

**BAHAN AJAR P5BK**

**TEMA PILIHAN**

**KEWIRAUSAHAAN**

****

**PERTEMUAN 1**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tahapan Kegiatan** | **Jenis Kegiatan** | **Proses/ Pelaksanaan** | **Tujuan** |
| 1 | Tahap Pengenalan | Mengenal wirausaha | 1. Sebagai kegiatan awal dari tema, guru akan memperkenalkan tema kewirausahaan dengan projek Menggali Potensi Daerah Lewat Wirausaha Muda 2. Diskusi tentang harapan peserta didik akan pelaksanaan program ini 3. Pembuatan perjanjian kelas tentang sikap belajar 4. Diskusi tentang apa yang peserta didik ketahui tentang kewirausahaan 5. Guru memutar video tentang kewirausahaan. 6. Guru membuka diskusi dan menjelaskan kembali tentang deﬁnisi wirausaha/entrepreneur. 7. Guru mengajak peserta didik membaca artikel/menonton dokumentasi tentang tokoh wirausahawan sukses 8. Mengidentiﬁkasi sikap-sikap yang dimiliki tokoh wirausahawan dalam bacaan/tontonan: *Bagaimana sikap atau karakteristik tokoh?* 9. *Apakah kamu memiliki sikap dan karakteristik yang sama dengan tokoh?* | 1. peserta didik mampu mendalami makna dan konsep kewirausahaan 2. peserta didik mampu mengidentiﬁkasi karakteristik pelaku wirausaha |

**KEWIRAUSAHAAN**

* 1. Pengertian Kewirausahaan

Wirausaha dari segi etimologi berasal dari kata wira dan usaha. Wira, berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani dan berwatak agung. Usaha, berarti perbuatan amal, berbuat sesuatu. Sedangkan Wirausahawan menurut Joseph Schumpeter (1934) adalah seorang inovator yang mengimplementasikan perubahan-perubahan di dalam pasar melalui kombinasi-kombinasi baru. Kombinasi baru tersebut bisa dalam bentuk : (1) memperkenalkan produk baru, (2) memperkenalkan metode produksi baru, (3) membuka pasar yang baru (new market), (4) memperoleh sumber pasokan baru dari bahan atau komponen baru, atau (5) menjalankan organisasi baru pada suatu industri. Dari arti wirausaha dan wirausahawan tersebut, maka *pengertian kewirausahaan* dapat diartikan sebagai berikut :

* + 1. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses dan hasil bisnis (Achmad Sanusi, 1994).
    2. Kewirausahaan adalah Wirausaha atau enterpreneur adalah orang yang memiliki kemampuan melihat dan menilai kesempatan kesempatan bisnis mengumpulkan sumber sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan daripadanya serta mengambil tindakan yang tepat, guna memastikan kesuksesan (Geoffrey G. Meredit et ak, 1995)
    3. Kewirausahaan adalah Enterpreneur atau wirausaha adalah seseorang yang mengambil risiko yang diperlukan untuk mengorganisasikan dan mengelola suatu bisnis menerima imbalan jasa berupa profit nonfinancial (Skinner, 1992).
    4. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha (*star- up phase*) dan perkembangan usaha (*venture growth*). (Soeharto Prawiro, 1997).
    5. Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar. (Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995).
    6. Kewirausahaan adalah suatu kemampuan (*ability*) dalam berfikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak tujuan,
    7. siasat kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup. (Soeparman Spemahamidjaja, 1977).
    8. Kewirausahaan adalah suatu sifat keberanian, keutamaan dalam keteladanan dalam mengambil resiko yang bersumber pada kemampuan sendiri. (S. Wijandi, 1988).
    9. Kewirausahaan didefinisikan sebagai bekerja sendiri (*self-employment*). (Richard Cantillon, 1973).

Perhatikan video berikut!



<https://www.youtube.com/watch?v=MPGCJ64cY2g>



<https://www.youtube.com/watch?v=nXzruH_KAG4>

*Bagaimana sikap atau karakteristik tokoh dalam video tersebut?*

* 1. Sikap dan perilaku Wirausahawan:

Seorang wirausahawan harus mempunyai beberapa *sikap*, yaitu:

* + 1. Mampu berfikir dan bertindak kreatif dan inovatif
    2. Mampu bekerja tekun, teliti dan dan produktif
    3. Mampu berkarya berlandaskan etika bisnis yang sehat
    4. Mampu berkarya dengan semnagat dan kemandirian
    5. Mampu memecahkan masalah dan mengambil keputusan secara sistematis dan berani mengambil resiko.

Sedangkan *perilaku* yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha adalah:

1. Memiliki rasa percaya diri (teguh pendirian, tidak tergantung pada orang lain, berkepribadian yang baik, optimis terhadap pekerjaannya)
2. Berorientasi pada tugas dan hasil (haus akan prestasi, berorintasi pada laba, tekun dan tabah, mempunyai motivasi tinggi dan kerja keras)
3. Pengambil resiko (energik dan berinisiatif, mempu mengambil resiko, suka pada tantangan, bertingkah laku sebagi pemimpin, dapat menanggapi saran dan kritik)
4. Keorisinilan ( inovatif, kreatif dan fleksibel, serba bisa dan mengetahui banyak hal)
5. Berorientasi pada masa depan (optimis pada masa depan)

Di samping harus memiliki sikap dan perlaku tersebut diatas seorang wirausaha harus juga memiliki ketrampilan untuk menunjang keberhasilannya, yaitu keterampilan dasar dan keterampilan khusus.

Keterampilan dasar:

1. Memiliki sikap mental dan spiritual yang tinggi
2. Memiliki kepribadian yang unggul
3. Pandai berinisiatif
4. Dapat mengkoordinasikan kegiatan usaha

Ketrampilan khusus:

1. Keterampilan konsep (conceptual skill) : ketrampilan melakukan kegiatan usaha secara menyeluruh bersarakan konsep yang dibuat.
2. Ketrampilan teknis (technical skill) : ketrampilan melakukan teknik tertentu dalam mengelola usaha.
3. Human Skill : keterampilan bekerja sama dengan orang lain, bawahan dan sesama usahawan.

Tugas Mandiri

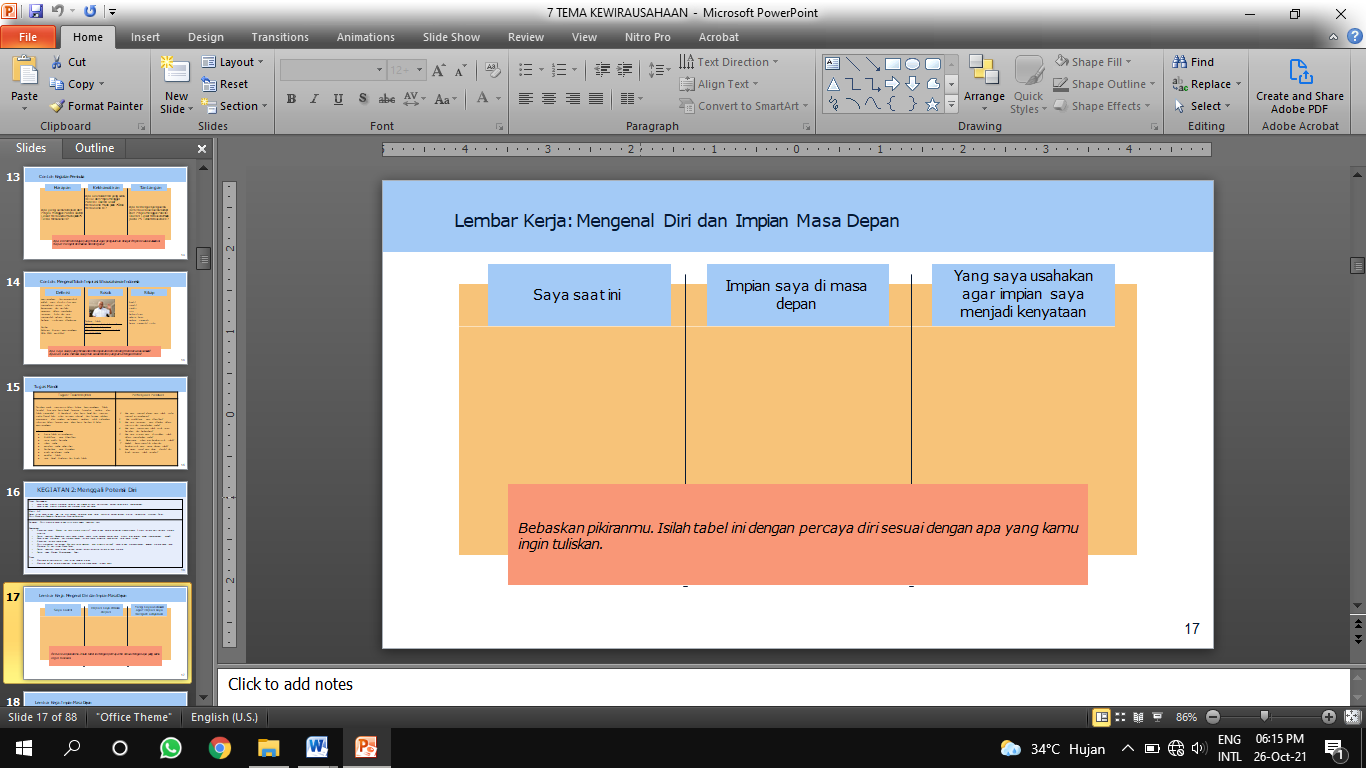
|  |  |
| --- | --- |
| Tugas: Tokoh Inspirasi | Pertanyaan Panduan |
| Temukan sosok inspirasimu dalam bidang kewirausahaan. Tokoh tersebut bisa saja kamu kenal langsung (orangtua, saudara, atau tokoh masyarakat di daerahmu), atau kamu kenal dari inspirasi media (lewat buku, video, jaringan internet, dan lainnya. Lakukan wawancara, atau gunakan pertanyaan panduan untuk melengkapi informasi dalam laporan yang akan kamu berikan di kelas Kewirausahaan.  Informasi dalam laporan:   * Nama tokoh wirausahawan * Produk/Jasa yang dihasilkan: * Lama waktu berusaha: * Lokasi usaha: * Kegiatan usaha sehari-hari * Sumberdaya yang digunakan: * Kisah perjalanan usaha: * Karakter tokoh * Yang dapat dipelajari dari kisah tokoh | 1. *Apa yang menjadi alasan sang tokoh mulai menjadi wirausahawan?* 2. *Apa produk/jasa yang dihasilkan?* 3. *Apa saja tantangan yang dihadapi dalam merintis dan menjalankan usaha?* 4. *Apa yang memotivasi tokoh untuk tetap bertahan dan berkembang?* 5. *Apa saja strategi yang ditunjukkan tokoh dalam menjalankan usaha?* 6. *Bagaimana sikap atau karakteristik tokoh?* 7. *Apakah kamu memiliki sikap dan karakteristik yang sama dengan tokoh?* 8. *Apa pesan moral yang dapat diambil dari kisah tentang tokoh tersebut?* |

**PERTEMUAN 2**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tahapan Kegiatan** | **Jenis Kegiatan** | **Proses/ Pelaksanaan** | **Tujuan** |
| 1 | Tahap Pengenalan | Menggali Potensi diri | 1. Presentasi individu. Apakah hal yang menarik minatmu?. peserta didik secara bergantian masing-masing 1 menit tentang satu hal yang menarik minatnya. 2. Diskusi kelompok. Bagaimana kamu dapat melihat bidang minat sebagai sebuah bisnis, produk, atau layanan sosial (kewirausahaan sosial?) 3. Peserta didik menuliskan dan mengilustrasikan tentang usaha impiannya pada lembar kerja Usaha Impian. 4. Presentasi tentang usaha impian. 5. Guru mengajukan pertanyaan: Apa yang harus dilakukan agar impianmu berhasil? peserta didik mendeskripsikan jawaban mereka pada tabel Mengenal Diri dan Impian Masa Depan. 6. Diskusi kelompok. peserta didik berbagi dengan teman-temannya tentang isi tabel mereka. 7. Diskusi kelas: Menjadi Wirausahawan Sejati. | 1. peserta didik mampu mengenal karakter dan kualitas diri yang berhubungan dengan karakteristik kewirausahaan 2. peserta didik mampu mengenal dan menggali minat dan bakat |

**MENGGALI POTENSI DIRI**

1. Mengisi Lembar Kerja Mengenal Diri dan Impian Masa Depan



1. Mengisi Lembar Kerja Impian Masa Depan

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Impian Saya di Masa Depan | | |
| Kalimat motivasi | Ilustrasi | |
| Saat saya dewasa, cita-cita saya adalah..………………  Karena……………………. | Saya berbakat dalam bidang:  1……………………  2……………………  3………………….. | Saya memiliki sikap berikut….. (lingkari 3 sikap yang sangat menggambarkan dirimu saat ini.) |
| Hal penting dalam hidup saya adalah…………………………………………………………………………………………………………………………..... | Jika saya sukses, maka saya akan  ……………………………………………………………………………… |

1. Usaha impian

|  |  |
| --- | --- |
| Tugas: Usaha Impian | Panduan |
| Andai ini adalah tokomu, bagaimana kamu menambahkan detail untuk usaha impianmu? | * Bagaimana bentuk produk usahamu? Gambarkan ide bisnismu. * Alat dan bahan apa yang kamu butuhkan? * Siapa saja orang yang akan bekerja bersamamu? * Bagaimana kamu akan menjalankan usahamu?   Keterangan: Tambahkan tulisan nama toko, harga barang/jasa, gambar produk, keterangan lain. Jika tokomu online, kamu boleh menyesuaikan. |

1. Wirausahawan Sejati

Sejatinya, bisnis atau wirausaha bukanlah kemampuan yang berasal secara turun-temurun ataupun warisan. Bisnis adalah sesuatu yang dapat dipelajari oleh siapapun dan kapanpun waktunya. Selain itu, lingkungan juga menjadi salah satu faktor pendorong keberhasilan dalam membentuk orientasi bisnis dalam sikap dan alam pikiran. Ibarat tanaman yang ditumbuhkembangkan oleh lingkungan di sekelilingnya. berikut adalahciri utama wirausahawan:

1. Wirausaha itu independen, tidak tergantung dan mengandalkan orang lain. Selalu mengedepankan kejujuran dan tanggung jawab.  jangan selalu bertanya “apa yang akan aku dapatkan?” tapi mulailah dengan pertanyaan “apa yang dapat aku berikan/lakukan?”
2. Mempunyai sense of belonging yang tinggi pada organisasi/perusahaan tempat kita bekerja. Mampu berkomitmen, mampu bermitra dan bekerjasama. Orang yang memiliki sense belonging yang tinggi terhadap sesuatu akan terus berusaha melakukan yang terbaik. Penilaian semata-mata bukan dari atasan tapi dari kinerja diri sendiri. Kinerjanya akan sama ketika ada atasan atau tidak. Dia mampu melakukan evaluasi terhadap diri sendiri dan memperbaikinya.
3. Tidak berhenti mengembangkan diri. Wirausaha sejati selalu bertumbuh bersama-sama, tidak terobsesi untuk sukses sendirian.. Seorang wirausaha sejati tak pernah berhenti untuk mengembangkan diri, ia mampu memanfaatkan peluang yang berpotensi untuk mengembangkan dirinya menjadi lebih baik. Keuletan, kecermatan dan kedisiplinan adalah hal-hal yang harus dikembangkan terus menerus oleh seorang wirausaha sejati.
4. Berani mengambil keputusan. Mampu menganalisa berbagai permasalahan dan mempertimbangkannya secara bijak. Berani mengambil resiko demi sebuah kebenaran. Suatu waktu dia mampu mengambil alih kontrol terhadap permasalahan-permasalahan yang timbul pada saat dibutuhkan dan bertanggung jawab atasnya. Dia tidak takut salah dan dipersalahkan, baginya salah adalah salah satu cara untuk belajar menjadi benar..
5. Dare to be Fail (Berani gagal) adalah salah satu sikap yang perlu dimiliki oleh seorang wirausaha, berani gagal artinya ketika gagal dia menganngap positif terhadap kegagalannya itu. Kegagalan bukan lah suatu kehancuran atau akhir dari karir atau kehidupannya. Kegagalan dijadikan sebagai titik balik yang membuat ia semakin kuat dan bangkit. Kegagalan adalah pelajaran yang sangat berharga baginya, dan menjadi tolak ukur bagi usahanya di masa yang akan datang.
6. Menciptakan Nilai, bukan sekedar uang. Ini yang paling penting, bahwa segala sesuatu tidak harus diukur dengan materi. Wirausaha sejati tidak pernah berpikir bahwa apa yang telah dia cepai adalah semata-mata hasil usahanya sendirian.

Singkatnya, Wirausaha itu adalah suatu sikap Menciptakan, Menumbuhkan dan Menebar Manfaat terhadap sesuau yang kita geluti, apa pun itu bidangnya,

**PERTEMUAN 3**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tahapan Kegiatan** | **Jenis Kegiatan** | **Proses/ Pelaksanaan** | **Tujuan** |
| 1 | Tahap Pengenalan | Menumbuhkan Sikap Wirausaha | 1. Guru menyiapkan lembar kuis atau ﬁle kuis secara online. Guru dapat membuat kotak tabulasi di papan untuk pengisian hasil survey. 2. Mengisi kuis: Cocok jadi wirausahawan. 3. Diskusi kelompok. peserta didik dalam kelompok nilai yang sama berkumpul. Mereka saling berbagi tentang persamaan dari sifat yang mereka miliki. 4. Perwakilan dari tiap kelompok akan berbagi hasil diskusi pada presentasi kelas. 5. Survey pendapat peserta didik. Menjadi wirausahawan sukses itu: bakat, pilihan, atau keduanya? 6. Membahas hasil survey. peserta didik memberikan alasan atas jawaban yang mereka pilih. 7. Permainan. Arkade Bola Kertas. peserta didik mendapat 3x kesempatan melempar bola kertas ke dalam keranjang yang ditaruh di depan kelas. Terdapat 3 titik untuk melempar. Setiap titik mempunyai poin. Titik terjauh memiliki poin terbesar, titik terdekat memiliki poin terkecil. Jika berhasil masuk, peserta didik mendapat poin, jika tidak 0. peserta didik yang memiliki poin tertinggi menjadi pemenangnya. 8. Diskusi. Wirausahawan adalah individu yang menggunakan sumber daya ekonomi dan menciptakan produk baru atau bisnis baru. Mereka menanggung risiko dan menerima imbalan/keuntungan dari usaha mereka. Pertanyaan: Apa saja kerugian yang bisa dialami oleh seorang wirausahawan? Mengapa mereka berani untuk mengambil risiko dalam berusaha? | 1. peserta didik mampu membangun sikap wirausaha 2. peserta didik mampu memahami dasar-dasar kewirausahaan dan pengambilan keputusan 3. peserta didik mampu memahami persepsi dan deﬁnisi kewirausahaan dan usaha kecil menengah |

1. Mengisi Kuesioner

|  |  |
| --- | --- |
| Tugas : Mengisi Kuesioner | Panduan |
| Berilah bobot pada 10 pertanyaan kuesioner di bawah ini sesuai dengan apa yang kamu rasakan.  tidak setuju  cukup setuju sangat  setuju setuju  Sangat tidak setuju  1----------2----------3----------4----------5   1. ….. Saya menyukai tantangan untuk mencoba melakukan sesuatu yang baru 2. ….. Saya rela bekerja keras asal dapat mewujudkan mimpi saya 3. ….. Saya adalah orang yang jujur, dapat dipercaya dan diandalkan oleh teman, guru, dan keluarga. 4. ….. Saya merasa sangat puas saat dapat menyelesaikan tugas dengan baik 5. ….. Saya selalu menyelesaikan tugas yang saya miliki meskipun banyak tantangan yang dihadapi 6. ….. Saya dapat membuat keputusan secara mandiri 7. ….. Saya berani mengambil risiko dan belajar dari kesalahan 8. ….. Saya dapat bekerja dengan baik pada situasi yang beragam 9. ….. Saya memiliki kepribadian / keahlian / keterampilan yang unik yang tidak dimiliki semua orang. 10. ….. Ayah/Ibu saya adalah seorang pengusaha | |  |  | | --- | --- | | Nilai | Petunjuk Nilai | | 41 – 50 | Saya sangat cocok menjadi seorang wirausahawan | | 31 – 40 | Saya punya potensi menjadi seorang wirausahawan | | 21 – 30 | Saya dapat belajar menjadi seorang wirausahawan dengan fokus pada pengembangan diri | | 10 – 20 | Saya lebih tertarik pada profesi selain menjadi seorang wirausahawan | |

Pertanyaan Diskusi

* Berapakah nilaimu?
* Apakah nilai kuesioner menjadi penentu keberhasilan menjadi seorang wirausahawan di masa depan? Jelaskan alasanmu.

Bakat atau Pilihan

|  |  |
| --- | --- |
| **Tugas: Bakat atau Pilihan?** | **Panduan** |
|  | Menjadi pengusaha sukses itu:  bakat atau pilihan?  Suarakan/tuliskan pendapatmu. |

1. Berani Mencoba Hal Baru

|  |  |
| --- | --- |
| Tugas: Mencoba Hal Baru | Panduan |
| Apa saja manfaat mencoba hal-hal baru?  Mencoba hal-hal baru meningkatkan kesadaran diri, merangsang kreativitas, membantu mengatasi rasa takut, meningkatkan kepercayaan diri, membangun kebijaksanaan, dan memungkinkan Anda untuk melihat dunia dari perspektif yang berbeda.  Mengapa sulit sekali untuk melakukannya?  Sebagian dari kita kadang sulit untuk mencoba hal-hal baru. Biasanya karena kita sudah merasa nyaman dengan hal yang kita sukai atau sudah sering lakukan. Pemikiran yang muncul atas ketidaknyamanan yang mungkin terjadi akan membuat kita enggan mencoba hal baru meskipun kita tertarik akan hal itu.  Bagaimana saya dapat meyakinkan diri saya untuk melakukannya? Menuliskan daftar hal-hal baru yang ingin dilakukan, menuliskan alasannya dan kapan kamu akan melakukannya akan sangat membantu hal itu dapat terlaksana. | Minggu ini, cobalah lakukan suatu hal baru yang selalu kamu inginkan, dan tuliskan perasaanmu atas pengalaman tersebut. Berikut beberapa ide baik yang dapat kamu lakukan minggu ini.   * Menelepon kerabat jauh atau sahabat lama menanyakan kabar mereka * Memasak menu baru dari inspirasi * Melukis dengan teknik baru * Mendaftar lomba, seminar atau pelatihan keterampilan   - ……..   * + Hal baru yang aku lakukan minggu ini adalah …..   + Aku melakukannya karena….   + Perasaanku setelah melakukannya adalah…. |

Resiko Usaha

**Pertanyaan: Apa saja kerugian yang bisa dialami oleh seorang wirausahawan? Mengapa mereka berani untuk mengambil risiko dalam berusaha?**

* 1. Pengertian Resiko Usaha

Menurut penjelasan dari Hanggraeni (2010:2) Resiko : peristiwa/kejadian-kejadian yang potensi untuk terjadi yang mungkin dapat menimbulkan kerugian pada suatu perusahaan.

Sedangkan Resiko usaha : kemungkinan seorang pemgusaha atau suatu perusahaan menderita kerugian, mendapat bahaya yang mengancam eksistensi sebuah usaha. Kegagalan usaha : situasi yang tentu tidak dapat dikehendaki oleh para pelaku bisnis, tetapi pada kenyataannya resiko itu pasti akan dihadapi.

Resiko timbul karena adanya unsur ketidakpastian di masa mendatang, adanya penyimpangan, terjadinya sesuatu yang tidak diharapkan, atau tidak terjadinya sesuatu yang diharapkan . Resiko bersifat dinamis dan memiliki interdependensi satu sama lain. Dengan demikian dinamisme sifat resiko itu harus diantisipasi sejak awal.

* + 1. Karakteristik Resiko

Adapun karakteristik resiko yang sering dihadapi dalam usaha, antara lain:

* + - 1. Kejadian resiko akan terulang terus dan cenderung dapat dukur.
      2. Jenis-jenis resiko yang masih sangat baru dan sulit diukur.
      3. Sangat tergantung satu sama lain.
      4. Bersifat kompleks.

Terdapat resiko yang saling berkaitan satu sama lain dan bahkan yang tidak berkaitan sama sekali, juga terdapat resiko yang saling menuatkan. Dengan demikian, dalam mengelola resiko harus dilakukan secara efektif, dan harus mengenali macam-macam resiko yang menjadi dasarnya, dan juga hubungan-hubungan yang terkait dengan resiko yang sedang dihadapi.

* + 1. Faktor Penyebab Terjadinya Resiko

Berikut : beberapa faktor yang menyebabkan resiko usaha terjadi, yaitu:

* + - 1. Faktor Perubahan Lingkungan
      2. Faktor Sosial
      3. Faktor Ekonomi
      4. Faktor Gaya Hidup
      5. Faktor Kemajuan Teknologi
      6. Faktor Budaya
      7. Kesalahan Strategi Pemasaran (Marketing)
  1. .Macam-macam Resiko

Resiko yang terjadi dapat dibedakan jenis-jenisnya, berdasarkan pendapat para ahli berikut ini.

1. Menurut Hanggraeni (2010:3) terdapat dua jenis resiko yang biasa timbul dalam usaha, antara lain:
   1. Resiko non-entrepreneurial

Resiko non-enterpreneurial : resiko yang bukan diakibatkan oleh keputusan kewirausahaan yang diambil perusahaan. Perusahaan biasanya memanfaatkan jasa asuransi, salah satu cara untuk melindungi perusahaan dari resiko ini. Contoh dari resiko ini antara lain : bencana alam, kebakaran, polusi, dan KKN.

* 1. Resiko Entrepreneurial

Resiko Entrepreneurial : resiko yang diakibatkan oleh keputusan kewiarausahaan yang diambil perusahaan. Jika perusahaan mengambil keputusan bisnis dan tidak tepat memprediksi keputusan tersebut, perusahaan dapat mengalami kerugian yang signifikan. Contoh dari resiko ini antara lain : resiko membangun gedung baru, meluncurkan produk baru, dan resiko melakukan merger.

