencapainya) serta mengendalikan jalannya perusahaan.

Nama jabatan : Manajer Pemasaran.

Fungsi / tugas pokok :

- 1.Menggali / mengenal kebutuhan pasar yang sesuai atau tidak sesuai dengan hasil produk yang dibuat.
- 2.Merencanakan budget penjualan sesuai dengan policy perusahaan.
- 3.Mengkoordinasi pelaksanaan pemasaran dengan tetap mempertahankan customer yang ada dan menambah customer baru.
- 4.Dan lain lain.

Nama Jabatan : Manajer Operasional & Produksi

Fungsi / tugas pokok :

1. Memimpin dan mengkoordinasi kegiatan - kegiatan kepala seksi / regu bawahannya (produksi), dengan mengatur pelaksanaan proses produksi sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan, sehingga mencapai hasil quality, quantity dan delivery time yang ditetapkan oleh bagian Marketing.
2. Menetapkan standar produk (proses produksi, design dan biaya).
3. Dan lain lain

Nama Jabatan : Manajer Keuangan & Administrasi

Fungsi / tugas pokok :

1. Memimpin dan mengkoordinasi kegiatan kepala seksi bawahan / staff, sehingga mencapai hasil yang optimal.
2. Menetapkan laporan keuangan perusahaan secara periodik.
3. Menetapkan keputusan masalah kepersonaliaan dan umum.
4. Dan lain lain.

Nama Jabatan : Operator / Pelaksana / Staft

Fungsi / tugas pokok :

1. Melaksanakan tugas sesuai dengan ketentuan yang diminta atasan.
2. Dan lain lain

6. Aktivitas Manajemen (Activity Management).

Aktivitas manajemen adalah rangkaian proses dalam upaya menjabarkan Kebijakan Manajemen (policy management) menjadi perumusan tindakan operasional lengkap dengan kontrolnya.

Hasil akhir dari proses tersebut adalah suatu perangkat aktivitas manajemen **Kebijakan Perusahaan dan Rencana Kerja** yang dapat menjadi pedoman bagi semua jajaran operasional dalam melaksanakan kegiatan sehari-hari secara terpadu dalam rangka mendukung kebijakan perusahaan (company policy).

Unsur unsur 5W 2H

Untuk memanajementi aktivitas yang perlu dan akan dikerjakan dan menjamin terlaksananya program serta tercapainya sasaran usaha, sebaiknya memperhatikan unsur 5W 2H, yakni merumuskan :

What : Apa yang perlu dikerjakan dan dibidang apa.

Why : Alasan mengapa hal itu perlu & penting untuk dikerjakan.

Where: Dimana atau dibagian mana hal itu dapat dikerjakan.

When : Kapan hal itu harus dimulai dan atau kapan berakhir.

Who : Siapa dapat mengerjakan hal itu & siapa perlu ikut serta.

How : Bagaimana cara / strategi pelaksanaan yang paling baik. Dirumuskan langkah langkah dan tindakan

How much: Berapa banyak dana dibutuhkan untuk melaksanakan.

Rapat Kerja Perusahaan (Planning Cycle)..

Rapat kerja tahunan perusahaan umumnya dilaksanakan pada akhir tahun untuk membahas pemikiran memasuki pertumbuhan dan pengembangan usaha lebih lanjut dalam bentuk perencanaan pengembangan usaha yang layak dan konkrit. Kegiatan perencanaan ini adalah suatu rangkaian proses merancang yang meliputi antara lain :

- Seperti apa gambaran perusahaan ini dimasa yang akan datang ;
- Apa yang perlu dikerjakan untuk mencapai yang diinginkan ;
- Cara apa yang perlu ditempuh ;
- Kapan diharapkan dapat terwujud ;
- Siapa yang bertanggung jawab dan lain sebagainya.

Hasil pembahasan yang dilakukan dalam rapat kerja meliputi, al :

- Kebijakan perusahaan (Direksi) 1 tahun dan atau 5 tahun, → (Direksi)
- Target yang ingin dicapai (Key Performance Indicator), → (Direksi)
- Rencana Kegiatan / Rencana Kerja. → (Manager)
- Rencana Pengendalian / PDCA (Deming cycle). → (Rapat Pimpinan)

Catatan : Kebijakan dan target harus Kuantitatif (Terukur / dapat dihitung)

Rangkuman Policy & Activity Mngt

Kekuatan (strength)	WBAWI: V I S I : M I S I : K R A :	Kelemahan (weaknesses)
Kesempatan (opportunity)		Ancaman (threats)

KEBIJAKAN (TARGET / KPI):

Pemasaran (sasaran, sarana, target , dll) :

Operasional (manajemen & sdm, laporan2, dll) :

Produksi / Teknologi (standarisasi), :

Keuangan (modal kerja, laporan2,dll) :

Qualitas (standar, kontrol) :

RENCANA KERJA

Program :

No.	Aktifitas	Target	Pic	Budget	Schedule	Keterangan
....

RENCANA PENGENDALIAN (RAPAT PIMPINAN)

8 PEMASARAN (MARKETING)

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Definisi ini berdasarkan pada konsep inti, yaitu : kebutuhan, keinginan dan permintaan; produk, nilai, biaya dan kepuasan; pertukaran, transaksi dan hubungan; pasar, pemasaran dan pemasar.

Adapun tujuan pemasaran adalah mengenal dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk cocok dengannya dan dapat terjual dengan sendirinya.

Idealnya pemasaran menyebabkan pelanggan siap membeli sehingga yang tinggal hanyalah bagaimana membuat produknya tersedia.

Proses pemasaran, terdiri dari analisa peluang pasar, meneliti dan memilih pasar sasaran, merancang strategi pemasaran, merancang program pemasaran, dan mengorganisir, melaksanakan serta mengawasi usaha pemasaran.

