



**Praktikum**  
**KEWIRAUSAHAAN**

Dr. Suwitho, M.Si  
Dr. Anindhya Budiarti, S.E., M.M.

**D3 AKUNTANSI**  
**D3 MANAJEMEN PERPAJAKAN**



**LABORATORIUM AKUNTANSI**  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA) SURABAYA  
2018/2019

# Praktikum

## KEWIRAUSAHAAN

Penulis : Dr. Suwitho, M.Si  
: Dr. Anindhya Budiarti, SE., M.M

Disain Cover : Mandiri Offset

Penerbit :



Jl. Kusuma 28 Berbek Waru Sidoarjo Jawa Timur

Telp. 031866881, 866887 Fax. 031 8662267

email: [Kanzunbook@yahoo.com](mailto:Kanzunbook@yahoo.com)

Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT)

Cetakan Pertama Januari 2019

*Dilarang mengutip, memfotocopi, memindahkan isi buku, baik sebagian maupun seluruhnya tanpa seizin penerbit.*

Halaman : 1 - 41

Ukuran : 21x29.7

Tebal Buku : 0,4 Cm

ISBN : 978-602-6326-46-1

Dicetak Oleh:

Percetakan MANDIRI OFFSET Surabaya

Jl. Klampis Semalang 1/26 Telp. 085100683005

Surabaya 60118 Jawa Timur

### Undang-undang No. 19 Tahun 2012

#### Sanksi Pelanggaran Pasal 72

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagai mana dimaksud dalam pasal 2 ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan / atau denda paling sedikit Rp. 1.000.000.00., (satu juta Rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan denda paling banyak Rp. 5.000.000.000.00., (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyebarkan, memamerkan, mengedarkan atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak cipta atau Hak terkait sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan / denda paling banyak Rp. 5.000.000.000 (lima miliar rupiah)

## BAB 1

### Menentukan Produk Yang Akan Dijual

**Catatan:**

**Peralatan yang wajib dibawa mahasiswa dalam pertemuan pertama adalah:**

**Kertas dan alat tulis**

Dalam usaha meraih kesuksesan dalam berwirausaha, seorang wirausaha atau yang juga dikenal dengan sebutan *entrepreneur*, harus memiliki kemampuan untuk menemukan, kemudian menawarkan produk yang dibutuhkan oleh pasar atau konsumen. Produk dan jasa yang ada di pasar pada saat ini sudah berjumlah ribuan. Terlepas dari tidak terbatasnya peluang bagi wirausaha-wirausaha baru, agar dapat bersaing secara efektif dengan pelaku usaha lain yang sudah ada, sangat penting untuk dapat menemukan produk yang memiliki keunggulan kompetitif.

Tugas anda pada pertemuan ini adalah:

1. Tentukan satu jenis usaha yang nantinya akan anda jual bersama rekan kelompok anda pada praktikum kewirausahaan ini!
2. Persyaratan usaha tersebut adalah sebagai berikut:
  - a. **Usaha harus bergerak di bidang Produk/Barang dan dibuat dari awal (*reselling* tidak diperbolehkan)**
  - b. **Usaha harus dapat dilakukan dalam waktu dekat**
  - c. **Usaha harus sesuai dengan akses dana yang dimiliki oleh kelompok**
  - d. **Usahakan produk/barang yang akan dijual memiliki keunikan tersendiri yang belum tersedia pada skala lokal, lebih baik lagi**

**nasional. Ini akan membantu kelompok dalam melakukan analisa pada poin-poin selanjutnya**

3. Tentukan nama Usaha dan Produk yang akan kelompok anda jual!. Usahakan memilih nama yang *se-catchy* mungkin, agar memberikan kesan menarik bagi konsumen yang menjadi target pasar anda.
4. Untuk membantu anda dalam menentukan usaha dan produk yang akan anda jual, dalam waktu kurang lebih 10-15 menit, lakukan analisa mandiri dengan kelompok anda sebagai berikut:
  - a. **Produk seperti apa yang anda sukai, nikmati, konsumsi, anda anggap menarik dan anda temukan manfaatnya?, analisa apakah hal-hal tersebut ada pada usaha dan produk yang anda jual!**
  - b. **Apabila anda menjadi konsumen, apakah anda berkenan untuk membeli produk tersebut?**
  - c. **Apakah 5 hingga 10 tahun kedepan produk tersebut masih bisa anda jual?**
  - d. **Apakah produk kelompok anda dapat meningkatkan kualitas hidup atau kerja dari konsumen anda?, bagaimana produk tersebut dapat melakukannya?**
  - e. **Apakah anda berkenan berinteraksi terhadap segmen konsumen potensial anda nantinya ketika anda menjual produk tersebut?**
  - f. **Apakah konsumen membutuhkan produk anda?**
  - g. **Berapa perkiraan harga produk tersebut nantinya?**
  - h. **Apakah konsumen yang menjadi target pasar anda mampu membeli produk anda?**
  - i. **Apa keunggulan produk anda dibandingkan produk yang telah ada di pasar?**

- j. **Kualitas yang lebih baik atau harga yang lebih murah. Mana yang dapat dengan lebih baik mencerminkan produk yang akan anda jual?**
5. Jadikan analisa yang dicerminkan oleh pertanyaan-pertanyaan diatas menjadi **alasan** dibalik usaha yang akan anda buat dan produk yang akan anda jual
  6. Catat alasan-alasan diatas dan siapkan diri anda untuk mempresentasikan usaha dan produk tersebut didepan kelas.
  7. Catat setiap masukan dan pertanyaan yang datang baik dari dosen ataupun kelompok lain untuk menjadi bahan perbaikan pada usaha dan produk tersebut.

## **PERHATIKAN!**

**Usaha dan produk yang telah anda tentukan hanya dapat dikembangkan atau diperbaiki. Usaha dan produk tersebut tidak dapat dirubah lagi hingga semester berakhir.**

**Tugas diluar kelas yang harus kelompok siapkan untuk pertemuan selanjutnya adalah:**

Setelah kelompok anda telah melakukan penciptaan usaha dan produk pada pertemuan ini. Siapkanlah logo dari usaha dan produk tersebut. Anda dapat menggunakan program *Corel, Photoshop*, atau sejenisnya, apabila tidak memiliki kemampuan yang cukup dalam mengoperasikan piranti lunak diatas kelompok dapat menggunakan kertas polos dan alat gambar. Kreasikan dan ciptakan logo usaha atau produk yang semenarik mungkin.

## BAB 2

### Menentukan Logo Usaha dan Produk Yang Akan Dijual

Catatan:

Peralatan yang wajib mahasiswa persiapkan untuk pertemuan ini adalah:

Laptop untuk mempresentasikan logo yang dibuat dengan piranti lunak

Atau

Kertas gambar yang bergambarkan logo yang sudah dibuat dengan alat gambar

Tentunya anda sudah tidak asing dengan istilah “Jangan menilai sesuatu hanya berdasarkan sampulnya saja”. Bagi wirausaha atau *entrepreneur*, logo dari merek usaha atau produk adalah sampul dari sebuah buku yang menggambarkan produk yang anda jual. Logo adalah impresi pertama yang didapatkan oleh konsumen ketika pertama kali melihat produk anda, dan besar kemungkinan bahwa logo tersebutlah yang akan menarik minat konsumen untuk membeli produk anda tersebut.