1. Menurut Sadgrove yang dipaparkan oleh Hanggraeni (2010:11), resiko digolongkan menjadi :
   1. Resiko operasional, resiko yang berkaitan dengan proses produksi atau operasi perusahaan.
   2. Resiko strategi, : isu yang besar yang mendorong perusahaan berpikir secara skala besar. Resiko ini dikelola pada level Direksi dan memerlukan perencanaan strategi.
   3. Resiko kepatuhan, : resiko yang dihadapi perusahaan yang berhubungan dengan kepatuhan perusahaan dengan aturan-aturan hukum serta aturan-aturan pemerintah untuk meningkatkan pengendalian resiko perusahaan sebagai resiko publik.
   4. Resiko keuangan internal, : resiko yang dihadapi perusahaan yang berhubungan dengan keuangan.
2. Menurut Lam yang juga dipaparkan oleh Hanggraeni (2010:12), resiko digolongkan menjadi:
3. Resiko Pasar, resiko pergerakan harga yang berdampak negatif pada perusahaan.
4. Resiko kredit, resiko kegagalan pelanggan, pihak ketiga, atau pemasok dalam memenuhi kewajibannya.
5. Resiko operasional, resiko kegagalan orang, proses dan sistem, atau resiko terjadinya suatu peristiwa eksternal (misal gempa bumi, dan kebakaran) yang berdampak negatif pada perusahaan.
6. Resiko bisnis, resiko tidak tercapainya sasaran hasil-hasil operasi.
7. Resiko organisasional, resiko yang timbul dari buruknya rancangan struktur organisasi atau tidak memandainya sumber daya manusia.
8. Menurut Ahli-ahli lainnya, resiko usaha terdapat beberapa jenis yaitu:
9. Resiko Produksi, biasanya terjadi pada sistem produksi yang otomatisasi dan menggunakan mesin, biasanya prosesnya menjadi tidak teliti. Akibatnya pada saat terdapat produk yang cacat, dan menjadi komplain bagi pelanggan yang memperolehnya dan rasa ketidakpercayaan pada perusahaan maka akan menimbulkan kerugian bagi perusahaan.
10. Resiko Pemasaran, berkaitan dengan proses marketing, yaitu bagaimana teknik yang dilakukan untuk menyampaikan produk kepada pelanggan dengan baik.
11. Resiko Sumber Daya Manusia, yang biasanya memerlukan karyawan dalam hal pengembangan usaha, namun dapat menimbulkan resiko apabila karyawan tersebut memiliki kepribadian yang kurang baik.
12. Resiko Finansial, Dalam hal menanggapi kerugian besar yang memungkinkan akan terjadi, maka perlu dipersiapkan langkah penyelesaiannya untuk menyelamatkan perusahaan dari kerugian besar.
13. Resiko Lingkungan, Hal ini sangat berkitan erat dengan produksi usaha yang biasanya menghasilkan limbah, terutama yang dapat berdampak bagi kerusakan lingkungan. Akibatnya pengolahan dan pembuangannya harus dipikirkan secara matang, agar tidak menimbulkan kerugian dikemudian hari.
14. Resiko Teknologi, Berkaitan dengan produksi yang menggunakan alat, yang penggunaannya harus selalu dipantau keoptimalannya.
15. Resiko Permintaan Pasar, hal ini dapat diartikan dengan peluang produksi yang harus selalu dikembangkan dengan inovasi, agar permintaan tak sampai terhenti dengan seiringnya perkembangan kebutuhan.
16. Resiko Perbaikan, Hal ini sering terjadi karena banyak faktor yang berpengaruh, dan perbaikan harus dilakukan dengan hati-hati.
17. Resiko Kerjasama, Hal ini tentu terjadi pada saat kita memiliki partner berbisnis, dan bergantung pada kepercayaan yang kita rasakan dari partner yang akan melakukan kerja sama, jika tidak mka dikemudian hari akan timbul resiko yang akan merugikan perusahaan.
18. Resiko Peraturan Pemerintah, Dalam hal ini kita harus mempunyai pertimbangan tentang keamanan pada usaha yang kita jalani, apakah telah sesuai dengan peraturan yang diberlakukan oleh pemerintah.
19. Resiko Pengembangan Asset, Saat berkeinginan mengembangkan asset yang dimiliki maka harus melihat, memperkirakan, serta menghitung kembali resiko yang kan berdampak besar bagi usaha, dan dapat memikirkan langkah untuk mengatasinya.

**PERTEMUAN 4**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tahapan Kegiatan** | **Jenis Kegiatan** | **Proses/ Pelaksanaan** | **Tujuan** |
| 2 | Tahap Kontekstualisasi | Mengenal potensi daerah | 1. Guru menyiapkan gambar/tulisan negara baik yang dibuat sendiri ataupun mencontoh dari panduan dan memuat pada format digital. 2. Guru menjelaskan tentang 4 faktor yang mendukung kemajuan ekonomi suatu negara: sumber daya alam, sumber daya modal, sumber daya manusia, kewirausahaan 3. Guru meminta peserta didik menjelaskan apa yang mereka ketahui tentang sumber daya yang ada di Indonesia (baik jumlahnya maupun kualitasnya). 4. Guru meminta peserta didik mencari tahu pengertian tentang negara maju dan berkembang dan perbedaan di antara keduanya. (contoh artikel: [https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/10/070000769/perbedaan-negara-maju-dan-negara-berkembang)](http://www.kompas.com/skola/read/2020/01/10/070000769/perbedaan-negara-maju-dan-negara-berkembang)) 5. Guru menunjukkan dua nama negara: Indonesia dan Singapura dan meminta peserta didik menebak mana yang merupakan negara maju dan berkembang dan menyebutkan alasannya. 6. Guru meminta peserta didik menyimpulkan tentang kesamaan yang dimiliki oleh negara-negara maju (lewat hasil diskusi juga dari kegiatan membaca artikel). | 1. peserta didik mampu menggali informasi tentang potensi daerah 2. peserta didik mampu menginformasikan hasil risetnya dalam bentuk teks lisan/tulisan |

**MENGENAL POTENSI DAERAH**

1. 4 Faktor Sumberdaya

|  |  |
| --- | --- |
| 4 faktor sumberdaya yang mendukung kemajuan ekonomi suatu negara | |
| **Sumber Daya Alam dan Budaya**  Kekayaan alam yang mendukung proses produksi (luas wilayah, kesuburan tanah, hutan, bahan tambang, minyak, gas, laut).  Termasuk juga bentang alam yang berupa gunung, bukit, laut, pantai, sungai, danau, hutan, dan lainnya  Kekayaan Budaya yang terdiri dari bangunan bersejarah serta adat dan tradisi | **Sumber Daya Manusia**  Kuantitas dan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan dalam proses produksi |
| **Sumber Daya Modal**  Kekayaan teknologi, ide, uang, mesin, serta alat dan infrastruktur lainnya yang mendukung proses produksi | **Kewirausahaan**  Para wirausahawan yang menggabungkan input sumber daya alam, tenaga kerja, dan modal untuk menghasilkan barang atau jasa dengan tujuan menghasilkan keuntungan atau mencapai tujuan nirlaba. |

Diskusikan!

* Bagaimana dengan faktor sumberdaya di Indonesia?
* Faktor mana saja yang dimiliki berlimpah dan menjadi sebuah keunggulan?
* Faktor mana saja yang dimiliki terbatas dan menjadi sebuah tantangan?

1. Negara Maju dan Negara Berkembang
2. Pengertian Negara Maju dan Negara Berkembang

Untuk menggolongkan negara-negara di dunia ini ada beberapa macam tolok ukur yang digunakan, antara lain berdasarkan pada sistem politiknya, misalnya negara-negara sosialis dan negara-negara kapitalis. Ada juga pengelompokan menurut bentuk pemerintahannya, seperti negara-negara monarkhi, republik, dan serikat. Namun ada juga suatu penggolongan terhadap negara-negara yang didasarkan atas perekonomian ataupun kemajuan teknologinya, yaitu negara maju dan negara berkembang.

Negara maju adalah negara-negara yang kaya (developed) sedangkan negara berkembang adalah negara yang terbelakang dan miskin (underdevelop, backword).

* 1. **Negara Maju**

Bila kita amati, negara maju adalah negara-negara industri yang sudah mampu/ berhasil dalam berbagai bidang. Corak dari negara-negara ini adalah negara dengan corak ekonomi pasar. Beberapa negara yang tergolong dalam negara ini adalah: Amerika Serikat, negara-negara di Eropa Barat, Jepang, dan Korea Selatan. Negara-negara ini tergolong negara bercorak ekonomi kapitalis.

* 1. **Negara Berkembang**

Negara berkembang atau sering disebut sebagai negara-negara dunia ketiga adalah negara-negara yang baru saja meraih kemerdekaan dari negara-negara maju. Beberapa negara yang tergolong dalam negara ini adalah: negara-negara di Asia Tenggara (kecuali Singapura), negara-negara di Amerika Latin, Afrika, negara-negara di Eropa Timur, dan Asia (kecuali Jepang, Korea Selatan, dan Singapura).

1. Indikator Negara Maju dan Negara Berkembang

Bilamanakah sebuah negara dikatakan sebagai negara maju ataupun negara berkembang? Tentu saja ada ciri-ciri tertentu yang menandainya. Beberapa ciri yang menandai sebuah negara dikatakan sebagai negara maju atau berkembang adalah sebagai berikut.

* 1. **Pendapatan Per kapita Penduduk**

Pendapatan per kapita/income per kapita penduduk pada hakikatnya mencerminkan tingkat kemakmuran dan kemajuan suatu negara. Di negara-negara maju pendapatan penduduk per kapita tinggi, sedangkan di negara berkembang pendapatan per kapita penduduk lebih rendah daripada negara maju.

* 1. **Pertumbuhan Penduduk**

Pertumbuhan penduduk adalah suatu wilayah dapat diartikan sebagai bertambah dan berkurangnya jumlah penduduk suatu wilayah disebabkan faktor-faktor tertentu.

Di negara maju umumnya pertumbuhan penduduk sangat kecil. Umumnya orang tua hanya menginginkan jumlah anak sedikit (1 atau 2 anak aja), selain itu angka kematian di negara maju lebih besar daripada angka kelahiran. Berkebalikan di negara berkembang yang memiliki tingkat pertumbuhan penduduk tinggi.

Pertumbuhan penduduk yang tinggi memerlukan ketersediaan sumber daya alam yang besar pula. Jika sumber daya alam dan jumlah penduduk tidak seimbang maka yang terjadi adalah kehidupan penduduk yang kurang sejahtera. Inilah yang terjadi di negara berkembang, bahkan negara miskin.

* 1. **Jumlah Tenaga Kerja**

Di negara maju, kesempatan kerja lebih terbuka dan beragam daripada di negara berkembang. Industri di negara maju sangat berkembang, hal ini memungkinkan kegiatan penduduk banyak terkait dengan kegiatan industri ini.

Di negara berkembang, kegiatan ekonomi penduduk lebih banyak terserap di sektor pertanian (termasuk perkebunan) dan perikanan/sebagai nelayan.

* 1. **Angka Harapan Hidup**

Di negara maju, pelayanan kesehatan dan taraf ekonomi baik sehingga menyebabkan penduduknya tumbuh dan berkembang dengan baik. Membaiknya kesehatan dan perkembangan tubuh menjadikan tingkat harapan hidup yang lebih baik pula.

Di negara maju angka harapan hidup warganya sekitar 60 tahun ke atas, sedangkan di negara berkembang angka harapan hidup warganya rata-rata di bawah 60 tahun. Hal ini tentu saja berkaitan dengan tingkat pelayanan kesehatan dan taraf ekonomi yang ada.

* 1. **Mata Pencaharian dan Pemanfaatan Lahan**

Di negara-negara berkembang, sebagian besar mata pencaharian penduduk adalah di sektor pertanian. Pemanfaatan lahan sebagian besar digunakan untuk sawah, perkebunan, tambak, dan hutan. Umumnya lahan yang tersedia masih luas dan termasuk negara agraris, contohnya Vietnam yang 80% penduduknya bekerja di bidang pertanian

Keadaan seperti di atas tidak ditemui di Negara maju. Di Negara maju, sebagian besar penduduknya bekerja di sector industry elektronik, mesin-mesin, dan sebagainya.

* 1. **Penurunan Buta Huruf**

Istilah buta huruf mengandung beberapa macam pengertian.

* + 1. **Buta bahasa, artinya tidak mampu melafalkan/berbicara menggunakan bahasa nasionalnya.**
    2. **Buta angka, artinya tidak mampu membaca angka ataupun berhitung.**
    3. **Buta aksara, yaitu tidak mampu membaca huruf, termasuk membaca dan menulis.**

Di negara maju karena tingkat perekonomian sudah maju, maka negara mampu menyediakan fasilitas-fasilitas di bidang pendidikan secara memadai, penyediaan sekolah- sekolah, dari dasar sampai tingkat perguruan tinggi secara merata sehingga di negara maju penduduknya rata-rata sudah bebas buta huruf.

* 1. **Penurunan Kesenjangan Hidup**

Masalah kesejahteraan perekonomian suatu negara tidak saja dicapai dari aspek tingginya kesejahteraan ekonomi, tetapi juga dibarengi dengan tingkat pemerataan perekonomian tersebut. Di negara berkembang, tingkat perbedaan antara si kaya dan si miskin sangat mencolok sekali. Negara-negara maju mampu mengurangi jarak kesenjangan hidup warganya, artinya banyak orang kaya dan tidak terlalu banyak warga yang miskin.

* 1. **Pemanfaatan Sumber Tenaga Mesin dan Listrik**

Pemanfaatan mesin dan listrik sangat terkait dengan penguasaan teknologi di suatu negara, yang pada akhirnya akan berujung pada pendapatan (devisa) negara serta pendapatan per kapita dalam negara dalam negara tersebut. Di negara-negara maju, hampir semua peralatan sudah menggunakan listrik dan komputerisasi sehingga pekerjaan di berbagai sektor dapat dilakukan secara cepat, tepat, efektif, dan efisien. Sedangkan di negara berkembang, banyak peralatan yang masih nonlistrik, artinya masih dijalankan secara manual/tradisional.

* 1. **Angka Penurunan Kematian Bayi**

Pada prinsipnya, angka kematian akan menunjukkan besarnya kualitas penduduk dan negara di bidang kesehatan dan kemakmurannya. Negara dikatakan berkembang apabila angka kematian bayi di negara itu tinggi karena kualitas kesehatan dan kemakmuran penduduknya relatif rendah. Hal ini umumnya tidak terjadi di negara maju.

1. Pengaruh Sumberdaya terhadap Kemajuan Ekonomi

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Indonesia** | *Global Entrepreneurship Index (GEI) adalah statistik yang mengukur tingkat kewirausahaan suatu negara yang terdiri dari: sikap kewirausahaan, kemampuan kewirausahaan, dan gagasan kewirausahaan. Berdasarkan hasil indeks tahun 2018, Indonesia berada di peringkat 94 yang masih di bawah beberapa negara ASEAN seperti Singapura (27), Malaysia (58), Thailand*  *(71), Filipina (84), dan Vietnam (87) (Acs*  *et al., 2018).* | **Singapura** |
|  |  |
| * Bagaimana perbandingan ke-4 sumberdaya yang dimiliki Indonesia dan Singapura. * Apa yang menyebabkan kewirausahaan Singapura lebih tinggi? * Apa dampak dari tingginya indeks kewirausahaan terhadap kemajuan ekonomi? | | |

1. Tugas Mandiri

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tugas: Mengumpulkan Informasi tentang Potensi Daerah | **Catatan Hasil Riset/Observasi/Wawancara/Kunjung Kerja Potensi Daerah ……**  **Oleh:............** | |
| Kumpulkanlah informasi tentang potensi daerah tempat tinggalmu.  Lakukan riset dengan cara melakukan observasi, wawancara, kunjung kerja, narasumber, ataupun lewat pencarian data di perpustakaan dan media digital terpercaya. Tuliskan hasilnya pada bagan seperti di samping. Tambahkan ilustrasi jika ada. | **Sumber Daya Alam dan Budaya** | **Sumber Daya Manusia** |
| **Sumber Daya Modal** | **Kewirausahaan** |

**PERTEMUAN 5**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tahapan Kegiatan** | **Jenis Kegiatan** | **Proses/ Pelaksanaan** | **Tujuan** |
| 2 | Tahap Kontekstualisasi | Analisis sumberdaya daerah | 1. Guru menyiapkan artikel tentang daerah Wisata Borobudur (bisa dengan gambarnya), lembar diagram SWOT baik dalam bentuk cetak atau digital. Guru meminta peserta didik menyiapkan hasil wawancara/diskusi/survey/kunjungan luar sekolah guna mencari tahu tentang potensi daerah dari kegiatan sebelumnya. 2. Guru membuka pertemuan dengan menunjukkan gambar Candi Borobudur dan bertanya: Siapa yang pernah mengunjungi Candi Borobudur? Apa tempat wisata lainnya yang ada di sekitar Candi? 3. Guru meminta peserta didik membaca artikel 1 “Borobudur Ramai Wisatawan Tetapi 3 Desanya Dilanda Kemiskinan” dan bertanya tentang isi artikel (Apa kelebihan tempat wisata Candi Borobudur? Apa kekurangan pada daerah wisata tersebut? Apa tantangan untuk daerah sekitar tempat wisata? Apa peluang atau potensi yang ada di kawasan wisata Candi Borobudur? Apa strategi atau langkah yang dapat dilakukan agar desa di kawasan wisata Candi Borobudur dapat sejahtera? 4. Setelah selesai mendengar jawaban dari peserta didik, guru meminta peserta didik membaca artikel 2. peserta didik menyebutkan langkah-langkah yang dilakukan oleh para penduduk desa di kawasan wisata Candi Borobudur untuk meningkatkan perekonomian mereka. 5. Guru menjelaskan tentang analisis SWOT, sebagai alat untuk mengidentiﬁkasi faktor internal dan faktor eksternal diri/daerah/suatu usaha dan hasil digunakan sebagai salah satu dasar untuk pengambilan keputusan 6. Guru meminta peserta didik duduk berkelompok dan membaca kembali artikel 1 dan 2 dan menuliskan komponen SWOT desa di kawasan wisata Borobudur | 1. peserta didik mampu mengidentiﬁkasi potensi daerah 2. peserta didik mampu menganalisis potensi daerah menggunakan alat bantu analisis SWOT 3. peserta didik mampu merumuskan peluang usaha dari potensi daerah |

**ANALISIS SUMBERDAYA DAERAH**

1. Analisis SWOT

**Apa itu Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah sebuah bentuk evaluasi akan 4 hal penting (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Tantangan) dalam pengambilan keputusan.

**S**trength (Kekuatan atau Kelebihan) **W**eaknesse (Kelemahan atau Kekurangan) **O**pportunities (Kesempatan atau Peluang) **T**hreats (Ancaman atau Tantangan)

**SW** adalah faktor dari dalam

**OT** adalah faktor dari luar

**Apa fungsi dari Analisis SWOT?**

Melakukan analisis SWOT membantu kita mengidentiﬁkasi kekuatan agar dapat menyeimbangan kelemahan kita dan juga mengatasi tantangan dengan menggunakan peluang-peluang yang ada. Hasil analisis SWOT dapat dijadikan rujukan untuk menyusun strategi dan membuat keputusan, baik untuk kehidupan pribadi, karir, ataupun dalam usaha.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Diagram Analisis SWOT | | |
| Faktor Internal | **Strengths (Kekuatan/Kelebihan)** | **Weaknesses (Kelemahan/Kekurangan)** |
| * Apa sumber daya yang dimiliki? * Apa keunikan/kekhasan yang dimiliki? * Apa hal baik yang sudah/dapat dilakukan? * Apa hal baik yang orang lain lihat/pikirkan tentang daerah kita? | * Apa sumber daya yang kurang/tidak kita miliki? * Apa hal baik yang perlu ditingkatkan? * Apa kekurangan yang orang lain lihat/pikirkan tentang daerah kita? |
| Faktor Eksternal | **Opportunities (Kesempatan/Peluang)** | **Threats (Ancaman/Tantangan)** |
| * Apa kesempatan/peluang yang ada sekarang? * Bagaimana mengubah kekuatan menjadi peluang? | * Apa saja tantangan/kesulitan yang ada sekarang? * Bagaimana dengan situasi persaingan? * Bagaimana kelemahan yang dimiliki dapat menjadi tantangan? |

1. Lembar Tugas: Analisis SWOT Kawasan Wisata

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Artikel 1** | **Analisis SWOT** | **Artikel 2** |
| **Borobudur Ramai Wisatawan Tetapi 3 Desanya Dilanda Kemiskinan**  **Sumber:**  [https://tirto.id/borobudur-ramai-wisat](https://tirto.id/borobudur-ramai-wisatawan-tapi-3-desanya-dilanda-kemiskinan-elHV)  [awan-tapi-3-desanya-dilanda-kemiskin](https://tirto.id/borobudur-ramai-wisatawan-tapi-3-desanya-dilanda-kemiskinan-elHV)  [an-elHV](https://tirto.id/borobudur-ramai-wisatawan-tapi-3-desanya-dilanda-kemiskinan-elHV) | Lakukan analisa SWOT pada daerah wisata kawasan Candi Borobudur.  Tuliskan hasilnya pada diagram SWOT | **EKONOMI KREATIF : Warga**  **Sekitar Candi Diberdayakan dengan Cara Ini**  **Sumber:** [**https://jogjapolitan.harianjogja.com/re**](https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2016/06/06/512/725991/ekonomi-kreatif-warga-sekitar-candi-diberdayakan-dengan-cara-ini) [**ad/2016/06/06/512/725991/ekonomi-k**](https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2016/06/06/512/725991/ekonomi-kreatif-warga-sekitar-candi-diberdayakan-dengan-cara-ini) [**reatif-warga-sekitar-candi-diberdayaka**](https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2016/06/06/512/725991/ekonomi-kreatif-warga-sekitar-candi-diberdayakan-dengan-cara-ini) [**n-dengan-cara-ini**](https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2016/06/06/512/725991/ekonomi-kreatif-warga-sekitar-candi-diberdayakan-dengan-cara-ini) |
| * Apa kelebihan tempat wisata Candi Borobudur? * Apa kekurangan pada daerah wisata tersebut? * Apa tantangan untuk daerah sekitar tempat wisata? * Apa peluang atau potensi yang ada di kawasan wisata Candi Borobudur? * Apa strategi atau langkah yang dapat dilakukan agar desa di kawasan wisata Candi Borobudur dapat sejahtera? * Masalah apa yang dihadapi oleh masyarakat yang tinggal di kawasan wisata Candi Borobudur? * Bagaimana masyarakat mengatasi masalah dengan memanfaatkan potensi (sumberdaya) daerah dan peluang denga menyadari kekurangan yang ada? | | |

1. Analisis SWOT Potensi Daerah

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tugas:**  **Melakukan Analisis SWOT Terhadap Potensi Daerah** | **Diagram Analisis SWOT** | | |
| Setelah belajar melakukan analisis SWOT pada studi kasus kawasan wisata Candi Borobudur, sekarang saatnya untuk melakukan hal yang sama untuk daerahmu.  Berdasarkan hasil pengamatan, buatlah analisis SWOT terhadap potensi daerahmu.  Pertanyaan Panduan di akhir analisis:  Apakah peluang dapat ditemukan dari masalah?  Apa saja peluang usaha yang dapat ditemukan di daerahmu? Apa saja peluang usaha yang dapat dimanfaatkan dan dikerjakan oleh anak muda sepertimu? | Faktor Internal | **Strengths (Kekuatan/Kelebihan)** | **Weaknesses (Kelemahan/ Kekurangan)** |
|  |  |
| Faktor Eksternal | **Opportunities (Kesempatan/Peluang)** | **Threats (Ancaman/ Tantangan)** |
|  |  |

1. Inspirasi Wirausaha Muda

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nyorot Kopi** | **Kisah Inspirasi Wirausaha Muda Kembangkan Potensi Daerah**  [**https://www.kompas.id/baca/muda/2020/0**](https://www.kompas.id/baca/muda/2020/06/03/bertahan-di-kampung-halaman-anak-muda-kembangkan-potensi-daerah/) [**6/03/bertahan-di-kampung-halaman-anak-**](https://www.kompas.id/baca/muda/2020/06/03/bertahan-di-kampung-halaman-anak-muda-kembangkan-potensi-daerah/) [**muda-kembangkan-potensi-daerah/**](https://www.kompas.id/baca/muda/2020/06/03/bertahan-di-kampung-halaman-anak-muda-kembangkan-potensi-daerah/)  **atau**  [**https://smk.kemdikbud.go.id/konten/4648/**](https://smk.kemdikbud.go.id/konten/4648/anak-muda-kembangkan-potensi-daerah) [**anak-muda-kembangkan-potensi-daerah**](https://smk.kemdikbud.go.id/konten/4648/anak-muda-kembangkan-potensi-daerah) | **Adelia Batik** |
| Framtama Wahyu Ardhi memilih memproduksi kopi asli Banyuwangi dari hasil petani kopi di Gombeng, Banyuwangi, kota tempat tinggalnya. Tama belajar mengolah kopi secara otodidak dan sering mengikuti workshop yang digelar pegiat kopi di Banyuwangi. Produksi kopinya dilakukan pada skala UKM dengan peralatan sederhana.  Tama punya mimpi supaya kopi asli Banyuwangi yang ditanam di bawah kaki Gunung Ijen bisa lebih dikenal. | Dua saudara kembar Aulia Ristya Purnama (Lia) dan Aulia Ristya Purnami (Ade) dari Bekasi, melirik batik untuk dikembangkan sesuai potensi daerah tempat tinggal mereka. Mereka belajar ke beberapa pusat pengolahan batik hingga bisa menemukan cara yang pas untuk mengembangkan motif khas Bekasi yang bernama Kelowong. Mereka juga memberdayakan para perempuan di daerah sekitar untuk menjadi pembatik. |
| Bacalah artikel pada tautan di atas untuk kisah inspirasi lainnya.   * Bagaimana kamu menyikapi semangat para anak muda tersebut untuk berkarya di tempat tinggalnya? * Apa hal yang membantu dan memudahkan para anak muda tersebut untuk memberanikan diri mengambil keputusan dan menjadi pelaku wirausaha? * Apa dampak dari usaha yang dijalankan para anak muda tersebut bagi lingkungan sekitar dan daerahnya? | | |

**PERTEMUAN 6**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tahapan Kegiatan** | **Jenis Kegiatan** | **Proses/Pelaksanaan** | **Tujuan** |
| 1 | Tahap Kontekstualisasi | Kearifan local dan etika berwirausaha | 1. Guru menyiapkan gambar/tulisan negara baik yang dibuat sendiri ataupun mencontoh dari panduan dan memuat pada format digital. 2. Guru menyebutkan sebuah pepatah/petuah dalam bahasa daerah yang bertema kebijakan hidup, integritas, dan kerja keras. Guru meminta kepada peserta didik untuk menebak arti dari pepatah/petuah tersebut, dan menyebut apakah pernah mendengar hal tersebut? Guru meminta peserta didik menyebutkan pepatah/petuah lainnya yang mereka ketahui 3. Guru meminta peserta didik membaca artikel “Kearifan Lokal Dalam Praktik Bisnis di Indonesia” lalu secara mandiri atau berpasangan mengerjakan kegiatan lanjutan: mendata kearifan lokal dari berbagai daerah pada tabel dan menjawab pertanyaan diskusi terkait tema kegiatan. 4. Guru menjelaskan tentang formatif 1 yang dilakukan oleh guru dengan menilai partisipasi peserta didik dan reﬂeksi yang dituliskan pada jurnal. Formatif 2 yang dilakukan di akhir kegiatan 6 yaitu Esai singkat (150 - 400 kata) tentang topik pilihan:    1. Membangun Sikap Kewirausahaan yang berwawasan Pancasila    2. Analisis sumberdaya daerahku    3. Kearifan lokal untuk kemajuan ekonomi daerah | 1. peserta didik mampu mengenal kearifan lokal dari berbagai daerah yang berhubungan dengan kewirausahaan 2. peserta didik mampu memahami kearifan lokal sebagai bagian yang mendukung kelangsungan kewirausahaan |

**Kearifan Lokal sebagai Sumber Nilai Etika** **Bisnis**

Globalisasi merupakan sebuah keniscayaan. Gelombang globalisasi sempat memunculkan kekhawatiran berbagai pihak akan musnahnya nilai-nilai lokal yang selama ini menjadi tatanan kehidupan bagi masyarakat tertentu. Namun, segera terbukti bahwa tidak semua nilai-nilai globalisasi sesuai dalam memberikan tatanan yang diinginkan bagi sebagian besar masyarakat di berbagai belahan dunia. Masyarakat Jepang dan masyarakat Bali merupakan dua contoh dari luar dan dalam negeri, bagaimana kearifan lokal masih dipegang dengan kuat oleh masyarakatnya. Kedua wilayah yang sangat berbeda ini bukannya meredup dengan nilai-nilai lokalnya, namun justru memiliki kekuatan di bidangnya masing-masing yang begitu menonjol. Jepang menjadi negara industri paling maju di Asia bahkan dunia melalui penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi tingginya, sedangkan Bali berkembang melalui industri pariwisatanya yang tidak hanya diakui di dalam negeri, tetapi juga diakui dunia.

Kedua contoh diatas menunjukkan bahwa kearifan lokal dapat dijadikan sebagai sumber etika bisnis. Kearifan lokal memberi norma-norma yang dapat dipedomani masyarakat dalam bertingkah laku sehari-hari dan dapat membentuk karakter manusia yang taat terhadap norma-norma yang mengatur kehidupan, agar tercapai keteraturan, ketentraman, keadilan dalam kehidupan bersama. Masyarakat Indonesia yang taat norma dan hukum dengan penuh kesadaran melaksanakannya, merupakan modal sosial bangsa yang sangat berharga. Modal social ini dapat membekali bangsa Indonesia untuk mampu menyesuaikan diri dalam kehidupan bermasyarakat, baik dalam lingkup local, nasional, regional maupun internasional.