Konsep Penjualan (Product oriented), menjual apa yang dibuat daripada membuat apa yang pasar inginkan.

Konsep Pemasaran (Market oriented), menentukan kebutuhan dan keinginan pasar dan mengirimkan produk atau jasa yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dari pada yang dilakukan pesaingnya

Pemasaran adalah:
kegiatan meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen (*probe*), dalam menghasilkan barang dan jasa (*Product*).

Tujuan pemasaran adalah: bagaimana agar barang dan jasa yang dihasilkan disukai, dibutuhkan, dan dibeli oleh konsumen.

Untuk dapat mencapai tujuan diperlukan:
Perencanaan pemasaran sebagai berikut:

Perencanaan Pemasaran

1. Penentuan kebutuhan pasar
2. Memilih pasar sasaran khusus yaitu:
 - Pasar individu
 - Relung pasar
 - Segmentasi
3. Pemilihan strategi pasar
 - Kaitan dgn marketing Mix
 - Product, price, promotion & place
4. Menempatkan strategi pasar dlm persaingan (Market driven)

TAHAPAN STRATEGI PEMASARAN

1. Menguji situasi pemasaran saat ini

- Evaluasi kinerja sebelumnya, maupun saat ini
- Mengkaji persaingan
- Menguji kekuatan dan kelemahan internal
- Menganalisa lingkungan eksternal

Dilakukan melalui :

- Pengamatan terhadap kondisi ekonomi, lingkungan alam, sosial budaya, hukum/peraturan dan teknologi.

2. Menyertakan kesempatan dan menentukan sasaran

- Menyertakan produk dan target pasar
- Menentukan target yang terukur dan spesifik

Dalam menilai peluang pemasaran yang baru dan menetapkan target, melalui :

- Penetrasi pasar : menjual lebih banyak produk di pasar yang ada
- Pengembangan produk : menciptakan produk baru di pasar saat ini
- Pengembangan pasar : menjual produk ke pasar yang baru

3. Mengembangkan strategi pemasaran

- Segmen pasar, untuk menganalisis konsumen bukan produk, dipengaruhi oleh :
 - Geografis (daerah, ukuran besar & kecil kota, kepadatan penduduk).
Di Bandung lebih banyak membeli minuman Jahe panas dari pada Jakarta
 - Demografis (terkait umur, jenis kelamin, suku, agama, pendapatan, pendidikan).
Restoran Sate kambing berhasil meraih pembeli sasaran usia < 50 tahun
 - Psikografis (tingkat sosial, gaya hidup dan kepribadian).
 - HP BlackBerry yang memosisikan diri sebagai sebuah merek mewah global
- Memilih pasar sasaran (target market), yaitu pelanggan spesifik, golongan atau segmen segmen yang diinginkan untuk membeli produknya
- Posisi produk, adalah proses perancangan pesan dan kebijakan yang memosisikan pada posisi kompetitif. Dilakukan melalui promosi, produk, distribusi dan harga untuk membedakan suatu yang baik dibanding pesaing.
- Mengembangkan Bauran pemasaran, adalah strategi gabungan empat elemen kunci pemasaran : produk, harga, distribusi dan promosi yang digunakan untuk memasarkan produk

STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX)

■ PRODUK,

Barang, jasa atau gagasan yang dipasarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Meliputi pengemasan, merk dagang, design, harga, citra, pelayanan, waktu pengiriman, berbagai fitur, gaya, jasa, mutu, jaminan keabsahan dan situs Web.

Strategi perluasan pemasaran produk :

➤ Strategi penetrasi pasar,

Pertimbangkan apakah produknya bisa lebih banyak menguasai pasar-pasar yang ada.

➤ Strategi pengembangan pasar.

Pertimbangkan apakah dapat menemukan atau mengembangkan pasar-pasar baru untuk produk yang ada saat ini

➤ Strategi pengembangan produk

Pertimbangkan apakah dapat mengembangkan produk baru karena adanya pembeli potensial di pasar yang ada.

Kemudian tinjau ulang, peluang untuk mengembangkan produk baru untuk pasar-pasar yang baru dengan strategi keragaman (difersification strategy)

■ HARGA,

Untuk menetapkan harga harus mempertimbangkan Biaya (cost), Margin atau kenaikan harga dan Kompetisi.

➤ Biaya,

Dihitung biaya-biaya yang secara langsung berhubungan dengan produk atau jasa

➤ Margin atau kenaikan harga,

Dihitung kenaikan harga yang dijual ditoko, oleh Peritel dari produk tersebut

➤ Kompetisi,

Produk yang tidak memiliki perbedaan yang signifikan maka penetapan harga tidak jauh berbeda, namun bila produk yang sama diberi inovasi maka akan terjadi perbedaan yang harga yang besar

■ DISTRIBUSI,

Cara penyampaian produk dari produsen ke konsumen (mudah untuk dibeli saat dibutuhkan).

■ PROMOSI,

Teknik mengkomunikasikan suatu produk yang digunakan untuk berinteraksi ke target pasar.