Tugas anda pada pertemuan ini adalah:

1. Dari logo usaha dan/atau produk yang sudah anda buat, dalam waktu kurang lebih 10-15 menit, analisa aspek logo tersebut dari segi berikut ini:
  - a. **Orisinalitas**, logo hampir dapat dipastikan akan menjadi sebuah merek dagang, yang diakui dan dilindungi hak kekayaan intelektualnya. Maka dari itu memang sudah seharusnya logo didesain sendiri. Namun terdapat kemungkinan lain bahwa logo yang sudah anda buat, memang terinspirasi dari logo lain yang sudah ada. Analisa keunikan dari logo yang sudah anda

buat baik ketika memang logo seutuhnya anda desain sendiri, atau terinspirasi dari logo lain yang sudah ada!

- b. **Memiliki kemampuan beradaptasi**, logo sebaiknya dapat mempertahankan aspek menarik yang dimiliki, baik ketika dikemas dalam bentuk, ukuran, dan warna yang berbeda. Analisa apakah logo anda masih terlihat menarik apabila bentuknya berubah (dari 2 dimensi menjadi 3 dimensi, dari gambar menjadi banner, dikemas dalam bentuk neon box dsb.), ukurannya berubah dan warnanya berubah!
  - c. **Mudah diingat**, logo yang menarik adalah logo yang dapat selalu melekat dibenak konsumen. Analisa bagaimana logo produk anda dapat dengan mudah diingat oleh konsumen?. Apa pesan yang ingin anda sampaikan melalui logo tersebut?
  - d. **Relevansi**, seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya, logo adalah ibarat sampul dari buku yang merupakan usaha dan produk anda. Analisa apakah dari logo yang sudah anda buat konsumen dapat menyimpulkan walau hanya sedikit, usaha seperti apa yang anda jalankan, produk seperti apa yang anda buat?
2. Jadikan analisa yang dicerminkan oleh pertanyaan-pertanyaan diatas menjadi **alasan** dibalik logo usaha dan/atau produk yang akan anda jual
  3. Catat alasan-alasan diatas dan siapkan diri anda untuk mempresentasikan logo tersebut didepan kelas.
  4. Catat setiap masukan dan pertanyaan yang datang baik dari dosen ataupun kelompok lain untuk menjadi bahan perbaikan pada logo tersebut.

## PERHATIKAN!

5. Logo yang telah anda tentukan dapat dikembangkan, diperbaiki dan juga masih dapat diganti sampai saat anda menjual produk tersebut pada masa PKL.

Untuk membantu anda dalam melakukan analisa diatas, coba lihat beberapa contoh logo dan artinya berikut ini:

1. Amazon



Sumber: <https://images.google.com>

Panah yang ada pada logo amazon menggambarkan senyuman, terbentang dari huruf a hingga z pada tulisan amazon, yang melambangkan keramahan perusahaan dan jangkauan produk yang dimiliki oleh amazon.

2. Apple



Sumber: <https://images.google.com>

Steve Jobs, pendiri Apple, memutuskan untuk menamai perusahaan tersebut setelah berkunjung ke sebuah perkebunan apel, memaknai logo berbentuk buah



apel yang sederhana dan tidak mengandung intimidasi sama sekali, filosofi yang terus diikuti Apple dalam penciptaan setiap produknya di pasar.

### 3. Unilever



Sumber: <https://images.google.com>

Logo yang berbentuk huruf U pada Unilever mengandung 24 simbol yang menunjukkan kepedulian perusahaan, salah satunya terhadap lingkungan hidup, dalam setiap usaha dan produk yang dihasilkannya.

### 4. Baskin Robbins



Sumber: <https://images.google.com>

Terdapat angka 31 pada BR yang menjadi logo baskin robbins, yang melambangkan pilihan 31 rasa es krim, keunggulan utama yang dimiliki perusahaan tersebut.

## 5. Toyota



*Sumber: <https://images.google.com>*

Terdapat 3 lingkaran pada logo Toyota. 2 lingkaran yang ada didalam melambangkan hubungan Toyota dan konsumennya, lingkaran yang mengitarinya melambangkan dunia yang mendukung keberadaan Toyota ditengah masyarakat secara luas.

### **Tugas di luar kelas:**

Mempersiapkan materi pertemuan berikutnya.

## BAB 3

### Menentukan Pernyataan Misi Usaha

**Catatan:**

**Peralatan yang wajib mahasiswa/i persiapkan untuk pertemuan adalah:**

**Laptop untuk membuat satu slide PowerPoint & Flashdisk untuk menyalin file PowerPoint tersebut ke komputer kelas**

Seringkali banyak perusahaan yang ada, pernyataan misi yang telah diformulasikan dengan segala kompleksitas dan keindahan bahasanya, berakhir hanya sebagai pajangan dinding, pemanis bagi pengunjung yang datang ke perusahaan. Walaupun pada akhirnya aspek kepentingan dari pernyataan misi tersebut banyak dipertanyakan oleh para calon *entrepreneur* yang ada diluar sana, banyak hal-hal yang dapat diambil dan berpengaruh terhadap laju usaha yang dilakukan dengan memiliki pernyataan misi.

Tugas anda pada pertemuan ini adalah:

1. Diskusikan dengan kelompok anda selama 10-15 menit, kalimat pernyataan misi seperti apa yang sesuai dengan usaha dan produk yang akan anda jalankan.
2. Untuk membantu anda dalam menciptakan pernyataan misi diatas, pertimbangkan aspek-aspek berikut ini:
  - a. Pernyataan misi menentukan arah dari usaha yang anda dirikan dan produk yang anda ciptakan, untuk apa?, untuk siapa?, bagaimana anda menjalankan usaha tersebut?, pernyataan misi sebaiknya menjawab 5W1H (Who, What, Where, When, Why dan How) dari usaha yang didirikan dan produk yang jual

- b. Filosofi seperti apa yang ingin anda bawa dalam menjalankan usaha dan menciptakan produk yang akan anda jual
3. Anda kiranya dapat memperoleh inspirasi dengan melihat pernyataan misi perusahaan-perusahaan yang ada sebagai berikut:

- a. Amazon

***“Sudah tujuan kami untuk menjadi perusahaan yang memiliki orientasi terhadap konsumen yang terbaik di dunia, dimana konsumen dapat menemukan apapun yang ingin mereka cari secara online”***

- b. Coca-cola

***“Untuk memberikan kesegaran bagi pikiran, jiwa dan raga. Untuk memberikan momen yang inspiratif tentang optimism dan kebahagiaan melalui merek dan tindakan yang dilakukan. Untuk menciptakan nilai dan melakukan perubahan”***