Kearifan lokal dapat diartikan sebagai kebiasaan-kebiasaan, aturan, dan nilai-nilai sebagai hasil dari upaya kognitif yang dianut masyarakat tertentu atau masyarakat setempat yang dianggap baik dan bijaksana, yang dilaksanakan dan dipatuhi oleh masyarakat tersebut. Gagasan-gagasan dari kearifan lokal tersebut dapat terwujud ke dalam berbagai bentuk, mulai dari kebiasaan-kebiasaan, aturan, nilai-nilai, tradisi, bahkan agama yang dianut masyarakat setempat (Pratikto, 2015). In- donesia memiliki kearifan lokal yang kaya dan beragam yang hidup berkembang di berbagai suku bangsa yang menjadi modal social bangsa Indo- nesia. Dalam kognisi budaya Jawa, misalnya didapati ungkapan bernuansa ekonomi “*rukun agewe santoso, congkrah agawe bubrah*”, mendorong munculnya kerukunan dan kehar- monisan serta menjadikan dunia penuh dengan keselamatan dengan menghindari konflik (Syam,2010).

Pada masyarakat Sunda, nilai-nilai kearifan lokal yang mendukung praktik bisnis antara lain adalah kejujuran, kesabaran, patuh pada aturan dan peran, melatih tanggung jawab, kebijaksanaan untuk membedakan mana yang baik dan buruk, melat ih jiw a ke pemimpinan, ker jasama, kebersamaan, kekompakan, musyawarah untuk mencapai kesepakatan, tidak egois, tidak mudah putus asa, berkorban untuk kepentingan orang lain, kewaspadaan, berani mengambil risiko dan konsekuensi terhadap pilihan yang dibuatnya, disiplin diri, kemurahan hati, menghargai kawan dan lawan, mengetahui tugas dan kewajiban, menempatkan diri berdasarkan batasan aturan dan peran, keuletan, semangat daya juang, melatih kepekaan, *self-endurance*, tahan terhadap godaan, serta teguh pada pendirian. Nilai-nilai tersebut didasarkan pada penelitian Indrawati (2007) terkait nilai-nilai kearifan dan praktik bisnis yang diajarkan sejak usia anak-anak**.** Adapun contoh-contoh diatas hanyalah sebagian kecil dari kearifan local suku bangsa Indonesia. Kumpulan kearifan local suku bangsa tersebut adalah kearifan lokal Indonesia, karena suku bangsa yang beragam itu menyatu dalam satu kesatuan negara Indone- sia. Walaupun suku bangsa yang jumlahnya sangat banyak tersebut menyatu dalam satu Negara In- donesia, tetapi mereka tetap menjadi diri mereka sendiri yang memiliki filsafat kearifan local sebagai pedoman dalam kehidupan sehari-hari.

Kearifan lokal di masing-masing suku bangsa di Indonesia dapat dijadikan sebagai sumber nilai dalam membentuk karakter bangsa Indonesia dan ini menjadi modal social dan bisnis bangsa untuk berperan aktif dalam budaya glo- bal. Kearifan local dapat menjadi sumber nilai untuk membangun elemen-elemen modal social dan modal bisnis, diantaranya adalah kepercayaan (mutual trust) dan jaringan kerja sana (*networks*). Trust atau kepercayaan diderskripsikan sebagai bentuk keteraturan, kejujuran, dan perilaku kooperatif yang muncul dari suatu kelompok, dimana bentuk tersebut didasarkan pada norma- norma yang dianut bersama oleh seluruh anggota kelompok (Hanum, 2015). Nilai-nilai kearifan lo- cal yang berperan sebagai *way of life* pada suatu masyarakat local, dapat menjadi dasar dalam membangun rasa percaya dan saling menghormati diantara anggota masyarakat tersebut. Rasa percaya adalah modal penting untuk hidup bersama, bila rasa saling percaya ini menipis, maka proses interaksi akan terjadi kearah proses disasosiatif yang akan menyuburkan persaingan tidak sehat dan konflik. Kearifan local banyak mengandung nilai-nilai bijaksana yang dapat dijadikan pedoman hidup untuk menjapai keharmonisan dalam hidup bersama. Jaringan so- cial merupakan salah satu dimensi modal social dan modal bisnis.

**Pembelajaran Etika Bisnis**

Membangun karakter bangsa jauh lebih penting daripada mengejar kemajuan Ilmu pengetahuan dan teknologi (Iptek). Telah ditegaskan diatas bahwa kearifan lokal dapat dijadikan sebagai sumber nilai etika bisnis. Efektif tidaknya proses internalisasi nilai kearifan lokal pada etika bisnis sangat tergantung pada keefetifan system pendidikan. Pendidikan pada hakekatnya bukan sekedar transformasi keilmuan, tapi lebih luas lagi yaitu menanamkan nilai-nilai moral atau akhlak mulia. Pendidikan merupakan proses dimana suatu budaya secara formal ditransmisikan kepada si pembelajar, yang berfungsi sebagai transmisi pengetahuan, pengemongan manusia muda, mobilitas sosial, pembentukan jati diri dan kreasi pengetahuan. Lebih rinci dinyatakan bahwa terdapat 7 fungsi sosial pendidikan, yaitu: 1) pengajar ketrampilan, 2) mentransmisikan budaya, 3) mendorong adaptasi lingkungan, 4) membentuk kedisiplinan, 5) mendorong bekerja kelompok, 6) meningkatkan perilaku etik, dan 7) memilih bakat dan memberi penghargaan prestasi. Menurut Lickona (2013) karakter merupakan perpaduan harmonis seluruh budi pekerti yang terdapat dalam ajaran-ajaran agama, kisah-kisah sastra, cerita- cerita orang bijak, dan orang-orang berilmu, sejak jaman dahulu hingga sekarang. Karakter terbentuk dari tiga macam bagian yang saling berkaitan: pengetahuan moral, perasaan moral, perilaku moral. Karakter yang baik terdiri atas mengetahui kebaikan, menginginkan kebaikan, dan melakukan kebaikan-kebiasaan pikiran, kebiasaan hati, kebiasaan perbuatan. Ketiganya penting untuk menja lankan hidup ber mo r al dan faktor pembentuk kematangan moral. Pengetahuan moral, perasaan moral, dan tindakan moral tidak terpisahkan, namun saling mempengaruhi dengan beragam cara. Penilaian moral dan perasaan moral berpengaruh terhadap perilaku moral, khususnya ket ika keduanya hadir ber sama. Namun, pengaruhnyapun timbal balik, cara kita berperilaku juga mempengaruhi cara kita berfikir dan merasa. Karakter yang baik dimiliki mereka yang tahu hal yang baik *(knowing the good*), menginginkan hal yang baik (*desiring the good*), dan melakukan hal yang baik (*doing the good*). Karakter tampak dalam kebiasaan (*habitus*). Seseorang dikatakan berkarakter baik manakala dalam kehidupan nyata sehari-hari memiliki tiga kebiasaan, yaitu: memikirkan hal yang baik (*habits of mind*), menginginkan hal yang baik (*habits of heart*), dan melakukan hal yang baik (*habits of action*) (Saptono, 2011:20). Apa isi karakter yang baik? Karakter yang baik adalah kebajikan (*virtue*). Ke bajikan adalah k ecender u ngan unt uk melakuka n t indakan yang baik menu r ut sudutpandang mo ral universal. Misalnya, memperlakukan semua orang secara adil. Tindakan macam itu lazimnya dilakukan oleh orang yang memiliki kualitas-kualitas yang secara objectif maupun secara intrinsik baik.

Secara intrinsik baik, bahwa kualitas-kualitas itu diakui dan dijunjung tinggi oleh agama- agama dan masyarakat beradab diseluruh penjuru dunia. Secara intrinsic baik maksudnya kualitas- kualitas itu merupakan tuntutan dari hati nurani manusia beradab. Karena itu, kaualitas-kualitas itu dianggap mengatasi ruang dan waktu. Ia berlaku dimanapun dan kapanpun ( walaupun bentuk ekspresi kongkretnya bisa jadi berbeda-beda antara daerah yang satu dan lainnya, demikian pula antaraa zaman dulu, sekarang serta masa depan). Menurut Lickona, bertolak dari criteria obyektif dan intrinsic diatas, ada dua kebajikan fundamen- tal yang yang dibutuhkan untuk membentuk karakter yang baik, yaitu rasa hormat (*respect*) dan tanggung jawab (*responsibility*). Kedua kebajikan itu merupakan nilai moral fundamental yang harus diajarkan dalam pendidikan karakter.

Pendidikan karakter adalah upaya yang dilakukan dengan sengaja untuk mengembangkan karakter yang baik (*good character*) berlandaskan kebajikan-kebajikan inti (core virtues) yang secara objektif baik bagi individu maupun masyarakat (Saptono, 2011). Di Indonesia proses sosialisasi nilai-nilai kearifan lokal dilakukan sejak anak-anak. Pada usia anak-anak, nilai-nilai tertentu biasanya akan mudah mengendap dibandingkan pada usia dewasa. Tidak hanya nilai-nilai filosofis yang disosialisasikan sejak dini, demikian juga dengan nilai-nilai utama dalam bidang bisnis. Pada masa anak-anak nilai-nilai penting dalam bidang bisnis di Indonesia umumnya ditanamkan melalui permainan-permainan. Pada masyarakat Jawa, transformasi nilai–nilai moral sebagai wujud pendidikan budi pekerti umumnya telah dilakukan melalui tembang (Setyadi, 2012).

Dalam paradigma lama, keluarga dipandang sebagai tulang punggung pendidikan karakter. Karena pada masa lalu, lazimnya keluarga- keluarga bisa berfungsi sebagai tempat terbaikbagi anak-anak untuk mengenal dan mempraktekkan berbagai kebajikan. Orang tua masih punya cukup kesempatan mencukupi dan mampu memanfaat- kan tradisi yang ada untuk mengenalkan secara langsung berbagai kebajikan kepada anak melalui teladan, petuah, cerita, dan kebiasaan setiap hari secaran intensif. Namun, proses modernisasi membuat banyak kluarga mengalami perubahan fundamental. Karena tuntutan pekerjaan, banyak keluarga tidak cukup waktu untuk berlangsungnya perjumpaan yang erat dengan kluarga. Dengan demikian makin banyak keluarga yang tidak bisa berfungsi sebagai tempat terbaik bagi anak-anak untuk mendapatkan pendidikan karakter. Itulah sebabnya amat baik bila sekolah menyelenghgara- kan pendidikan karakter. Bahkan, sekolah perlu terus berupaya menjadikan dirinya sebagai tempat

terbaik bagi kaum muda untuk mendapatkan pendidikan karakter.

Ada 4 alasan mendasar mengapa sekolah perlu lebih bersungguh-sunggu menjadikan dirinya tempat terbaik bagi pendidikan karakter, yakni:

1) kar ena banyak k elua r ga yang t id ak melaksanakan pendidikan karakter, 2) sekolah tidak hanya bertujuan membentuk anak yang cerdas, tetapi juga anak yang baik, 3) kecerdasan seorang anak hanya bermakna manakala dilandasi kebaikan, 4) karena membentuk anak didik agar berkarakter tangguh bukan sekedar tugas tambahan bagi guru, melainkan tanggungjawab melekat pada perannya sebagai seorang guru.

Pendidikan karakter yang utuh mengolah tiga aspek sekaligus, yaitu pengetahuan moral, perasaan moral, dan tindakan moral. Untuk itu desain komprehensif praktek pendidikan karakter, mencakup 12 strategi, 9 strategi tuntutan terhadap guru, dan 3 strategi tanggungjawab sekolah. 9 strategi tanggungjawab guru adalah: 1) bertindak sebagai sosok yang peduli, model dan mentor; 2) menciptakan komunitas moral di kelas; 3) mempraktikkan disiplin moral; 4) menciptakan lingkungan kelas yang demokratis; 5) mengajarkan nilai-nilai melalui kurikulum; 6) menggunakan pembelajaran ko oper atif; 7) membangun kepekaan nurani; 8) mendorong refleksi moral; 9) mengajarkan resolusi konflik. Sedangkan 3 tanggungjawab sekolah adalah: 1) mengembnag- kan sikap peduli. yang tidak hanya sebatas kegiatan di kelas; 2) menciptakan budaya moral yang positif di sekolah; dan 3) melibatkan orang tua siswa dan masyarakat sebagai partner dalam pendidikan karakter. Strategi komprehensif tersebut perlu ditopang 4 kunci keberhasilan pendidikan karakter, yakni: 1) keterlibatan guru dan karyawan sekolah; 2) keterlibatan siswa; 3) keterlibatan orang siswa, dan 4) keterlibatan komunitas karakter. Sekolah yang berkomitmen menjadikan dirinya sekolah karakter senantiasa harus focus pada upaya menumbuhkan, memeli- hara, dan mengoptimalkan keterlibatan 4 pihak tersebut.

Teori siklus pembelajaran menyatakan bahwa pembelajaran didapat dari proses belajar atas pengalaman yang didapat dalam aktivitas sehari-hari yang kemudian disimpulkan dan menjadi konsep maupun sistim nilai yang dipergunakan untuk keberhasilan dimasa yang akan datang. Dalam jangka pendek pembelajaran akan merubah sikap dan kinerja seseorang, sedangkan dalam jangka panjang mampu menumbuhkan identitas dan daya adaptabilitas seseorang yang sangat penting bagi keberhasilannya (Pratikto,2015). Int ernalisasi nilai-nilai lokal telah mempengaruhi pula pola perilaku wirausahawan dimana para usahawan telah menjadi figur dalam kehidupan sosial masyarakat yang secara langsung berpengaruh terhadap perilaku orang lain di tempat tinggal masing-masing informan wirausahawan. Hasil investigasi telah merekomendasikan pengembangan model pembelajaran kewirausaha- an dengan pendekatan *Focus Group Discussion (FGD)* terhadap subyek dengan pendekatan *Problem Based Learning (PBL) (Sapir, 2014).*

Pembelajaran koo per atif/ko laborat if diinspirasi oleh seni hidup yang terdapat dalam kelompok/komunitas yang baik. Dalam komunitas macam itu, setiap anggota umumnya memiliki sikap tanggap serta kesediaan untuk menyumbangkan kemampuan terbaik yang mereka miliki untuk mencapai tujuan-tujuan mereka sendiri maupun tujuan-tujuan kelompok. Terdapat 5 karakteristik atau komponen esensial dalam pembelajaran kooperatif, yakni: 1) kesalingtergantungan positif antar individu, 2) interaksi tatap muka secara langsung, 3) tanggungjawab perseorangan, 4) keterampilan antar pribasi dan kelompok kecil, 5) evaluasi proses kelompok. Karena konteks dinamis dari aktivitas bisnis dan kurikulum, pengajaran dan penilaian materi etika akan tetap penting dan semakin menantang kedepannya. Upaya menyatukan keberlanjutan kurikulum, peningkatan dan perbaikan pendidikan etika bisnis mungkin akan melibatkan proses negosiasi yang luas diantara para pihak. Berhasil dan gagalnya pendidikan etika bisnis akan sangat berpengaruh terhadap peran masyarakat dalam pembentukan serta pelaksanaan peraturan beberapa tahun mendatang. Investasi yang lebih jauh pendidikan etis akan menjadi pilihan yang lebih baik.

**Tujuan Dari Adanya Etika Dalam Berbisnis**

Nah setelah memahami pengertian dari apa itu etika bisnis maka kini beranjak pada pembahasan lanjutannya mengenai tujuan diadakannya sikap itu sendiri. Ada banyak sekali tujuan penerapan dan keuntungan yang bisa didapatkan dari sikap itu, sebagaimana ulasan berikut.

**1. Mendorong Kesadaran Moral Pebisnis**

Tujuan dari adanya etika bisnis yang pertama adalah mendorong kesadaran moral bagi pebisnis itu sendiri. Di dalam jalannya sebuah kegiatan berbisnis yang baik adalah tidak hanya berorientasi pada keuntungan, produksi barang dan kegiatan operasional. Tetapi juga harus memperhatikan tingkat moralitas yang baik dari seorang pebisnis dan perusahaan pengelola itu sendiri.

Maksudnya adalah dengan memiliki sikap yang baik tentu saja bisa memberikan penghargaan yang baik bagi klien. Tingkat kesopanan yang tinggi untuk menjalankan bisnis bersama-sama dapat terjalin. Kemudian kerjasama yang bersih tanpa adanya praktik curang dan penipuan dapat terhindarkan bagi masing-masing perusahaan.

**2. Menjaga Tata Sikap dan Perilaku Dalam Berbisnis**

Dalam bisnis sendiri tentu saja ada aturan dan standar operasional kerja yang berlaku dimana salah satunya memiliki etika bisnis. Hal ini dibuktikan dengan adanya penjagaan tata sikap dan perilaku ketika menjalankan bisnis. Misalnya sama-sama menghargai privacy klien dan perusahaan pengelola atau memberikan transparansi data sesuai kenyataan.

**3. Memberikan Batasan Untuk Tetap Menjalankan Bisnis yang Baik**

Selanjutnya tujuan dari diadakannya sebuah etika yang baik dalam berbisnis adalah agar adanya batasan kerja yang profesional di antara kedua pihak. Kemudian adanya pembatasan untuk tetap menjalankan bisnis yang baik sesuai standar tanpa mengurangi banyak hal. Maksudnya disini adalah apabila sebuah perusahaan memiliki sebuah moralitas yang baik dalam berbisnis maka pasti enggan untuk berbuat curang.

Mereka akan menjunjung aturan, perjanjian dan tahapan kerja yang sudah disepakati dan sesuai SOP. Batasan moralitas ini akan menjaga kepercayaan masing-masing klien dan perkembangan operasional perusahaan itu sendiri. Oleh sebab itu menjadi penting sekali sebenarnya tujuan dari adanya sebuah kemampuan moralitas juga beretika ini dalam jalannya pekerjaan.

**4. Memberikan Citra Perusahaan yang Baik**

Tujuan lainnya dari adanya kemampuan menjaga moralitas dan etika ini adalah mampu memberikan citra perusahaan yang baik. Citra ini jelas mampu terbentuk dengan adanya pembuktian komitmen dari sebuah perusahaan yang memiliki etos kerja ini. Dengan kerja sesuai peraturan tentu saja akan terhindar dari yang namanya kecurangan, KKN atau praktik merugikan lainnya.

Hal inilah yang kemudian akan memberikan sebuah citra baik dalam perusahaan secara otomatis dan tanpa dibuat-buat. Calon klien,klien, pekerja perusahaan atau karyawan tentu akan mendapatkan imbas dari citra perusahaan yang baik ini. Oleh sebab itu menjadi penting memiliki sikap beretika.

**5. Dapat Menghindari Citra Buruk yang Merugikan**

Jika adanya sebuah pembentukan citra yang baik maka tentu saja citra buruk bisa terhindar bukan. Dengan tetap menerapkan sebuah kinerja yang mumpuni, professional dan baik tentu citra buruk tidak akan mampir ke perusahaan. Tidak percaya? Bisa coba saja menerapkannya!

**Berikut Contoh Penerapan dari Etika Bisnis Itu Sendiri**

Setelah diatas mengulas mengenai tujuan dari diadakannya sebuah bisnis yang penuh moralitas dan peraturan baik. Maka berikut adalah contoh penerapannya dalam bisnis itu sendiri.

**1. Menyebutkan Nama Klien dengan Baik**

Salah satu contoh penerapan dari berbisnis yang penuh etika adalah menyebutkan nama klien dengan baik saat rapat atau pertemuan. Menjadi sangat penting dan menjadi menghormati ketika mengetahui nama klien yang akan diajak kerjasama. Hal ini juga bisa memberikan suasana bisnis yang sehat, nyaman dan penuh kepercayaan.

**2. Hadir Tepat Waktu Saat Janji Temu**

Agaknya datang ngaret atau telat sama sekali bukan contoh bisnis yang baik. Datanglah tepat waktu ketika ada janji temu apalagi ketika diadakan diluar kantor. Jangan biarkan klien menunggu apalagi jika menjadi tuan rumah atau si pengundang.

**3. Berdiri Saat Berkenalan**

Kemudian contoh lain yang bisa dicoba untuk diterapkan adalah berdiri saat berkenalan dengan klien. Jangan sampai terkesan terlalu bossy meski menjadi tuan rumah perusahaan. Sikap sopan santun merupakan budaya ketimuran yang baik diterapkan dalam berbisnis.

**4. Tidak Segan Mengucapkan Terimakasih**

Contoh lainnya dari berbisnis yang baik adalah tidak segan untuk mengucapkan terimakasih saat kegiatan meeting atau kontak dengan klien. Ini bisa menjadi salah satu pembangun citra yang baik. Selain itu sudah menjadi keharusan bukan untuk berterimakasih pada orang lain dalam kehidupan bersosial.

**5. Membayar Tagihan Rapat**

Rapat dan pertemuan bisnis seringkali terjadi diluar kantor seperti café, rumah makan, mall atau tempat lainnya. Biasakan ketika menjadi tuan rumah yang mengundang untuk selalu tepat dalam membayar tagihan. Jangan sampai klien yang mengeluarkan uang karena bisa memberikan citra kurang baik.

**Manfaatnya dalam Bisnis**

Dengan memiliki sebuah etika tentu saja klien merasa lebih dihargai dan tentu saja mampu memberikan gambaran kualitas perusahaan pada klien. Selain itu jaminan adanya kerjasama yang baik terjalin dengan pribadi yang memiliki kualitas diri juga etika. Citra perusahaan bisa menjadi baik, tidak adanya citra buruk dan membuat jalannya bisnis menjadi lancar terkendala.

|  |  |
| --- | --- |
| Kearifan Lokal Dalam Praktik Bisnis di Indonesia  oleh Andi Wijayanto | |
| Kearifan lokal dapat diartikan sebagai kebiasaan-kebiasaan, aturan, dan nilai-nilai sebagai hasil dari upaya kognitif yang dianut masyarakat tertentu atau masyarakat setempat yang dianggap baik dan bijaksana, yang dilaksanakan dan dipatuhi oleh masyarakat tersebut. Gagasan-gagasan dari kearifan lokal tersebut dapat terwujud ke dalam berbagai bentuk, mulai dari kebiasaan-kebiasaan, aturan, nilai-nilai, tradisi, bahkan agama yang dianut masyarakat setempat.  Bentuk-bentuk kearifan lokal lainnya dalam masyarakat misalnya adalah norma, etika, kepercayaan, adat-istiadat, hukum adat, dan aturan-aturan khusus. Secara substansi kearifan lokal dapat berupa aturan mengenai kelembagaan dan sanksi sosial, ketentuan tentang pemanfaatan ruang dan perkiraan musim untuk bercocok tanam, pelestarian dan perlindungan terhadap kawasan sensitif, serta bentuk adaptasi dan mitigasi tempat tinggal terhadap iklim, bencana atau ancaman lainnya.  Proses sosialisasi nilai-nilai kearifan lokal dilakukan sejak  anak-anak. Pada usia anak-anak, nilai-nilai tertentu biasanya akan mudah mengendap dibandingkan pada usia dewasa. Tidak hanya nilai-nilai ﬁlosoﬁs yang disosialisasikan sejak dini, demikian juga dengan nilai-nilai utama dalam bidang bisnis. Pada masa  anak-anak nilai-nilai penting dalam bidang bisnis di Indonesia umumnya ditanamkan melalui permainan-permainan. | Indonesia kaya akan khasanah seni dan budaya yang salah satunya berupa nilai-nilai, kebiasaan dan tradisi yang membentuk kearifan lokal. Ada banyak nilai-nilai kearifan lokal yang penting bagi praktik bisnis, seperti halnya kearifan lokal dalam bidang sosial, budaya, dan konservasi sumberdaya alam.  Pada beberapa daerah di wilayah Indonesia kearifan lokal tersebut makin lama makin memudar digantikan oleh nilai-nilai global.  Meskipun nilai global tidak selalu sesuai dengan kondisi masyarakat Indonesia, namun nampaknya di kalangan muda nilai-nilai tersebut tak lagi menjadi idola.  Hal yang penting adalah bagaimana mensosialisasikan nilai-nilai tersebut pada generasi muda sehingga tidak lenyap ditelan  nilai-nilai global. Hal ini dikarenakan meskipun banyak perusahaan-perusahaan telah telah go global namun masih tetap memegang prinsip “Think Globally, Act Locally”. Berﬁkir global, bertindak menurut nilai-nilai lokal adalah falsafah yang dianut perusahaan-perusahaan multinasional. Untuk dapat bertindak secara lokal, maka pemahaman terhadap kearifan lokal menjadi sangat penting dalam dunia bisnis.  Sumber:  Artikel lengkap dapat diakses pada tautan <https://core.ac.uk/download/pdf/17333727.pdf> |

**Kegiatan 7**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tahapan Kegiatan** | **Jenis Kegiatan** | **Proses/Pelaksanaan** | **Tujuan** |
| 1 | Tahap perencanaan | Menngali dan mengembangkan ide | 1. Guru menyiapkan materi kegiatan kreativitas seperti pada jurnal. Guru dapat menjadikan kegiatan pada jurnal sebagai panduan, tetapi dapat mencari alternatif yang lain atau melakukan dalam urutan yang berbeda. Siapkan situasi dan suasana kelas dalam keadaan relaks. Tunjukkan sikap terbuka dalam menerima dan menyimak ide yang diekspresikan peserta didik pada kegiatan-kegiatan yang dilakukan. 2. Guru meminta peserta didik untuk melakukan kegiatan: Mari Berimajinasi Lewat Rupa. peserta didik melengkapi gambar garis atau simbol yang ada pada kotak sesuai imajinasinya. peserta didik dapat melengkapi gambar dengan warna. peserta didik berbagi dan membandingkan hasil imajinasinya dengan teman sebangku/sekelompok menggunakan pertanyaan panduan. 3. Guru meminta peserta didik untuk melakukan kegiatan: Mari Berimajinasi Lewat Kata. peserta didik melengkapi komik dengan kalimat percakapan sesuai imajinasinya. peserta didik dapat melengkapi komik dengan tambahan latar dan warna. peserta didik berbagi dan membandingkan hasil imajinasinya dengan teman sebangku/sekelompok menggunakan pertanyaan panduan. 4. Guru meminta perwakilan peserta didik berbagi hasil diskusi dengan temannya. 5. Guru meminta peserta didik untuk melakukan kegiatan ketiga: Mari Berimajinasi Lewat Karya. Guru memberikan sebuah konteks dengan situasi berikut: peserta didik adalah salah satu peserta kompetisi inovasi muda, di mana mereka diminta untuk membuat inovasi atas salah satu produk kelengkapan sekolah. peserta didik melengkapi gambar dasar pada lembar kerja (atau bisa menggambar kembali pada kertas kosong atau pada media digital) menggunakan daya imajinasinya sekreatif mungkin. 6. Guru dapat mengadakan kegiatan gallery walk agar peserta didik dapat saling melihat hasil kerja teman-temannya 7. Guru menunjukkan diagram tentang Karakteristik dari Kreativitas (Unik, Baru, Inovatif, Asli) dan bagaimana Pengembangan kreativitas dapat dilaksanakan pada: kreativitas lingkungan, kreativitas produk, kreativitas proses, kreativitas SDM. Guru membuka diskusi dengan peserta didik tentang apa yang mereka pahami dari diagram tersebut. Guru meminta peserta didik menjelaskan kreativitas yang mereka sajikan dari tugas Sepatu Impian | 1. peserta didik mampu menemukan dan mengembangkan ide yang layak, berdampak, dan kreatif 2. peserta didik mampu memberikan solusi atas masalah |

**Cara Menggali Ide Usaha**

Banyak orang yang sukses mendapatkan rejeki melimpah berkat sebuah ide atau gagasan cerdasnya memanfaatkan suatu peluang usaha. Memang tak dapat dipungkiri, bahwa kerja keras takkan mungkin cukup mengantarkan seseorang menuju puncak keberhasilan. Harus ada ide-ide inovatif yang membuat kerja dan usahanya menjadi lebih bernilai. Oleh karena itu, sebelum memutuskan membangun sebuah konsep bisnis, maka mencari, menggali dan mengeksplorasi ide-ide usaha sangatlah diperlukan.

