

PENGANTAR BISNIS

Dr. Ahmad Subagyo, SE.MM. CRBD



KATA PENGANTAR

PEMBANTU KETUA BIDANG AKADEMIK

Diktat merupakan salah satu instrument pembantu dalam kelancaran proses belajar mengajar di lingkungan Perguruan Tinggi. Proses pembelajaran akan menjadi kurang optimal tanpa dilengkapi dengan adanya Diktat yang menjadi rujukan utama bagi peserta didik, mahasiswa dan dosen pengajarnya. Urgensi diktat selama ini menjadi concern bagi Pembantu Ketua Bidang Akademik untuk terus mendorong seluruh dosen di lingkungan STIE GICI agar dapat menerbitkan Diktat sebagai panduan perkuliahan mereka.

Pengantar Bisnis merupakan salah satu mata kuliah wajib bagi mahasiswa di STIE GICI Depok Program Studi Manajemen. Sebagai salah satu mata kuliah wajib baik dosen maupun mahasiswa di dorong untuk mendalami materi kuliah secara lebih baik. Selama ini belum ada buku pegangan bagi mahasiswa dalam mempelajari Pengantar Bisnis di lingkungan STIE GICI. Untuk mendukung kelancaran perkuliahan diharapkan setiap dosen dapat melengkapi materi perkuliahannya dengan adanya DIKTAT KULIAH Pengantar Bisnis ini. Dengan demikian perkuliahan dapat berjalan terarah sesuai dengan tujuan instruksional umum dan instruksional khususnya.

Dengan terbitnya DIKTAT PENGANTAR BISNIS yang ditulis oleh Dr. Ahmad Subagyo ini akan sangat membantu bagi mahasiswa dan sivitas akademika lainnya dalam menjalankan tugas dan fungsi baik sebagai dosen maupun mahasiswa di lingkungan STIE GICI. Diktat ini wajib dimiliki oleh seluruh mahasiswa yang mengambil mata kuliah Pengantar Bisnis sebagai panduan utama dalam perkuliahan mereka.

Diktat ini masih jauh dari sempurna, namun mudah-mudahan tetap dapat bermanfaat bagi mereka yang membutuhkannya.

Hal yang paling membanggakan adalah bahwa materi diktat ini di susun berbasis kompetensi sesuai SKKNI (Standar Kompetensi Kerja nasional Indonesia). Mudah-mudahan berdampak lebih baik terhadap pola dan cara pengajaran di dalam perkuliahan kita. Amin

Depok, September 2017

Pembantu Ketua I Bidang Akademik

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI

Martino Wibowo, SE. M.Si.

KATA PENGANTAR

Pengantar Bisnis merupakan salah satu mata kuliah wajib bagi mahasiswa di STIE GICI Depok. Sebagai salah satu mata kuliah wajib di program studi Manajemen. Pada umumnya mata kuliah ini diberikan di awal perkuliahan, sehingga kesan pertama dan penanaman dasar-dasar pengetahuan tentang bisnis sangat ditentukan dalam perkuliahan ini.

Penulis selain sebagai akademisi juga pengusaha dan konsultan, sehingga melalui pengalaman dan pengetahuan yang ada selama ini dituangkan secara naratif dan disesuaikan dengan tujuan akademik.

Diktat ini sengaja disusun dengan orientasi berbasis Kompetensi yaitu Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI), sehingga ada tiga muatan yaitu *KNOWLEDGE, SKILL DAN ATTITUDE*. Mahasiswa di ajak untuk terlibat dalam studi secara langsung melalui proses pemahaman teori, pengembangan keahlian melalui kasus dan langsung berhadapan dengan masalah bisnis di lapangan. Metode pemahaman dan penyelesaian kasus juga dipandu dalam diktat ini.

Diktat ini masih jauh dari sempurna, namun mudah-mudahan tetap dapat bermanfaat bagi mereka yang membutuhkannya.

Depok, Agustus 2017

PENULIS



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	III
DAFTAR ISI	V
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Tujuan Umum	1
B. Tujuan Khusus	1
BAB 2 MANAJEMEN BISNIS USAHA MIKRO KECIL	3
A. Pengetahuan yang Diperlukan Penerapan Manajemen Bisnis Usaha Mikro Kecil.....	3
1. Pengertian dan Karakteristik Usaha Mikro Kecil (UMK)....	3
2. Cara Mengidentifikasi Karakteristik UMK	6
3. Pengertian, Fungsi dan Komponen Pokok Manajemen Bisnis UMK.....	10

4.	Cara Mengidentifikasi Manajemen Bisnis UMK	63
5.	Model Pendekatan, Format dan/atau Contoh Bahan Penerapan Manajemen Bisnis UMK	66
6.	Cara Menyiapkan Bahan Penerapan Manajemen Bisnis UMK	68
B.	Keterampilan yang Diperlukan dalam Menyiapkan Bahan Penerapan Manajemen Bisnis UMK	69
C.	Sikap Kerja yang Diperlukan Dalam Menyiapkan Bahan Penerapan Manajemen Bisnis UMK	69

BAB 3 MELAKUKAN PENERAPAN MANAJEMEN BISNIS

	USAHA MIKRO KECIL	71
A.	Pengetahuan yang Diperlukan dalam Melakukan Penerapan Manajemen Bisnis Usaha Mikro Kecil	71
1.	Pengertian Metode Pembelajaran dan/atau Metode Konsultasi UMK	71
2.	Cara Menentukan Penggunaan Metode Pembelajaran dan/atau Metode Konsultasi UMK	72
3.	Cara Melakukan Pembelajaran dan/atau Konsultasi Penerapan Manajemen Bisnis UMK	72
4.	Pengertian, Metode dan Cara Melakukan <i>Coaching</i> UMK	75
5.	Penerapan Penyusunan Rencana Usaha UMK	75
6.	Cara Melakukan <i>Coaching</i> Penerapan Penyusunan Rencana Usaha UMK	76
7.	Penerapan Manajemen Pemasaran UMK	78
8.	Cara Melakukan <i>Coaching</i> Penerapan Manajemen Pemasaran UMK	78
9.	Penerapan Manajemen Produksi UMK	79
10.	Cara Melakukan <i>Coaching</i> Penerapan Manajemen Produksi UMK	81
11.	Penerapan Manajemen Keuangan UMK	82
12.	Cara Melakukan <i>Coaching</i> Penerapan Manajemen Keuangan UMK.	83
13.	Penerapan Manajemen Sumber Daya Manusia UMK	84
14.	Cara Melakukan <i>Coaching</i> Penerapan Manajemen Sumber Daya Manusia UMK	85