- c. Ebay

***“Menjadi platform perdagangan global dimana semua orang dapat memperjualbelikan semua barang”***

- d. Facebook

***“Misi dari Facebook adalah untuk memberi semua orang kekuatan untuk berbagi dan membuat dunia menjadi lebih terbuka dan terhubung satu sama lain”***

- e. Nike

***“Untuk menjadi inspirasi dan menciptakan inovasi bagi semua atlit yang ada didunia. Apabila anda memiliki raga, anda adalah seorang atlit”***

4. Setelah kalimat pernyataan misi telah dibuat, analisa bagaimana kalimat tersebut tercermin pada usaha dan produk yang anda buat melalui pemaparan yang mendetail
5. Jadikan pemaparan diatas menjadi **alasan** dibalik pernyataan misi usaha dan/atau produk yang akan anda jual
6. Catat alasan-alasan diatas dan siapkan diri anda untuk mempresentasikan pernyataan misi tersebut didepan kelas.
7. Catat setiap masukan dan pertanyaan yang datang baik dari dosen ataupun kelompok lain untuk menjadi bahan perbaikan pada pernyataan misi tersebut.

## **PERHATIKAN!**

**Pernyataan misi yang telah anda tentukan dapat dikembangkan, diperbaiki dan juga masih dapat diganti sampai saat anda membuat laporan hasil PKL dan mengumpulkannya diakhir semester.**

### **Tugas di luar kelas:**

Mempersiapkan materi pertemuan berikutnya

## BAB 4

### Menentukan Segmen Pasar dan Media Pemasaran

Catatan:

Peralatan yang wajib mahasiswa persiapkan untuk pertemuan ini adalah:

Laptop untuk membuat satu slide PowerPoint & Flashdisk untuk menyalin file PowerPoint tersebut ke komputer kelas

Kotler (2012) menyatakan bahwa tidak ada usaha yang dapat memenuhi kebutuhan dari keseluruhan populasi yang ada di dalam pasar. Usaha biasanya memilah kumpulan konsumen atau segmen yang memiliki kebutuhan yang spesifik. Sebuah usaha yang efektif adalah usaha yang dapat mengidentifikasi segmen yang sesuai dengan produk yang akan dipasarkan.

Tugas anda pada pertemuan ini adalah:

1. Melakukan diskusi mengenai segmen pasar ditempat selama 10-15 menit, dengan menganalisa beberapa aspek berikut ini:
  - a. Sampai pada pertemuan ini, anda pasti sudah memiliki rencana mengenai lokasi penjualan, mayoritas populasi segmen yang ada dilokasi tersebut dan media pemasaran dari produk anda. Identifikasi secara spesifik dimana lokasi berjualan yang anda rencanakan dan siapa konsumen yang anda harapkan untuk membeli produk anda dilokasi tersebut?
  - b. Apakah segmen anda diatas spesifik secara gender?
  - c. Apakah segmen anda diatas pada umumnya mampu membeli produk anda?

- d. Apakah segmen anda diatas termasuk didalam generasi yang memahami konsep dari produk yang anda jual?
  - e. Mempertimbangkan segmen anda diatas, siapa yang memegang peranan untuk mengambil keputusan pembelian?
  - f. Apakah produk anda termasuk sebagai produk yang akan dikonsumsi terus menerus oleh segmen anda?, bagaimana anda menyiasati kebutuhan konsumen tersebut?
  - g. Media pemasaran apa yang akan anda gunakan?, apakah media tersebut dapat diterima oleh segmen yang telah anda tentukan diatas?
2. Jadikan diskusi diatas menjadi **pemaparan** segmen dari usaha dan/atau produk yang akan anda jual
  3. Catat pemaparan diatas dan siapkan diri anda untuk mempresentasikan segmen pasar tersebut didepan kelas.
  4. Catat setiap masukan dan pertanyaan yang datang baik dari dosen ataupun kelompok lain untuk menjadi bahan perbaikan pada potensi pasar tersebut.

## **PERHATIKAN!**

**Segmen yang telah anda tentukan dapat dikembangkan, diperbaiki dan juga masih dapat diganti sampai saat anda membuat laporan hasil PKL dan mengumpulkannya diakhir semester.**

### **Tugas di luar kelas:**

Mempersiapkan materi pertemuan selanjutnya

## BAB 5

### Menentukan Potensi Pasar

**Catatan:**

**Peralatan yang wajib mahasiswa/i persiapkan untuk pertemuan adalah:**

**Laptop untuk membuat satu slide PowerPoint & Flashdisk untuk menyalin file**

**PowerPoint tersebut ke komputer kelas**

Tidak jarang usaha-usaha yang ada diluar sana harus gulung tikar dalam waktu yang relatif tidak lama. Besar kemungkinan usaha-usaha tersebut gulung tikar bukan karena ketidakmampuan dari wirausaha dalam menciptakan produk, tetapi karena kurangnya konsumen yang berminat terhadap produk perusahaan tersebut. Banyak perusahaan yang gulung tikar karena mereka terlalu fokus pada produk, bukan pada berpotensi untuk membeli produk tersebut. Dalam menentukan pasar yang potensial bagi produk yang akan anda ciptakan, salah satu cara yang paling efektif adalah dengan melakukan riset terlebih dahulu.

Tugas anda pada pertemuan ini adalah:

1. Melakukan diskusi mengenai pasar potensial ditempat selama 10-15 menit, dengan menganalisa beberapa aspek berikut ini:
  - a. **Kompetisi**, mana strategi yang lebih baik untuk produk anda dalam berkompetisi dengan pesaing yang ada?, Kualitas yang lebih baik, fitur yang lebih banyak atau harga yang lebih murah?
  - b. **Usia produk dan potensi pertumbuhannya**, apakah produk anda adalah produk yang dapat bertahan dalam waktu yang lama?, berapa lama produk



yang anda perkirakan akan bertahan didalam pasar?. Dengan selera konsumen yang dapat berubah-ubah secara tidak tentu, penting tentunya untuk menciptakan produk yang tidak terpengaruh dengan cepatnya perubahan dari selera konsumen tersebut, atau bisa dengan menciptakan produk yang mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut. Bagaimana strategi anda dalam menghadapi selera konsumen yang ada diluar sana?

c. **Resiko**, tentunya terdapat sejumlah resiko, kecil ataupun besarnya resiko akan selalu melekat pada saat seseorang memutuskan untuk menjadi *entrepreneur*. Apakah usaha dan/atau produk yang anda ciptakan sepadan dengan pengorbanan yang anda lakukan?

2. Jadikan riset diatas menjadi **pemaparan** potensi pasar dari usaha dan/atau produk yang akan anda jual
3. Catat pemaparan diatas dan siapkan diri anda untuk mempresentasikan potensi pasar tersebut didepan kelas.
4. Catat setiap masukan dan pertanyaan yang datang baik dari dosen ataupun kelompok lain untuk menjadi bahan perbaikan pada potensi pasar tersebut.