Ada beragam cara, media, dan tempat untuk menggali sebuah celah usaha yang profitable. Dan berikut ini adalah 8 cara untuk menggali ide-ide usaha yang cocok dengan diri anda:

1. **Manfaatkan Internet dan Media Elektronik Lainnya**

Di era sekarang, internet, radio, dan televisi merupakan jalur terbaik dalam memperoleh informasi, termasuk info tantang membangun bisnis. Namun internet lebih fleksibel, karena bisa anda eksplorasi kapan saja. Coba anda cari di mesin pencari semisal Google tentang “Contoh usaha dengan modal 5 jutaan rupiah”, pasti anda akan menjumpai ratusan website yang membahas tentag hal tersebut. Jadi internet merupakan jalan termudah menggali dan menemukan ide-ide usaha yang mungkin belum anda ketahui selama ini.

1. **Baca Buku dan Referensi Bisnis**

Jika anda masih bingung “harus mau buka usaha apa?” Maka buku, majalah, pamflet, buklet dan koran bisnis bisa menjadi sumber informasi yang dapat membantu anda menciptakan ide-ide bisnis yang bagus.

1. **Ikuti Kegiatan Seminar Usaha**

Jika buku dan internet belum dapat membantu anda menggali gagasan bisnis yang potensial, maka sesekali coba ikuti seminar-seminar tentang bisnis dan kewirausahaan. Di sana anda akan mendapat ilmu dan mentor yang berpengalaman dalam membangun usaha. Mungkin dengan seminar tersebut, anda akan memperoleh ilham yang baik.

1. **Aktif Bergabung di Komunitas Bisnis**

Ada banyak komunitas atau organisasi yang mewadahi orang-orang dengan profesi atau kelompok bisnis tertentu, baik offline maupun komunitas online. Jika ada kesempatan cobalah bergabung dengan satu atau beberapa komunitas bisnis.

Selain mendapat banyak ilmu, tentu anda akan berpeluang masuk dalam jaringan relasi dan pertemanan para entrepreneur. Mungkin mereka akan membantu anda dalam menggali potensi bisnis yang ada dalam diri anda.

1. **Datang ke Pameran Kewirausahaan**

Salah satu tempat yang cukup efektif membangkitkan ide-ide bisnis yang ada dalam benak anda adalah pameran kewirausahaan. Berbagai produk baru, bisnis baru, dan job baru sering dipertontonkan dalam sebuah acara pameran. Penyelenggaranya bisa pemerintah maupun swasta. Walaupun anda mesti mengeluarkan beberapa lembar rupiah untuk membeli tiket masuk, namun anda akan mendapatkan pengalaman kewirausahaan secara lebih nyata.

1. **Ngobrol dengan Para Pelaku Usaha**

Kata pepatah “Pengalaman adalah guru terbaik”. Oleh sebab itu, dalam mencari celah usaha yang bagus, cobalah berdiskusi dengan orang-orang yang telah sukses maupun gagal dalam membangun bisnisnya. Biasanya akan selalu datang ilham setelah anda mengetahui pengalaman-pengalaman bisnis mereka secara langsung.

1. **Kunjungi Pusat-pusat Bisnis**

Selain pameran, lokasi lain yang bagus untuk memperoleh ide usaha adalah di pusat-pusat bisnis. Dengan mengunjungi tempat tersebut anda akan dapat menyaksikan dan belajar banyak mengenai gambaran perputaran roda perekonomian dan bisnis.

1. **Mengamati Lingkungan Sekitar (Survey Langsung)**

Sebagai amunisi terakhir dalam memecahkan kebuntuan anda menggali ide-ide usaha adalah dengan melakukan pengamatan atau survey langsung ke lingkungan sekitar anda.

# Menggali Ide Bisnis Dan Prinsip Dasar Bisnis

1. **MENGIDENTIFIKASI IDE BISNIS**

Ada banyak realitas di sekitar kita. Tantangan awal dalam melangkah menjadi wirausaha digital adalah mengidentifikasi peluang ataupun ide bisnis dari banyaknya realitas yang ada tersebut. Peluang dapat muncul dari hobi yang dimiliki seseorang. Ia juga dapat muncul dari hasil pengamatan terhadap tren yang berlangsung di masyarakat atau dapat pula hasil kejelian dalam menangkap permasalahan yang ada dan mampu menemukan solusinya.

1. **PRINSIP DASAR BERBISNIS**

Banyak yang beranggapan bahwa menjadi wirausaha digital haruslah mereka yang memiliki ketertarikan (passion) terhadap bisnis dengan mengambil sekolah ataupun jurusan yang berhubungan dengan bisnis, ekonomi, ataupun manajemen. Akan tetapi, tahukah Anda bahwa passion hanyalah salah satu dari banyak prinsip yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha digital? Berikut ini adalah prinsip-prinsip dasar yang harus Anda miliki saat ingin memulai karier sebagai seorang wirausaha digital:

* 1. **Minat**  
     Minat ataupun ketertarikan yang besar dalam menjalankan sebuah bisnis adalah prinsip pertama yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha digital. Kecintaan Anda terhadap sesuatu yang Anda jalani akan memotivasi untuk terus maju dalam mencapai tujuan yang ingin Anda capai, memacu untuk melakukan yang terbaik dalam setiap usaha. Dalam mendirikan ataupun menjalankan suatu bisnis, tentunya Anda akan menghadapi banyak kendala. Tanpa minat yang cukup kuat, upaya Anda bisa saja berhenti di tengah jalan.
  2. **Visi dan Misi Jangka Panjang**

Pentingnya memiliki visi jangka panjang dalam berbisnis akan membantu Anda dalam menentukan langkah-langkah apa saja yang harus Anda ambil dalam menjalankan suatu bisnis. Termasuk menentukan strategi perusahaan.

* 1. **Kepemimpinan**  
     Dalam menjalankan suatu bisnis, seorang wirausaha digital haruslah memiliki kemampuan kepemimpinan, minimal memimpin diri sendiri. Kemampuan kepimpinan ini akan semakin diperlukan ketika Anda tidak lagi bekerja sendiri, tetapi dengan orang lain. Jiwa kepemimpinan itu akan membantu Anda dalam menjaga semangat, kepercayaan, serta kerja sama tim dalam mencapai apa yang menjadi tujuan bersama.
  2. **Jaringan/ Relasi**

Chairul Tanjung, seorang pengusaha sukses Indonesia, mengatakan bahwa dalam membangun usaha, membangun jaringan adalah prinsip yang sangat penting. Membangun relasi harus dimulai dari awal Anda merintis suatu usaha. Bisa membangun dan mendapatkan mitra kerja yang andal akan membantu kita dalam mengembangkan bisnis, terlebih lagi jika bisnis Anda mengalami kendala.

**Langkah dalam Mengembangkan Ide Usaha**

Mengembangkan ide dan peluang usaha Menurut zimmerer ide-ide yang berasal dari wirausaha dapat menciptakan peluang untuk memnui kebutuhan riil dimasyarakat. Ide ide itu menciptakan nilai potensial di pasar sekaligus menjadi peluang usaha.

Ada beberapa langkah mengembangkan ide usaha:

1. Tetapkan dengan jelas pengembangan ide usaha tersebut.
2. Tentukan tujuan khusus dalam pengembangan ide usaha tersebut.
3. Upayakan agar setiap karyawan dalam perusahaan memahami pengembangan usaha ide tersebut.
4. Buat dan laksanakan system pebcatatan prestasi pengembangan ide usaha.
5. Berikan penghargaan pada karyawan agar prestasi pengembangan ide menjadi obsesi
6. Upayakan agar para karyawan memahami peranannya dan berikan kesempatan untuk teribat untuk pengembangan usaha dalam prestasi perusahaan.

**Mengembangkan ide dan peluang usaha**

Mengasah Kreativitas Dalam Mengembangkan Usaha Kecil

Dunia bisnis selalu berubah dan tidak pernah berhenti mengalami perubahan, pasang surut lingkungan bisnis selalu terjadi. Problem dalam mengembangkan bisnis tidak saja datang dari internal pelaku bisnis semata tetapi juga datang dari lingkungan sekitarnya. Ada berbagai macam cara yang dilakukan orang dalam mengembangkan bisnisnya seperti pernah ditulis pada beberapa tulisan terdahulu antara lain dengan persiapan dalam mengembangkan usaha secara matang, melakukan inovasi bisnis, melaksanakan langkah diversifikasi usaha dan upaya-upaya lainnya.

Apapun yang dilakukan dalam mengembangkan bisnis kunci utamanya adalah kreativitas di dalam menentukan langkah dan upaya tersebut. Satu langkah sukses dalam mengembangkan bisnis yang dilakukan orang lain belum tentu sesuai untuk bisnis kita jika dijiplak begitu saja tanpa kreativitas dan modifikasi di dalamnya. kreativitas didalam mengadopsi strategi bisnis orang lain juga penting bagi suksesnya bisnis.

Kreativitas terletak pada orangnya, terletak pada pelakunya, maka langkah agar kita bisa kreatif dalam mengembangkan bisnis adalah mengasah kreativitas diri kita. Kreativitas adalah sebuah keterampilan yang bisa muncul dalam diri kita dan juga bisa hilang. Kreativitas bisa muncul dan berkembang jika diasah dan dilatih, sebaliknya bisa hilang jika tidak pernah dilatih. Berikut adalah tips mengasah kreativitas kita yang bisa berguna untuk mengembangkan usaha dan pengembangan pribadi.

**Menciptakan tujuan yang jelas, agar dapat menghasilkan ide-ide yang jelas juga .**

Setelah tujuan yang ditetapkan sudah jelas kemudian fokus dalam melakukan tindakan-tindakan untuk mencapai tujuan tersebut. Betapapun cemerlang ide-ide kreatif yang Anda hasilkan, nantinya tidak akan bernilai jika belum dilaksanakan atau diuji. Jadi Anda akan menjadi lebih kreatif dengan selalu menciptakan tujuan dan kegigihan mencapai tujuan itu.

**Mempelajari kemampuan fundamental yang diperlukan**

Dunia bisnis selalu berubah dan tidak pernah berhenti mengalami perubahan, pasang surut lingkungan bisnis selalu terjadi. Problem dalam mengembangkan bisnis tidak saja datang dari internal pelaku bisnis semata tetapi juga datang dari lingkungan sekitarnya. Ada berbagai macam cara yang dilakukan orang dalam mengembangkan bisnisnya seperti pernah ditulis pada beberapa tulisan terdahulu antara lain dengan persiapan dalam mengembangkan usaha secara matang, melakukan inovasi bisnis, melaksanakan langkah diversifikasi usaha dan upaya-upaya lainnya.

Apapun yang dilakukan dalam mengembangkan bisnis kunci utamanya adalah kreativitas di dalam menentukan langkah dan upaya tersebut. Satu langkah sukses dalam mengembangkan bisnis yang dilakukan orang lain belum tentu sesuai untuk bisnis kita jika dijiplak begitu saja tanpa kreativitas dan modifikasi di dalamnya. kreativitas didalam mengadopsi strategi bisnis orang lain juga penting bagi suksesnya bisnis.

Kreativitas terletak pada orangnya, terletak pada pelakunya, maka langkah agar kita bisa kreatif dalam mengembangkan bisnis adalah mengasah kreativitas diri kita. Kreativitas adalah sebuah keterampilan yang bisa muncul dalam diri kita dan juga bisa hilang. Kreativitas bisa muncul dan berkembang jika diasah dan dilatih, sebaliknya bisa hilang jika tidak pernah dilatih. Berikut adalah tips mengasah kreativitas kita yang bisa berguna untuk mengembangkan usaha dan pengembangan pribadi.

**Menciptakan tujuan yang jelas, agar dapat menghasilkan ide-ide yang jelas juga .**

Setelah tujuan yang ditetapkan sudah jelas kemudian fokus dalam melakukan tindakan-tindakan untuk mencapai tujuan tersebut. Betapapun cemerlang ide-ide kreatif yang Anda hasilkan, nantinya tidak akan bernilai jika belum dilaksanakan atau diuji. Jadi Anda akan menjadi lebih kreatif dengan selalu menciptakan tujuan dan kegigihan mencapai tujuan itu.

**Mempelajari kemampuan fundamental yang diperlukan**

Lakukan setiap proses mencoba hal baru itu sebagai sebuah permainan, sehingga Anda merasa senang melakukannya, serta lebih siap menerima kegagalan dan belajar dari kegagalan tersebut. Perasaan senang itu merupakan kunci meningkatkan daya kreativitas.

**Motivasi non material**

Motivasi tersebut menjadikan seseorang mampu berpikir lebih jenius dan memiliki semangat lebih besar dalam berusaha. Sebab motivasi tersebut bukan didasari keinginan untuk mendapatkan imbalan atau karena kompetisi, melainkan motivasi untuk mendapatkan kesenangan dan kepuasan jika mampu menakhlukkan tantangan dan berhasil menciptakan kreativitas

**Memiliki ketekunan, semangat, kedisiplinan, dan kegigihan dalam melakukan sesuatu.**

Keempat hal tersebut akan membantu Anda terus berusaha menyiasati keterbatasan, mencari solusi bekerja dan lebih efisien hingga berhasil menciptakan karya luar biasa atau ide-ide cemerlang.

**Percaya bahwa Anda kreatif.**

Seorang peneliti pernah melakukan survei kepada sekelompok karyawan. Beberapa karyawan yang kreatif ternyata percaya bahwa mereka kreatif. Sedangkan sebagian lagi yang tidak kreatif itu percaya bahwa mereka tidak kreatif. Artinya, apapun yang Anda percaya adalah benar dan dapat menjadi kenyataan, termasuk jika Anda percaya bahwa Anda kreatif.

**Mengevaluasi ide-ide sendiri secara jujur.**

Jangan segan untuk meminta pendapat dan saran dari orang lain, terutama dari mereka yang cukup ahli di bidang mereka dan dapat dipercaya. Bila Anda selalu melakukan evaluasi atas kreativitas yang Anda hasilkan, maka dapat dipastikan Anda akan mampu menghasilkan karya yang bernilai tinggi atau benar-benar dapat memecahkan suatu masalah.

Kreativitas yang positif artinya tidak keluar dari nilai-nilai moralitas, dan itu sangat penting karena menyokong kemajuan dan mempermudah hidup kita semua. Terlebih untuk menghadapi kehidupan yang sangat dinamis dan penuh masalah ini, kita semua harus bisa bersikap dan berpikir lebih kreatif. Bisnis merupakan dunia yang dinamis dan itu menuntut kreativitas kita di dalam menjalaninya.(Galeriukm).

**Tujuan Mengembangkan ide dan peluang usaha.**

·    Spirit Mengembangkan ide dan peluang usaha.

Sebagai upaya untuk mengembangkan ide dan peluang usaha harus dikaitkan dengan kemampuan dalam memperkecil risiko usaha. jika tidak ada realisasi dalam pengembangan ide, akan menjadi seorang wirausaha yg pemimpi dan buntutnya adalah prustasi.

Untuk membentuk proses pengembangan ide wirausahawan harus memberikan kebebasan dan dorongan kepada karyawannya, agar mereka mengembangkan ide-idenya. Untuk mengembangkan ide atau peluang usaha pada produk atau jasa untuk memperkecil risiko adalah sebagai berikut :

1. Pembuatan produk atau jasa yang diminati konsumen.
2. Pembuatan produk atau jasa yang dapat memenangkan persaingan.
3. Pembuatan dan mendayagunakan sumber-sumber produksi.
4. Mencegah konsumen dari kebosanan.
5. Pembuatan desain, model, corak, warna produk yg disenangi konsumen.

·   Langkah pengembangan ide dan peluang usaha.

Untuk mengurangi risiko dalam pengembangan ide usahanya, ada cara untuk mengatasinya, yaitu sebagai berikut :

1. menguraikan pengembangan ide dan peluang usaha kepada karyawan di dalam perusahaan.
2. memilih tempat dan waktu yang tepat untuk mengemukakan ide  pengembangan usahanya kepada karyawannya.
3. mengembangkan ide setahap demi setahap kepada karyawan di dalam perusahaan.

Adapun langkah-langkah cara pengembangan ide atau peluang usaha :

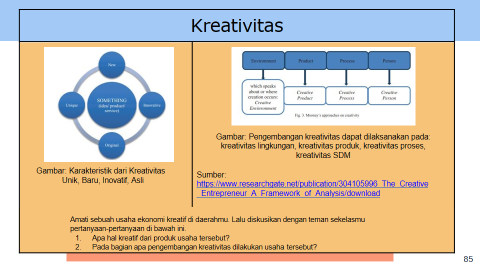
1. Tetapkan dengan jelas.
2. Tentukan tujuan khusus.
3. Setiap karyawan harus memahami.
4. Laksanakan sistem pencatatan prestasi.
5. Berikan penghargaan kepada karyawan agar prestasi pengembangan ide usaha menjadi obsesi.
6. Upayakan karyawan memahami perannya dan berikan kesempatan untuk terlibat.

Sukses Usaha atau bisnis wira usaha sebenarnya tergantung pada pemanfaatan peluang usaha, sumberdaya uang, pengembangan ide, para pelanggan, dan waktu yang digunakannya. Begitupun dalam proses manajemen usaha dalam mengembangkan idenya meliputi :

1. Strategi usahanya.
2. pengelolaan orang danpemanfaatanpeluangusahanya.

Untuk mengembangkan ide usaha diperlukan adanya fakta, data, dan angka yang akan memungkinkan wira usaha untuk mengambil keputusan mengenai pengembangan ide dan pemanpaatan peluang usahanya dalam rangka memperkecil risiko usahanya, antara lain :

1. pengembangan usaha.
2. Penambahan pengembangan produk atau jasa.
3. Perluasan dan peningkatan saluran penjualan.
4. Perluasan dan penambahan pabrik.
5. Peningkatan manfaat produk atau jasa dan modelnya diminati konsumen.





**KEGIATAN 8**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tahapan Kegiatan** | **Jenis Kegiatan** | **Proses/Pelaksanaan** | **Tujuan** |
| 1 | Tahap perencanaan | Merencanakan usaha | 1. Guru menyiapkan lembar perencanaan usaha secara cetak ataupun dalam bentuk digital. Guru menekankan kegiatan ini adalah kegiatan contoh untuk memahami bagaimana membuat sebuah perencanaan usaha. Contoh yang peserta didik buat pada kegiatan ini dapat digunakan/tidak digunakan pada kegiatan selanjutnya. 2. Guru membuka kegiatan dengan menyambungkan kegiatan sebelumnya dengan kegiatan kini. *Ketika seorang wirausahawan mendapat ide dan mengidentiﬁkasi sebuah peluang bisnis yang potensial, langkah selanjutnya adalah membuat sebuah perencanaan usaha. Bagaimana membuat perencanaan usaha yang baik?* 3. Guru meminta peserta didik mengamati lembar perencanaan usaha dan elemen penting yang ada di sana. 4. Guru meminta peserta didik untuk mengembangkan ide usahanya (bisa dari inspirasi kegiatan 2, 6, 7) dan menuliskan perencanaan usaha pada lembar yang diberikan. 5. Guru membantu memberi penjelasan jika peserta didik memiliki kesulitan dalam menentukan ide usaha. Ide yang dikembangkan haruslah ide yang: layak (karena berfokus untuk membantu orang lain), berdampak (karena fokus pada pemecahan masalah, bukan pada produk), kreatif (karena menggunakan masalah sebagai inspirasi usaha) | 1. peserta didik mampu memahami komponen penyusunan perencanaan usaha 2. peserta didik memahami langkah-langkah pembuatan perencanaan usaha 3. peserta didik mampu menulis sebuah perencanaan usaha yang sederhana dan logis |

**Pengertian perencanaan usaha**

Perencanaan usaha adalah tindakan atau langkah-langkah yang akan dilakukan ketika akan memulai sebuah bisnis atau usaha. Dalam menjalankannya para pelaku usaha membutuhkan komponen perencanaan yang tepat agar bisnis dapat dijalankan dengan baik. Perencanaan komponen usaha ini biasa disebut juga [bisnis plan](https://pintek.id/blog/fungsi-bisnis-plan/), yaitu sebuah dokumen yang menunjukkan kemampuan sebuah bisnis dalam menjual produk atau jasanya. Selain itu rencana usaha ini bisa digunakan sebagai alat untuk mendapatkan investor, karena didalamnya berisi segala hal yang akan dilakukan saat bisnis dijalankan nantinya.

**Komponen-komponen dalam perencanaan usaha**

Karena komponen yang satu dengan yang lainnya saling berkaitan, maka perlu diperhatikan dengan sebaik mungkin dalam membuatnya. Berikut ini komponen-komponen yang dalam pembuatan rencana usaha :

1. **Deskripsi bisnis**

Komponen dari perencanaan usaha yang pertama dan menjadi yang paling penting dalam membangun sebuah bisnis adalah deskripsi usaha. Deskripsi usaha ini penting karena menjelaskan kepada pihak terkait mengenai penjelasan bisnis yang ingin dijalankan.

Deskripsi usaha berfungsi untuk memberitahukan kepada semua pihak yang terkait mengenai ide-ide dan gagasan bisnis yang akan dilakukan kedepannya. Dengan demikian, mereka akan mengerti terkait informasi yang akan dijalankan termasuk kepada para calon investor.

1. **Melakukan riset pasar**

Melakukan riset pasar untuk produk atau jasa yang akan dipasarkan merupakan salah satu bagian penting dalam perencanaan usaha. Riset pasar ini bisa dilakukan dengan segmentasi pasar untuk mengetahui selera dan target konsumen, sehingga membuat produk atau jasa yang ditawarkan bisa memiliki target konsumen yang jelas.

Riset pasar ini menjadi hal yang cukup penting dalam langkah awal menjalankan sebuah bisnis. Keberhasilan bisnis dalam memasarkan produk atau jasa, harus dilakukan dengan melakukan riset pasar terlebih dahulu. Oleh karena itu, setiap pelaku bisnis tidak boleh melewatkan hal tersebut.

1. **Membuat strategi marketing**

Setelah melakukan riset dan segmentasi pasar, maka langkah selanjutnya adalah membuat sebuah strategi marketing. Strategi marketing juga meliputi mempelajari segala hal tentang kelebihan dan kekurangan produk kompetitor.

Strategi pemasaran akan lebih mudah dilakukan apabila kita telah melakukan riset dan segmentasi pasar, karena kita sudah mengetahui tentang target konsumen untuk produk atau jasa yang kita tawarkan.

Seperti saat kita akan bertempur di medan perang, pastinya memerlukan strategi. Maka untuk memulai sebuah bisnis juga diperlukan strategi pemasaran yang bagus dan dibuat sebaik mungkin, agar produk atau jasa yang ditawarkan dapat diterima dengan baik oleh konsumen.

1. **Rencana manajemen dan operasional**

Setelah melakukan riset dan segmentasi pasar, maka langkah selanjutnya adalah membuat sebuah strategi marketing. Strategi marketing juga meliputi mempelajari segala hal tentang kelebihan dan kekurangan produk kompetitor.

Komponen perencanaan usaha selanjutnya adalah memaksimalkan operasional dan manajemen. Manajemen operasional ini meliputi segala fokus operasional dalam bisnis, seperti :

1. Menentukan sistem produksi
2. Penggunaan seluruh bahan baku
3. Menentukan tugas dan tanggung jawab pihak manajemen
4. Penetapan prosedur kerja setiap divisi perusahaan
5. Penyusunan anggaran operasional perusahaan

Perencanaan operasional dan manajemen ini memiliki tujuan untuk menjelaskan kinerja bisnis agar dapat terus berjalan. Salah satu yang paling penting adalah memiliki sumber daya manusia yang berkualitas, karena ini menjadi aset penting perusahaan dan agar lebih efektif serta efisien untuk memaksimalkan seluruh kegiatan bisnis yang nantinya berjalan.

1. **Implementasi proses produksi**

Setelah menjalankan komponen-komponen rencana usaha yang telah dijelaskan sebelumnya. Maka hal yang tidak kalah pentingnya adalah mengimplementasikannya pada kegiatan proses produksi.

Perencanaan usaha tidak berarti apa-apa jika tidak ada tindakan, tindakan harus dilakukan melalui pelaksanaan proses produksi yang sesuai dengan rencana usaha yang sudah ditentukan sebelumnya. Sehingga nantinya dari perencanaan tersebut bisa dilakukan evaluasi untuk meminimalisir segala risiko yang mungkin bisa terjadi.

1. **Membuat estimasi biaya**

Dalam menjalankan sebuah bisnis, selain memiliki mental yang kuat juga harus memiliki modal dan perhitungan biaya yang tepat. Modal awal dalam memulai sebuah bisnis baru dianggap hal penting, karena hal ini terkait sumber dana perusahaan dan cara mengelola dana tersebut agar menjadi lebih efisien.

1. Untuk melakukan perhitungan biaya diperlukan adanya laporan perencanaan keuangan, laporan arus kas, laporan neraca perencanaan, serta laporan pengembalian modal yang menjadi faktor untuk dilihat para calon investor.
2. Perusahaan harus mempersiapkan modal untuk persediaan bahan baku, membeli alat produksi, biaya melakukan pemasaran dan masih banyak lagi. Hal ini dilakukan agar modal dapat digunakan secara lebih efisien dan tidak terjadi kekurangan dana.

## Manfaat Membuat Sebuah Perencanaan Usaha

Pembuatan sebuah business plan yang tertuang ke dalam sebuah dokumen bukan asal-asal saja, karena dokumen tersebut memiliki banyak manfaat. Beberapa manfaat dan keuntungan dalam pembuatan sebuah dokumen perencanaan usaha atau business plan antara lain:

1. Menjadi Sebuah Action Plan dan Roadmap Bisnis

Dokumen perencanaan bisnis atau usaha dapat digunakan sebagai acuan dalam membuat dan melakukan sebuah rencana kegiatan. Adanya dokumen ini dapat membantu pemilik usaha ketika harus mengambil sebuah keputusan bisnis. Dokumen ini dapat digunakan sebagai bantuan untuk memecah masalah-masalah besar yang rumit ke dalam masalah kecil yang sederhana dan mudah diselesaikan.

Adanya dokumen ini juga dapat membantu perusahaan agar tetap berada pada jalan usahanya, tidak teralihkan fokusnya pada kegiatan lain. Fokus dalam usaha ini dapat membantu perusahaan dalam mencapai target, sasaran, dan visi misinya. Sehingga setiap tindakan bisnis yang diambil tetap dalam koridor yang telah disampaikan pada dokumen perencanaan bisnis atau usaha ini.

### **Mengetahui Visi dan Misi Perusahaan**

Manfaat selanjutnya dalam pembuatan dokumen business plan ini adalah untuk mengetahui visi dan misi perusahaan. Manfaat ini umumnya dirasakan oleh pihak luar perusahaan seperti calon investor, lembaga pemberi modal, atau bahkan calon tenaga kerja. Sangat penting bagi mereka ini untuk mengetahui visi dan misi perusahaan sehingga mereka dapat mengambil keputusan tertentu.

Perusahaan tentu tidak bisa dilepaskan dan harus bekerja sama dengan pihak-pihak luar. Pihak-pihak luar perusahaan ini dapat sangat membantu perusahaan dalam menjalankan usahanya. Sangat penting bagi mereka untuk mengetahui visi dan misi perusahaan yang tertuang dalam dokumen tersebut sebelum melakukan kerja sama dengan perusahaan. Seorang calon tenaga kerja misalnya, wajib mengetahui visi dan misi perusahaan agar sejalan dengan visi dan misi dirinya sendiri.