B.	Keterampilan yang Diperlukan dalam Melakukan Penerapan Manajemen Bisnis UMK.....	86
C.	Sikap Kerja yang Diperlukan dalam Melakukan Penerapan Manajemen Bisnis UMK.....	86
BAB 4	MELAKUKAN MONITORING EVALUASI DAN PELAPORAN PELAKSANAAN DAN HASIL PENERAPAN MANAJEMEN BISNIS USAHA MIKRO KECIL	87
A.	Pengetahuan yang Diperlukan dalam Melakukan Monitoring Evaluasi dan Pelaporan Pelaksanaan dan Hasil Penerapan Manajemen Bisnis UMK.....	87
1.	Pengertian dan Tujuan Monitoring Evaluasi Pelaksanaan dan Hasil Penerapan Manajemen Bisnis UMK.....	87
2.	Cara Menyusun Instrumen Monitoring Evaluasi Pelaksanaan dan Hasil Penerapan Manajemen Bisnis UMK.....	89
3.	Cara Melakukan Monitoring Evaluasi Pelaksanaan dan Hasil Penerapan Manajemen Bisnis UMK.....	90
4.	Pengertian, Tujuan dan Ketentuan Pelaporan Pelaksanaan dan Hasil Penerapan Manajemen Bisnis UMK.....	91
5.	Cara dan Sistematisa Menyusun Laporan Pelaksanaan dan Hasil Penerapan Manajemen Bisnis UMK.....	91
B.	Keterampilan yang Diperlukan dalam Melakukan Monitoring Evaluasi dan Pelaporan Pelaksanaan dan Hasil Penerapan Manajemen Bisnis UMK.....	93
C.	Sikap Kerja yang Diperlukan dalam Melakukan Monitoring Evaluasi dan Pelaporan Pelaksanaan dan Hasil Penerapan Manajemen Bisnis UMK.....	93
	DAFTAR PUSTAKA.....	95
	LAMPIRAN	97





A. Tujuan Umum

Setelah mempelajari Diktat ini Mahasiswa diharapkan mampu menerapkan dasar-dasar manajemen dan fungsi-fungsi bisnis dalam pengelolaan Usaha Mikro dan Kecil (UMK).

B. Tujuan Khusus

Adapun tujuan mempelajari mata kuliah ini agar mahasiswa mampu melakukan kegiatan bisnis, akhir perkuliahan diharapkan Mahasiswa memiliki kemampuan sebagai berikut:

1. Menguasai manajemen bisnis UMK, yang meliputi mengidentifikasi karakteristik UMK, mengidentifikasi manajemen bisnis UMK, menerapkan dasar-dasar bisnis dalam praktek usaha nyata.
2. Menerapkan manajemen bisnis UMK, yang meliputi Pembelajaran dan atau konsultasi manajemen bisnis UMK, coaching penyusunan rencana usaha UMK, coaching penerapan manajemen pemasaran UMK, coaching penerapan manajemen produksi UMK, coaching penerapan manajemen keuangan UMK, coaching penerapan manajemen Sumber Daya Manusia UMK.

3. Melakukan monitoring, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan dan hasil penerapan manajemen bisnis UMK, yang meliputi menyusun instrumen monitoring evaluasi (monev) pelaksanaan dan hasil penerapan manajemen bisnis UMK, melakukan monitoring evaluasi (monev) pelaksanaan dan hasil penerapan manajemen bisnis UMK, melaporkan pelaksanaan dan hasil penerapan manajemen bisnis UMK.



A. Pengetahuan yang Diperlukan Penerapan Manajemen Bisnis Usaha Mikro Kecil

1. Pengertian dan Karakteristik Usaha Mikro Kecil (UMK)

Pengertian Usaha Mikro Kecil (UMK)

Pengertian UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) menurut Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM, adalah usaha ekonomi produktif yang memenuhi kriteria omset atau aset tertentu serta ciri tertentu sebagaimana diatur dalam Undang Undang tersebut.

Usaha Mikro, adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. Usaha Mikro memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 - lima puluh juta rupiah, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 - tiga ratus juta rupiah.

Usaha Kecil, adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung

maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Usaha Kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 - lima puluh juta rupiah sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 - lima ratus juta rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan serta tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan atau omset lebih besar dari Rp 300.000.000,00 - tiga ratus juta rupiah sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 - dua setengah milyar rupiah.

Karakteristik Usaha Mikro Kecil (UMK)

Karakteristik menurut KBBI adalah memiliki sifat khas sesuai dengan perwatakan tertentu. Menurut www.pengertianmenurutparaahli.com (di akses 21 Agustus 2017), karakteristik adalah kualitas tertentu atau ciri yang khas dari seseorang atau sesuatu. Karakteristik UMKM dapat diidentifikasi menurut beberapa kriteria antara lain sebagai berikut:

- 1) Karakteristik UMK menurut kriteria lapangan usaha
Karakteristik UMK menurut lapangan usaha secara umum adalah:
 - a) Bidang Pertanian (pertanian, perkebunan, perikanan, peternakan)
 - b) Bidang Pertambangan
 - c) Bidang Manufaktur atau Industri Pengolahan
 - d) Bidang Perdagangan (grosir, eceran)
 - e) Bidang Jasa

Secara lebih detil lapangan usaha UMK dapat mengikuti Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) yang ditetapkan Kepala Badan Pusat Statistik Tahun 2015, yang mengkategorikan lapangan usaha di Indonesia kedalam 21 kategori:

- (1) Pertanian, Kehutanan, Perikanan (golongan 1 s/d 3)
- (2) Pertambangan dan Penggalian (golongan 5 s/d 9)
- (3) Industri Pengolahan (golongan 10 s/d 33)
- (4) Pengadaan listrik, air panas dan udara dingin (golongan 35)
- (5) Pengelolaan air, Pengelolaan air limbah, Pengelolaan dan daur ulang sampah dan remediasi (golongan 36 s/d 39)
- (6) Konstruksi (golongan 41 s/d 42)
- (7) Perdagangan besar, eceran dan perawatan motor dan mobil (golongan 45 s/d 47)
- (8) Pengangkutan dan pergudangan (golongan 49 s/d 57)
- (9) Penyediaan akomodasi dan makan minum (golongan 55 dan 56)
- (10) Informasi dan komunikasi (golongan 58 s/d 63)