## **PERHATIKAN!**

**Potensi pasar yang telah anda temukan dapat dikembangkan, diperbaiki dan juga masih dapat diganti sampai saat anda membuat laporan hasil PKL dan mengumpulkannya pada akhir semester.**

## BAB 6

### Melakukan Riset Pasar

Catatan:

Peralatan yang wajib mahasiswa persiapkan untuk pertemuan ini adalah:

Laptop untuk membuat satu slide PowerPoint & Flashdisk untuk menyalin file PowerPoint tersebut ke komputer kelas

Untuk menentukan apakah produk dapat diterima oleh pasar, seringkali yang dilakukan oleh perusahaan adalah melakukan riset terhadap pasar yang dituju. Setelah menentukan segmen dari produk yang akan dijual, penting untuk mengetahui dengan baik posisi anda ketika akan melakukan penetrasi pada pasar. Riset pasar biasanya dilakukan secara kualitatif, dengan mencari tahu kondisi riil lingkungan persaingan yang ada pada pasar, dan kuantitatif melalui kuisisioner mengenai produk yang akan diluncurkan ke pasar.

Tugas anda pada pertemuan ini adalah:

1. Melakukan diskusi mengenai kondisi pasar yang akan menjadi sasaran produk anda, siapa pesaing anda, siapa target konsumen potensial anda, adakah populasi lain pada pasar tersebut yang dapat menjadi target konsumen potensial lainnya?
2. Melakukan diskusi mengenai item pertanyaan andaikan anda akan melakukan survey terhadap pelanggan potensial dari produk anda. Apa saja yang sekiranya dapat anda tanyakan kepada mereka terkait dengan produk yang anda tawarkan?

Contoh:

1. Menurut anda apa yang menjadi daya tarik utama dari (**masukkan jenis produk disini**)?

2. Menurut anda apa yang tidak ada dari (**jenis produk**) yang ada disekitar anda saat ini?
3. Bagaimana tentang (**masukkan faktor pembeda**) pada (**masukkan jenis produk**)?apakah kira-kira anda akan berminat untuk membelinya?
3. Catat poin-poin diatas dan siapkan diri anda untuk mempresentasikan riset pasar tersebut didepan kelas.
4. Catat setiap masukan dan pertanyaan yang datang baik dari dosen ataupun kelompok lain untuk menjadi bahan perbaikan pada potensi pasar tersebut.

## **PERHATIKAN!**

**Potensi pasar yang telah anda temukan dapat dikembangkan, diperbaiki dan juga masih dapat diganti sampai saat anda membuat laporan hasil PKL dan mengumpulkannya diakhir semester.**

**Tugas diluar kelas yang harus kelompok siapkan untuk pertemuan selanjutnya adalah:**

Setelah kelompok anda telah mendiskusikan komponen riset pasar yang telah anda buat pada pertemuan ini, dalam waktu satu minggu kedepan, lakukan riset sesuai dengan apa yang sudah anda diskusikan selama pertemuan. Siapkan presentasi sesuai dengan hasil survey anda pada pertemuan berikutnya.

## BAB 7

### SWOT Analysis

Catatan:

Peralatan yang wajib mahasiswa persiapkan untuk pertemuan ini adalah:

Laptop untuk membuat satu slide PowerPoint & Flashdisk untuk menyalin file

PowerPoint tersebut ke komputer kelas

	<b>Opportunities</b> (external, positive)	<b>Threats</b> (external, negative)
<b>Strengths</b> (internal, positive)	<b>Strength-Opportunity strategies</b> Which of the company's strengths can be used to maximize the opportunities you identified?	<b>Strength-Threats strategies</b> How can you use the company's strengths to minimize the threats you identified?
<b>Weaknesses</b> (internal, negative)	<b>Weakness-Opportunity strategies</b> What action(s) can you take to minimize the company's weaknesses using the opportunities you identified?	<b>Weakness-Threats strategies</b> How can you minimize the company's weaknesses to avoid the threats you identified?

Sumber: <https://articles.bplans.com/how-to-perform-swot-analysis/>

Melakukan analisa terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada pada produk yang anda akan jual sangat penting untuk menentukan langkah strategis yang anda dapat lakukan untuk memastikan produk anda dapat terjual dengan baik didalam pasar.

**Strenght** dan **Weakness** berasal dari produk itu sendiri (Internal). **Strenght** adalah kekuatan, karakter positif dari produk anda dibandingkan dengan produk lain yang telah ada lebih dulu (Harga yang lebih murah, rasa yang lebih beragam), sedangkan **weakness** adalah kelemahan, karakter negatif produk anda dibandingkan produk yang lain (produk

tidak eksklusif, tidak tahan lama). **Opportunity** dan **Threat** berasal dari lingkungan pasar anda (eksternal). **Opportunity** adalah peluang, karakter positif dari pasar yang akan mendukung penjualan produk anda (pesaing sedikit), sedangkan **threat** adalah ancaman, karakter negatif yang menjadi kendala terjualnya produk anda dipasar (selera konsumen sangat selektif).

Pada tabel diatas anda akan menemukan bahwa masing-masing kolom dan baris SWOT nanti akan berisi tentang deskripsi singkat poin-poin, kemudian bertemu di tengah sebagai sebuah matrix yang berisikan tentang strategi yang harus anda susun apabila masing-masing komponen SWOT bertemu.

**Tugas diluar kelas yang harus kelompok siapkan untuk pertemuan selanjutnya adalah:**

1. Analisa masing-masing poin SWOT produk anda
2. Analisa strategi masing-masing pertemuan SWOT
3. Siapkan pemaparan diatas untuk dipresentasikan pada pertemuan berikutnya

## **PERHATIKAN!**

**SWOT yang telah anda analisis dapat dikembangkan, diperbaiki dan juga masih dapat diganti sampai saat anda membuat laporan hasil PKL dan mengumpulkannya pada akhir semester.**

## BAB 8

### *Packaging Produk*

Catatan:

Peralatan yang wajib mahasiswa persiapkan untuk pertemuan ini adalah:

Laptop untuk membuat satu slide PowerPoint & Flashdisk untuk menyalin file PowerPoint tersebut ke komputer kelas

Studi yang ada telah membuktikan bahwa lebih dari 60% keputusan pembelian diambil sejak pertama kali konsumen melihat etalase atau display dari produk yang dijual, oleh karena itu kemudian dapat disimpulkan bahwa kemasan memiliki pengaruh signifikan terhadap penjualan. Kemasan yang digunakan pada sebuah produk biasanya memiliki tujuan sebagai berikut:

1. *Menunjukkan keunikan dari produk tersebut dibandingkan produk lain*
2. *Meningkatkan estetika yang kemudian dapat menaikkan nilai dari produk yang dijual*
3. *Keseragaman dengan produk di lini yang lain (bila ada)*
4. *Berbeda dengan produk serupa lainnya yang telah tersedia di pasar*
5. *Dapat mengandung bahan yang lebih murah, lebih kuat, atau lebih ramah lingkungan*