Meliputi : iklan, promosi penjualan, pemasaran langsung, hubungan masyarakat, media sosial

Strategi dan kiat pemasaran dari sudut pandangan Penjual dan Pembeli :

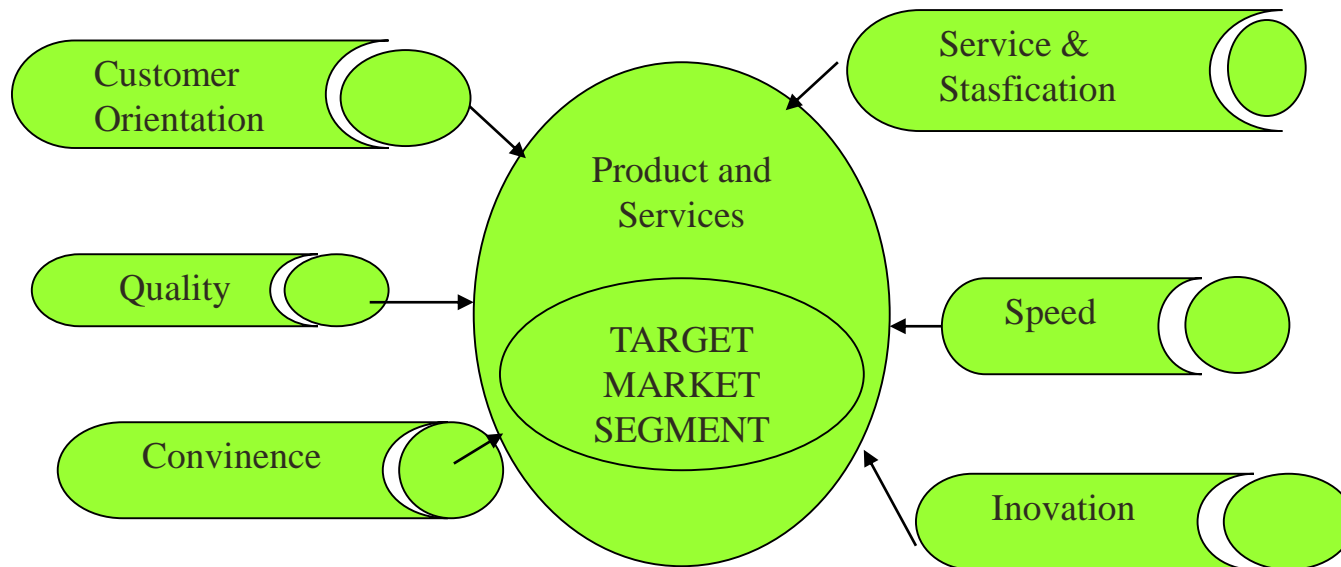
- a. Pandangan penjual (4P) adalah tempat yang strategis (*place*), produk yang bermutu (*product*), harga yang kompetitif (*price*) dan promosi yang gencar (*promotion*).
- b. Pandangan pembeli (4C) adalah kebutuhan dan keinginan pelanggan (*customer needs and wants*), biaya pelanggan (*cost to the customer*), kenyamanan (*convenience*) dan komunikasi (*communication*).

Kepuasan Pelanggan.

Tujuan akhir dan konsep, kiat dan strategi pemasaran adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (“*Total Customer Satisfaction*”).

Kepuasan pelanggan sepenuhnya bukan berarti memberikan kepada apa yang menurut kita keinginan dari mereka, tetapi apa yang sesungguhnya mereka inginkan serta kapan dan bagaimana mereka inginkan. Atau secara singkat adalah memenuhi kebutuhan pelanggan.