- (11) Aktifitas keuangan dan asuransi (golongan 64 s/d 66)
 - (12) Real estat (golongan 68)
 - (13) Aktifitas profesional, ilmiah dan teknis (golongan 77 s/d 82)
 - (14) Aktifitas Penyewaan dan sewa guna usaha tanpa hak operasional, ketenagakerjaan, agen perjalanan dan penunjang usaha lainnya (golongan 69 s/d 75)
 - (15) Administrasi pemerintahan, pertahanan, dan jaminan sosial wajib (golongan 84)
 - (16) Pendidikan (golongan 85)
 - (17) Aktifitas kesehatan dan aktivitas sosial (golongan 86 s/d 88)
 - (18) Kesenian, hiburan dan rekreasi (golongan 90 s/d 93)
 - (19) Aktivitas jasa lainnya (golongan 94 s/d 96)
 - (20) Aktivitas jasa perorangan lainnya (golongan 97 dan 99)
 - (21) Aktivitas badan internasional dan badan ekstra internasional (golongan 99)
- 2) Karakteristik UMK menurut kriteria struktur permodalan
Karakteristik UMK menurut struktur permodalannya dapat dibedakan atas:
- a. Sepenuhnya modal sendiri
 - b. Modal sendiri dan pinjaman
 - c. Joint Venture (patungan)
- 3) Karakteristik UMK menurut kriteria teknologi yang digunakan
Karakteristik UMK menurut teknologi yang digunakan dapat dibedakan atas:
- a. Teknologi sederhana, sedang atau tinggi, atau
 - b. Teknologi padat karya atau teknologi padat modal
- 4) Karakteristik UMK menurut kriteria jenis produknya (primer-sekunder-terseier, dan barang jadi, setengah jadi, barang mentah)
Karakteristik UMK menurut produk atau jasa yang dihasilkan dapat dibedakan atas:
- a. Kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier konsumen
 - b. Barang jadi, barang setengah jadi, atau barang jadi (siap dikonsumsi akhir)
- 5) Karakteristik UMK menurut kriteria segmen pasar dan jangkauan pemasarannya
Karakteristik UMK menurut segmen pasar atau jangkauan pasarnya dapat dibedakan atas:
- a. Menurut segmen pasar: bawah, menengah bawah, menengah atas, atas
 - b. Menurut jangkauan pasar: lokal (kabupaten & propinsi), nasional, ekspor

- 6) Karakteristik UMK menurut kriteria tingkat keterkaitan usahanya dengan usaha lainnya, keterkaitan dengan pemasok, keterkaitan dengan produk turunan atau keterkaitan dengan jaringan distribusinya.

Karakteristik UMKM menurut keterkaitan usaha dengan pihak lain dibedakan atas:

- a. Keterkaitan kedepan (kehulu, pemasok): sederhana (rendah), sedang, tinggi
- b. Keterkaitan kebelakang (kehilir, pengguna): sederhana (rendah), sedang, tinggi

2. Cara Mengidentifikasi Karakteristik UMK

Cara mengidentifikasi karakteristik UMK adalah dengan melakukan tahapan berikut ini:

Menetapkan Tujuan Identifikasi Karakteristik UMK

Tujuan identifikasi karakteristik UMK adalah untuk mendapatkan data dan informasi sebagai dasar untuk menentukan kekuatan dan kelemahan UMK, dan selanjutnya akan dipergunakan untuk menentukan kebutuhan penerapan manajemen dasar UMK.

Menganalisa Data dan Informasi untuk Menentukan Karakteristik UMK

Sumber data dan informasi untuk melakukan identifikasi karakteristik UMK merupakan sumber data yang terdapat pada profil UMK bersumber dari:

- a) Data primer langsung dari UMK
- b) Data sekundair, yang terdiri dari:
 - Laporan indentifikasi permasalahan dan analisis kebutuhan UMK
 - Laporan penyusunan rencana UMK
 - Laporan keuangan dan kinerja UMK

Menyusun Hasil Identifikasi Karakteristik UMK

Identifikasi profil, kinerja dan karakteristik UMK dilakukan dengan menggunakan lembar form identifikasi profil, kinerja dan karakteristik UMKM seperti pada lampiran 1 atau pada Tugas 2.1 berikut ini.

TUGAS 2.1
Form Isian Profil, Karakteristik dan Kinerja UMK

No	Uraian	Keterangan
I	Umum	
1	Nama/Bentuk Usaha	
2	Nama Pemilik	
Foto		
<i>Pemilik dan Produk UMK</i>		
3.	Alamat Tinggal	
4	Alamat Usaha	1)
5	Telp/HP/WA	
6	Email/website	
7	Bidang Usaha	
8	Riwayat Usaha	1.
11	Status tempat usaha	
10	Izin yang dimiliki	
	Akte Notaris	
	Badan hukum	
	SIUP	
	NPWP	
	TDP	
	Lain-lain	
11	Kredit/pembiayaan bank	
	Besarnya Kredit/pembiayaan/ sejak tahun:	
12	Tenaga Kerja	
	Sekarang	
	Rencana	

No	Uraian	Keterangan
II	Pemasaran	
1	Jenis produk Makanan	
	a. Ayam (80 ekor/hr)	
	b. Bebek (4 ekor/hari)	
	c. C. Lele (8 kg/hr)	
	d. Bawal (8 kg/hr)	
	e. Bandeng (5 kg/hr)	
	f. Tahu dan Tempe	
2	Realisasi dan rencana penjualan	
3	Perusahaan sejenis	
4	Rencana perluasan	

III	Produksi			
1	Bahan Baku Utama			
	Total			
2	Bahan Penolong/hr	Volume	Harga/unit	Jumlah
	Total			
	Total B Baku & Penolong			
3	Sumber dan cara pembayaran	Sumber	Pembayaran Tunai	Pembayaran Kredit
	- Bahan baku			
	- Bahan Penolong			
4	Sarana Yang dimiliki			
4.1	Fasilitas/mesin			
4.2	Bangunan			
4.3	Kendaraan			
4.4	Rencana dan realisasi Produksi			