Kemasan biasanya didesain dengan mempertimbangkan beberapa aspek sebagai berikut:

1. *Siapa konsumen anda?*
2. *Bagaimana pengaruh kemasan terhadap kompetisi di lingkungan anda berjualan?*

3. *Berapa harga yang akan anda tawarkan untuk produk tersebut*
4. *Berapa HPP produk anda?*

**Tugas diluar kelas yang harus kelompok siapkan untuk pertemuan selanjutnya adalah:**

1. Desain kemasan produk yang akan anda jual
2. Kemasan harus dapat mencapai ke-5 tujuan yang telah dibahas sebelumnya
3. Kelompok harus mempresentasikan contoh prototipe kemasan tersebut di depan kelas
4. Kelompok harus dapat menunjukkan 5 komponen tujuan yang telah dibahas sebelumnya
5. Kelompok harus dapat menjelaskan aspek pertimbangan yang telah dibahas sebelumnya terkait keputusan dalam mendesain kemasan tersebut

## **PERHATIKAN!**

**Pada poin ini anda disarankan untuk mulai mempersiapkan dan melakukan proses penjualan produk anda. Anda memiliki waktu hingga minggu ke-12. Perlu diingat bahwa pada minggu ke-13 dan 14 anda akan mempresentasikan laporan kegiatan PKL didepan kelas dengan membawa prototipe produk yang dijual lengkap dengan kemasannya. Kemasan dapat mengalami perubahan sampai detik anda melakukan penjualan dan perubahan yang sifatnya tidak signifikan pada kemasan yang dipakai nantinya dibandingkan kemasan yang dipresentasikan pada minggu ke-8 diperbolehkan.**

## BAB 9

### Rincian Anggaran

Catatan:

Peralatan yang wajib mahasiswa persiapkan untuk pertemuan ini adalah:

Laptop untuk membuat satu slide PowerPoint & Flashdisk untuk menyalin file PowerPoint tersebut ke komputer kelas

Terlepas dari apakah anda akan melakukan pembiayaan secara mandiri, atau mengajukan proposal anggaran kepada lembaga pembiayaan yang ada diluar sana, penting untuk dapat menganalisis secara mandiri dana yang anda butuhkan untuk menjual produk yang telah anda buat. Dari anggaran tersebut, anda akan dapat melihat potensi dari produk yang akan anda jual, anda akan dapat mengambil keputusan apakah produk dapat menghasilkan keuntungan yang sesuai dengan anda harapkan. Dalam memulai usaha anda, ada beberapa komponen anggaran yang dapat anda pertimbangkan sebagai berikut:

1. *Fixed Cost*, adalah biaya komponen tidak habis pakai yang anda butuhkan untuk merealisasikan produk yang direncanakan dalam satuan Rupiah
2. *Variable Cost*, adalah biaya komponen habis pakai yang anda butuhkan untuk merealisasikan produk yang direncanakan dalam satuan Rupiah
3. *Total Cost*, adalah total biaya yang anda keluarkan, didapatkan dari menjumlahkan *fixed cost* dan *variable cost* dalam satuan Rupiah ( $Fixed\ cost + Variable\ Cost$ )



4. Harga Pokok Produksi, adalah biaya yang anda keluarkan untuk setiap unit produk yang anda jual, didapatkan dengan membagi *total cost* dengan unit yang dihasilkan dalam satuan Rupiah(*Total Cost : jumlah unit*)
5. Harga jual, omset dan laba, harga jual adalah harga yang anda tetapkan untuk konsumen, omset adalah total penghasilan yang anda dapatkan dari mengkalikan harga jual dengan unit yang diproduksi, laba adalah selisih antara omset dengan total harga pokok produksi dalam satuan Rupiah(*Omset=harga jual x jumlah unit; total hpp= harga pokok produksi x jumlah unit; laba=omset – total hpp*)
6. *Break Even Point*, adalah berapa unit yang harus anda produksi untuk dapat mengembalikan akumulasi biaya bahan baku yang anda keluarkan, didapatkan dengan membagi *variable cost* dengan harga jual dalam satuan unit(*Variable cost : harga jual*)
7. *Payback Period*, adalah berapa kali anda harus melakukan kegiatan produksi dan penjualan untuk dapat mengembalikan keseluruhan biaya yang telah anda keluarkan (*total cost*), didapatkan dengan membagi *total cost* dengan *laba* dalam satuan periode produksi(*total cost : laba*)

**Tugas diluar kelas yang harus kelompok siapkan untuk pertemuan selanjutnya adalah:**

1. Analisa masing-masing komponen biaya produk anda
2. Siapkan pemaparan diatas untuk dipresentasikan pada pertemuan berikutnya

## **PERHATIKAN!**

1. Anggaran biaya yang telah dibuat dapat dikembangkan, diperbaiki dan juga masih dapat diganti sampai saat anda membuat laporan hasil PKL dan mengumpulkannya diakhir semester.
2. Biaya yang dilampirkan pada Laporan PKL tidak hanya anggaran biaya diatas, tetapi juga biaya riil yang anda telah keluarkan sampai terakhir anda melakukan **PKL.**