1. Mendapatkan Modal, Pembiayaan, dan Kontrak

Adanya rencana usaha yang dimiliki sebuah perusahaan juga bisa memberikan manfaat berupa tambahan modal, pembiayaan, juga kontrak dengan pihak lain. Modal dan pembiayaan tentu sangat penting bagi setiap perusahaan sebagai landasan untuk melakukan usaha. Untuk mendapatkan tambahan modal usaha ini biasanya perusahaan melakukan pinjaman dari lembaga atau investor.

Sayangnya, lembaga pemberi modal atau investor tidak akan langsung mau memberikan modal tanpa melakukan pengecekan terhadap perusahaan terlebih dahulu. Salah satu cara mereka melakukan pengecekan adalah melalui dokumen business plan tersebut.

Dokumen rencana usaha ini berisikan visi misi dan tujuan perusahaan. Dari sini para lembaga maupun investor akan melihat keseriusan perusahaan dan target-target yang akan dicapai oleh perusahaan. Bila cocok, mereka akan mengucurkan dana untuk tambahan modal. Berlaku juga pada perusahaan lain yang akan melakukan kerja sama.



**KEGIATAN 9**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tahapan Kegiatan** | **Jenis Kegiatan** | **Proses/Pelaksanaan** | **Tujuan** |
| 1 | Tahap perencanaan | Berkolaborasi dan bekerja sama | * 1. Guru menyiapkan alat-alat dan ruang kelas untuk permainan berkelompok yang bertujuan untuk membangun semangat kolaborasi dan kerja sama. Beberapa kegiatan alternatif diberikan pada lampiran kegiatan, guru dapat memilih permainan yang sesuai dengan situasi dan kondisi.   2. Guru mengajak peserta didik berpartisipasi dalam permainan agar memperoleh pengalaman berinteraksiberinterkasi dalam kerja tim. (inspirasi permainan ada pada jurnal)   3. Guru meminta peserta didik membagikan kesan-kesan dalam mengikuti permainan.   4. Guru berdiskusi dengan peserta didik tentang nilai-nilai yang didapat dari permainan.   Apakah kamu 'berpikir bersama' sebelum mulai melakukan permainan? -> membuat perencanaan penting tetapi menjadi ﬂeksibel saat situasi yang berbeda muncul juga sama pentingnya.  *➔ Apakah setiap anggota di kelompokmu memiliki peran yang jelas? Apakah peranmu? Apakah kamu menikmati permainan? jika tidak, apa sebabnya?*  *(Tekankan bahwa dalam kerja tim, pembagian peran (pemimpin dan anggota) itu penting agar tim berfungsi dengan baik. Dalam kolaborasi, meskipun tidak ada pembagian peran yang signiﬁkan, setiap anggota yang berkontribusi maksimal dan berkomunikasi dengan baik akan menghasilkan kerjasama yang baik.*  *➔ Apakah kamu dapat menyelesaikan tantangan tepat waktu? Jika tidak, menurutmu mengapa hal itu terjadi? Pentingnya manajemen waktu untuk tim.)*  *➔ Apakah kamu senang dengan kolaborasi dalam aktivitasnya? Dengan anggota tim ? -> pastikan peserta didik berbicara jujur satu sama lain dengan saling menaruh sikap hormat.*  *➔ Apa yang kamu pelajari? Apa yang akan kamu lakukan secara berbeda lain kali?*   * 1. Guru menjelaskan tentang pentingnya mengembangkan keterampilan berkolaborasi dan kerja tim sebagai kompetensi unggul. (catatan: penting menjelaskan perbedaan keduanya. Kolaborasi adalah kerjasama dalam hubungan sejajar. Kerja tim adalah kerjasama yang membutuhkan pemimpin dan anggota. Setiap anggota mempunyai perannya masing-masing. Pemimpin mempunyai tugas untuk mengkoordinasikan anggotanya agar tujuan tim tercapai).   2. Guru menjelaskan kegiatan lanjutan yaitu mengelompokkan peserta didik untuk berkolaborasi dan bekerja tim dalam menyiapkan sebuah proposal usaha. Kelompok ini akan bersama sampai akhir projek.   3. peserta didik dalam satu kelompok akan memulai kegiatan dengan membuat kesepakatan bersama, berbagi peran, dan bertukar ide. Mereka dapat mengenalkan ide-ide pribadi yang sudah mereka buat pada kegiatan-kegiatan sebelumnya sebagai alternatif ide untuk didiskusikan dalam tim saat memutuskan ide usaha kelompok. | 1. mengembangkan kesadaran akan pentingnya kolaborasi dan kerjasama tim 2. melibatkan diri dalam aktivitas kerjasama tim yang berfokus pada projek 3. mereﬂeksikan kinerja diri dalam perannya sebagai anggota tim |

**Kolaborasi**

Kolaborasi berasal dari [*collaborate*](https://www.eztalks.com/unified-communications/difference-between-collaboration-and-cooperation.html)yang bisa diartikan sebagai kegiatan kerja bersama antara beberapa orang/organisasi untuk mencapai tujuan bersama dan menguntungkan semua yang terlibat di dalamnya.

Kata kolaborasi sering dipakai untuk mengadakan sebuat proyek bersama. Contoh sebuah perusahaan IT bekjerasama dengan kafe kopi untuk mengadakan kegiatan pelatihan pemrograman komputer. Kefe kopi bertugas menyediakan tempat kegiatan dan hidangan untuk peserta, sedangkan perushaan IT bertugas menyiapkan materi kegiatan pelatihan.

Mungkin kafe kopi menawarkan tempat gratis untuk pelatihan dan harga minuman kopi yang diberi harga lebih murah khusus untuk kegiatan pelatihan ini. Perusahaan IT mendapatkan tempat gratis untuk kegiatan pelatihan yang nyaman dan dekat dengan anak muda. Keuntungan bersama yang diperloeh adalah keduanya sama-sama bisa mempromosikan bisnis masing-masing dalam kegiatan yang konsepnya dirancang bersama

**Kerjasama**

Kerjasama berasal dari kata [*cooperate*](https://en.wikipedia.org/wiki/Corporation)yang bisa diartikan sebagai kegiatan kerja bersama antara beberapa orang/organisasi untuk mencapai tujuan salah satu pihak dan menguntungkan semua yang terlibat di dalamnya.

Kata kerjasama sering dipakai oleh korporasi atau perusahaan. Contoh seperti Pemerintah Kabupaten X bekerjasama dengan perusahaan kontraktor untuk pengerjaan proyek pembangunan jembatan milik Pemerintah Kabupaten X. Kedua belah pihak membuat surat-surat perjanjian dalam jangka waktu tertentu untuk menyelesaikan project.

Setelah proyek dinyatakan selesai, maka kedua belah pihak tersebut sudah tidak terikat perjanjian apa-apa lagi. Pemerintah Kabupaten mendapatkan manfaat dibantu pengerjaan jembatannya, sedangkan kontraktor mendapatkan keuntungan finansial untuk perusahaan mereka.

**Perbedaan Kerjasama Dan Kolaborasi**

Dari dua contoh di atas berikut perbedaannya :

**Kerjasama**

1. Bekerja bersama menyelesaikan proyek salah satu pihak
2. Status proyek, satu pihak sebagai pemilik dan pihak lain membantu menyelesaikan
3. Satu tujuan dikerjakan bersama
4. Tim bersifat independent (bebas / tidak tergantung)
5. Berlandaskan semangat kontrak kerja

**Kolaborasi**

1. Bekerja bersama membuat dan merancang proyek bersama
2. Status poryek dimiliki kedua belah pihak
3. Banyak tujuan didiskusikan untuk satu tujuan kegiatan
4. Tim bersifat interdependen (saling bergantung)
5. Berlandaskan semangat kepercayaan dan pemberdayaan

# Pentingnya Teamwork dan Kolaborasi

Kerja sama terkadang menjadi sebuah kegiatan yang masih banyak dihindari oleh beberapa orang di lingkungan pekerjaan. Namun, mengapa orang-orang tersebut masih mempertahankan sikap seperti itu? Padahal, banyak sekali keuntungan yang dapat diterima dari bekerja sama dalam satu tim, baik untuk diri seseorang dan juga organisasi. Tidak hanya menawarkan kesempatan yang luar biasa untuk perkembangan profesionalitas, tetapi kerjasama tim juga berarti anda bisa membuat pekerjaan terasa lebih ringan dan mudah. Berikut beberapa penjelasan mengapa bekerja sama sangat penting dilakukan di lingkungan kerja:

* 1. **Meningkatkan Efisiensi**

Ketika bekerja dalam tim, anda akan bekerja menuju tujuan yang sama secara bersamaan. Semua proses pekerjaan yang anda kerjakan pun akan menjadi lebih efisien karena anda akan menyelesaikannya secara bersamaan sesuai dengan kemampuan masing-masing. Tidak hanya itu, bekerja dalam tim juga dapat memudahkan anda untuk menyelesaikan pekerjaan yang menumpuk lebih cepat karena saling berbagi tanggung jawab dengan lainnya. Dari sudut pandang manajemen, meningkatkan kerja sama tim dalam lingkungan kerja juga akan membantu perusahaan atau departemen anda untuk mengambil pekerjaan tambahan dan akhirnya mendapatkan keuntungan atau bonus tanpa harus menambah pegawai lagi.

* 1. **Mendapatkan Ide-ide Baru**

Salah satu keuntungan terbesar yang akan anda terima setelah melakukan kerja sama tim adalah anda dan perusahaan akan mendapatkan inspirasi serta ide-ide baru dari diskusi bersama tim. Ketika anda saling bertukar ide dengan anggota lainnya, ada sebuah ruang lingkup kreativitas yang jauh lebih banyak dan luas dibandingkan ketika anda memikirkan ide tersebut sendirian. Bandingkan dengan dengan saat anda memikirkan sebuah ide baru sendirian, sering kali anda merasa buntu dan tidak tahu ide apa yang harus diberikan kepada atasan anda.

Dalam lingkungan tim yang efektif, anggota staff akan merasa percaya diri dalam mengemukakan gagasan mereka. Tanggung jawab terhadap atasan anda pun menjadi tanggung jawab bersama sehingga anda dan tim lebih percaya diri untuk menyampaikannya ke atasan. Bekerja dalam tim juga dapat membuat anda dan rekan kerja menyelesaikan permasalahan melalui sudut pandang yang berbeda sesuai dengan latar belakang dan pengalaman kerja mereka. Hal tersebut juga akan sangat menguntungkan karena dapat membantu perusahaan anda menciptakan sebuah solusi yang optimal.

* 1. **Mendapatkan Pengalaman Belajar**

Seperti yang telah disebutkan di atas, kerja sama tim sangat penting dilakukan dalam lingkungan kerja karena dapat membawa orang-orang dengan latar belakang dan pengalaman kerja yang berbeda secara bersamaan. anda pun bisa mempelajari berbagai jenis pengetahuan dari orang lain, yang juga dapat meningkatkan kemampuan dan keterampilan dalam diri anda. Masing-masing anggota tim mememiliki peran sebagai sumber pendidikan bagi karyawan lain di dalam lingkungan tim. Penting pula anda catat bahwa ketika seorang karyawan memiliki banyak pengetahuan, kepercayaan diri mereka akan berkembang.

* 1. **Kemudahan Berkomunikasi**

Komunikasi adalah kunci keberhasilan dari berbagai jenis proyek. Jadi, mengapa anda tidak melibatkan diri anda ke dalam kegiatan yang dapat meningkatkan kemampuan komunikasi anda? Kegiatan yang berkaitan dengan kerja sama tim memerlukan sebuah keterampilan komunikasi lisan dan juga tertulis.

Bekerja secara teratur dalam hal semacam ini juga akan membantu anda mengembangkan keterampilan komunikasi anda dan anggota tim lainnya. Melalui kerja sama tim, anda dapat dengan bebasnya melakukan diskusi terbuka sehingga setiap anggota tim akan mendapatkan informasi yang memadai berkaitan dengan proyek tersebut. Dalam hal ini, kerja sama tim dapat memungkinkan proyek ataupun permasalahan perusahaan anda selesai seefesien mungkin.

* 1. **Membagikan Beban Kerja**

Ketika anda bekerja sama dengan tim dalam menuju tujuan bersama, beban kerja anda akan dibagi kepada setiap anggota tim yang lainnya. Dalam kegiatan kerja sama tim yang sempurna, pekerjaan tersebut harus dibagi secara merata dan diberikan sesuai dengan kemampuan atau keterampilan masing-masing anggota tim anda. Kerja sama tim juga dapat memungkinkan anda untuk menerima atau memberikan bantuan pada anggota tim lainnya untuk menyelesaikan beban kerja tersebut.

Penting untuk anda ingat kembali bahwa kerja sama tim dilakukan demi mencapai sebuah tujuan tertentu secara bersama. Maka, ketika anda sudah menyelesaikan pekerjaan sebelum anggota lainnya, anda harus menawarkan bantuan anda untuk menyelesaikan proyek tersebut. Dalam segi manajemen, ketika berkaitan dengan delegasi tugas, hal yang harus anda lakukan adalah dengan mempertimbangkan kekuatan dan kemampuan dari karyawan tersebut. Menugaskan sebuah pekerjaan ke orang yang tepat akan sangat membantu dan menghasilkan efisiensi maksimum dan hasil kerja yang berkualitas tinggi.

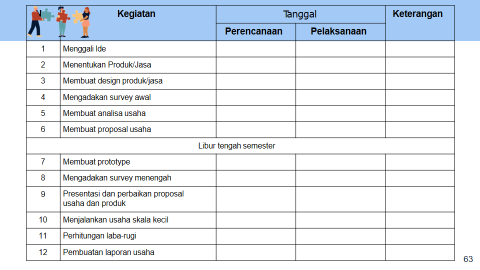
* 1. **Dukungan Jaringan**

Sebuah dukungan dan rasa saling memiliki dalam sebuah lingkungan kerja dapat berkontribusi untuk meningkatkan kepuasan dalam bekerja. Setiap anggota tim akan saling membantu, mengandalkan satu sama lain, dan membangun kepercayaan di dalam kelompok tersebut. Pada masa-masa sulit, dukungan menjadi salah satu hal krusial untuk mendapatkan kesuksesan suatu proyek. Ketika setiap anggota mampu memberikan dan mendapatkan dukungan satu sama lain, maka kelompok tersebut akhirnya mencapai tujuan dari proyek yang sedang dikerjakan. Jika masa-masa sulit tersebut diselesaikan sendiri, anda akan kewalahan dan berisiko membuat keputusan yang tergesa-gesa dan tidak masuk akal.

Tidak hanya melalui kerja sama tim, kolaborasi yang tepat juga dapat membantu anda untuk membangun perusahaan sendiri atau perusahaan tempat anda bekerja. Kolaborasi terjadi ketika dua individu atau sekelompok orang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama dengan berbagi gagasan dan keterampilan milik mereka. Kolaborasi bisa dilakukan untuk tim tradisional ataupun virtual. Selain itu, kolaborasi ternyata memberikan bebearpa aspek pekerjaan yang perlu anda ketahui, seperti brainstorming, memberikan nilai-nilai, dan juga pembagian pekerjaan yang sama rata.

Dalam brainstorming, kolaborasi di dalam tim dapat membawa para anggota tim berkumpul bersama dan bekerja untuk mencapai tujuan yang sama melalui berbagai perspektif untuk memberikan suatu solusi dengan cara atau ide yang beragam. Karena memiliki tujuan yang sama dengan anggota tim lainnya, sering kali kolaborasi ini dapat memberikan sebuah inspirasi bagi setiap anggotanya. Terdapat pula nilai-nilai yang bermanfaat dari bekerja sama dengan tujuan yang sama, baik untuk perusahaan ataupun tim. Pembagian tugas bagi setiap anggota juga membuat beberapa anggota tim mendapatkan kesempatan yang sama untuk berpartisipasi dan mengomunikasikan gagasan mereka.





**KEGIATAN 10**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tahapan Kegiatan** | **Jenis Kegiatan** | **Proses/Pelaksanaan** | **Tujuan** |
| 1 | Tahap ak si | Strategi dan inovasi dalam berwirausaha | 1. Guru menyiapkan materi untuk penjelasan tentang bauran pemasaran 4P. Guru dapat mengundang guru mapel ekonomi/bisnis dan manajemen untuk menjadi pemateri tamu di kelas. Guru juga dapat memutarkan video untuk penjelasan ini. Untuk kegiatan pembuka, guru dapat memantik peserta didik dengan membawa beberapa barang konsumsi (atau menunjukkan gambarnya). 2. Guru menunjukkan gambar produk lalu mendiskusikan dengan peserta didik pertanyaan-pertanyaan tentang produk. Contoh ada pada jurnal. Guru memberikan penjelasan: Produk dapat berupa barang, jasa, atau acara. Barang adalah sesuatu yang digunakan atau dikonsumsi (contoh: 3. makanan, minuman, alat tulis). Jasa adalah sesuatu yang orang lakukan untuk membantu kita (jasa angkutan, potong rambut). Acara adalah kegiatan bertema untuk suatu tujuan (contoh: konser musik, kompetensi olahraga) 4. Guru mendiskusikan dengan peserta didik pertanyaan-pertanyaan tentang produk, harga, promosi, dan tempat . (pertanyaan panduan ada pada jurnal) 5. Guru membuka diskusi dengan peserta didik tentang teknologi. peserta didik berbagi pengalaman mereka menggunakan teknologi sehari-hari dan bagaimana teknologi mempengaruhi kehidupan. 6. Guru bersama peserta didik menyaksikan contoh inovasi pada teknologi. Pertanyaan: bagaimana inovasi dengan menggunakan teknologi membantu memecahkan masalah dan meningkatkan eﬁsiensi serta produktivitas. (pertanyaan panduan pada jurnal) | 1. peserta didik memahami bauran pemasaran sebagai bagian dari strategi dalam berwirausaha 2. peserta didik mendemonstrasikan kemampuan berpikir kritis tentang konsep pemasaran melalui aktivitas yang dilakukan 3. peserta didik memahami inovasi sebagai bagian dari keberlanjutan sebuah usaha |

**Pengertian Bauran Pemasaran 4P**

**1.** [**Bauran**](http://tipsserbaserbi.blogspot.com/2016/02/pengertian-marketing-mix-4p-dan-7p.html) **Pemasaran 4P**

Dalam [pemasaran](http://tipsserbaserbi.blogspot.com/2017/01/konsep-pemasaran-menurut-para-ahli.html) terdapat strategi pemasaran yang disebut dengan bauran pemasaran atau marketing mix yang memiliki peranan penting dalam mempengaruhi konsumen agar dapat membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Elemen-elemen bauran pemasaran terdiri dari semua variabel yang dapat dikontrol perusahaan untuk dapat memuaskan para konsumen.

Sebelum menguraikan satu per satu, berikut kami sajikan pengertian bauran pemasaran atau marketing mix menurut para ahli.



* Marketing mix adalah strategi mencampur kegiatan-kegiatan marketing, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang paling memuaskan (Buchari Alma, 2007:130)
* Marketing mix adalah elemen-elemen organisasi perusahaan yang dapat dikontrol oleh perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan tamu dan untuk memuaskan tamu (Zeithaml dan Bitner, 2008:48).
* *Marketing mix is good marketing tool is a set of products, pricing, promotion, distribution, combined to produce the desired response of the target market* – Bauran pemasaran adalah perangkat pemasaran yang baik yang meliputi produk, penentuan harga, promosi, distribusi, digabungkan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran (Kotler dan Amstrong, 2012:92)

Dari ketiga pengertian marketing mix menurut para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang baik yang berada dalam suatu perusahaan, dimana perusahaan mampu mengendalikannya agar dapat mempengaruhi respon pasar sasaran.

Dalam bauran pemasaran terdapat seperangkat alat pemasaran yang dikenal dengan marketing mix 4P, yaitu product (produk), price (harga), place (tempat atau saluran distribusi), dan promotion (promosi), sedangkan dalam pemasaran jasa memiliki beberapa alat pemasaran tambahan seperti people (orang), physical evidence (fasilitas fisik), dan process (proses), sehingga dikenal dengan marketing mix 7P dan para pembaca yang budiman dapat mengambil kesimpulan [pengertian marketing mix 4P dan 7P](http://tipsserbaserbi.blogspot.com/2016/02/pengertian-marketing-mix-4p-dan-7p.html). Bauran pemasaran jasa mencakup 7P yakni: product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process.

Ketujuh unsur bauran pemasaran tersebut saling berhubungan dan berpengaruh satu sama lain, sehingga harus diupayakan untuk menghasilkan suatu kebijakan pemasaran yang mengarah kepada layanan efektif dan kepuasan konsumen. Jadi di dalam bauran pemasaran terdapat variable-variabel yang saling mendukung satu dengan yang lainnya, yang kemudian oleh perusahaan digabungkan untuk memperoleh tanggapan-tanggapan yang diinginkan di dalam pasar sasaran. Kombinasi dari perangkat tersebut perusahaan dapat mempengaruhi permintaan akan produknya.

Alat bauran pemasaran yang paling mendasar adalah produk, yang merupakan penawaran berwujud perusahaan kepada pasar, yang mencakup kualitas, rancangan, bentuk, merek, dan kemasan produk. Pelayanan pendukung tersebut dapat memberikan keunggulan kompetitif dalam pasar persaingan global. Adapun ketujuh unsur marketing mix tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Produk

Produk (product), adalah mengelola unsur produk termasuk perencanaan dan pengembangan produk atau jasa yang tepat untuk dipasarkan dengan mengubah produk atau jasa yang ada dengan menambah dan mengambil tindakan yang lain yang mempengaruhi bermacam-macam produk atau jasa.

1. Harga

Harga (price), adalah suatu sistem manajemen perusahaan yang akan menentukan harga dasar yang tepat bagi produk atau jasa dan harus menentukan strategi yang menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos angkut dan berbagi variabel yang bersangkutan.

1. Distribusi

Distribusi (place), yakni memilih dan mengelola saluran perdagangan yang dipakai untuk menyalurkan produk atau jasa dan juga untuk melayani pasar sasaran, serta mengembangkan sistem distribusi untuk pengiriman dan perniagaan produk secara fisik.

1. Promosi

Promosi (promotion), adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi. Baca pula: [Pengertian Iklan dan Jenis-Jenisnya](http://markoglobal.blogspot.com/2016/08/pengertian-iklan-advertisement-tujuan-jenis-jenisnya.html).

1. Sarana Fisik

Sarana fisik (Physical Evidence), merupakan hal nyata yang turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Unsur yang termasuk dalam sarana fisik antara lain lingkungan atau bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya.

1. Orang

Orang (People), adalah semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen dari orang adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain. Semua sikap dan tindakan karyawan, cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan penyampaian jasa.

1. Proses

Proses (Process), adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Elemen proses ini memiliki arti sesuatu untuk menyampaikan jasa. Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan senang merasakan sistem penyerahan jasa sebagai bagian jasa itu sendiri.

Berdasarkan [pengertian marketing mix 4P dan 7P](http://tipsserbaserbi.blogspot.com/2016/02/pengertian-marketing-mix-4p-dan-7p.html) menurut para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran atau marketing mix memiliki elemen-elemen yang sangat berpengaruh dalam penjualan karena elemen tersebut dapat mempengaruhi minat konsumen dalam melakukan keputusan pembelian baik buat produk barang maupun jasa.



Dibawh ini adalah link mengenai video penjelasan tentang marketing mix 4P :

https://www.youtube.com/watch?v=ulMvQ7qT8Is

**2. Contoh layanan jasa dalam penggunaan Marketing mix 4P**

**1. INDOSAT OREDO IM3**



**PT Indosat Multimedia Mobile (Indosat-M3)** adalah perusahaan [operator](https://id.wikipedia.org/wiki/Operator_jaringan_seluler) [telepon seluler](https://id.wikipedia.org/wiki/Telepon_seluler) bersistem [GSM](https://id.wikipedia.org/wiki/GSM) di [Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Indonesia) yang berdiri pada 25 Juli 2001.[[1]](https://id.wikipedia.org/wiki/Indosat-M3#cite_note-1) Pada triwulan akhir tahun 2003, ia telah dilebur (merger) dengan [PT Indosat Tbk](https://id.wikipedia.org/wiki/Indosat_Ooredoo). Oleh karena itu, sejak saat itu, perusahaan ini bubar dan penanganan produknya diteruskan oleh Indosat.

Kelahiran Indosat-M3 sendiri didasarkan pada pandangan bahwa di era liberalisasi industri komunikasi, Indosat tidak boleh sekadar menjadi pemain [Sambungan Langsung Internasional](https://id.wikipedia.org/wiki/Sambungan_Langsung_Internasional) seperti sebelumnya. Untuk itulah, Indosat harus menjadi penyedia bisnis telekomunikasi lengkap dan terintegrasi. Upaya ini dilakukan dengan mendirikan IM3 (yang bermain di industri operator seluler), [IndosatM2](https://id.wikipedia.org/wiki/IndosatM2) (yang bermain di bisnis [internet](https://id.wikipedia.org/wiki/Internet)), dan akuisisi saham [Satelindo](https://id.wikipedia.org/wiki/Satelindo) pada 2001. IM3 sendiri dimaksudkan untuk membentuk masyarakat *multimedia mobile* Indonesia.[[2]](https://id.wikipedia.org/wiki/Indosat-M3" \l "cite_note-2)

Produknya antara lain kartu prabayar SMART (sekarang menjadi [IM3 Prabayar](https://id.wikipedia.org/wiki/IM3)) dan kartu pascabayar BRIGHT (sekarang menjadi [IM3 Pascabayar](https://id.wikipedia.org/wiki/IM3)). Ia mempunyai banyak fitur yang bermanfaat seperti transfer pulsa serta fasilitas GPRS, MMS, Conference Call dan Call Divert. Selain itu, IM3 juga menawarkan fitur *Information on Demand* seperti berita, valas, [ramalan cuaca](https://id.wikipedia.org/wiki/Ramalan_cuaca) dan [horoskop](https://id.wikipedia.org/wiki/Horoskop) yang bertarif antara Rp 400-1.000. Produk-produk ini diciptakan sesuai target pasar IM3, yaitu kaum muda berumur 15-35 tahun. Pada 2002, tercatat SMART sudah memiliki 150.000 pelanggan dan BRIGHT sudah memiliki 7500 pelanggan (lebih dari target awalnya yang hanya 50.000 pelanggan).[[3]](https://id.wikipedia.org/wiki/Indosat-M3#cite_note-3) Pelanggan ini terus bertambah dan akhir 2002 IM3 sudah menambah pelanggannya menjadi 500.000.[[4]](https://id.wikipedia.org/wiki/Indosat-M3#cite_note-4) IM3 diluncurkan pada tanggal [31 Agustus](https://id.wikipedia.org/wiki/31_Agustus) [2001](https://id.wikipedia.org/wiki/2001) di [Batam](https://id.wikipedia.org/wiki/Batam) dan dilanjutkan dengan kota-kota besar di Jawa dari kota [Semarang](https://id.wikipedia.org/wiki/Semarang), [Surabaya](https://id.wikipedia.org/wiki/Surabaya), [Bandung](https://id.wikipedia.org/wiki/Bandung), dan akhirnya [Jakarta](https://id.wikipedia.org/wiki/Jakarta) pada tanggal [14 November](https://id.wikipedia.org/wiki/14_November) [2001](https://id.wikipedia.org/wiki/2001). Demi mendukung proyek ini, manajemen sendiri menganggarkan dana [US$](https://id.wikipedia.org/wiki/Dolar_AS) 250 juta untuk membangun 1500 [BTS](https://id.wikipedia.org/wiki/Base_transceiver_station) hingga 2003 (pada 2002 tercatat sudah memiliki 450 BTS), dan pada akhir 2001 induknya Indosat sudah menyuntikkan dana sebesar US$ 170 juta.[[5]](https://id.wikipedia.org/wiki/Indosat-M3#cite_note-5) Infrastrukturnya sendiri dibangun oleh [Ericsson](https://id.wikipedia.org/wiki/Ericsson) sejak Oktober 2000 di berbagai daerah.[[6]](https://id.wikipedia.org/wiki/Indosat-M3#cite_note-6)

Pelanggan IM3 dapat menggunakan telepon seluler *dual band* (900 & 1800 MHz). Khusus 1800 MHz, IM3 merupakan salah satu pionirnya karena merupakan operator kedua (setelah [Lippo Telecom](https://id.wikipedia.org/wiki/Lippo_Telecom)) yang menggunakan frekuensi ini (namun, karena Lippo Telecom masih beroperasi lokal di [Jawa Timur](https://id.wikipedia.org/wiki/Jawa_Timur), maka IM3 dianggap yang pertama beroperasi nasional). Izin GSM/DCS 1800 MHz nasional ini sebelumnya didapatkan oleh Indosat pada 16 Agustus 2000, namun kemudian dialihkan ke IM3.[[7]](https://id.wikipedia.org/wiki/Indosat-M3" \l "cite_note-7)[[8]](https://id.wikipedia.org/wiki/Indosat-M3#cite_note-8) Dengan frekuensi *dual band* ini, diharapkan dapat menampung pelanggan yang lebih banyak dan mengurangi *drop call* atau *network busy* serta dapat meningkatkan kualitas suara. Pelanggan IM3 dapat menggunakan layanan di seluruh Indonesia selama berada pada jangkauan jaringan IM3, Sat-C (Satelit Palapa-C), dan Indosat, mengingat ketiganya berada dalam satu pengendalian. IM3 memiliki jangkauan luas yang didukung oleh "Sinyal Kuat Indosat".