IV	Neraca			
----	--------	--	--	--

V	Laba/Rugi (Periode Harian: rata-rata 22-25 hari/bulan)			
1	Pendapatan			
	a. Penjualan			
	b. Harga Pokok Penjualan			
	Laba Kotor			

No	Uraian	Keterangan
2	Pendapatan lain-lain	
	Total Pendapatan	
3	Biaya Usaha	
	a. Gaji pegawai	
	b. Gaji Pengelola	-
	c. Transportasi	
	d. Telpon/listrik	
	e. ATK	
	f. Sewa (Rp2750000/bl)	
	g. Lain-lain	
	h. Penyusutan Rp10jt/4 th	
	Total Biaya	
4	Laba Sebelum Pajak	
5	Pajak (Rp100000/bl)	
6	Laba setelah Pajak	

VI	Aset	
1	Rumah	
2	Kendaraan	
3	Aset lain-nya	

VII	Karakteristik, Kinerja, Permasalahan dan Keunggulan UMK	
1	Karakteristik UMKM	
2	Kinerja:	
	a. Penjualan Harian	
	b. Marjin kotor	
	c. Marjin bersih	
3	Yang diinginkan (mempertahankan posisi, meningkatkan volume usaha dan atau marjin)	
4	Permasalahan	
5	Keunggulan	
6	Aspek/bidang prioritas (kelembagan, pemasaran, produksi, keuangan, SDM)	

3. Pengertian, Fungsi dan Komponen Pokok Manajemen Bisnis UMK

Pengertian Manajemen Bisnis UMK

Manajemen Bisnis UMK adalah dasar dari suatu proses yang dilakukan untuk mencapai tujuan, melalui tahapan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya manusia serta sumber daya lain yang terkait dengan pengelolaan Usaha Mikro Kecil (UMK) yang menjadi dari tenaga mahasiswa UMKM.

Fungsi Manajemen Bisnis UMK

1) Fungsi Perencanaan.

Perencanaan adalah fungsi pertama dari manajemen bisnis UMK, perencanaan merupakan proses awal untuk mencapai suatu tujuan. Perencanaan meliputi 2 hal:

a) Perencanaan Straregis.

Perencanaan ini bertujuan untuk mewujudkan rencana jangka panjang yang mencakup tujuan umum, dan kebijakan serta strategi untuk mencapai tujuan tersebut dengan sumber daya yang ada. Pada tahap ini termasuk menetapkan jenis produk atau jasa, konsumen yang dilayani, wilayah operasional & pemasaran, termasuk bagaimana menghadapi persaingan usaha.

b) Perencanaan Taktis.

Perencanaan yang merupakan proses pengembangan keputusan jangka pendek secara detil terkait apa yang harus dilakukan, personil yang terlibat dan bagaimana tehnik atau cara melakukannya.

2) Fungsi Pengorganisasian.

Pengorganisasian merupakan implementasi dari pelaksanaan yang harus dilakukan oleh sumber daya manusia dan sumber daya pendukung untuk melakukan koordinasi dalam upaya mencapai tujuan bersama secara terstruktur sehingga dapat tercapai secara efektif dan efisien.

3) Fungsi Pengarahan.

Setelah perencanaan dibuat, pengorganisasian dilaksanakan, diperlukan pengarahan yang meliputi penugasan serta pemberian umpan balik terkait proses dan kinerja yang merupakan bagian dari evaluasi yang terarah. Pengarahan merupakan fungsi manajemen yang dapat mengarahkan proses untuk mencapai tujuan sesuai rencana yang telah disusun.

4) Fungsi Pengendalian.

Pengendalian merupakan proses yang harus dapat memastikan tercapainya tujuan dari semua aktivitas yang dilakukan. Aktivitas tersebut meliputi pemantauan dan koreksi atau perbaikan atas penyimpangan dari rencana yang sudah disusun

sebelumnya. Fungsi manajemen pengendalian ini seringkali disebut juga sebagai fungsi monitoring dan evaluasi atau pengawasan dan penilaian terkait proses dan hasil.

Komponen Pokok Manajemen Bisnis UMK

Komponen pokok manajemen bisnis UMK meliputi beberapa hal di antaranya adalah sebagai berikut:

1) Perencanaan Usaha.

Untuk menjalankan suatu usaha atau bisnis diperlukan perencanaan usaha dalam bentuk dokumen yang berisikan ide dasar dari suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan. Perencanaan usaha UMK harus dibuat dalam bentuk dokumen tertulis yang meliputi perencanaan jangka pendek dan jangka panjang yang terencana secara periodik dalam satu tahun sampai minimal tiga tahun mendatang. Dalam menetapkan perencanaan usaha terdapat beberapa faktor penting yang mejadi dasar penyusunan rencana usaha, antara lain adalah:

a) Jenis Bidang Usaha

- (1) Bidang usaha manufaktur, adalah bidang usaha yang aktivitasnya berupa pengolahan benda yang real/nyata, berupa barang/fisik. Contoh usaha manufaktur adalah bisnis properti, pembuatan tempe, tahu, atau lainnya yang cakupan usahanya adalah memproduksi suatu barang yang nyata.
- (2) Bidang usaha jasa, adalah bidang usaha yang jenis aktifitasnya menawarkan benda non-real/tidak nyata. Contoh jasa yang biasa dilakukan adalah jasa konsultan bisnis, jasa les privat, tukang cukur rambut, yang cakupan usahanya lebih dominan dengan tenaga, pikiran dan atau ketrampilan khusus tertentu.
- (3) Bidang usaha distributor, adalah bidang usaha yang aktifitasnya melakukan pendistribusian atau penjualan barang/produk kepada konsumen secara langsung. Contohnya adalah warung waralaba (Indomaret, Alfamart); warung kelontong; dan lainnya.
- (4) Bidang usaha pengolahan bahan mentah atau bisnis pertambangan serta pertanian, adalah bidang usaha yang memproduksi barang mentah untuk diolah menjadi barang lebih bermanfaat dan layak jual. Seperti bahan tambang (minyak bumi, batu bara, gas alam); hasil pertanian/perkebunan (kelapa sawit, karet); dan lainnya.
- (5) Bidang usaha utilitas, adalah bidang usaha yang mirip dengan jasa tetapi dimanfaatkan secara luas untuk kebutuhan publik. Misalkan PLN untuk listrik, PDAM untuk air. Biasanya bidang usaha ini di danai oleh anggaran pemerintah.