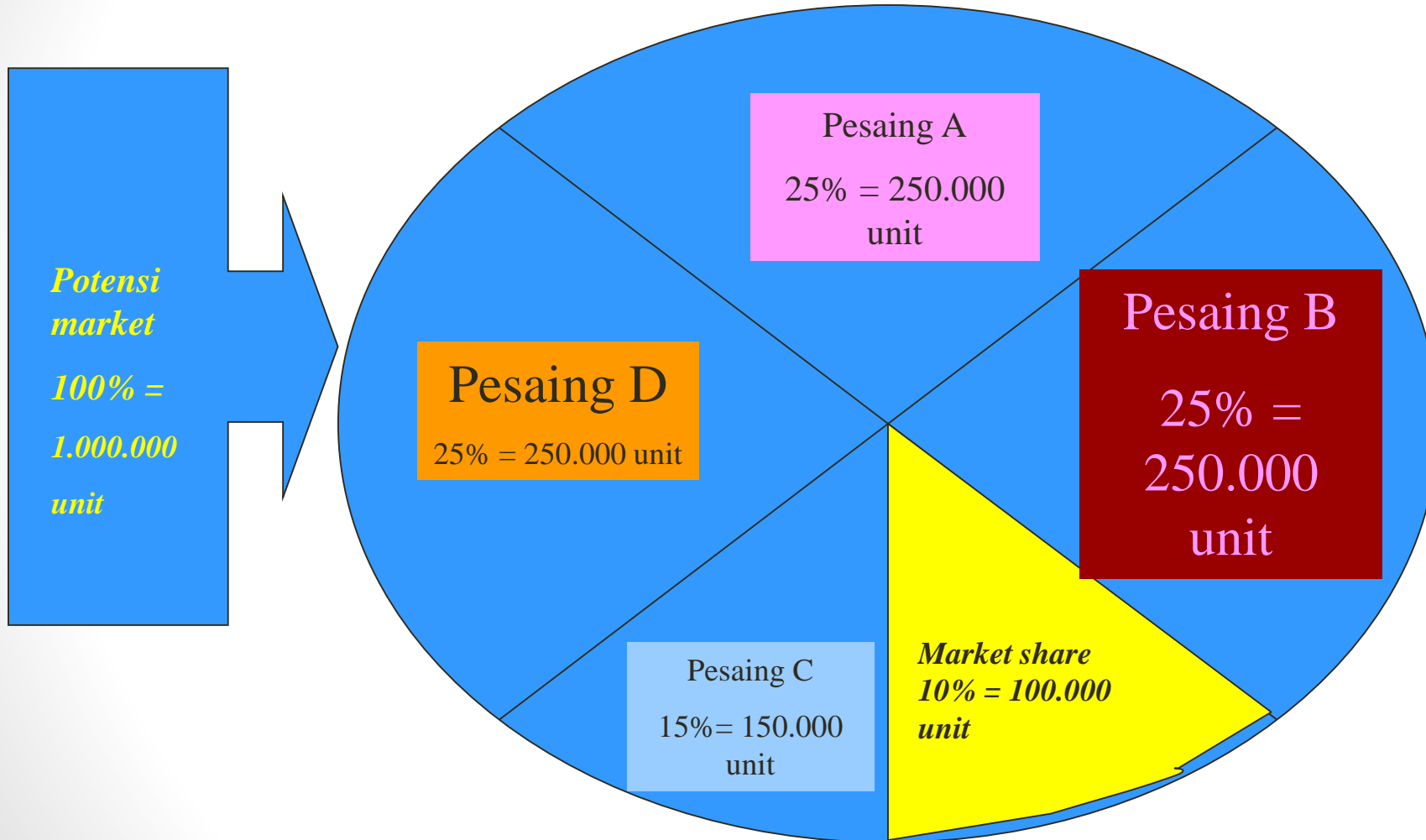
Strategi Market Driven



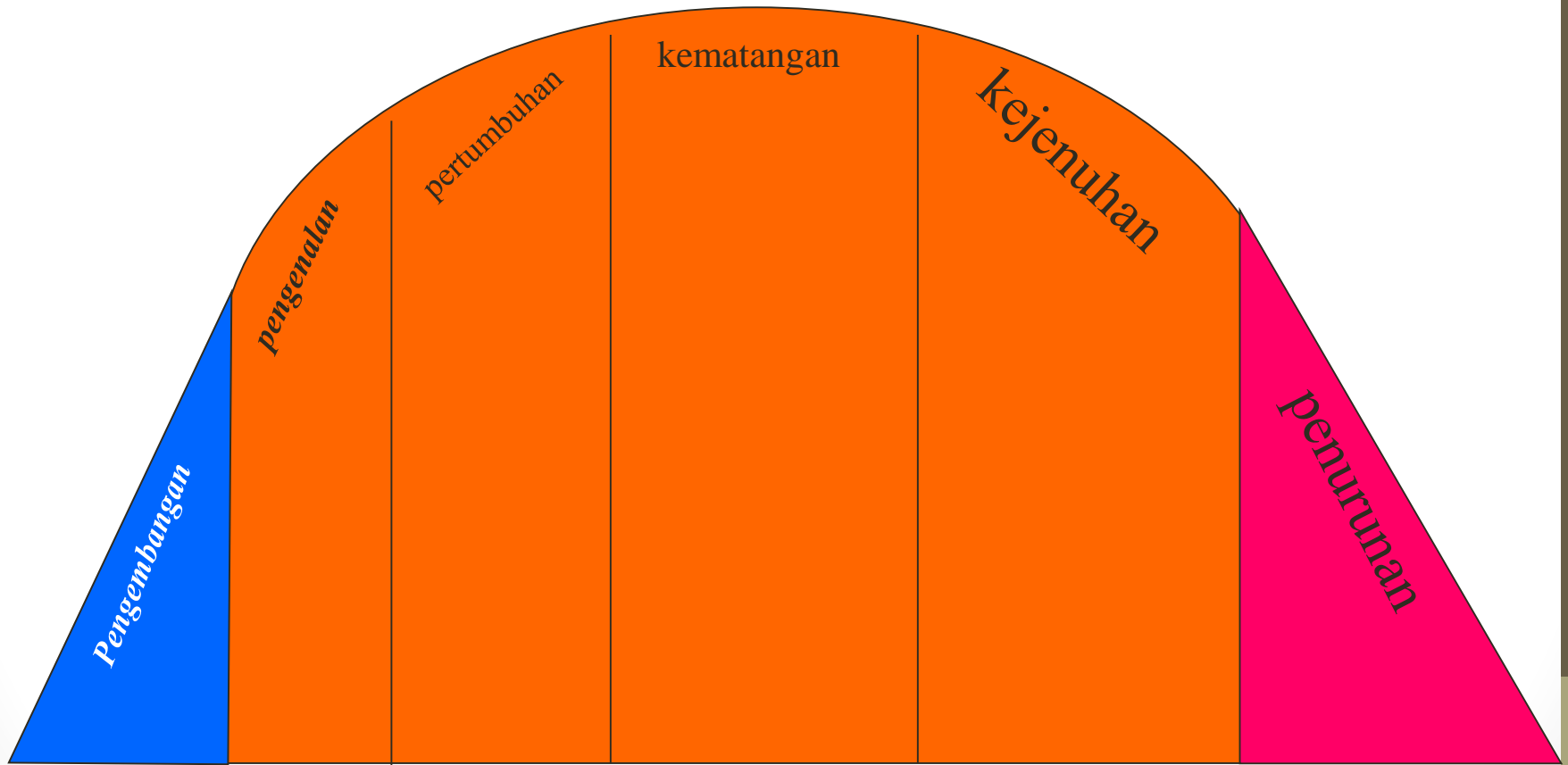
Strategi Pasar:

1. Penelitian & pengembangan pasar (**probe**)
2. Produk (**Product**)
Thp pengembangan, pengenalan, pertumbuhan, kematangan, kejenuhan, penurunan
3. Tempat (**Place**)
Saluran distribusi, tempat usaha, tata letak
4. Harga (**Price**)
Penetration, skimming, sliding down, Follow-the leader-pricing.
5. Promosi (**Promotion**)
Iklan, Sales promosi, dll