Seiring waktu, pemerintah kemudian menjual 41,94% sahamnya di Indosat kepada [STT](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=ST_Telemedia&action=edit&redlink=1) (anak usaha [Temasek Holdings](https://id.wikipedia.org/wiki/Temasek_Holdings)) [Singapura](https://id.wikipedia.org/wiki/Singapura) pada 15 Desember 2002, dengan harga Rp 12.950/saham. Transaksi yang sampai saat ini masih kontroversial (dan dianggap kesalahan besar oleh beberapa pihak ini), dilakukan dengan harga total Rp 5,62 triliun.[[9]](https://id.wikipedia.org/wiki/Indosat-M3#cite_note-9) Di bawah manajemen baru mereka kemudian melanjutkan kebijakan manajemen lama yang merencanakan merger sejak Agustus 2002 antara Indosat-M3, Satelindo, [Bimagraha Telekomindo](https://id.wikipedia.org/wiki/Bimagraha_Telekomindo) dan Indosat. Pada akhirnya, merger resmi dilakukan pada 20 November 2003, dan praktis Indosat-M3 (bersama Bimagraha dan Satelindo) pun lenyap dan operasionalnya bergabung dengan Indosat.[[10]](https://id.wikipedia.org/wiki/Indosat-M3" \l "cite_note-10)[[11]](https://id.wikipedia.org/wiki/Indosat-M3#cite_note-11) Untuk sisa-sisa dari merger ini sendiri diharapkan tuntas pada 2005. Khusus merek Indosat-M3 sendiri, yaitu SMART dan BRIGHT, kemudian dilebur menjadi satu nama: IM3, yang merupakan singkatan dari pemilik sebelumnya.

**2. SHOPEE**

**Shopee** adalah situs elektronik komersial yang berkantor pusat di [Singapura](https://id.wikipedia.org/wiki/Singapura) yang dimiliki oleh [Sea Limited](https://id.wikipedia.org/wiki/Sea_Limited) (sebelumnya dikenal dengan nama [Garena](https://id.wikipedia.org/wiki/Garena)), yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li.[[1]](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee#cite_note-1) Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke [Malaysia](https://id.wikipedia.org/wiki/Malaysia), [Thailand](https://id.wikipedia.org/wiki/Thailand), [Taiwan](https://id.wikipedia.org/wiki/Taiwan), [Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Indonesia), [Vietnam](https://id.wikipedia.org/wiki/Vietnam), dan [Filipina](https://id.wikipedia.org/wiki/Filipina).[[2]](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee#cite_note-2) Mulai tahun 2019, Shopee juga sudah aktif di negara [Brasil](https://id.wikipedia.org/wiki/Brasil), menjadikannya negara pertama di [Amerika Selatan](https://id.wikipedia.org/wiki/Amerika_Selatan) dan luar Asia yang dikunjungi Shopee.[[3]](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee#cite_note-3)

Shopee sendiri dipimpin oleh Chris Feng, mantan karyawan Rocket Internet yang pernah memimpin [Zalora](https://id.wikipedia.org/wiki/Zalora_Indonesia) dan [Lazada](https://id.wikipedia.org/wiki/Lazada_Indonesia).[[4]](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee" \l "cite_note-4)

Sejarah

Pada tahun 2015, Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura.[[5]](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee" \l "cite_note-5) Shopee pertama kali meluncur sebagai [marketplace](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Marketplace&action=edit&redlink=1) *consumer to consumer* (C2C). Namun kini mereka telah beralih ke model hibrid C2C dan *business to consumer* (B2C) semenjak meluncurkan Shopee Mall yang merupakan platform toko daring untuk brand ternama.[[*butuh rujukan*](https://id.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Kutip_sumber_tulisan)]

Pada tahun 2017, platform ini mencatat 80 juta unduhan aplikasi dengan lebih dari empat juta penjual dan lebih dari 180 juta produk aktif. Pada kuartal keempat tahun 2017, Shopee melaporkan nilai perdagangan bruto (GMV) sebesar US$1,6 miliar, naik 206 persen dari tahun sebelumnya.[[6]](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee#cite_note-6) Shopee memiliki nilai total GMV pada tahun 2018 sebesar US$2,7 miliar, naik 153 persen dari tahun 2017.[[7]](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee#cite_note-7)

Di Malaysia, Shopee menjadi portal perdagangan elektronik ke-3 yang paling banyak dikunjungi di Q4 2017, menggantikan Lelong dan melampaui peringkat Lazada sebagai aplikasi terbaik di Google Play dan iOS App store.[[8]](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee" \l "cite_note-8)

Demikian pula di kalangan konsumen di Indonesia, survei yang dilakukan pada bulan Desember 2017 oleh TheAsianParent mengungkapkan bahwa Shopee adalah platform belanja pilihan pertama bagi para ibu di Indonesia (73%), diikuti oleh [Tokopedia](https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia) (54%), Lazada (51%), dan [Instagram](https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram) (50 %).[[9]](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee#cite_note-9)

Pada April 2020, Shopee Indonesia mulai mempromosikan penjualan makanan siap saji di platform Shopee untuk menjadi pemain ketiga yang bersaing dengan [Gofood](https://id.wikipedia.org/wiki/Gofood) dan [GrabFood](https://id.wikipedia.org/wiki/GrabFood).[[10]](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee" \l "cite_note-10) Program yang diberi nama ShopeeFOOD ini telah merekrut lebih dari 500 penjual makanan di wilayah Jakarta.[[11]](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee#cite_note-11) [[12]](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee#cite_note-12)

Penawaran Umum Perdana

Perusahaan induk Shopee, Sea Group, mengajukan [penawaran umum perdana](https://id.wikipedia.org/wiki/Penawaran_umum_perdana) di [New York Stock Exchange](https://id.wikipedia.org/wiki/Bursa_Efek_New_York) (NYSE) pada bulan Oktober 2017 dan berhasil menggalang dana sebesar US$1 miliar.[[13]](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee#cite_note-13) [Tencent](https://id.wikipedia.org/wiki/Tencent) adalah pemegang saham utama Sea Group dengan bagian 39,7%, sementara [Blue Dolphins Venture](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Blue_Dolphins_Venture&action=edit&redlink=1) yang merupakan sebuah organisasi yang dibentuk oleh pendiri Sea Group, Forrest Li memegang 15%. Forrest Li sendiri memiliki 20%, dan Chief Technology Officer Gang Ye mempunyai 10%.[[14]](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee" \l "cite_note-14)

Prestasi dan Penghargaan

**Netizen Brand Choice Award**

Shopee menerima "The Indonesian Netizen Brand Choice Award 2017" untuk kategori Belanja Online pada Maret 2017. Penghargaan ini diadakan oleh [Warta Ekonomi](https://id.wikipedia.org/wiki/Warta_Ekonomi).[[15]](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee" \l "cite_note-15)

**Marketing Award**

Shopee menerima penghargaan sebagai salah satu pemenang “The Best in Marketing Campaign” di ajang penghargaan Marketing Award 2017 yang diadakan oleh Majalah Marketing pada September 2017.[[16]](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee" \l "cite_note-16)

**Bright Awards Indonesia 2017**

Shopee menerima penghargaan di ajang “Bright Awards Indonesia 2017” untuk kategori Iklan Paling Berkesan *(The Brightest Ad)* mengungguli 6 nominator lainnya. Shopee membuat iklan yang bertajuk “Parodi Jokowi”. Iklan ini mengusung tema kedekatan lokal Presiden [Joko Widodo](https://id.wikipedia.org/wiki/Joko_Widodo), yang sering memberikan sepeda untuk masyarakat Indonesia.[[17]](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee" \l "cite_note-:0-17)

Kontroversi dalam promosi

Shopee menggaet [Blackpink](https://id.wikipedia.org/wiki/Blackpink) sebagai *brand ambassador* mereka pada akhir tahun 2018.[[18]](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee" \l "cite_note-18) Namun, sebagian masyarakat merasa resah dengan iklan yang menampilkan Blackpink, karena dianggap kurang senonoh walau sudah lulus sensor [Lembaga Sensor Film Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Lembaga_Sensor_Film). Pihak Shopee pun tetap melanjutkan pemutaran iklan tersebut hingga tanggal yang sudah ditentukan, yakni 11 Desember, sehari sebelum [Hari Belanja Online Nasional](https://id.wikipedia.org/wiki/Hari_Belanja_Online_Nasional).[[19]](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee" \l "cite_note-19)

* Shopee menggaet [Syahrini](https://id.wikipedia.org/wiki/Syahrini) sebagai *brand ambassador* mereka pada awal tahun 2019.[[20]](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee#cite_note-20) Hal ini sempat memicu kontroversi dimana para pengguna jejaring sosial membuat gerakan "#UninstallShopee" sebagai bentuk protes terhadap Syahrini yang dinilai tidak pantas menjadi *brand ambassador* Shopee.[[21]](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee#cite_note-21)
* Shopee menggaet [Didi Kempot](https://id.wikipedia.org/wiki/Didi_Kempot) sebagai *brand ambassador* mereka pada akhir tahun 2019.[[22]](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee#cite_note-22) Naas, beliau menghembuskan nafas terakhir pada 5 Mei 2020, tepat saat puncak Shopee Big Ramadhan Sale.[[23]](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee#cite_note-23)
* Pelawak dan presenter [Tukul Arwana](https://id.wikipedia.org/wiki/Tukul_Arwana) ditunjuk sebagai bintang iklan Shopee untuk keperluan promo Shopee 11.11 Big Sale.

**3. Pengaruh Perkembangan Teknologi**

Perkembangan teknologi yang semakin pesat mempengaruhi gaya kehidupan yang semakin mencolok. Itu dikarenakan perkembangan teknologi mempengaruhi model berkomunikasi massa untuk melakukan kegiatan hidup sehari-hari.

Dulu, internet mungkin dianggap sebagai sesuatu yang "wah" dan rumit bagi orang awam, namun sekarang bisa Anda lihat sendiri , internet telah menjadi sesuatu yang umum bagi banyak orang. Atau mungkin Anda termasuk salah satu diantaranya yang mempunyai hampir semua akun di jejaring sosial, dan berinteraksi secara intensif dengan individu lain secara maya.

Di zaman sekarang ini beberapa individu mungkin terlalu over dalam memandang atau menggunakan gadget miliknya. Dimana pun dan kemana pun individu tersebut berada, dia tidak akan lepas dengan handphonenya. Ditambah lagi sekarang ini sudah memasuki era smartphone, sehingga banyak yang bisa dilakukan dalam satu genggaman saja.

Di samping itu makin kecanduannya anak-anak sekarang dengan beberapa video game dikarenakan hardware pemutar game seperti laptop dan desktop yang sudah semakin canggih. Seperti kemunculan alat-alat konsol game yang semakin atraktif, tablet, dan smartphone yang sudah dapat memainkan game high end misalnya.

Apakah ini normal? Coba kita bandingkan dengan menengok 12 tahun kebelakang, masih banyak anak yang lebih melibatkan dirinya dengan aktivitas di luar ruangan, seperti olah raga dan bermain di taman. Selain itu banyak juga orang tua yang mengajak anaknya beraktivitas outdoor bersama, serta kebutuhan orang akan handphone yang belum terasa. Semua hal tersebut membuat orang lebih fokus melakukan kegiatannya dan tidak sambil menyambi melihat status update terkini di smartphone miliknya.

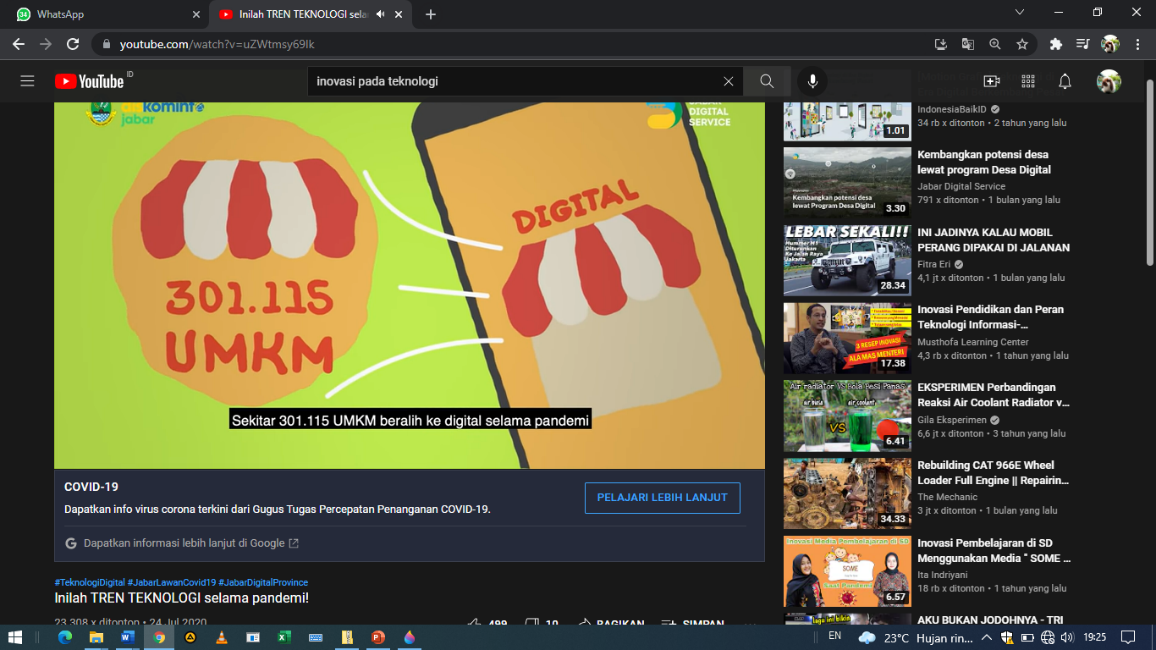
Jika melihat perbandingan di atas dengan perkembangan teknologi sekarang yang semakin canggih, dapat dikatakan memberikan dampak buruk bagi informasi yang tidak benar dan tidak jelas sumbernya. Seperti penyebaran informasi yang mengecoh serta teralu banyak informasi yang dibahas, padahal belum tentu berguna bagi yang membacanya. Hal inimenyebabkan penerimain formasi menjadi "overloaded information" atau kelebihan informasi, karena kita dipaksa untuk menerima hal tersebut dari setiap informasi yang kita proses.

Alangkah baiknya bila di zaman era globalisasi dan teknologi yang semakin canggih ini, kita sebagai penikmat teknologi sekaligus pengguna, lebih bijak dalam menggunakan dan mengaplikasikan kebutuhan teknologi dalam kehidupan kita.

Untuk para orangtua, boleh saja Anda memberikan konsol maupun hardware video game kepada anak Anda, namun perbanyaklah dalam meluangkan waktu bersamanya, misalnya dengan melakukan aktivitas di luar rumah untuk sekedar bermain atau berolahraga. Sehingga akan terjalin hubungan yang harmonis antara orangtua dan anak, dan anak akan lebih mengekspresikan dirinya ketimbang ia seharian di depan konsol video game.

Semua itu sekarang tergantung individu masing-masing, karena hanya Anda yang bisa mengendalikan diri Anda dari teknologi yang semakin menjamur. (Lovegi David/Mar)

**Keterkaitan Teknologi dizaman Digital**

Dibawah ini adalah link mengenai video tentang contoh inovasi digital mengenai zaman digital untuk saat ini, untuk menambah referensi :

https://www.youtube.com/watch?v=uZWtmsy69Ik

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Bauran pemasaran, atau 4 P, adalah sebuah kerangka kerja ciptaan Jerome E. McCarthy untuk pengambilan keputusan pemasaran. Empat pilar penting dari 4P adalah: Produk, Harga, Tempat dan Promosi. Masing-masing 4P saling berhubungan satu sama lain dan dapat dikombinasikan dalam menghadapi situasi pasar yang beragam. Kemampuan dalam memahami dan menerapkan 4 P berperan penting dalam kesuksesan sebuah usaha yang berkelanjutan. Berikut adalah penjelasan rinci dari 4P. | | | |
| **PRODUCT - PRODUK**  adalah barang atau jasa yang ditawarkan untuk memenuhi minat atau permintaan konsumen. Bentuknya dapat sangat beragam dan unik.  Produk sangat bergantung pada minat atau kebutuhan pasar. | **PRICE - HARGA**  adalah biaya yang dibayar orang (pembeli) untuk suatu produk. Ini termasuk biaya pokok (bahan, produksi, dan pengiriman) ditambah biaya lainnya (sewa, perlengkapan, upah, dll.). Hal yang harus juga diperhatikan dalam penetapan harga adalah: harga yang dibuat pesaing yang memproduksi barang/jasa sejenis, besar harga yang rela dibayar pembeli agar kebutuhannya atas barang/jasa tersebut terpenuhi. Harga jual harus berada di atas biaya produksi, dan total pendapatan harus melebihi total pengeluaran agar mendapatkan keuntungan. | **PLACE TEMPAT**  adalah "rumah" tempat produk berada, dan "rumah" tersebut dapat hidup di banyak saluran yang berbeda, seperti tampilan toko ﬁsik, iklan koran, radio atau TV, atau situs web atau blog yang menjadi sorotan.  Berfokuslah pada tempat di mana kamu bisa menampilkan produk kamu di depan calon pembelimu yang memiliki daya beli dan minat terhadap produkmu. | **PROMOTION - PROMOSI**  adalah upaya mengenalkan produk kepada masyarakat melalui iklan (televisi, radio, surat kabar, sosial media, internet) serta dari mulut ke mulut, surat langsung, dan alat pemasaran lainnya. Promosi adalah alat komunikasi yang merangkum 3 P pertama dengan menempatkan produk yang tepat pada tempat yang tepat dengan harga yang tepat pada waktu yang tepat, dengan tujuan agar diterima dengan baik oleh pelanggan. |
| Dengan kondisi pasar yang berubah, dan juga dengan dikenalnya teknologi, strategi 4P masih sangat relevan untuk diterapkan. Setiap usaha memiliki karakternya masing-masing. Personalisasi terhadap 4P akan membawa manfaat bagi usaha yang sedang dibangun atau dijalankan.  **Sumber:** [**https://www.angle180.com/insights/4-ps-marketing-mix**](https://www.angle180.com/insights/4-ps-marketing-mix) **diterjemahkan.** | | | |

**KEGIATAN 11**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tahapan Kegiatan** | **Jenis Kegiatan** | **Proses/Pelaksanaan** | **Tujuan** |
| 1 | Tahap aksi | Penyemurnaan karya dan strategi | 1. Guru meluangkan waktu secara berkala untuk mengecek perkembangan peserta didik. Kegiatan ini lebih banyak dilakukan secara mandiri oleh peserta didik. Guru dapat mendampingi jika peserta didik memerlukan bantuan dalam hal berhubungan dengan pihak ketiga atau pihak lain di luar sekolah. 2. Guru mendiskusikan progres perkembangan pembuatan rencana usaha peserta didik. Diskusi dilakukan per kelompok. 3. Guru menginformasikan sumber-sumber belajar tambahan yang membantu peserta didik menyelesaikan perencanaan usahanya. 4. Guru memfasilitasi kegiatan peserta didik yang berhubungan dengan penyelesaian perencanaan usaha (melakukan survey, wawancara, pembuatan prototype, peminjaman alat/ruang sekolah, komunikasi dengan orang tua, komunikasi dengan guru mapel yang terkait seperti guru ekonomi/manajemen, guru matematika, dan lainnya, atau pihak lain yang dapat membantu peserta didik) 5. Guru membagikan jadwal presentasi kelompok dan check list kelengkapan presentasi proposal usaha kepada peserta didik 6. (pada hari yang ditentukan) peserta didik bersama kelompoknya mempresentasikan proposal usaha. Guru (bersama tim penilai) akan memberikan masukan bagi perbaikan proposal usaha peserta didik. 7. peserta didik melanjutkan penyempurnaan proposal usaha dan prototype produk. | 1. peserta didik mengembangkan kesadaran akan pentingnya kolaborasi dan kerjasama tim 2. peserta didik melibatkan diri dalam aktivitas kerjasama tim yang berfokus pada penyelesaian projek 3. peserta didik mampu mengkomunikasikan ide di depan khalayak |

1. **PROGRES PERKEMBANGAN PEMBUATAN RENCANA**

**Pertemuan 11**

Rencana usaha atau *business plan* adalah satu faktor yang menjadi tulang punggung bisnis yang berkembang. Tidak cuma dimiliki oleh pengusaha berskala besar, nyatanya pemilik usaha skala kecil seperti bisnis rumahan harus punya juga.\

Pasti banyak deh di antara kamu pengusaha yang belum membuatnya, padahal tahapan yang satu ini sangat penting untuk perjalanan bisnismu. Sebagaimana yang namanya perencanaan, tentu berguna agar setiap langkah dan keputusan yang kamu ambil jadi terarah.

Dengan membuat *business plan*, maka kamu bisa berorientasi target dan tujuan usaha atau bisnis yang kamu bangun. *Business plan* juga sekaligus menjadi peta bagi seorang pebisnis dalam mengarungi kompetisi usaha yang nggak gampang.

Lindungi keuanganmu dari kerugian atas kerusakan aset berharga akibat tertimpa musibah kebakaran dengan asuransi. [Jaminan ganti rugi dari asuransi kebakaran](https://lifepal.co.id/asuransi/kebakaran/?utm_campaign=MEDIA_usaha_rencana-usaha&utm_source=media&utm_medium=inarticle_text&utm_content=rencana-usaha) memberikan manfaat [s](https://lifepal.co.id/?utm_campaign=MEDIA_usaha_rencana-usaha&utm_source=media&utm_medium=inarticle_text&utm_content=rencana-usaha)antunan tunai untuk kerusakan bangunan atau rumah akibat berbagai risiko juga.

Dengan punya *business plan*, seorang pebisnis bisa tahu di mana titik mulai, di mana saja titik istirahat, dan di mana saja harus berbelok. Yuk, simak pengertian, manfaat, cara buat, dan komponen penting dalam membuat *business plan!*

## Apa itu rencana usaha?

Rencana usaha adalah sebuah ide atau gagasan tertulis yang memuat tentang latar belakang, tujuan, dan bagaimana cara sebuah bisnis bisa mencapai tujuannya. Selain untuk menentukan arah kebijakan, rencana ini juga bisa digunakan untuk menarik investor atau bahkan mengajukan [pinjaman bank](https://lifepal.co.id/media/pinjaman-bank/?utm_campaign=MEDIA_usaha_rencana-usaha&utm_source=media&utm_medium=inarticle_text&utm_content=rencana-usaha). Asalkan, apa yang kamu tuliskan menarik, masuk akal, dan bisa meyakinkan mereka bahwa yang kamu jalani bisa mendapatkan keuntungan.

## Manfaat rencana usaha

Secara umum, *business plan* bermanfaat sebagai peta jalan bagi seorang pengusaha atau pebisnis. Tapi ternyata manfaat dari rencana ini bisa lebih luas lagi. Jika dibagi berdasarkan pihak yang menerima manfaat, maka ini rinciannya:

### 1. Manfaat untuk pengelola usaha

Dengan *business plan* maka pemilik usaha bisa lebih fokus dalam menjalankan bisnisnya. Pebisnis akan punya arah yang jelas dalam mengembangkan usahanya sekaligus bisa secara terstruktur membagi tugasnya dengan bawahan. Manfaat untuk internal perusahaan. Sama dengan manfaat bagi pengelola usaha, internal perusahaan juga jadi punya arah kerja dengan adanya rencana usaha. Perusahaan jadi punya tujuan jelas dalam operasionalnya. Misalnya, target omzet tahun ini Rp5 miliar.

### 2. Manfaat untuk eksternal

Selain manfaat yang didapat oleh pemilik usaha dan karyawan, *business plan* juga bisa memberikan manfaat bagi pihak eksternal. Di antaranya adalah rasa percaya yang terbangun oleh mitra bisnis. Mitra bisnis jadi paham apa saja goals yang sedang dikejar oleh perusahaan dan apa saja langkah yang dilakukan.

Lindungi aset perusahaan seperti mobil dengan [produk asuransi mobil terbaik](https://lifepal.co.id/asuransi/mobil/?utm_campaign=MEDIA_usaha_rencana-usaha&utm_source=media&utm_medium=inarticle_text&utm_content=rencana-usaha) yang bisa kamu temukan di Lifepal!

## Komponen penting yang harus ada di dalam rencana usaha

Sebelum lebih jauh tentang bagaimana cara menuliskannya, dikutip dari [*U.S Small Business Administration*](https://www.sba.gov/business-guide/plan-your-business/write-your-business-plan) dan sejumlah sumber lain,  komponen yang harus tertulis dalam penyusunan business plan, yaitu:

* Ringkasan tentang bisnis, berisi gambaran secara umum tentang bisnis termasuk susunan tim.
* Deskripsi perusahaan, penjelasan secara singkat soal sejarah dan apa yang sedang bisnismu lakukan. Juga menjelaskan tentang visi dan misi bisnis.
* Deskripsi dan keunggulan produk. Menceritakan secara rinci mengenai apa saja produk yang akan dikembangkan dan keunggulannya dibanding kompetitor.
* Riset pasar, yakni analisis kamu tentang pasar, dan pesaing-pesaing yang memiliki bisnis serupa. Lihat peta persaingan di pasar.
* Organisasi dan manajemen, yakni struktur manajemen bisnismu dan peran-perannya.
* Objek dagangan, yaitu jasa atau produk apa yang kaum tawarkan.
* [Pemasaran adalah strategi penjualan](https://lifepal.co.id/media/strategi-pemasaran/?utm_campaign=MEDIA_usaha_rencana-usaha&utm_source=media&utm_medium=inarticle_text&utm_content=rencana-usaha) yang akan kamu terapkan dalam bisnismu.
* Pendanaan, yaitu soal berapa modal yang kamu punya dan kamu butuhkan untuk menjalankan bisnis.
* Proyeksi keuangan, berisi perkiraan modal yang kamu keluarkan dan pendapatan yang bakal diterima.
* Lampiran [izin usaha](https://lifepal.co.id/media/surat-izin-usaha/?utm_campaign=MEDIA_usaha_rencana-usaha&utm_source=media&utm_medium=inarticle_text&utm_content=rencana-usaha), mencakup surat-surat seperti resume dan perizinan yang menyatakan bisnismu legal.
* Dukung dengan perencanaan manajemen usaha yang sistematis.

Jika kamu punya pertanyaan tentang bagaimana cara mengelola bisnis lainnya, konsultasikan saja langsung dengan pakarnya di [Tanya Lifepal](https://lifepal.co.id/tanya/questions/categories/bisnis/?utm_campaign=MEDIA_usaha_rencana-usaha&utm_source=media&utm_medium=inarticle_text&utm_content=rencana-usaha).