- (6) Bidang usaha transportasi, adalah bisnis yang aktifitasnya melakukan perpindahan individu atau barang dari suatu lokasi ke lokasi lainnya. Misalnya jasa travel, agen pengiriman barang seperti JNE, TIKI, POS Indonesia, dan lainnya

b) Skala dan Kriteria Usaha

Dalam perekonomian Indonesia Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu Kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam goncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok usaha mikro, kecil dan menengah yang melibatkan banyak kelompok. Kriteria usaha yang termasuk dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah telah diatur dalam payung hukum berdasarkan peraturan dan undang-undang.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ada beberapa kriteria yang dipergunakan untuk mendefinisikan pengertian skala dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut skala dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah:

(1) Usaha Mikro.

Kriteria Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

(2) Usaha Kecil.

Kriteria Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

(3) Usaha Menengah.

Kriteria Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang memenuhi kriteria Usaha Menengah sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

(4) Usaha Besar.

Kriteria Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi badan usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan perusahaan asing yang melakukan kegiatan bisnis di Indonesia.

Skala dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menurut Undang-Undang digolongkan berdasarkan jumlah aset dan jumlah omzet yang dimiliki oleh sebuah usaha.

Berdasarkan aset dan omzet Usaha Mikro, Kecil dan Menengah:

1. Mikro: Aset maks 50 Juta;
Omset Maks. 300 Juta
2. Kecil: Aset > 50 Juta - 500 Juta;
Omset > 300 Juta - 2,5 M
3. Menengah: Aset > 500 Juta - 10 Miliar;
Omset > 2,5 Miliar - 50 M

Selain berdasarkan Undang-Undang, skala dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari sudut pandang perkembangan dan kondisi usahanya dapat dikelompokkan dalam beberapa kriteria yaitu:

- Livelihood Activities; merupakan Usaha Kecil Menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
- Micro Enterprise; merupakan Usaha Kecil Menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- Small Dynamic Enterprise; merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- Fast Moving Enterprise; merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi untuk menjadi Usaha Besar.

Skala dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah berdasarkan lembaga internasional telah mendefinisikan UMKM menurut beberapa hal yaitu, jumlah tenaga kerja, pendapatan usaha dan jumlah aset. Skala & kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Skala dan kriteria UMKM menurut World Bank, adalah:
 - 1) Skala Medium Enterprise, dengan kriteria:
 - 1.1 Jumlah karyawan maksimal mencapai 300 orang
 - 1.2 Pendapatan setahun mencapai jumlah \$ 15 juta
 - 1.3 Jumlah aset mencapai jumlah \$ 15 juta
 - 2) Skala Small Enterprise, dengan kriteria:
 - 2.1 Jumlah karyawan maksimal tidak lebih 30 orang
 - 2.2 Pendapatan setahun tidak lebih dari \$ 3 juta
 - 2.3 Jumlah aset tidak lebih dari \$ 3 juta
 - 2) Skala Micro Enterprise, dengan kriteria:
 - 3.1 Jumlah karyawan maksimal tidak lebih dari 10 orang
 - 3.2 Pendapatan setahun tidak lebih dari \$ 100 ribu
 - 3.3 Jumlah aset tidak lebih dari \$ 100 ribu
 2. Skala dan kriteria UMKM menurut European Commission, membagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah ke dalam 3 kelompok, yaitu:
 - 1) Skala Medium Enterprise, dengan kriteria:
 - 1.1 Jumlah karyawan maksimal tidak lebih dari 250 orang
 - 1.2 Pendapatan setahun tidak lebih dari \$ 50 juta
 - 1.3 Jumlah aset tidak lebih dari \$ 50 juta
 - 2) Skala Small Enterprise, dengan kriteria:
 - 2.1 Jumlah karyawan maksimal tidak lebih dari 50 orang
 - 2.2 Pendapatan setahun tidak lebih dari \$ 10 juta
 - 2.3 Jumlah aset tidak lebih dari \$ 13 juta
 - 3) Skala Micro Enterprise, dengan kriteria:
 - 3.1 Jumlah karyawan maksimal tidak lebih dari 10 orang
 - 3.2 Pendapatan setahun tidak lebih dari \$ 2 juta
 - 3.3 Jumlah aset tidak lebih dari \$ 2 juta
- c) Tujuan Usaha/Bisnis
- Tujuan usaha atau bisnis dapat kita lihat dari berbagai kepentingan, baik *owner*, pesaing, *supplier*, karyawan, konsumen, masyarakat umum, maupun pemerintah. Pada umumnya tujuan usaha atau bisnis tidak hanya *profit oriented* semata, namun secara keseluruhan tujuan bisnis meliputi:
- 1) Keuntungan atau profit,
 - 2) Kepentingan penyediaan barang atau jasa,
 - 3) Kesejahteraan bagi pemilik, pekerja, dan/atau masyarakat,
 - 4) Manfaat tenaga kerja (*full employment*), yaitu rendahnya tingkat pengangguran,
 - 5) Eksistensi perusahaan dalam jangka panjang,

- 6) Kemajuan dan pertumbuhan atau peningkatan ekonomi,
- 7) *Prestise* dan prestasi kerja.

Meskipun tujuan utama untuk mendapatkan keuntungan namun hal itu bukan berarti bahwa pemilik usaha tidak memiliki suatu tujuan spesifik. Masih banyak tujuan pemilik usaha yang ingin diraih. Beberapa tujuan lain yang ingin dicapai oleh pelaku usaha antara lain adalah:

- Untuk mencukupi berbagai suatu kebutuhan dalam hidupnya,
- Untuk mensejahterkan keluarga,
- Untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain,
- Untuk menjadi meneruskan bisnis keluarga,
- Untuk mencoba suatu hal baru,
- Untuk memanfaatkan waktu luang agar mendapatkan kesibukan,
- Untuk memiliki usaha sendiri dan tidak bekerja pada orang lain.