## BAB 10

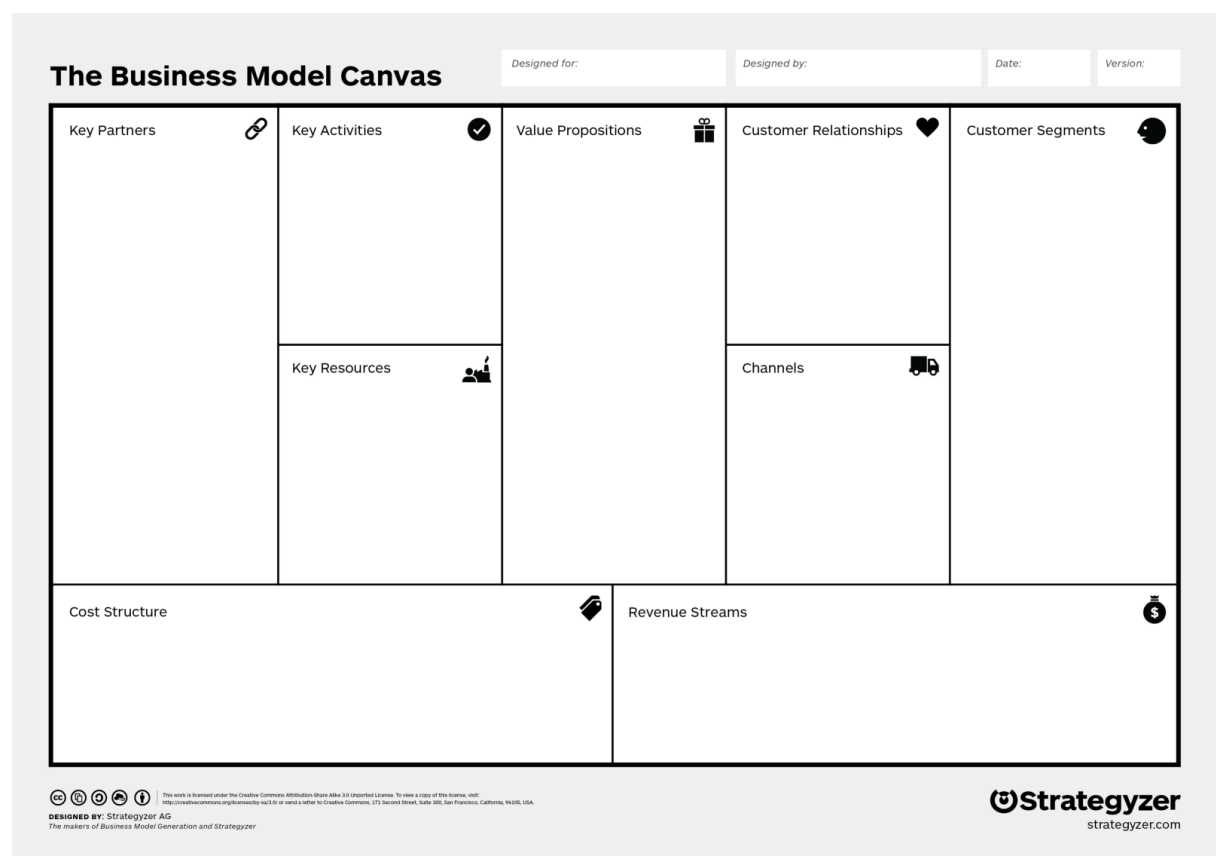
### *Business Model Canvas*

**Catatan:**

**Peralatan yang wajib mahasiswa persiapkan untuk pertemuan ini adalah:**

**Laptop untuk membuat satu slide PowerPoint & Flashdisk untuk menyalin file PowerPoint tersebut ke komputer kelas**

*Business model canvas* adalah model bisnis yang menjelaskan bagaimana organisasi menciptakan, menghantarkan, dan menangkap nilai dari produk yang dijual kepada masyarakat. *Business model canvas* terbagi menjadi 9 blok sebagai berikut:



Sumber: <https://strategyzer.com/canvas/business-model-canvas>

9 blok tersebut terdiri dari elemen-elemen berikut ini:

*Right canvas*

### **Value**

1. *Customer Segments*, segmen apa yang menjadi sasaran produk anda
2. *Value Proposition*, nilai apa yang ingin anda tawarkan dari produk anda kepada konsumen (potensi produk)
3. *Channel*, melalui apa anda akan mengkomunikasikan nilai produk anda (media pemasaran), bagaimana anda akan menjual produk anda ke konsumen
4. *Customer Relationship*, bagaimana anda berinteraksi dan membina hubungan dengan konsumen anda (sosial media, kolom saran, customer care, fan page)
5. *Revenue Stream*, dari nilai yang telah anda coba tawarkan, apa saja yang dapat anda manfaatkan sebagai sumber pendapatan produk anda (penjualan langsung, partisipasi dalam event, pesan antar)

*Left canvas*

### **Efficiency**

6. *Key Resources*, sumber daya apa yang menjadi kunci dari produk anda (sdm yang mumpuni, bahan baku yang berkualitas)
7. *Key Activities*, aktifitas apa yang menjadi kunci dari produk anda (desain, pemasaran)
8. *Key Partnerships*, siapa saja diluar perusahaan yang berperan penting bagi kesuksesan produk anda (toko bahan baku, advertising)

9. *Cost Structure*, apa saja komponen biaya utama dari produk anda (gaji, bahan baku, biaya pemasaran)

**Tugas diluar kelas yang harus kelompok siapkan untuk pertemuan selanjutnya adalah:**

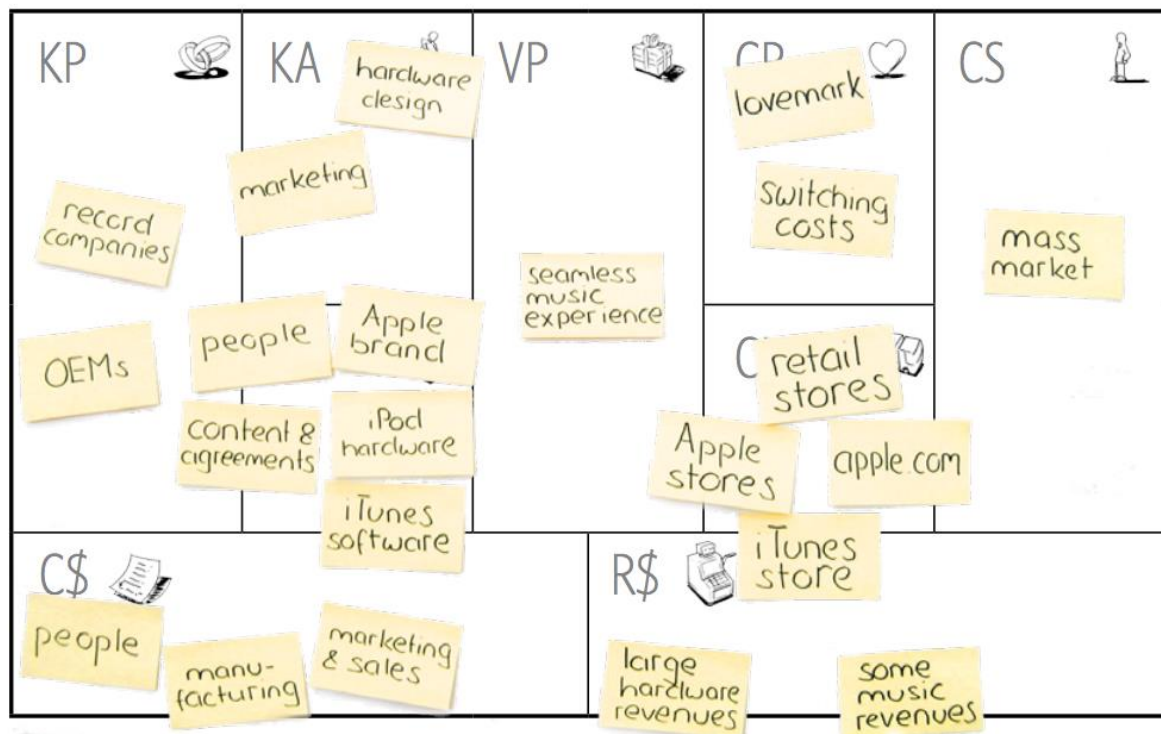
1. Setiap kelompok, pada selembar karton berukuran standar, gambar dengan rapi canvas sesuai contoh yang ada pada pertemuan ini untuk dibawa pada pertemuan berikutnya
2. Siapkan juga post it dengan warna yang sebisa mungkin berbeda untuk tiap kelompok

Catatan:

Peralatan yang wajib mahasiswa persiapkan untuk pertemuan ini adalah:

### Gambar Business Model Canvas

Post it



Sumber: <https://wcastl.org/the-westminster-school-of-business-and-communication/entrepreneurship/businessmodelcanvas>