## Cara membuat perencanaan bisnis

Sesuai dengan salah satu komponen penting dalam *business plan* di atas, yakni adanya perencanaan usaha yang sistematis, maka seorang pemilik usaha perlu menyusun *business plan* yang runut dan terstruktur.

Setelah sudah tahu komponen apa yang harus dicatat, sekarang kamu perlu mengetahui bagaimana perencanaan manajemen usaha yang sistematis untuk menunjang *business plan* kamu.

Ada 5 langkah penerapan perencanaan manajemen usaha yang ideal menurut [*Entrepreneur*](https://www.entrepreneur.com/article/281416), yaitu:

### 1. Lakukan riset

Agar rencana usaha yang kamu buat menjadi bermanfaat, jangan lupa untuk melakukan penelitian. Telitilah segalanya dengan detail, seperti target pasar, analisis produk kamu, dan apa yang dilakukan para pesaing-pesaingmu. Dengan melakukan riset, kamu jadi lebih paham tentang bisnis yang akan kamu jalani. Ketika terjadi masalah, dengan cepat bisa ditangani. Kemudian hasil riset ini juga bisa kamu jadikan patokan untuk melakukan inovasi-inovasi yang bisa memperluas jangkauan bisnismu.

### 2. Tetapkan tujuan bisnismu

Ingat, *business plan* adalah ide atau gagasan secara tertulis. Artinya, di sini akan tercantum mengenai latar belakang, jenis bisnis, dan strategi penjualan yang akan kamu tetapkan. Untuk bisa menuliskan semuanya, kamu perlu menentukan tujuan bisnismu terlebih dahulu. Tujuan di sini berarti apa yang mau kamu dapatkan dari bisnis ini, dan seperti apa harapanmu di beberapa tahun ke depan. Untuk itu, tentukan tujuan agar proses bisnismu bisa berjalan sesuai arah. Dengan tujuan, kamu bisa mengambil sikap dan keputusan-keputusan yang rasional demi membantu kamu mencapai tujuan-tujuan itu.

### 3. Buat profil perusahaan

Di dalam *business plan*, profil perusahaan merupakan hal yang paling utama dan bahkan harus tercantum di halaman pertama. Buatlah profil perusahaan secara jelas dan detail. Tujuannya, ketika kamu mengharapkan suntikan modal, para investor punya alasan bagus mengapa mereka harus menginvestasikan uangnya ke bisnismu. Sebab, mereka sudah membaca secara singkat bisnis apa yang sedang kamu jalani. Cantumkan mengenai sejarah bagaimana bisnismu berdiri, jasa atau produk apa yang ditawarkan, siapa target pasarnya, dan sumber daya yang kamu miliki. Satu lagi, sebutkan apa yang membuat bisnis kamu unik dan berbeda dari yang lainnya.

### 4. Mencatat seluruh pemasukan dan pengeluaran

Jika kamu membuat *business plan* sebagai sarana untuk mendapatkan pendanaan dari investor, jangan lupa untuk membuat catatan tentang arus keluar masuk uangmu. Catat segala pengeluaran dan pemasukan, baik dalam jumlah besar atau kecil dengan lebih detail. Pasalnya, investor ingin mengetahui segalanya tentang bisnis kamu. Dari catatan keuangan tersebut, mereka bisa menganalisis apakah layak untuk mengalokasikan dananya ke bisnismu. Seandainya pengeluaranmu lebih besar dari pemasukan, kayaknya mereka bakal lebih mikir-mikir deh, apalagi kalau pengeluarannya untuk hal-hal yang gak berkaitan dengan bisnis.

### 5. Memiliki rencana pemasaran

Rencana pemasaran haruslah bersifat strategis. Jangan sampai apa yang kamu lakukan ternyata sia-sia saja. Jadi, lakukan teknik pemasaran yang kira-kira bisa memberikan dampak positif, ketimbang hanya sekadar ajang menghambur-hamburkan modal saja. Rencana pemasaran bisa berupa timeline kapan memperkenalkan produk baru, atau kapan memberikan promo-promo diskon dan sebagainya. Semua bisa dibuat dengan mudah asalkan kamu memiliki inovasi yang gak ada habis-habisnya. Carilah referensi dari pengusaha-pengusaha lainnya. Perlu diingat juga, kamu gak bakal bisa mencapai tujuan seandainya gak punya *business plan* dan hanya berorientasi pada [profit perusahaan](https://lifepal.co.id/media/rasio-profitabilitas/?utm_campaign=MEDIA_usaha_rencana-usaha&utm_source=media&utm_medium=inarticle_text&utm_content=rencana-usaha).Jangan lupa pikirkan inflasi dalam perencanaan kamu. Kamu bisa gunakan [Kalkulator Inflasi dari Lifepal](https://lifepal.co.id/?utm_campaign=MEDIA_usaha_rencana-usaha&utm_source=media&utm_medium=inarticle_text&utm_content=rencana-usaha) untuk menghitungnya:

1. **STRATEGI DAN PEMASARAN BAGI PESERTA DIDIK**

## 1. Pengertian Strategi Pemasaran Produk Dan Konsep Strategi Pemasaran Yang Tepat

Strategi pemasaran produk adalah usaha dalam memasarkan sebuah produk, barang, atau jasa dengan cara tertentu sehingga penjualan akan meningkat. Strategi pemasaran dapat diartikan sebagai serangkaian upaya yang dilakukan oleh pelaku bisnis untuk mencapai target tertentu.

## Tujuan Strategi Pemasaran

Tujuan utama strategi pemasaran produk, yaitu:

* Untuk meningkatkan kualitas koordinasi dalam tim marketing. Strategi pemasaran dilakukan bertujuan agar setiap anggota tim dapat bekerja sama dengan baik, efektif dan efisien
* Sebagai alat ukur hasil pemasaran berdasarkan standar prestasi yang sudah ditentukan. Jika tidak ada pembukuan yang jelas maka perusahaan tidak dapat mengukur nilai penjualan
* Untuk meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi bila terjadi perubahan dalam pemasaran. Karena dunia pasar sangat dinamis, maka perlu dibentuk strategi pemasaran yang tepat dengan integrasi terhadap divisi perusahaan lain
* Sebagai dasar yang masuk akal untuk pengambilan keputusan. Adanya data hasil penjualan, maka perusahaan dapat menetapkan strategi pemasaran selanjutnya yang akan dilakukan

## Konsep Strategi Pemasaran

Terdapat konsep khusus dalam strategi pemasaran produk atau jasa, agar saat melaksanakannya lebih terarah. Berikut konsep khusus strategi pemasaran.

### **a. Segmentasi Pasar**

Anda perlu melakukan klasifikasi market terlebih dahulu, karena setiap orang pasti memiliki kebutuhan yang berbeda. Klasifikasi yang bersifat heterogen menjadi satuan [pasar yang bersifat homogen](https://www.jurnal.id/id/blog/penjelasan-pasar-oligopoli-jenis-jenis-dan-contoh-penerapannya/).

### ***b. Positioning Market***

Tentukan pola yang spesifik agar Anda mendapatkan konsumen yang sesuai dengan bisnis Anda. Pola ini dibuat agar mendapatkan posisi kuat dalam market yaitu segmen yang bisa menguntungkan bisnis. Hal ini dilakukan karena tidak ada perusahaan yang dapat menguasai kebutuhan pasar.

### ***c. Market Entry Strategy***

Salah satu strategi yang bisa ditempuh perusahaan jika ingin memiliki posisi yang kuat pada satu segmen saja adalah market entry strategy. Konsep strategi pemasaran ini dapat dilakukan jika perusahaan Anda ingin memasuki pada segmen pasar tertentu.

Hal-hal yang bisa Anda lakukan yaitu

* Membeli perusahaan lain
* Internal Development
* Kerjasama dengan perusahaan lain

### ***d. Marketing Mix Strategy***

Strategi [marketing mix](https://www.jurnal.id/id/blog/2018-mengenal-7-konsep-mix-marketing-dalam-perusahaan-jasa/) yaitu kumpulan dari banyak variabel yang digunakan perusahaan untuk dapat mempengaruhi tanggapan konsumen.

Berikut variabel yang terdapat pada marketing mix.

* Product
* Price
* Place
* Promotion
* Participant
* Process
* People Physical Evidence

### ***e. Timing Strategy***

Disini perusahaan perlu melakukan berbagai persiapan yang baik di bidang produksi, dan menentukan waktu yang tepat untuk mendistribusikan produk ke pasar. Ini adalah merupakan penjabaran dari timing strategy pada konsep strategi pemasaran. Dengan pemilihan waktu yang tepat, Anda dapat melakukan beberapa persiapan konsep strategi pemasaran di bidang produksi. Selain itu, Anda dapat menentukan waktu yang tepat untuk mendistribusikan produk ke pasar.

### Strategi Pemasaran Produk

Terdapat [beberapa strategi pemasaran produk](https://www.jurnal.id/id/blog/strategi-pemasaran-produk-yang-harus-anda-coba/) yang dapat Anda lakukan untuk meningkatkan penjualan. Lalu terkait pemasaran produk, beberapa inti dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan adalah sebagai berikut.

#### Kenali Konsumen Anda

Istilah konsumen adalah raja adalah sebuah kebenaran. Karena itu hal ini harus anda masukkan ke dalam konsep strategi pemasaran Anda. Karena raja sangat senang dilayani dan dibuat bahagia atas apa yang ia dapatkan dan alami. Lihat juga bagaimana [aplikasi laporan keuangan](https://www.jurnal.id/id/fitur/laporan-keuangan-bisnis/) dan [aplikasi invoice Jurnal](https://www.jurnal.id/id/fitur/invoice-faktur/) bisa melayani kebutuhan konsumen dengan maksimal. Oleh karena itu, sebaiknya Anda [mengenali target market](https://www.jurnal.id/id/blog/pemasaran-target-market-anak-muda/) Anda (konsumen) sehingga Anda mengetahui apa keinginan konsumen Anda. Untuk hal ini, Anda perlu melihat tingkah laku, kebiasaan konsumen Anda. Dengan begitu, Anda akan tahu bagaimana melayani mereka dan menghasilkan pelayanan yang nyaman satu sama lain. Anda perlu membaca profil para konsumen Anda dengan tepat, dengan begitu kemungkinan besar konsumen Anda pun akan loyal dengan Anda.

**Kendali ketersediaan stok barang ada di tangan Anda! Kelola dengan**[**software inventory barang Jurnal**](https://www.jurnal.id/id/fitur/produk-inventory/?utm_source=digital%20-%20trial%20direct%20sign%20up%20(o)&utm_medium=website%20-%20blog&utm_campaign=KonsepStrategiPemasaran)**.**

#### Pilih Lokasi Strategis

Pertimbangan memilih lokasi yang tepat dan strategis adalah hal penting dalam pembuatan konsep strategi pemasaran. Seperti, toko roti Holland Bakery yang lebih memilih membuka toko di pinggir jalan keramaian, dibandingkan di dalam mall. Hal tersebut merupakan strategi pemasaran Holland Bakery dalam membidik pelanggan potensialnya. Dengan adanya hal tersebut, Anda perlu mempertimbangkan lokasi yang tepat untuk mendapatkan pelanggan yang sesuai dengan target penjualan.

#### Penggunaan Internet Marketing

Salah satu strategi penjual dalam memasarkan barang dagangan secara cepat dan menguntungkan dibandingkan dengan menjual secara langsung ke pasar menggunakan [Internet Marketing](https://www.jurnal.id/id/blog/tips-belajar-internet-marketing-dasar-untuk-pemula/) Dengan menggunakan pemasaran online lewat internet marketing Anda dapat menampilkan produk atau jasa Anda melalui situs media sosial, terutama untuk bisnis online. Dengan begitu, Anda dapat mengetahui apa selera konsumen dan apa yang mereka inginkan. Ini adalah salah satu konsep strategi pemasaran yang tidak boleh dilewatkan pada era internet seperti sekarang. Apalagi meningkatnya penggunaan teknologi saat ini, semakin hari aktivitas jual beli melalui online shop semakin banyak dilakukan orang. Hal ini dikarenakan banyak orang yang nyaman untuk berbelanja di ruang private dan tidak dalam keramaian market.

Dengan banyaknya transaksi di online shop seringkali membuat pemilik bisnis kesusahaan dalam mencatatnya, sehingga diperlukan juga [aplikasi pembukuan untuk online shop](https://www.jurnal.id/id/industri/toko-online/?utm_source=digital%20-%20trial%20direct%20sign%20up%20(o)&utm_medium=website%20-%20blog&utm_campaign=KonsepStrategiPemasaran) yang mudah dalam penggunaannya. Jika Anda memaksimalkan penggunaan fasilitas internet, tentu penggunaan internet marketing akan mempermudah mengembangkan strategi pemasaran. Bukan hanya media sosial, Anda dapat memanfaatkan [website, blog pribadi](https://bloggerpi.com/contoh-blog-pribadi/), dan lainnya untuk menampilkan foto produk dengan tampilan yang menarik. Selain itu, pada [era digital](https://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-manajemen-pemasaran-dan-konsepnya-di-era-digital/) seperti sekarang anda dapat berinteraksi dengan konsumen secara langsung dengan nyaman tanpa adanya batas ruang dan waktu.

#### Melakukan Promosi

Strategi promosi sebagai sebuah strategi upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan utama untuk memperkenalkan produk Anda ke masyarakat. Misalnya, untuk mengenalkan produk ke masyarakat luas, Anda bisa berpartisipasi dalam event pameran yang sesuai dengan jenis bisnis Anda. [Promosi yang efektif](https://www.jurnal.id/id/blog/2018-7-tahap-perencanaan-yang-harus-anda-lakukan-untuk-promosi-efektif/) ini dilakukan untuk meningkatkan eksistensi perusahaan Anda dipercaya oleh konsumen. Agar konsumen tidak merasa bosan Anda bisa melakukan promosi secara rutin dengan cara-cara yang menarik. Contoh dari konsep strategi pemasaran ini adalah ; Memasang iklan, leaflet atau pamphlet, brosur, dan lainnya. Yang mana pada selebaran tersebut berisi informasi yang menarik seputar produk Anda. Selain itu, dengan melakukan metode word of mouth (promosi mulut ke mulut) hal ini dapat menyebar ke banyak konsumen. Maka, pastikan Anda memberikan pelayanan terbaik, dan konsumen puas. Dengan hal tersebut, konsumen dapat menceritakan citra baik pada bisnis atau produk Anda. Walaupun bisnis Anda masih kecil,dengan adanya promosi mulut ke mulut tentu konsumen akan mengetahui wujud bisnis Anda sesungguhnya.

[**Coba Fitur Laporan Keuangan Perusahaan untuk keputusan bisnis lebih tepat dan cepat**](https://www.jurnal.id/id/fitur/laporan-keuangan-bisnis/?utm_source=digital%20-%20trial%20direct%20sign%20up%20(o)&utm_medium=website%20-%20blog&utm_campaign=KonsepStrategiPemasaran)

#### Menjalin Hubungan dengan Konsumen

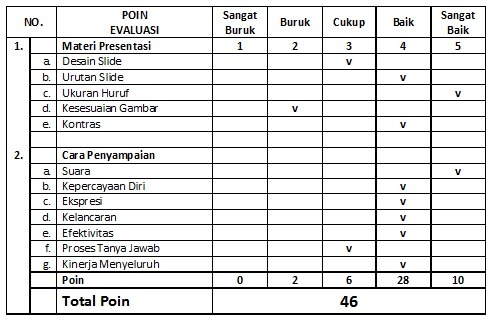
Kini bukan hanya konsumen yang berhubungan antar penjual dan pembeli, tetapi pembeli dan pembeli juga saling berhubungan. Konsumen saat ini bisa mengungkapkan kekecewaannya melalui media sosial, blog, atau komunitasnya. Yang mana kekecewaan tersebut dengan mudahnya tersebar ke khalayak ramai, hal ini tentu akan membuat rugi perusahaan karena citra buruk.

#### Memberi Penghargaan untuk Testimoni Pelanggan

Produk akan lebih dapat dipercaya dan terlihat bagus apabila ada yang merekomendasikannya.

Agar bisnis atau produk Anda mendapat rekomendasi atau testimoni dari konsumen yang telah memakai produk tersebut. Anda bisa memberi penghargaan yang menarik yang telah membuat testimoni. Insentif atau penghargaan tersebut tidak harus berupa uang, namun bisa berupa hadiah produk atau potongan harga.

Secara tidak langsung, adanya penghargaan seperti ini perusahaan mendapatkan pelanggan yang loyal, dan juga calon pelanggan. Kini, testimoni produk menjadi strategi pemasaran yang digunakan oleh hampir semua produk. Saat konsep strategi pemasaran Anda sudah berjalan sesuai rencana yang ditentukan, dan menghasilkan keuntungan, Anda perlu mengelola keuangan dengan baik, agar transaksi bisnis Anda jelas. Gunakanlah [aplikasi bisnis untuk perusahaan](https://www.jurnal.id/id/) untuk kemudahan dalam mengelola keuangan dan bisnis Anda. Dengan bantuan aplikasi bisnis, Anda bisa lebih efektif merencanakan strategi bisnis dan pemasaran produk. Dengan adanya laporan keuangan yang baik, maka bisnis akan berjalan baik pula. [Jurnal adalah penyedia *software*akuntansi *online* yang dapat membantu Anda dalam mengelola keuangan bisnis.](https://my.jurnal.id/id/users/sign_up/?utm_source=digital%20-%20trial%20direct%20sign%20up%20(o)&utm_medium=website%20-%20blog&utm_campaign=KonsepStrategiPemasaran) Jurnal memudahkan Anda dalam melakukan penyimpanan dan pengecekan catatan keuangan bisnis yang bisa diakses kapanpun dan di manapun.

**C. CONTOH PENILAIAN PRESENTASI PROGRESS BAGI PESERTA DIDIK**

**PITCHING**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Pitching** dalam dunia wirausaha merupakan presentasi secara singkat yang dilakukan oleh pelaku wirausaha untuk bisa menjelaskan usaha mereka kepada klien, investor ataupun konsumen. | Sumber gambar:  https://articles.bplans.com/where-to-get-feedback-on-your-business-pitch/ | |
| **Pitching** adalah sebuah kebiasaan dan harus dibiasakan.  **Pitching** adalah cara untuk mengkomunikasikan usaha secara efektif |
| Sumber  [https://fisipol.ugm.ac.id/kewirausahaan-sosial-kenali-s](https://fisipol.ugm.ac.id/kewirausahaan-sosial-kenali-strategi-sukses-melakukan-pitching/)  [trategi-sukses-melakukan-pitching/#:~:text=Secara%20](https://fisipol.ugm.ac.id/kewirausahaan-sosial-kenali-strategi-sukses-melakukan-pitching/)  [singkat%2C%20pitching%20dalam%20dunia,kebiasaan%2](https://fisipol.ugm.ac.id/kewirausahaan-sosial-kenali-strategi-sukses-melakukan-pitching/)  [C%20entrepreneur%20is%20always%20pitching](https://fisipol.ugm.ac.id/kewirausahaan-sosial-kenali-strategi-sukses-melakukan-pitching/). | **Pitching** yang efektif adalah   * Singkat * Mudah diingat * Jelas * Menginspirasi Tindak Lanjut | **Agar Pitching** sukses:   * Persiapan yang matang * Berlatih * Tampil percaya diri |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tugas:  Bersama teman kelompokmu, siapkan sebuah pitching yang berdurasi 5 - 10 menit tentang usaha yang kalian rencanakan.  Pitching akan dilakukan di depan teman sekelas dan tim yang dibentuk guru.  Jika memungkinkan, tambahkan alat bantu visual (poster, gambar , video, prototype produk) agar presentasimu menarik.  Jangan lupa untuk berlatih bersama sebelumnya.  Semoga sukses! | Sumber gambar: [https://i.pinimg.com/originals/dc/53/9b/dc539bb5b7903a](https://i.pinimg.com/originals/dc/53/9b/dc539bb5b7903a5b3cef8330d7346f67.png)  [5b3cef8330d7346f67.png](https://i.pinimg.com/originals/dc/53/9b/dc539bb5b7903a5b3cef8330d7346f67.png) |  |

Sumber belajar tambahan

Secara mandiri atau berkelompok, simaklah informasi dari video-video tentang kewirausahaan di bawah ini.

Proses Kewirausahaan: <https://www.youtube.com/watch?v=gjGwlM5s-lw> Contoh Bisnis: <https://www.youtube.com/watch?v=clxmWSXiWbU>

Study Kelayakan: <https://www.youtube.com/watch?v=xbBGDiOmxos> Pembentukan Tim yang Kuat: <https://www.youtube.com/watch?v=KK7cIhS5c6g>

Branding dan Strategi Pemasaran: <https://www.youtube.com/watch?v=MkV5DBZt6p8> Strategi Pemasaran 4P: <https://www.youtube.com/watch?v=7G2mySGJAww>

Cara membuat iklan video animasi menggunakan aplikasi canva: <https://www.youtube.com/watch?v=_i0NOagAFuo> Cara membuat desain kemasan produk dengan power point: <https://www.youtube.com/watch?v=YkYYAAxV_-c> Cara menghitung analisis usaha dengan microsoft excell:

<https://www.youtube.com/watch?v=QYesrqgYjuU>

Cara membuat proposal usaha bagian 1: <https://www.youtube.com/watch?v=YVIdIuW6GHc> Cara membuat proposal usaha bagian 2: <https://www.youtube.com/watch?v=KwZ7Fu4CPGg> Contoh proposal usaha makanan ringan: <https://www.youtube.com/watch?v=yLV7USvBXd4>

Gunakan sumber alternatif belajar ini sebagai bagian dari pengayaan pengetahuan dan keterampilanmu daalam penyempurnaan proposal dan persiapan pitching.

**KEGIATAN 12**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tahapan Kegiatan** | **Jenis Kegiatan** | **Proses/Pelaksanaan** | **Tujuan** |
| 1 | Tahap aksi | Wirausaha mandiri dan berkelanjutan | 1. Ada dua hal yang akan dilakukan pada kegiatan ini, yaitu Projek Unjuk Kerja dan juga studi kasus tentang ketangguhan dalam menghadapi tantangan. Untuk Projek Unjuk Kerja, Guru dapat berkoordinasi bersama guru pendamping Projek Kewirausahaan dan P5 lainnya, Kepala Sekolah, orangtua dan/atau pengurus OSIS agar kegiatan Projek Unjuk Kerja berjalan dengan baik. Sambil peserta didik bersama kelompoknya berproses menyiapkan projek unjuk kerja selama jadwal Kegiatan 12 berlangsung, guru dapat mengecek kesiapan peserta didik dan tantangan yang mereka hadapi sambil membawakan materi tentang ketangguhan dalam menghadapi tantangan (Hukum Karnel dan Kuis Ketangguhan). Panduan pelaksanaan di bawah ini dapat disesuaikan sesuai kebutuhan. 2. peserta didik bekerja secara mandiri dengan kelompoknya menyiapkan Projek Unjuk Kerja 3. Guru mendiskusikan perkembangan persiapan Projek Unjuk Kerja peserta didik berdasarkan proposal dan timeline yang sudah dibuat 4. Guru mendiskusikan dengan peserta didik tantangan yang dihadapi selama pengerjaan proposal dan persiapan Projek Unjuk Kerja 5. Guru meminta peserta didik mengisi Kuis Ketangguhan pada jurnal 6. Guru meminta peserta didik mendiskusikan hasilnya | 1. peserta didik memahami tantangan yang dihadapi oleh wirausahawan 2. peserta didik memahami faktor-faktor penting dalam menciptakan usaha yang berkelanjutan 3. peserta didik mampu mempraktekkan sikap, pengetahuan, dan keterampilan kewirausahaan dalam proses dan kegiatan unjuk karya |

### A. Penilaian Kinerja, Produk, Proyek, Portofolio, Sikap dan Penilaian Diri

**1. Penilaian kinerja (Performance Assesment)**

Suatu penilaian yang meminta siswa untuk mendemonstrasikan dan mengaplikasikan pengetahuan, keterampilan dan kelakuan kerjanya ke dalam berbagai tugas yang bermakna dan melibatkan siswa sesuai dengan criteria yang diinginkan. Penilaian unjuk kerja dikenal juga tes perbuatan/ praktik adalah teknik penilaian yang menuntut siswa menampilkan hasil belajarnya dalam bentuk unjuk kerja seperti: bercerita, berdeklamasi (penghayatan, pelafalan, intonasi, ekspresi), membaca nyaring, berpidato, bermain peran, berbalas pantun, drama teater, dll  
Langkah-langkah yang harus dilakukan dalam membuat penilaian kinerja adalah sebagai berikut:  
Identifikasi tujuan yang ingin dicapai dengan menerapkan penilaian kinerja

• Konsep, keterampilan atau pengetahuan apa yang akan kita nilai?  
• Apa yang seharusnya diketahui oleh siswa?  
• Bagaimana kinerja siswa yang diharapkan?  
• Tipe pengetahuan apa yang akan dinilai: rasional, memori, ataukah proses?  
• Memilih kegiatan yang cocok untuk menilai siswa  
• Perhatikan: batasan waktu yang tersedia, sumber daya alat di kelas, berapa banyak data yang diperlukan untuk mengetahui kualitas kinerja siswa  
• Menentukan kriteria kualitas kinerja siswa  
• Mengidentifikasi secara keseluruhan kinerja yang akan dinilai  
• Mendaftar aspek-aspek penting dari kinerja atau produk  
• Membatasi jumlah kriteria yang dapat diamati  
• Menyatakan kriteria dalam bentuk karakteristik produk atau kelakuan siswa yang dapat diamati  
• Menyusun kriteria agar dapat diamati dengan efektif  
• Menyusun rubrik kinerja  
• Menilai kinerja: metode holistic dan metode analytic  
 **Penilaian produk**

Penilaian terhadap keterampilan siswa dalam menggunakan alat serta prosedur kerja dalam menghasilkan suatu produk (karya); dan aspek kualitas teknis dan estetik produk (karya) tersebut.  
Tidak hanya diperoleh dari hasil akhir, namun juga proses pembuatannya  
Pengembangan produk meliputi 3 tahap:

* Tahap persiapan/perencanaan: merencanakan, menggali, mengembangkan gagasan, mendesain produk
* Tahap pembuatan:menyeleksi dan menggunakan  bahan dan alat serta menentukan teknik yang tepat
* Tahap penilaian: kemampuan siswa membuat produk

**Penilaian Proyek**

Penilaian terhadap tugas yang harus diselesaikan dalam periode/waktu tertentu. Tugas berupa suatu investigasi sejak pengumpulan, pengorganisasian, pengevaluasian hingga penyajiaa data  
Penilaian proyek ini dilakukan sejak perencanaan, proses selama pengerjaan tugas, sampai hasil akhir proyek. Penilaiannya dapat dilakukan dengan menggunakan daftar cek atau skala rentang.  
**Pengertian Portofolio**

Portofolio merupakan kumpulan hasil kerja siswa.Hasil kerja itu sering disebut artefak. Artefak-artefak itu dihasilkan dari pengalaman belajar atau proses pembelajaran siswa dalam periode waktu tertentu. Artefak-artefak itu diseleksi dan disusun menjadi satu portofolio.

Dengan kata lain, portofolio adalah suatu koleksi pribadi hasil pekerjaan seorang siswa (bersifat individual) yang menggambarkan (merefleksi) taraf pencapaian, kegiatan belajar, kekuatan, dan pekerjaan terbaik siswa tersebut.