Tercapainya tujuan usaha atau bisnis akan bersifat langgeng (jangka panjang) kalau didukung secara inklusif oleh para pihak yang terlibat dalam kegiatan bisnis tersebut. Seperti antara lain pihak tenaga kerja, supplier bahan, pemilik modal dan pihak-pihak eksternal lainnya.

Tujuan usaha atau bisnis tidak lain adalah untuk memperoleh keuntungan karena semua orang yang berbisnis berawal dari keinginan mereka untuk memperoleh keuntungan sehingga muncul inisiatif untuk menjalankan bisnis tersebut. Tujuan bisnis merupakan hasil akhir yang ingin dicapai dari bisnis yang dilakukan dan merupakan cerminan dari hasil yang dapat dilakukan oleh komponen dalam organisasi bisnis (perencanaan, produksi, pemasaran, keuangan, SDM, dll) yang menentukan kinerja bisnis dalam jangka panjang. Secara umum tujuan bisnis adalah menyediakan produk berupa barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta memperoleh keuntungan dari aktivitas yang dilakukan.

Dalam jangka panjang, tujuan bisnis yang ingin dicapai tidak hanya untuk sekedar memenuhi kebutuhan konsumen dan memperoleh keuntungan semata, namun terdapat banyak hal lain yang ingin dicapai dalam bisnis, diantaranya adalah:

1. *Market standing*, yaitu penguasaan pasar yang akan menjadi jaminan bagi perusahaan untuk memperoleh pendapatan dari penjualan dan profit dalam jangka panjang.
2. *Innovation*, yaitu inovasi produk (barang atau jasa) serta inovasi pada keahlian tertentu. Tujuan bisnis yang ingin dicapai melalui inovasi itu adalah menciptakan nilai tambah pada suatu produk.

3. *Physical and financial resources*, perusahaan memiliki tujuan terhadap penguasaan sumber daya fisik dan keuangan untuk mengembangkan perusahaan menjadi semakin besar dan semakin menguntungkan.
4. *Manager performance and development*, manager merupakan orang yang secara operasional bertanggung jawab terhadap pencapaian dari tujuan organisasi. Untuk dapat mengelola perusahaan dengan baik, manager perlu memiliki berbagai kemampuan dan keahlian yang sesuai dengan profesinya. Maka diperlukan peningkatan kinerja dan pengembangan kemampuan manager melalui serangkaian kegiatan dan kompensasi yang menarik pada program training & development yang berkelanjutan.
5. *Worker performance and attitude*, untuk kepentingan jangka panjang, maka sikap para karyawan terhadap perusahaan dan pekerjaan perlu diperhatikan agar dapat bekerja dengan baik.
6. *Public responsibility*, bisnis harus memiliki rasa tanggung jawab sosial seperti memajukan kesejahteraan masyarakat, mencegah terjadinya pencemaran dan menciptakan peluang lapangan kerja baru, dll.

d) Pendekatan dan Strategi Usaha

Pendekatan mencari peluang dalam pendirian usaha.

Ada dua pendekatan dasar yang secara umum dapat digunakan oleh pelaku usaha untuk mencari peluang dalam merencanakan usaha:

- 1) Pendekatan berdasarkan peluang kebutuhan pasar (*outside-in*), yaitu pendekatan yang menekankan pada ide dasar kebutuhan pasar yang dapat menjadi peluang usaha menguntungkan bahwa pelaku usaha akan berhasil apabila berfokus pada kebutuhan pasar.
- 2) Pendekatan berdasarkan peluang sumber daya (*inside-out*), yaitu pendekatan yang menekankan pada ide dasar sumber daya bahwa kunci yang menentukan keberhasilan usaha adalah komposisi dari ketrampilan, kemampuan dan latar belakang pelaku usaha tersebut.

Strategi adalah merupakan sebuah cara, kiat atau siasat. Maka peluang usaha yang ada harus dimanfaatkan dengan strategi yang sangat tepat. Berikut ini adalah beberapa strategi yang dapat dilakukan agar dapat memanfaatkan peluang usaha yang ada:

- 1) Integrasi vertikal, yaitu suatu penggabungan usaha yang mempunyai sebuah keterkaitan dan saling membutuhkan secara kontinu.
- 2) Menambahkan kapasitas, adalah menaikkan kuota atau jumlah produksi untuk memenuhi kebutuhan peluang pasar baru atau

wilayah pasar baru. ini dimungkinkan apabila tempat usaha kita atau perusahaan masih memiliki kapasitas yang lebih.

- 3) Memasuki bisnis baru, yaitu membuka usaha baru yang tidak ada kaitan dengan usaha yang kita jalankan sebelumnya. dengan ini kita dapat menambahkan jenis produk dari usaha yang sudah pernah kita jalankan sebelumnya

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi usaha, analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, usaha. Dengan demikian perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT. Ada pembagian faktor-faktor strategis dalam analisis SWOT yaitu:

1. Faktor kekuatan

Yang dimaksud dengan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu usaha termasuk satuan bisnis di dalamnya adalah antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam struktur yang berdampak pada kepemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari pesaing lain dalam memuaskan kebutuhan pasar yang ada.

2. Faktor kelemahan

Yang dimaksud dengan faktor kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam usaha, antara lain sumber daya, keterampilan, dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi kinerja usaha.

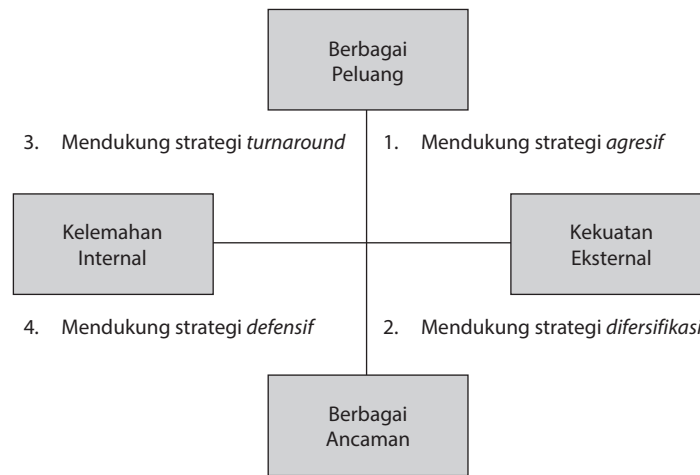
3. Faktor peluang

Difinisi peluang secara sederhana adalah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan dan berdampak positif bagi suatu usaha.