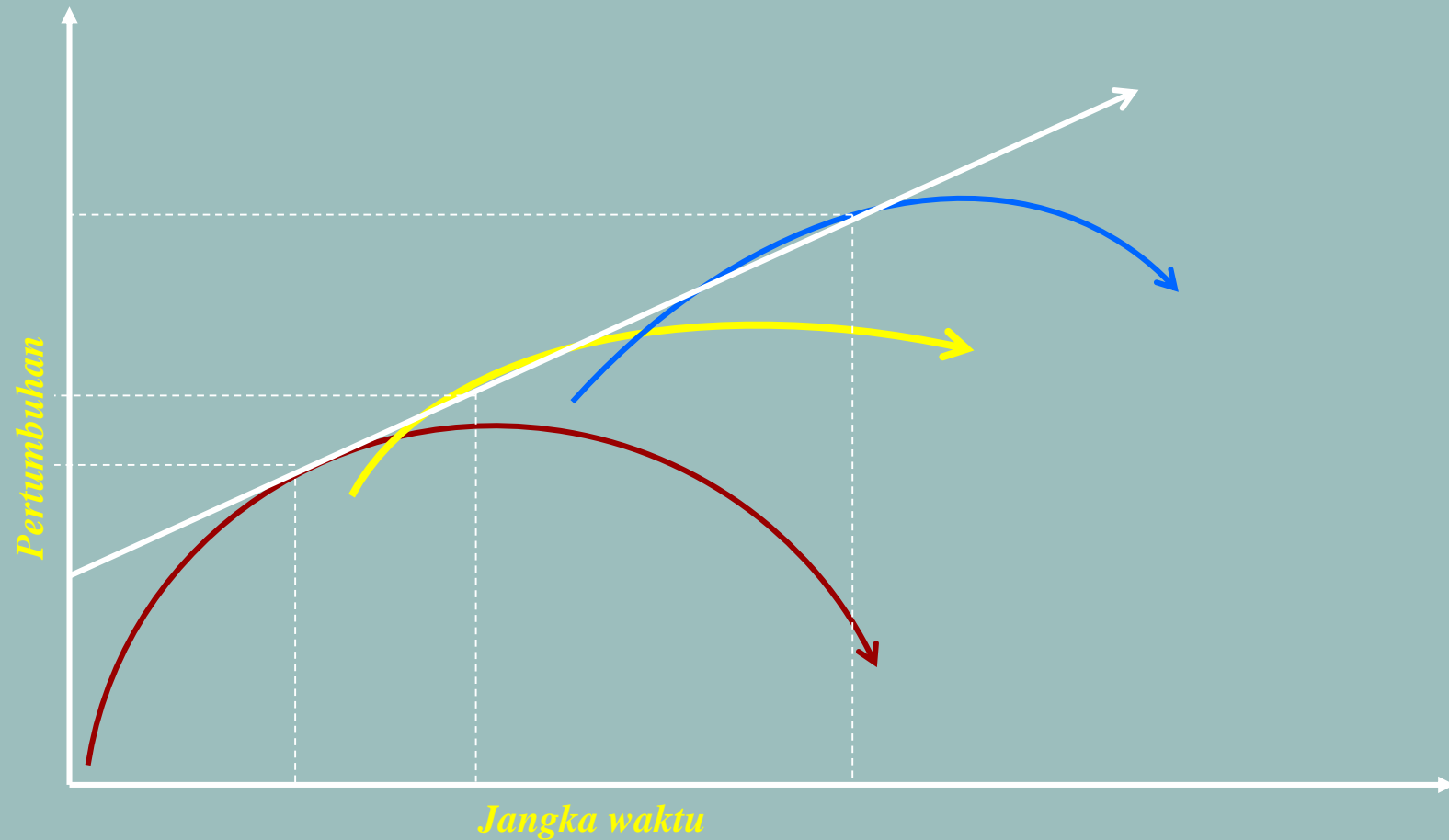
Strategi Pasar:



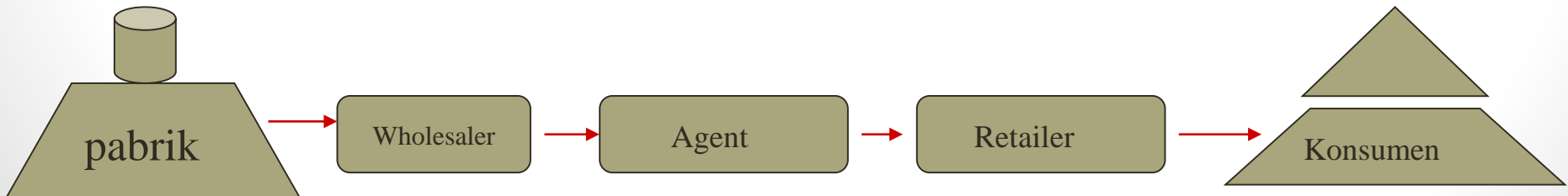
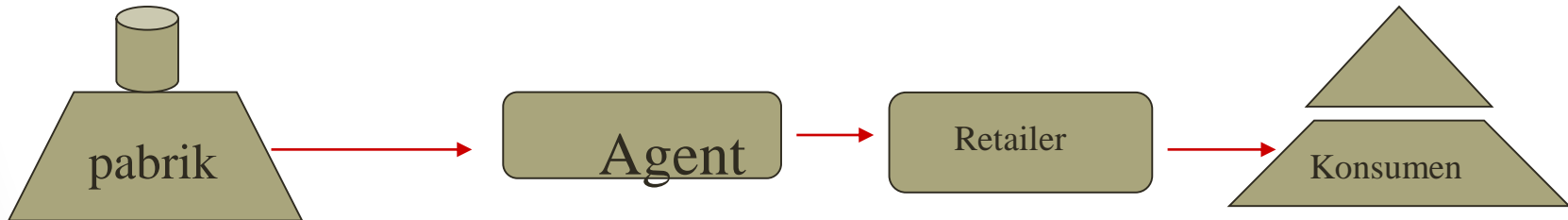
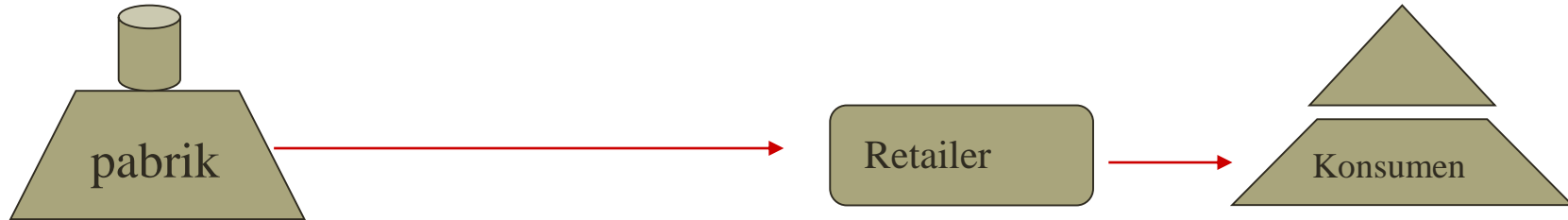
Product life cycle (PLC)