Ciri dari koleksi ini dinamis, selalu bertumbuh dan berubah

Jenis-jenis portofolio

* Portofolio perkembangan: berisi koleksi artefak siswa yang menunjukkan pertumbuhan seorang siswa
* Portofolio pamer/showcase: berisi koleksi artefak siswa yang menunjukkan hasil karya terbaiknya
* Portofolio komprehensif: berisi koleksi artefak seluruh hasil karya siswa

Mekanisme penugasan portofolio:

1. Memulai dengan contoh/model konkret sebelum
2. memberi tugas, misal: ringkasan cerita
3. Model dibahas besama kemudian diuraikan ciri-cirinya,misal: pembukaan, isi, penutup.
4. Siswa diminta untuk membuat tugas (dalam proses, guru membimbing siswa agar mencapai kriteria yang telah ditetapkan)
5. Apabila untuk satu jenis tugas yang sama dihasilkan beberapa hasil, siswa memilih tugas yang terbaik untuk dimasukkan dalam portofolio

Penilaian Sikap Salah satu penilaian berbasis kelas terhadap suatu konsep psikologi yang kompleks, a.l: sikap terhadap mata pelajaran, guru mata pelajaran, proses pembelajaran, materi pembelajaran, dan sikap berhubungan dengan nilai yang ingin ditanamkan dalam diri siswa melalui materi tertentu. Penilaian sikap dapat dilakukan dengan cara: observasi perilaku, pertanyaan langsung dan penggunaan skala sikap. Penilaian Diri Penilaian diri (self assessment) adalah suatu teknik penilaian yang meminta siswa untuk menilai dirinya sendiri berkitan dengan status., proses, dan tingkat pencapaian kompetensi yang dipelajarinya.  
  Inti dari penilaian diri adalah kejujuran siswa dalam mengungkapkan tingkat pencapaian kompetensi yang ada pada dirinya yang berkaitan dengan konsep, praktik, dan sikap atau minat melalui format penilaian diri.

Ciri utama penilaian diri:  
1. Termotivasi sendiri  
2. Adanya komitmen kepala sekolah  
3. Tersosialisasikan dengan baik  
4. Berkesinambungan  
5. transparansi

Proses penilaian diri:  
1. siswa menghasilkan observasi sendiri  
2. membuat pertimbagan sendiri  
3. melakukan reaksi sendiri, menafsirkan tingkat pencapaian tujuan dan menghayati kepuasan hasil reaksi sendiri.

**B. PRESENTASI UNJUK KERJA SISWA**

Presentasi adalah salah satu cara menyampaikan informasi kepada orang lain secara menarik dan informatif. Presentasi sangat penting, apalagi bagi seseorang mahasiswa. Mengapa demikian? Karena setiap mahasiswa harus bisa memaparkan setiap gagasannya di depan dosen atau pun di depan orang banyak. Agar semua materi dapat tersalurkan dengan baik dan mendapat perhatian dari para peserta seminar, maka  kita perlu melakukan berbagai persiapan agar hasil yang kita harapkan tercapai. Berikut ini merupakan beberapa metode  yang perlu dipersiapkan sebelum presentasi :

**1. Tentukanlah tujuan Anda Presentasi**

Setiap presentasi pasti memiliki sebuah tujuan yang menjadi arah bagaimana Anda  akan memberikan presentasi tersebut. Secara umum tujuan dari presentasi adalah untuk memberitahu dan membujuk peserta seminar untuk melakukan sesuatu. Jika sebuah presentasi bertujuan untuk menginformasikan sesuatu maka susun materi dengan detail dan informatif sehingga peserta seminar yang sama sekali belum tahu persoalan menjadi mengerti dan paham. Tetapi, apabila presentasi tersebut bertujuan membujuk maka presentasi harus menyajikan sesuatu hal yang memiliki sisi emosi untuk mengubah sikap peserta seminar dan mengajak mereka melakukan sesuatu seperti menyetujui ide Anda, dan lain sebagainya.

**2. Kenali Audiens**

Dengan mengenali peserta seminar kita akan mengetahui bagaimana penyajian presentasi yang tepat dan tahu bagaimana cara pendekatan dengan mereka. Mungkin yang hadir adalah seorang penting yang sangat senang dengan grafik dan angka. Maka penyajian grafik yang baik dan penjelasan di balik apa yang terjadi pada angka-angka akan menjadi nilai tambah. Sebaliknya bisa jadi orang yang ingin Anda beri tahu dalam presentasi memiliki tipe visual, sangat senang dengan gambar, diagram dan contoh-contoh nyata. Untuk orang seperti ini Anda pun dapat menyesuaikan slide presentasi dengan gambar yang dibutuhkan.

**3. Tentukan topik presentasi**

Apa topik yang akan saya sampaikan? Apakah [topik ini dibutuhkan](http://www.seputarmahasiswa.com/2015/09/tips-mendapatkan-informasi-tentang.html) peserta seminar? Mengapa saya menyampaikan topik ini? Itulah beberapa pertanyaan yang perlu Anda tanyakan pada diri Anda sebelum menentukan topik presentasi. Dengan begitu Anda akan mudah menemukan topik dengan tepat dan sesuai dengan kebutuhan peserta seminar. Usahakan topik Anda menarik dan menggugah peserta seminar untuk mendengarkan.

**4. Susunlah kerangka presentasi**

Dalam menyusun kerangka presentasi, alangkah baiknya jika kita membuat pemetaan ide. Pemetaan Ide dapat menggambarkan pokok-pokok pikiran yang penting atau keyword dari hal-hal yang akan Anda jelaskan dalam presentasi. Hal ini dapat mempermudah Anda dalam merangkai setiap materi presentasi secara urut dan memberikan gambaran lengkap dari presentasi dan poin-poin penting yang harus disampaikan.

**5. Buatlah materi presentasi**

Dalam membuat materi presentasi, pilihlah sumber yang dapat dipercaya serta perhatikan pula kesesuaian isi materi yang Anda susun dengan apa yang dibutuhkan oleh peserta seminar dan tidak asal-asalan. Anda bisa mendapatkan materi dari pengalaman pribadi, buku, jurnal, hasil penelitian, majalah, internet atau koran. Presentasi sebaiknya menggunakan kalimat yang ringkas sehingga kemudian Anda bisa menjelaskan dengan memberikan rangkaian materi.  
Dua hal terpenting yang perlu diperhatikan dalam membuat materi adalah bagian pembuka dan penutup. Karena pada bagian ini merupakan kesempatan Anda meraih perhatian dari para peserta seminar. Untuk bagian pembuka, jika perlu ingat bagian pembukaan yang Anda persiapkan berupa pernyataan, kutipan, pertanyaan, kisah atau bahkan sebuah humor. Pembukaan yang baik dan lancar akan menciptakan rasa percaya diri untuk kelanjutan presentasi. Pada bagian penutup, berikan kesimpulan yang akan diingat terus oleh peserta seminar.

**6. Tambahkan bantuan-bantuan visual**

Salah satu alat bantu visual adalah slide presentasi. Buatlah slide presentasi lebih menarik. Dalam membuat slide ada beberapa prinsip yang harus Anda pahami, yaitu sebagai berikut :

• *Sederhana*  
*• Konten yang kuat*  
*• Font yang indah*  
*• Gambar yang menarik dan sesuai*  
*• Penggunaan warna yang tepat*  
*• Mematuhi prinsip CRAP, yaitu Contrast, Repetition, Alignment dan Proximity.*

Prinsip yang perlu dipertimbangkan dalam menyiapkan slide adalah gunakan hanya poin-poin utama dan penting. Jangan membuat slide yang terlalu detail dan berisi seluruh hal yang Anda akan ucapkan. Jika itu dilakukan, peserta seminar akan membaca slide dan mereka tidak perlu lagi mendengarkan kata-kata Anda lagi. Beberapa tips dalam pembuatan slide adalah tidak terlalu banyak teks dalam suatu slide. Gunakan gambar, diagram dan tabel untuk membantu menjelaskan suatu konsep, data dan fakta. Jangan membuat slide yang terlalu kompleks karena akan sulit dicerna dalam waktu singkat oleh peserta seminar dan cenderung membuat peserta seminar lelah sehingga tidak fokus pada apa yang Anda sampaikan.

**7. Latihan Presentasi**

Latihan terbaik dapat dilakukan dengan mengundang beberapa teman untuk mendengarkan presentasi Anda. Minta mereka untuk memberikan komentar terhadap materi yang disampaikan, cara penyampaian dan hal-hal apa yang perlu diperbaiki.

Latihan ini akan membantu Anda mengetahui sejak dini apakah Anda sudah cukup siap dan menguasai materi presentasi atau masih ada hal-hal lain yang perlu diperbaiki. Semua pembicara handal selalu melakukan latihan sebelum melakukan presentasi. Dengan latihan yang baik Anda akan lebih percaya diri, mampu menyesuaikan materi dengan waktu, dan Anda akan menemukan cara terbaik dalam menyampaikan presentasi.

**Unjuk Karya-Persiapan**

|  |  |
| --- | --- |
| **Sumber gambar:**  [**http://clipart-library.com/entrepreneurship-cliparts**](http://clipart-library.com/entrepreneurship-cliparts.html)  [**.html**](http://clipart-library.com/entrepreneurship-cliparts.html) | **Persiapan Umum:**   * **Penentuan tanggal dan tempat pelaksanaan** * **Pembuatan surat dan pengumuman** * **Persiapan tempat, sarana dan prasarana** * **Latihan** |

**Teori Kanter - Menyikapi Kegagalan dan Tantangan**

|  |  |
| --- | --- |
| **Teori Kanter**  Menyikapi Kegagalan dalam Berproses Menuju Keberhasilan  Pernahkah kamu merasakan situasi di mana setiap kali kamu mempelajari sesuatu yang baru, mengembangkan kebiasaan baru, atau menjalankan proyek besar, selalu ada saat-saat di mana kekhawatiran datang secara tiba-tiba? Kamu merasa tidak ada perubahan yang berarti, kamu menjadi tidak nyaman, dan putus asa karena masih jauh perjalananmu menuju keberhasilan.  Kamu tidak sendiri. Kamu dan orang-orang yang yang sedang berjuang mengalami sebuah pergulatan emosi yang jika digambarkan dalam bentuk graﬁk akan berbentuk seperti sebuah senyuman (atau U). Di awal dan di akhir emosi cenderung sangat positif. Pada awalnya kamu sangat optimis dan memiliki harapan, dan dengan semangat memutuskan untuk memulai sesuatu yang kamu yakini akan sangat menarik (jika tidak, tentu kamu tidak akan melakukannya, bukan?) Dan ketika kamu hampir mencapai tujuan, kamu menjadi penuh percaya diri. | Lalu, perasaan apa yang muncul di antara awal dan akhir? Menurut Rosabeth Moss Kanter, profesor di Harvard Business School, "di tengah, semuanya tampak seperti kegagalan" (Teori Kanter). Setiap orang merasa termotivasi di awal perjalanan, dan akan sangat bahagia saat tujuannya tercapai, tetapi di tengah-tengah proseslah di mana kerja keras terjadi.  Berikut adalah ilustrasi dari perjalanan emosi dalam mencapai sebuah tujuan. |
| Di tengah perjalanan mencapai tujuan, kita semua memiliki keraguan. Perasaan ini pada dasarnya dihasilkan karena rencana tidak selalu berjalan lurus dan mulus, karena tantangan dan perubahan dapat muncul tiba tiba dan tidak terduga .  Perubahan yang tersisa biasanya memberikan dua pilihan dampak: langkah maju dan langkah mundur.  Selain itu, mudah untuk merasakan bahwa ketika kita berada di tengah-tengah proses, kita merasa sangat jauh dari tujuan yang ingin kita capai. Berbagai peristiwa yang tak terduga, perubahan arah tujuan, masalah ketidakcukupan sumberdaya (waktu, uang, tenaga, keterampilan, dan lainnya) dapat membuat munculnya keputusasaan.  Inilah mengapa penting untuk memahami sepenuhnya bahwa kegagalan adalah bagian penting dari perubahan, karena akan ada periode kebingungan di mana godaan untuk meninggalkan apa yang sudah kita rintis akan menjadi besar. Di perusahaan, di tim kerja manapun, dan secara individu, sangat penting untuk menumbuhkan dan mengembangkan pola pikir bahwa kegagalan adalah bagian alami dari sebuah proses. | Sumber:  <https://facilethings.com/blog/en/everything-looks-like-a-failure-in-the-middle> Diterjemahkan langsung  **Video:** [**https://bigthink.com/videos/what-do-you-believe**](https://bigthink.com/videos/what-do-you-believe) |
| Pertanyaan tentang isi artikel:   1. Apa yang dimaksud Profesor Kanter dengan "segala sesuatu tampak seperti kegagalan di tengah?" 2. Diskusikan contoh saat kamu "sedang berada di tengah proses" menjalankan sesuatu dan rasanya seperti gagal. Bagaimana hasilnya? Apa yang kamu pelajari? Apakah kamu akan melakukan sesuatu yang berbeda lain kali? 3. Menurut kamu, bagaimana perasaan para wirausahawan (orang yang memulai bisnis mereka sendiri) ketika mereka berada di tengah dan ada banyak hal "yang tidak diketahui?" Apakah itu mudah atau sulit? Menurut kamu bagaimana mereka bisa melewatinya? |
| **Tugas Individu**  Tuliskan pengalaman yang berhubungan dengan Hukum Kanter. Pengalaman tersebut dapat berhubungan dengan pengalaman dalam kehidupan pribadi, organisasi, usaha, akademik ataupun  non-akademik tentang: menetapkan tujuan/rencana, melaksanakan setiap rencana, situasi yang dialami, dan langkah serta keputusan yang diambil. |  |
| **Diskusi kelompok**  Peserta didik duduk berkelompok. Setiap peserta dalam kelompok mempresentasikan selama 1-2 menit tentang pengalaman mereka sendiri dengan "Hukum Kanter". |
| **Reﬂeksi**   * Apa yang akan terjadi jika saya akan menghadapi tantangan dalam hidup, dan karier saya, atau dalam memulai bisnis suatu hari nanti? * Bagaimana saya bisa melewati tengah di mana 'segala sesuatu tampak seperti kegagalan? * Mengapa kemampuan untuk mengatasi tantangan ini penting? |

**Kuis Ketangguhan - Menyikapi Kegagalan dan Tantangan**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Nilai dirimu untuk setiap pernyataan di bawah ini dengan pilihan nilai dari 1 hingga 5: (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju) | | | |
| 1. | Dalam situasi krisis atau kacau, saya menenangkan diri dan fokus untuk mengambil tindakan yang berguna. | 11. | Saya pandai membuat semuanya berjalan dengan baik. Saya sering diminta untuk memimpin kelompok dan proyek. |
| 2. | Saya biasanya optimis. Saya melihat kesulitan sebagai sementara dan berharap untuk mengatasinya. | 12. | Saya sangat ﬂeksibel. Saya merasa nyaman dengan kompleksitas paradoks saya. Saya optimis dan pesimis, percaya dan berhati-hati, tidak egois dan egois, dan lain sebagainya. |
| 3. | Saya dapat mentolerir tingkat ambiguitas dan ketidakpastian yang tinggi tentang situasi. | 13. | Saya selalu menjadi diri saya sendiri, tetapi saya menyadari bahwa saya berbeda dalam situasi yang berbeda. |
| 4. | Saya beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan baru. Saya pandai bangkit kembali dari kesulitan. | 14. | Saya lebih suka bekerja tanpa deskripsi pekerjaan tertulis. Saya lebih efektif jika saya bebas melakukan apa yang menurut saya terbaik dalam setiap situasi. |
| 5. | Saya suka bercanda. Saya menemukan humor dalam situasi yang sulit, dan dapat menertawakan diri saya sendiri. | 15. | Saya "membaca" orang dengan baik dan mempercayai intuisi saya. |
| 6. | Saya bisa pulih secara emosional dari kerugian dan kemunduran. Saya punya teman yang bisa saya ajak bicara. Saya bisa mengungkapkan perasaan saya kepada orang lain dan meminta bantuan. Perasaan marah, kehilangan dan putus asa tidak berlangsung lama. | 16. | Saya pendengar yang baik. Saya memiliki keterampilan empati yang baik. |
| 7. | Saya merasa percaya diri, menghargai diri sendiri. dan memiliki konsep yang sehat tentang siapa saya. | 17. | Saya tidak menghakimi orang lain dan beradaptasi dengan gaya kepribadian orang yang berbeda. |
| 8. | Saya penasaran. Saya mengajukan pertanyaan. Saya ingin tahu bagaimana segala sesuatunya bekerja. Saya suka mencoba cara baru dalam melakukan sesuatu. | 18. | Saya sangat tahan lama. Saya bertahan dengan baik selama  masa-masa sulit. Saya memiliki semangat mandiri di balik cara kerja sama saya dalam bekerja dengan orang lain. |
| 9. | Saya belajar pelajaran berharga dari pengalaman saya dan dari pengalaman orang lain. | 19. | Saya telah dibuat lebih kuat dan lebih baik oleh pengalaman yang sulit. |
| 10. | Saya pandai memecahkan masalah. Saya dapat menggunakan logika analitis, menjadi kreatif, atau menggunakan akal sehat praktis. | 20. | Saya telah mengubah kemalangan menjadi keberuntungan dan menemukan manfaat dalam pengalaman buruk. |

Panduan Hasil Kuis:

|  |  |
| --- | --- |
| >80 sangat tangguh!  65-80 lebih tangguh dari kebanyakan orang 50-65 cukup tangguh  40-50 belajar menjadi tangguh  <40 belum tangguh. harus belajar  **Sumber:** [**https://resiliencyquiz.com/index.shtml**](https://resiliencyquiz.com/index.shtml)  **diterjemahkan.** | **Pertanyaan Diskusi**   * Berapakah nilai kuismu? * Apakah nilai kuismu menggambarkan ketepatan ketangguhanmu? * Apakah ketangguhan menjadi penentu keberhasilan menjadi seorang wirausahawan di masa depan? Jelaskan alasanmu.   Alternatif Pengelompokan Diskusi   * Berkumpul bersama rekan kelompok tim kerja * Berkumpul bersama rekan dengan range nilai hasil kuis yang sama * Berkumpul bersama teman dengan pengalaman dan nilai yang sama untuk sebuah situasi dari 20 poin pilihan di atas |

**Unjuk Karya-Persiapan**

|  |  |
| --- | --- |
| **Sumber gambar:**  [**http://clipart-library.com/entrepreneurship-cliparts**](http://clipart-library.com/entrepreneurship-cliparts.html)  [**.html**](http://clipart-library.com/entrepreneurship-cliparts.html) | **Kelengkapan Unjuk Karya**   * Judul/Merek produk * Contoh produk/jasa * Proposal usaha * Nama anggota kelompok * Dokumentasi kegiatan (saat survey, uji pasar, dll) * Refleksi * Lainnya (video promosi, poster, foto, iklan media sosial dan lainnya) |

**KEGIATAN 13**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tahapan Kegiatan** | **Jenis Kegiatan** | **Proses/Pelaksanaan** | **Tujuan** |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 4 | Tahap aksi | Refleksi | 1. Guru menyiapkan lembar reﬂeksi (secara cetak atau digital) atau menuliskan pertanyaan reﬂeksi pada papan tulis 2. Guru meminta peserta didik mengerjakan reﬂeksi pribadi dengan menggunakan pertanyaan panduan pada jurnal 3. Guru meminta peserta didik duduk berkelompok dan berbagi hasil reﬂeksinya 4. Guru mengajak seluruh peserta didik untuk sebuah diskusi kelas, meminta perwakilan untuk berbagi tentang reﬂeksi pribadi dan reﬂeksi kelompok 5. Guru meminta peserta didik melihat pohon harapan dan kekhawatiran yang dibuat di awal kegiatan dan meminta pendapat peserta didik tentang hal ini. 6. Guru memberi penutup dengan mengucapkan selamat atas komitmen dan keberhasilan peserta didik menjalani Projek Kewirausahaan dan memberikan pesan bahwa pengetahuan, keterampilan, dan sikap kewirausahaan yang dibangun pada projek ini dapat diaplikasikan dan membawa manfaat bagi kehidupan kini dan masa depan | 1. peserta didik mereﬂeksikan pengalaman belajar mereka lewat jurnal reﬂeksi 2. peserta didik mampu mereﬂeksikan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kewirausahaan yang dibangun untuk masa depan |

**1. PENGERTIAN LEMBAR REFLEKSI**

Secara esensial refleksi adalah aktivitas yang dilaksanakan agar memberi manfaat dalam diri maupun sesuatu (sistem, metode, teknik dsb) agar menjadi lebih baik. Aktivitas refleksi itu sendiri bukan hanya pada pembelajaran namun juga pada lini kehidupan manapun agar kehidupan bisa berjalan dinamis.\

1. **Pengertian Refleksi Pembelajaran**

Refleksi pembelajaran adalah tentang bagaimana siswa bisa menjadi sadar dengan proses berpikir mereka sendiri dan bisa terbuka kepada orang lain. Dengan refleksi siswa bisa menilai mengenai “bagaimana’ dan “mengapa” sebuah pembelajaran bisa berlangsung, dan mengerti apa yang harus dilakukan setelah pembelajaran selesai. Ketika siswa dan guru secara konsisten mengadakan refleksi, mereka akan mendapatkan dampak, diantaranya adalah:

* Memahami dan mengetahui maksud dari apa yang telah dipelajari.
* Bisa mengerti apa yang dilakukan.
* Paham apa yang harus dilakukan selanjutnya.
* Mengerti budaya belajar yang ada di kelas.
* Mengetahui proses pembelajaran.

Berdasarkan KBBI, arti refleksi itu sendiri adalah **introspeksi**, **kontemplasi** atau **merenung**. Ini menjadikan refleksi pada sebuah pembelajaran merupakan proses penggalian siswa dan guru, apakah aktivitas pembelajaran sudah ideal atau belum. Dalam praktiknya siswa didorong untuk bisa mengungkapkan kegelisahan, beban dan kekurangan dari proses pembelajaran. Termasuk mengekspresikan halangan dan kesulitan mereka dalam menyerap materi pelajaran.

## Tujuan Refleksi

Aktivitas refleksi pada sebuah pembelajaran mempunyai tujuan yang esensial, yakni:

* Menilai bagaimana respon siswa dalam pembelajaran atau penyampaian sebuah materi.
* Mengetahui minat siswa pada sebuah pembelajaran.
* Agar guru bisa memahami apa saja kelemahan dan kekurangan dari sebuah pembelajaran yang telah dipresentasikan di kelas.
* Memahami akurasi sebuah model, pendekatan, strategi, taktik dan metode pembelajaran yang telah diimplementasikan.
* Memahami apa saja keperluan dan kemauan dari siswa secara detail. Ini berfungsi agar guru bisa membuat pembelajaran yang lebih efektif pada kesempatan selanjutnya.

## Manfaat Refleksi

Terdapat manfaat refleksi yang sangat berguna bagi sebuah aktivitas pembelajaran, baik manfaat untuk siswa maupun guru, diantaranya adalah

* **Guru**, Aktivitas refleksi bisa berguna sebagai alat peninjau pada sebuah grup atau kelas yang berguna untuk menggambarkan situasi dan kondisi dari sebuah kelas, sehingga potensi setiap grup dan individu terlihat. Hal tersebut bisa untuk meningkatkan kegiatan [evaluasi](https://www.tripven.com/evaluasi-pembelajaran/) yang berlanjut dan berjenjang.
* **Siswa**, Aktivitas refleksi sangat bermanfaat untuk siswa dalam menyalurkan aspirasi belajar mereka terutama masalah atau kendala yang dihadapi saat belajar, terutama pada saat proses pembelajaran. Sehingga bisa diketahui apakah proses pembelajaran sudah berlangsung baik atau belum.

## D. Langkah Refleksi dalam Pembelajaran

## Aktivitas refleksi diterapkan dengan beberapa langkah dan cara, berikut penjabarannya:

* Guru memberikan sebuah alat ekspresi/ungkapan bisa berupa lembar kertas atau media form seperti Google form.
* Siswa akan memberikan segala identitasnya pada alat ekspresi/ungkapan tersebut.
* Siswa mengungkapkan segala bentuk ekspresi mulai dari kesan, pesan, kritik, aspirasi dsb. Siswa didorong untuk bisa mengungkapkan segalanya dengan jujur dan terbuka.
* Siswa didorong untuk bebas mengungkapkan apa saja yang berkaitan dengan pembelajaran mulai dari ungkapan positif hingga negatif.
* Siswa memberikan aspirasi dan harapan yang diinginkan pada aktivitas pembelajaran selanjutnya.
* Siswa bisa memberikan pesan pribadi kepada guru, apakah itu kritik atau saran. Pesan tersebut bisa diungkapkan secara umum atau bisa secara private (berdua saja).
* Siswa mengirim alat ungkapan/ekspresi kepada guru.
* Guru akan melihat setiap lembar refleksi, sehingga guru bisa memperoleh data dan informasi untuk melakukan evaluasi (perbaikan).

## E. Teknik/Alat Refleksi untuk Guru

Pada bagian langkah refleksi terdapat sebuah alat ungkapan/ekspresi, ini mengacu pada teknik atau macam refleksi itu sendiri, berikut diantaranya:

#### **Refleksi dengan lisan**

Dalam refleksi ini guru bisa meminta saran kepada berbagai sumber secara langsung baik dari siswa maupun guru lain.

Dengan refleksi ini guru bisa berdiskusi tentang pembelajaran yang lebih baik. Seperti halnya refleksi lainnya, refleksi lisan dilakukan pada akhir pembelajaran.

#### **Refleksi dengan video**

Dengan menggunakan video pembelajaran, guru bisa mencermati aktivitas pembelajaran yang sudah dilakukan. Seperti mengamati siswa saat pembelajaran berlangsung dan bagaimana guru menjelaskan materi kepada siswa.

#### **Refleksi memakai jurnal**

Refleksi jurnal bisa digunakan sebagai alat refleksi yang bagus, karena dengan menggunakan jurnal, guru bisa mencatat apa saja yang kurang dan apa saja yang harus diperbaiki tepat pada saat pembelajaran berlangsung, sehingga analisis guru terhadap pembelajaran bisa lebih realistis. Ini juga bisa memudahkan guru dalam mempersiapkan pembelajaran pada pertemuan selanjutnya.

#### **Refleksi menggunakan catatan**

Refleksi dengan catatan bisa digunakan guru untuk menerapkan refleksi kepada diri sendiri. Dengan menggunakan catatan, guru bisa melakukan evaluasi diri sedini mungkin dan bisa mencatat langsung apa yang terjadi pada kelas.

**F. Kesimpulan**

Jika dalam pelaksanaannya terdapat hasil berupa kesamaan pendapat dalam ungkapan refleksi. Maka refleksi dalam pembelajaran bisa dikatakan sukses. Kesamaan di sini maksudnya adalah kalimat atau esensi yang diungkapkan setiap siswa memiliki kandungan yang sama. Setelah kesuksesan refleksi dalam pembelajaran, guru harus menindak lanjuti dengan segera memperbaiki diri untuk mendapatkan pembelajaran yang lebih bermutu pada pertemuan selanjutnya.

**2. CONTOH LEMBAR REFLEKSI**

**LEMBAR REFLEKSI**

**SETELAH MELAKUKAN PEMBELAJARAN**

Nama : ….

NIS : ….

Jurusan : ….

Kelas :

**A. Refleksi Komponen**

1.Apakah kegiatan membuka pelajaran yang saya lakukan dapat mengarahkan danmempersiapkan siswa mengikuti pelajaran dengan baik?………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

2.Bagaimana tanggapan siswa terhadap materi/bahan ajar yang saya sajikan sesuai denganyang diharapkan? (Apakah materi terlalu tinggi, terlalu rendah, atau sudah sesuai dengankemampuan awal siswa?)………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

3.Bagaimana respons siswa terhadap media pembelajaran yang digunakan? (Apakah mediasesuai dan mempermudah siswa menguasai kompetensi/materi yang diajarkan?)………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

4.Bagaimana tanggapan siswa terhadap kegiatan belajar yang telah saya rancang ?………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

5.Bagaimana tanggapan siswa terhadap metode/teknik pembelajaran yang saya gunakan ?………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

6.Bagaimana tanggapan siswa terhadap pengelolaan kelas (perlakuan saya terhadap siswa,cara saya mengatasi masalah, memotivasi siswa) yang saya lakukan ?………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

7.Apakah siswa dapat menangkap penjelasan/ instruksi yang saya berikan dengan baik ?

?………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