4. Faktor ancaman

Pengertian ancaman adalah merupakan kebalikan pengertian peluang, yaitu faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dan berdampak negatif bagi suatu usaha, jika tidak diatasi akan menjadi bahaya bagi usaha tersebut baik untuk masa sekarang maupun di masa depan.

Dengan menggunakan cara penelitian dengan metode analisis SWOT ini ingin menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *strengths* dan *weaknesses* serta lingkungan eksternal *opportunities* dan *threats* yang dihadapi dunia bisnis analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Di bawah ini adalah contoh kuadrat dalam matriks SWOT.



Penjelasan contoh kuadrat dalam matriks SWOT, adalah:

1. Kuadrat 1, merupakan situasi yang menguntungkan, karena memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah strategi mendukung kebijakan pertumbuhan yang *agresif* (*Growth oriented Strategy*).
2. Kuadrat 2, meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi *diversifikasi* (produk/pasar).
3. Kuadrat 3, perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan, kondisi bisnis pada kuadrat 3 mirip dengan *Question Mark* pada BCG matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah *internal* perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

4. Kuadrat 4, ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan *internal* yang berdampak buruk pada bisnis.

Menurut Rangkuty dalam menganalisis SWOT ada lima model pendekatan yang digunakan. Model pendekatan dalam menganalisis SWOT tersebut adalah sebagai berikut:

1. Matrik SWOT
Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan dimiliki perusahaan.
2. Matrik *Boston Consulting Group*
Matrik BCG diciptakan oleh *Boston Consulting Group* (BCG) yang mempunyai beberapa tujuan diantaranya adalah untuk mengembangkan strategi pangsa pasar untuk portofolio produk berdasarkan karakteristik cash-flownya, serta untuk memutuskan apakah perlu meneruskan investasi produk yang tidak menguntungkan. Matriks BCG juga dapat digunakan untuk mengukur kinerja manajemen berdasarkan kinerja produk di pasaran.
3. Matrik Internal Eksternal
Matriks ini dapat dikembangkan dari Model *General Electric* (GE-Model). Parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan model ini adalah untuk memperoleh strategi bisnis ditingkat korporat yang lebih detail.
4. Matrik *Space*
Tujuan dari Matriks *Space* adalah untuk mempertajam analisis agar perusahaan dapat melihat posisi dan arah perkembangan dimasa akan datang. Matrik *Space* dapat memperlihatkan dengan jelas kekuatan keuangan dan kekuatan industry pada suatu perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut secara financial relatif cukup kuat untuk mendayagunakan keuntungan kompetitif secara optimal melalui tindakan agresif dalam merebut pasar.
5. Matrik *Grand Strategy*
Matriks ini biasa digunakan untuk memecahkan masalah yang sering dihadapi dalam penggunaan analisis SWOT yaitu untuk menentukan apakah perusahaan ingin memanfaatkan posisi yang kuat atau mengatasi kendala yang ada dalam perusahaan.

Dengan adanya analisis SWOT ini, maka pelaku usaha dapat mengetahui apa saja yang akan menjadi peluang usaha tersebut dan ancaman yang selalu ada. Selain itu juga dapat mendeteksi keunggulan perusahaan yang menjadi sumber kekuatan serta faktor kelemahan yang masih dimiliki oleh perusahaan tersebut.

e) Struktur Organisasi Usaha

Struktur organisasi merupakan perangkat manajemen untuk mencapai suksesnya pelaksanaan strategi. Definisi struktur organisasi menurut R.W. Griffin (2004) bahwa struktur organisasi adalah spesifikasi dari pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi serta cara mengaitkan pekerjaan satu dengan yang lainnya. Struktur organisasi juga mengidentifikasi tanggung jawab untuk setiap posisi.

Secara rinci struktur organisasi itu dapat menggambarkan:

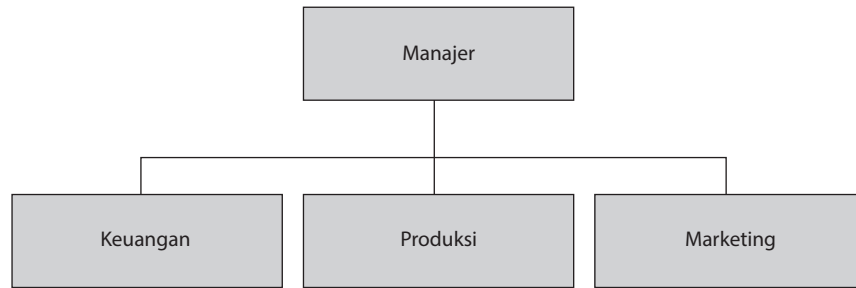
- a. Aktivitas kerja masing-masing unit dalam organisasi
- b. Hubungan diantara masing-masing unit aktivitas
- c. Jenis pekerjaan yang akan dilakukan oleh masing-masing kelompok
- d. Menentukan wewenang dan tanggung jawab masing-masing unit
- e. Memperjelas koordinasi antara masing-masing unit

Struktur organisasi usaha dapat digambarkan dengan bagan organisasi yaitu suatu diagram yang memperlihatkan interaksi tanggung jawab dari karyawan. Mengenai bentuk-bentuk organisasi formal R.W.Griffin (2004) mengemukakan tiga bentuk yaitu:

- a. Organisasi Fungsional, adalah bentuk organisasi yang wewenangnya ditentukan oleh keterkaitan antara tugas dan aktivitas kelompoknya.
Kebaikannya: Koordinasi lebih baik dan membantu timbulnya sistem sentralisasi.
Kelemahannya: Akuntabilitas akan lebih sulit dan pada perusahaan besar justru koordinasi bisa lebih rumit.
- b. Organisasi Divisi, adalah struktur organisasi bisnis dengan divisi-divisi korporasi beroperasi sebagai bisnis yang relatif bersifat korporasi yang lebih besar.
- c. Organisasi Matriks, struktur organisasi yang dibentuk berdasarkan kelompok-kelompok anggota, setiap kelompok melapor kepada dua manajer atau lebih.
Kebaikannya: Fleksibilitas, sangat berfokus pada masalah tertentu atau masalah teknis yang unik serta memungkinkan inovasi tanpa mengganggu struktur organisasi lain.