Strategi Daur Hidup Produk



Saluran distribusi



Srategi Harga

1. Startegi Penetrasi Harga (*Price Penetration*)

Menetapkan harga dibawah harga normal.

2. Strategi Harga Skiming (*Skimming Price*)

Menetapkan harga diatas harga normal.

3. Strategi “ *Sliding –Down-The- Demand- Curve* ”

Tujuan dari strategi ini adalah untuk merebut keunggulan bersaing melalui keunggulan teknologi.

4. Strategi “ *Follow –the- Leader- pricing* ”

Biasa dilakukan oleh pedagang kecil dengan mengamati berbagai kebijaksanaan harga pesaing dan harga individual dengan meninjau periklanannya.

Penentuan Harga pokok

1. Strategi *Cost Plus Pricing*

**Harga
penjualan**

=

Biaya Produksi

+

Biaya penjualan & Administrasi

+

Profit margin

HP penjualan

The diagram illustrates the Cost Plus Pricing strategy. It features a horizontal equation: 'Harga penjualan' (Sales Price) equals 'Biaya Produksi' (Production Cost) plus 'Biaya penjualan & Administrasi' (Sales & Administrative Costs) plus 'Profit margin'. Below this equation, a teal box labeled 'HP penjualan' (Sales Price) has a large white upward-pointing arrow. A yellow line with arrows at both ends connects the 'HP penjualan' box to the 'Biaya Produksi' and 'Biaya penjualan & Administrasi' boxes, indicating that the sales price is used to determine these costs.

Strategi Break Even Point (BEP)

$$\text{Harga jual BEP} = \frac{\text{Laba} + \left[\text{Biaya variabel/unit} \times \text{Jml produk} \right] + \text{Total biaya tetap}}{\text{Jumlah produksi}}$$

Contoh:

$$\begin{aligned} \text{Harga jual BEP} &= \frac{0 + \left[\text{Rp. 101.000} \times 10.000 \text{ unit} \right] + \text{Rp. 20.000}}{10.000 \text{ Unit}} \\ &= \text{Rp. 104.5000 per Unit} \end{aligned}$$

Promosi

Promosi merupakan cara berkomunikasi dlm menawarkan barang & jasa supaya konsumen mengenal dan membeli.

Ada beberapa jenis promosi, yaitu :

- 1. Periklanan.*
- 2. Promosi Penjualan.*
- 3. Wiraniaga.*
- 4. Pemasaran langsung.*
- 5. Humas.*

Pasar vs Pemasaran

- Pasar merupakan faktor utama yang menentukan kelangsungan sebuah bisnis
- Sedangkan pemasaran merupakan suatu alat atau metode untuk memenangkan pasar

Rencana Kerja dan Target Pemasaran

Meliputi :

1. Ringkasan Pelaksanaan.

Ringkasan rencana pelaksanaan singkat tujuan utama dan rekomendasinya.

2. Situasi pemasaran saat ini

Informasi tentang pasar (ukuran pasar segmen demi segmen), efektifitas produk, persaingan, strategi kualitas produk, penetapan harga, bentuk promosi. dll

3. Ancaman dan kesempatan.

Untuk mengetahui ancaman & kesempatan terbesar yang mungkin dihadapi produk

4. Strategi pemasaran,

Strategi pemasaran secara rinci (rencana permainan) untuk mencapai sasaran.

5. Rencana tindakan,

Untuk mengetahui sesuatu yang dilakukan, waktu pelaksanaan, orang yang bertanggung jawab, jumlah biaya yang diperlukan

6. Anggaran dan Target,

Penetapan anggaran / budget dan target yang harus dicapai.

7. Pengendalian.

Proses pengukuran pencapaian hasil pada periode tertentu di pasar dan mengevaluasi sebab terjadinya perbedaan rencana dan hasil untuk menjamin tercapainya sasaran pemasaran.

9. KEUANGAN (FINANCIAL REPORT).

FUNGSI AKUNTASI.

Akuntansi ialah proses penghimpunan, pencatatan, pengklasifikasian, peringkasan, pelaporan dan penganalisaan aktivitas keuangan. Akuntansi menghasilkan laporan yang menerangkan kondisi keuangan pada sebuah perusahaan atau organisasi.

Prosedur akuntansi didasarkan atas tiga unsur yaitu :

Aktiva ialah modal/kekayaan yang dimiliki oleh pemilik perusahaan yang berwujud seperti uang, peralatan, gedung atau barang tak berwujud (merk, hak cipta dll).

Utang adalah pinjaman yang diperoleh dari kreditor.

Modal pemilik ialah jumlah investasi pemilik diperusahaan dikurangi jumlah utang. Dengan kata lain ekuiti pemilik adalah kekayaan bersih.