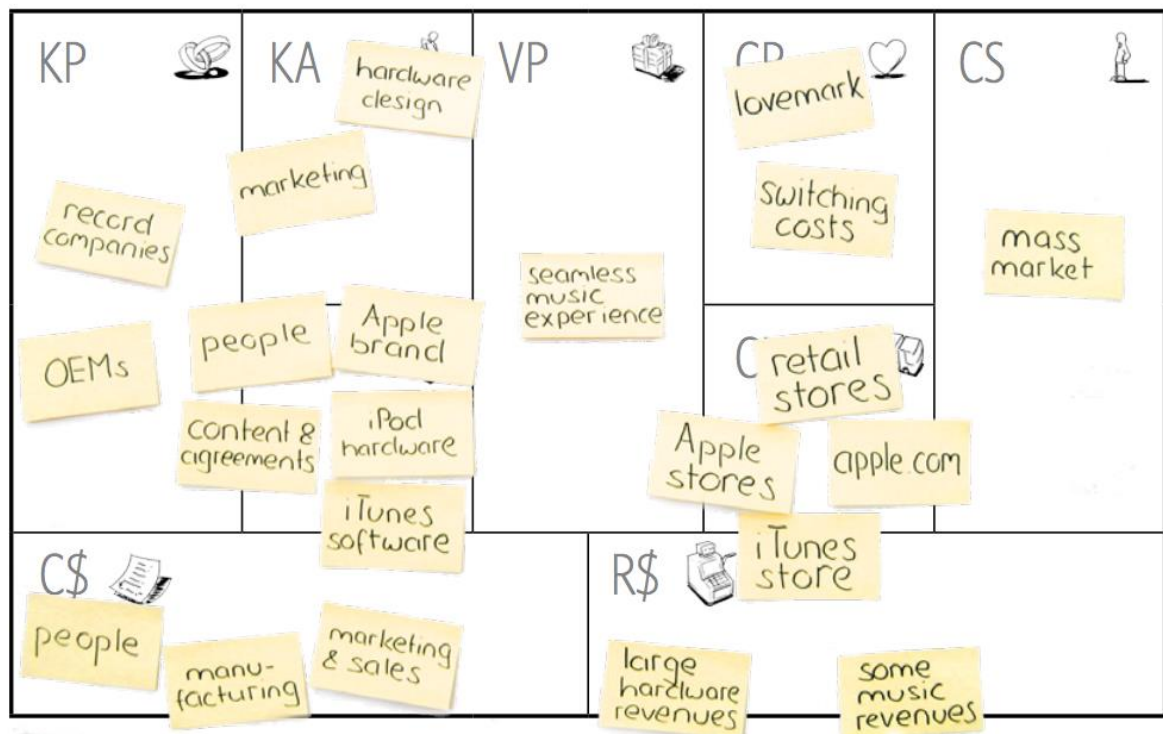
Setelah anda memahami materi mengenai *Business Canvas Model*, dalam waktu 20-30 menit, analisa dan diskusikan tiap-tiap komponen *business canvas model* pada usaha/produk yang ada disekitar anda. Kemudian siapkan lembar *business canvas model* tersebut untuk anda ceritakan/presentasikan didepan kelas

Catatan:

Peralatan yang wajib mahasiswa persiapkan untuk pertemuan ini adalah:

### Gambar Business Model Canvas

#### Post it



Sumber: <https://wcastl.org/the-westminster-school-of-business-and-communication/entrepreneurship/businessmodelcanvas>

Setelah anda memahami materi mengenai *Business Canvas Model*, dalam waktu 20-30 menit, analisa dan diskusikan tiap-tiap komponen *business canvas model* pada usaha/produk yang telah anda buat. Kemudian siapkan lembar *business canvas model* tersebut untuk anda ceritakan/presentasikan didepan kelas

## BAB 11

### FORMAT LAPORAN PKL KEWIRAUSAHAAN

#### Teknis Penulisan

1. Konten paper secara umum terdiri dari:
  - a. Cover STIESIA
  - b. Cover Produk
  - c. Lembar Penilaian
  - d. Daftar Isi
  - e. Isi:
    - i. Ringkasan Eksekutif
    - ii. Analisa Pasar
    - iii. Laporan Produksi
    - iv. Laporan Penjualan
  - f. Penutup
  - g. Lampiran
2. Jenis *font* yang diterima adalah Arial/Calibri
3. Ketentuan Cover:
  - a. Ditulis dengan ukuran font 14 alignment *center* (rata tengah), spasi 1,5
  - b. Judul ditulis dengan huruf besar terdiri dari
    - i. Laporan PKL Praktik Kewirausahaan
    - ii. Nama Produk
  - c. Logo STIESIA berwarna dengan diameter tidak lebih dari 8 cm
  - d. Nomor kelompok
  - e. Nama anggota kelompok
  - f. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia
  - g. STIESIA SURABAYA
  - h. Tahun pembuatan
4. Ketentuan Isi
  - a. Ditulis dengan *font* berukuran 11 untuk Arial & 12 untuk Calibri, alignment *justify* (rata kanan kiri), spasi 1,5



- b. Bab pada Isi ditulis secara berkelanjutan tanpa perlu berganti halaman di sebelah Kiri
  - c. Judul bab ditulis dengan menggunakan huruf tebal (**Bold**)
  - d. Awalan paragraf menjorok kedalam dengan jarak 1cm
  - e. Setiap paragraf hanya berisi tidak lebih dari 1 ide pokok
5. Makalah dijilid *softcover* dengan laminasi berwarna putih

Contoh Cover:

**LAPORAN PKL KEWIRAUSAHAAN  
AYAM GEPREK BENJUT**



**RAISA ANDRIANA**

**NPM. 1610000001**

**ISYANA SARASVATI**

**NPM. 1610000002**

**YURA YUNITA**

**NPM. 1610000003**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
STIESIA SURABAYA**

**2019**

Contoh Cover Produk

**LAPORAN PKL KEWIRAUSAHAAN  
AYAM GEPREK BENJUT**

**LOGO AYAM GEPREK BENJUT**

**RAISA ANDRIANA**

**NPM. 1610000001**

**ISYANA SARASVATI**

**NOM. 1610000002**

**YURA YUNITA**

**NPM. 1610000003**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
STIESIA SURABAYA**

**2019**

### Format Lembar Penilaian

(Diberikan nanti dalam bentuk soft/hard copy)

<b>Indikator Penilaian</b>	<b>Bobot Max</b>	<b>Nilai</b>
<b>Aktifitas Kelas (Didapatkan dari kelengkapan lembar aktifitas secara Individu)</b>	<b>35</b>	
<b>Kerapian Laporan</b>	<b>5</b>	
<b>Kesesuaian Teknis Penulisan</b>	<b>15</b>	
<b>Kelengkapan Isi Laporan</b>	<b>15</b>	
<b>Kualitas Isi Laporan</b>	<b>10</b>	
<b>Kelengkapan Dokumentasi Proses</b>	<b>20</b>	
<b>Nilai Akhir</b>	<b>100</b>	

## Contoh Format Isi

### Ringkasan Eksekutif

#### **Misi**

Dibagian ini anda diminta untuk menjabarkan misi dari produk/perusahaan yang telah anda buat sebelumnya.