Aktiva = Utang + Modal Pemilik.

Neraca, ialah laporan keuangan yang berupa ringkasan posisi keuangan pada waktu tertentu. Neraca menyajikan rincian persamaan akuntansi : aset, utang dan modal pemilik.

CONTOH :

PT. ABCDE
NERACA,
Per 31 Desember 20015 (dalam ribuan rupiah)

HARTA		KEWAJIBAN DAN MODAL	
Harta lancar		Kewajiban jangka pendek	
Kas	5.000	Utang usaha	50.000
Piutang usaha	50.000	Utang pajak	5.000
Persediaan barang	39.000		
Biaya dibayar dimuka	2.000		
Total harta lancar	96.000	Total Kewajiban jangka pendek	55.000
Harta tetap		Kewajiban jangka panjang	
Tanah & Bangunan	200.000	Kredit usaha dari Bank	100.000
(Akum penyusutan bangunan)	(10.000)		
Kendaraan	80.000	Total kewajiban jangka panjang	100.000
(Akum penyusutan kendaraan)	(16.000)	Total kewajiban	155.000
Total Harta Tetap	254.000		
		MODAL	
		Modal sendiri	150.000
		Laba ditahan	45.000
		Total Modal	195.000
TOTAL HARTA	350.000	TOTAL KEWAJIBAN & MODAL	350.000

Laporan Laba rugi, ialah laporan keuangan yang memberikan informasi mengenai kinerja perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Dalam laporan ini termuat informasi mengenai penerimaan dan pengeluaran perusahaan sehingga menghasilkan laba atau rugi.

CONTOH :

PT. ABCD
LAPORAN LABA RUGI,
Untuk Tahun yang Berakhir pada 31 Desember 2015 (dalam ribuan rupiah)

Penjualan bersih		200.000	100 %
Harga Pokok Penjualan (HPP)		<u>104.000</u>	52 %
Keuntungan kotor		96.000	48 %
Biaya penjualan			
➤ Biaya iklan	2.000		
➤ Biaya komisi agen penjual	<u>10.000</u>		
Total Biaya Penjualan		(12.000)	6 %
Biaya Umum dan Administrasi			
▪ Biaya penyusutan	26.000		
▪ Biaya Gaji	5.000		
▪ Telepon, Air, Listrik dan sewa	<u>3.000</u>		
Total Biaya Umum dan Administrasi		(34.000)	17 %
Laba sebelum Pajak		50.000	25 %
Pajak Penghasilan		5.000	
Laba Bersih Setelah Pajak		45.000	

Laporan arus kas, menyajikan secara sistematis informasi tentang penerimaan dan pengeluaran kas selama jangka waktu tertentu. Laporan arus kas melacak penerimaan dan pengeluaran kas perusahaan sehingga dapat memberikan cara untuk merespon dan melokalisir permasalahan arus kas.

Laporan arus kas dibagi menjadi 3 kelompok yaitu Kegiatan :

1. *Operasi*, yg meliputi transaksi yang berakibat pada kas, yg menjadi penentu rugi laba.
2. *Pembelanjaan* yang berhubungan dengan pembelian dan penjualan aktiva tetap.
3. *Investasi* yang meliputi kegiatan membeli aktiva tetap untuk fasilitas produksi dan menjualnya kembali pada saat sudah tidak terpakai.

Contoh Laporan Arus Kas

1). Kegiatan operasi :

Dari penjualan produk / jasa	+ a)
Untuk membayar bahan baku, upah karyawan	- b)

2). Kegiatan pembelian :

Dari pinjaman bank	+ c)
Untuk mengangsur pinjaman, mobil,	- d)

3). Kegiatan investasi :

Dari penjualan peralatan kantor	+ e)
Untuk membangun asrama, Showroom	- f)

Penerimaan kas bersih $X = 1) + 2) + 3)$

Saldo kas awal	Y
------------------------	---

Saldo kas akhir	$Z = X + Y$
-------------------------	-------------

Perencanaan keuangan

Perencanaan keuangan, adalah panduan perusahaan untuk mencapai tujuan dan membantu peningkatan nilai perusahaan dan memberi peluang untuk memperkirakan jumlah dan penetapan waktu investasi dan pembiayaan yang diperlukan.

Peramalan atau **Proyeksi** pengembangan adalah permintaan yang diramalkan untuk produk /jasa perusahaan (peramalan penjualan) dan keuangan lainnya serta data operasi lainnya, dibagi menjadi dua yaitu :

Peramalan jangka pendek atau rencana pengoperasian, pendapatan proyek, biaya barang, pengeluaran operasi/tenaga kerja. Sehingga akan menjadi dasar anggaran kas yang memprediksikan arus kas masuk dan kas keluar

Peramalan jangka panjang, atau rencana strategis dgn cakupan waktu 2–5 thn.

Dengan kedua peramalan tsb, manajemen dapat menaksir dampak keuangan berbagai strategi perusahaan, misalnya hasil investasi keuangan pada fasilitas dan peralatan baru, pengembangan produk baru, dll.

Anggaran, berupa peramalan pendapatan dan pengeluaran. Anggaran merupakan cara untuk mengendalikan pengeluaran dan membandingkan dengan pelaksanaan nyata peramalan.

Anggaran kas membantu rencana perusahaan untuk modal / asset tetap (pabrik dan perlengkapannya), sehingga anggaran kas menjamin bahwa perusahaan mempunyai dana yang cukup

Anggaran operasi memadukan peramalan penjualan dengan perkiraan biaya produksi dan pengeluaran biaya operasi untuk peramalan laba.

Contoh

PT. AIUEO
ANGGARAN OPERASIONAL,
Periode tahun 2008 (dalam ribuan rupiah)

	Anggaran	Aktual	Perbedaan
Penjualan	180.000	200.000	20.000
Harga pokok penjualan	<u>(100.000)</u>	<u>(104.000)</u>	<u>(4.000)</u>
Keuntungan kotor	80.000	96.000	16.000
Biaya penjualan			
•Biaya iklan dan promosi	1.000	2.000	1.000
•Biaya Komisi agen penjual	<u>15.000</u>	<u>10.000</u>	<u>-5.000</u>
Total biaya penjualan	(16.000)	(12.000)	-4.000
Biaya umum dan administrasi			
➤ Biaya penyusutan	26.000	26.000	0
➤ Biaya gaji	3.000	5.000	2.000
➤ Telepon, air, listrik dan sewa	<u>3.000</u>	<u>3.000</u>	<u>0</u>
Total biaya umum dan administrasi	(32.000)	(34.000)	2.000
Laba sebelum pajak	32.000	50.000	18.000
Pajak penghasilan	<u>3.200</u>	<u>5.000</u>	<u>1.800</u>
Laba bersih setelah pajak	28.800	45.000	16.200

10. PRODUKSI & MANAJEMEN

KUALITAS

Untuk mendapatkan hasil kualitas yang terukur, maka diperlukan beberapa dokumen teknik & proses operasional produksi, antara lain sbb :

Dokumen SOP (Standar Operation Prosedure), untuk panduan operator dalam melaksanakan proses produksi agar mendapatkan hasil produk yang standar / tetap.

Dokumen FPP (Flow Process Plan), untuk mengetahui urutan proses produksi, mesin yang dipakai, waktu yang diperlukan untuk setiap proses produksi. Hal ini berguna untuk acuan dalam merencanakan waktu dan perencanaan proses produksi.

Dokumen QA (Quality Assurance), merupakan standar pedoman kualitas produk yang harus dipenuhi sesuai permintaan pelanggan.

Dokumen CC (Cost Calculation), yaitu dokumen yang memuat daftar harga dari setiap item / bagian produk yang akan dibuat.

Dokumen PPIC (Perencanaan Produk dan Inventory Control), adalah dokumen perencanaan produksi serta pengontrolan hasil produk yang telah diproduksi.

Dokumen dokumen tersebut diatas mempunyai format bentuk yang bermacam macam sesuai dengan jenis industri dan karakter produk yang dibuat.

SUMBER DAYA MANUSIA

Prestasi kerja,

Pedoman penilaian prestasi kerja karyawan, umumnya dapat dilihat dari factor antara lain : Kualitas kerja, Kwantitas kerja, Penggunaan jam / waktu kerja, Pengetahuan tentang pekerjaan, Pelaksanaan instruksi cara baru, Perencanaan kerja, Sikap kerja, Inisiatif, Keandalan, Kehadiran, Kerjasama, Pelaksanaan Peraturan Perusahaan.

Penilaian prestasi kerja karyawan sebaiknya dilakukan setiap periodik tertentu sebagai dasar pertimbangan untuk menentukan peningkatan besarnya gaji dan jabatan / pangkat.

Penilaian prestasi kerja karyawan sebaiknya dilakukan secara terbuka artinya hasil penilaian disepakati dan dimengerti bersama oleh atasan (penilai) dan bawahan (yang dinilai)

Status, penggolongan kepangkatan dan penggajian karyawan.

Penetapan status karyawan (status tetap, status, kontrak, status harian lepas) harus disesuaikan dengan kebutuhan sumber daya perusahaan.

Penggolongan kepangkatan karyawan tetap disesuaikan dengan fungsi, tugas dan jabatan karyawan, serta penggolongan kepangkatan ini untuk menentukan besarnya standar penggajian.

Contoh tabel standard penggolongan karyawan :

Golongan / level	Jabatan	Std. Gaji
Gol. I (A s/d G)	Operator / Pelaksana	100 – 250
Gol. II (A s/d F)	Ka. Regu / Mandor	200 – 450
Gol. III (A s/d E)	Ka. Seksi / Supervisor/ Tenaga ahli junior	400 – 650
Gol. IV (A s/d D)	Ka. Bagian / Menejer / Tenaga ahli senior	600 – 800
Gol. V (A s/d C)	Pimpinan / Direksi	800 – 1000

Peraturan Perusahaan :

Peraturan Perusahaan merupakan suatu pedoman bersama antara pimpinan / pengusaha dan karyawan yang harus dipatuhi dalam menentukan syarat syarat dan kondisi kerja yang paling tepat, sebagai salah satu sarana untuk mewujudkan keharmonisan hubungan antara karyawan dan pimpinan / pengusaha.

Peraturan perusahaan meliputi al :

Ketentuan Umum, hubungan kerja, waktu kerja, pengupahan, perjalanan dinas, jaminan sosial dan kesejahteraan, penghargaan, keselamatan dan kesehatan kerja, hari libur / kerja, tata tertib kerja dan aturan kedisiplinan, putusnya hubungan kerja, penyelesaian keluh kesah, dll.

Sarana operasional kerja :

Sarana sarana kerja yang disediakan oleh perusahaan dan wajib dirawat oleh karyawan untuk menunjang produktivitas kerja yang meliputi antara lain :

Untuk kantor : meja, kursi, alat tulis kantor, komputer, telepon, pakaian kerja dll.

Untuk pabrik : mesin, peralatan kerja / safety, pakaian kerja, konsumsi dll.

Tugas kelompok

Presentasi tugas Kewirausahaan

(Hasil Usaha)

Materi Kuliah

KEWIRAUSAHAAN

Dipersiapkan
Sasmito Budi Utomo

Sumber:

1. *Ir. Ign. Sulastiyana.*
2. *Enis N. H.*
3. *Sumber lain terkait UMKM*

Terbatas untuk kalangan sendiri

Politeknik Manufaktur Astra

2016