#### **Deksripsi Manajerial**

Dibagian ini anda menjelaskan kepemilikan dari perusahaan beserta peran dari masing-masing anggota kelompok anda didalam perusahaan tersebut.

#### **Produk**

Dibagian ini anda menjabarkan produk yang anda jual sesuai dengan yang telah anda buat sebelumnya.

#### **Segmen**

Dibagian ini anda menjabarkan tentang target segmen dari produk yang akan anda jual beserta segala pemaparan sesuai dengan yang telah anda buat sebelumnya.

#### **Keunggulan Kompetitif**

Dibagian ini anda menjelaskan secara singkat keunggulan dari produk yang anda jual sesuai dengan potensi dari produk yang telah anda buat sebelumnya.

#### **Ringkasan Keuangan**

Dibagian ini anda akan menyebutkan *total cost*, *omset*, *laba*, *BEP*, dan *lama Payback Period* dari usaha yang anda buat sesuai dengan pemaparan yang telah anda buat sebelumnya.

## **Analisa Pasar**

### **Perbandingan Kompetitor**

Dibagian ini dalam bentuk tabel jelaskan SWOT dari produk anda dan bandingkan dengan 2 atau lebih pesaing anda dalam produk yang serupa. Kemudian jabarkan dari tabel tersebut bagaimana produk anda lebih unggul didalam persaingan.

## Laporan Produksi

### **Proses Pembuatan**

Sesuai judulnya, dibagian ini jelaskan bahan baku dan proses pembuatan dari produk anda secara rinci.

### **Pengemasan**

Dibagian ini jelaskan bagaimana anda membuat kemasan. Paparkan juga alasan mengapa kelompok anda memutuskan untuk mengemas dalam bentuk demikian sesuai dengan apa yang telah anda paparkan pada pertemuan sebelumnya.

## Laporan Keuangan

### Total Cost

Dibagian ini dalam bentuk tabel jelaskan komponen biaya *Fixed Cost*, yaitu komponen dalam proses produksi yang tidak habis pakai atau peralatan yang anda gunakan.

Dibagian ini jelaskan juga dalam bentuk tabel komponen biaya *Variabel Cost*, yaitu komponen dalam proses produksi yang habis pakai atau bahan baku.

Diakhir jumlah biaya diatas menjadi *Total Cost* selama anda telah melakukan praktik penjualan. **Perlu diingat bahwa terlepas dari apakah anda membeli atau meminjam peralatan yang anda gunakan, anda harus memberikan taksiran harga riil dari peralatan tersebut dengan asumsi anda membeli semua peralatan yang anda butuhkan untuk memperoleh nilai BEP dan Payback Period yang kongkrit.**

### Laporan Omset

Dibagian ini paparkan Harga Pokok Produksi, Harga Jual, Omset penjualan dan Laba yang telah anda dapat selama anda telah melakukan praktik penjualan.

Dibagian ini jelaskan juga proyeksi BEP dan lama Payback Period dari produk anda.



## **Penutup**

### **Kesan**

Dibagian ini paparkan dengan jelas kesan anda setelah melakukan praktik penjualan, paparkan juga manfaat yang kelompok anda rasakan setelah melakukan praktik penjualan.

## **Lampiran**

Dibagian ini sertakan segala macam dokumentasi yang harus anda buat, dari proses pembuatan kemasan, proses pembuatan produk hingga proses penjualan produk.

Dihalaman selanjutnya dilampirkan keseluruhan lembar aktifitas anda dari tatap muka ke-1 hingga ke-12.

## DAFTAR PUSTAKA

- Berry, T. 2017. *What Is a SWOT Analysis?*.<https://articles.bplans.com/how-to-perform-swot-analysis/> Diakses 6 November 2016 (12:00)
- Darren Dahl. 2011.. *How to Assess the Market Potential of Your Idea*.  
<http://www.inc.com/guides/201109/how-to-assess-the-market-potential-of-your-new-business-idea.html>Diakses 6 November 2016 (10:52)
- Klimchuk, M. R. & Krasover, S. A. 2012. *Packaging Design*. Canada: John Wiley & Sons Inc.
- Kotler, P. & Keller, K. L. 2012. *Marketing Management*. USA: Prentice Hal.
- Nudd, T. 2015. *Infographic: The 24 Most Inspirational Company Mission Statements*.  
<http://www.adweek.com/adfreak/infographic-24-most-inspirational-company-mission-statements-167260>. Diakses 6 November 2016 (10:28)
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. 2010. *Business Model Generation*. Canada: John Wiley & Sons Inc.
- Smith, G. 2016. *7 REASONS YOUR COMPANY NEEDS A CLEAR, WRITTEN MISSION STATEMENT*.<http://www.glennsmithcoaching.com/7-reasons-your-company-needs-clear-written-mission-statement/> Diakses 6 November 2016 (12:05)
- Tanpa Nama. 2016. *THE HIDDEN SECRETS BEHIND 30 FAMOUS LOGOS*.  
<https://www.lovemoney.com/galleries/51348/the-hidden-secrets-behind-30-famous-logos> Diakses 6 November 2016 (12:05)
- Tanpa Nama. 2010. *5 Aspects of Great Logo Design*. <https://www.psd2html.com/blog/5-aspects-of-great-logo-design.html>Diakses 6 November 2016 (12:20)
- Tracy, B. 2005. *Choosing a Product or Service to Sell*.<https://www.entrepreneur.com/article/78778>. Diakses 6 November 2016 (9:47)

## Tentang Penulis



**Dr. Suwitho, M.Si.** Lahir di Banyuwangi, 15 September 1962. Menyelesaikan studi S1 Pada Jurusan Administrasi Bisnis, FIA Universitas Brawijaya Malang tahun 1988. Tahun 1997 lulus S2 Ilmu Manajemen Program Pascasarjana Universitas Airlangga Surabaya. Tahun 2011 menyelesaikan S3 Ilmu Manajemen pada Program Doktor Ilmu Manajemen Universitas Brawijaya Malang.

Sejak tahun 1998 sampai dengan saat ini penulis menjadi dosen tetap Prodi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Penulis aktif membimbing kegiatan

kewirausahaan baik kepada mahasiswa maupun para pengusaha UMKM di Jawa Timur.



**Dr. Anindhya Budiarti, SE., MM.** lahir di Mojokerto 6 Maret 1982, sebagai dosen tetap di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Menempuh pendidikan S3 di PDIM-FEB Universitas Brawijaya (UB) Malang tahun 2013, S2 di Pascasarjana FEB Universitas Brawijaya (UB) Malang tahun 2008, S1 di FEB Universitas Airlangga (UA) Surabaya .