Kelemahannya: Akuntabilitas menjadi lebih rumit, karena atasan lebih dari satu. Kesulitan dalam membentuk tim yang solid serta akan lebih sering menimbulkan konflik antar sesama manajer.

Contoh bagan struktur organisasi untuk UMKM yang sederhana:



Dari bagan struktur organisasi untuk UMKM diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pemilik dapat menjabat sebagai Manajer atau atasan yang bertujuan untuk memimpin dan mengatur atau mengelola usahanya.
- 2) Bagian keuangan bertugas mengatur keuangan atau aliran uang kas untuk semua aktivitas usaha di dalam perusahaan.
- 3) Bagian produksi bertugas memproduksi atau membuat barang.
- 4) Bagian marketing atau pemasaran bertugas memasarkan produk.

f) Struktur Modal Usaha

Struktur modal adalah perimbangan atau perbandingan antara modal asing dengan modal sendiri. Modal asing dalam hal ini adalah hutang jangka panjang ataupun hutang jangka pendek. Sedangkan modal sendiri terbagi atas laba ditahan dan penyertaan kepemilikan saham perusahaan. Struktur modal yang optimal adalah struktur modal yang mengoptimalkan keseimbangan antara risiko dan pengembalian sehingga memaksimalkan harga saham. Untuk itu, dalam penetapan struktur modal suatu usaha perlu mempertimbangkan berbagai variabel yang memengaruhinya. Jadi struktur modal merupakan masalah yang penting bagi suatu usaha sebab baik buruknya struktur modal akan mempunyai efek langsung terhadap posisi keuangan usaha, terutama dengan adanya hutang yang besar akan memberikan beban kepada keuangan usaha.

Tujuan manajemen struktur modal adalah memadukan sumber-sumber dana permanen yang digunakan untuk operasional usaha sehingga dapat

memaksimalkan nilai usaha itu sendiri. Mencari dan mengelola struktur modal usaha agar optimal merupakan pekerjaan yang tidaklah mudah, karena adanya biaya-biaya yang muncul dampak pembentukan struktur modal usaha tersebut khususnya biaya hutang, termasuk hutang jangka panjang ataupun jangka pendek.

Faktor-faktor yang memengaruhi struktur modal

Ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi struktur modal antara lain adalah sebagai berikut:

1. Struktur Aktiva (*Tangibility*)

Pada umumnya usaha yang sebagian besar modalnya tertanam dalam aktiva tetap akan mengutamakan pemenuhan modalnya dari modal permanen yaitu modal sendiri, sedangkan hutangnya hanya sebagai pelengkap. Usaha yang semakin besar aktivasinya dan terdiri dari aktiva lancar akan cenderung mengutamakan pemenuhan kebutuhan dana dengan hutang. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh struktur aktiva terhadap struktur modal suatu perusahaan.

2. *Growth Opportunity*

Kesempatan perusahaan untuk melakukan investasi pada hal-hal yang menguntungkan. Teori agensi menggambarkan hubungan yang negatif antara *growth opportunity* dan *leverage*. Di mana, perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung akan melewatkan kesempatan dalam berinvestasi pada kesempatan investasi yang menguntungkan.

3. Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)

Perusahaan besar cenderung akan melakukan diversifikasi usaha lebih banyak dari pada perusahaan kecil. Ukuran perusahaan juga sering dijadikan indikator bagi kemungkinan terjadinya kebangkrutan bagi suatu perusahaan, yang mana perusahaan dalam ukuran lebih besar seringkali dipandang lebih mampu menghadapi krisis usahanya.

4. Profitabilitas

Perusahaan dengan profitabilitas yang lebih tinggi tentu memiliki dana internal yang lebih banyak daripada perusahaan dengan profitabilitas rendah. Perusahaan dengan tingkat pengembalian yang tinggi akan berinvestasi menggunakan hutang yang relatif lebih kecil (Bringham & Houston, 2001). Tingkat pengembalian yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk membiayai sebagian besar kebutuhan pendanaan dengan dana yang dihasilkan secara internal. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap struktur modal perusahaan.

5. Risiko Usaha/Bisnis

Risiko usaha/bisnis akan mempersulit perusahaan dalam melaksanakan pendanaan eksternal, sehingga secara teori akan berpengaruh negatif terhadap *leverage* perusahaan.

Itulah penjelasan singkat mengenai struktur modal. Dalam sebuah usaha, modal adalah hal penting yang perlu diperhatikan untuk membangun dan mengembangkan usaha. Selain itu, perencanaan keuangan yang matang juga perlu diperhatikan.

g) Keberhasilan dan Kegagalan Usaha

Dengan mengetahui faktor keberhasilan dan kegagalan usaha maka calon pengusaha atau para pelaku usaha dapat membuat suatu rencana untuk mengantisipasi dan menindaklanjuti jika terjadi hal-hal diluar perencanaan usaha yang sudah disusun semula.

1. Keberhasilan usaha

a. Faktor-faktor pendukung keberhasilan usaha, diantaranya adalah:

- 1) Faktor manusia
- 2) Faktor keuangan
- 3) Faktor organisasi
- 4) Faktor manajemen
- 5) Faktor pemasaran

b. Langkah-langkah menjadi wirausaha yang sukses diantaranya yaitu:

- 1) Ada visi dan tujuan yang jelas
- 2) Bersedia untuk mengambil risiko
- 3) Terencana dan terorganisir
- 4) Kerja keras sesuai dengan tingkatan kepentingan
- 5) Mengembangkan hubungan yang baik dengan karyawan, pelanggan, pemasok, dan mitra usaha lainnya

Menurut W. Keith Schilit, ada 8 hal yang membuat usaha atau bisnis itu meraih kesuksesan atau keberhasilan, yaitu sebagai berikut:

- (1) Peluang pasar yang baik
- (2) Keunggulan persaingan
- (3) Kualitas barang/jasa
- (4) Inovasi yang berproses
- (5) Dasar budaya perusahaan
- (6) Menghargai pelanggan dan pegawai

- (7) Manajemen yang berkualitas
 - (8) Dukungan modal yang kuat
2. Kegagalan usaha
- a. Faktor-faktor penyebab kegagalan usaha
Seperti telah di kemukakan sebelumnya, bahwa keberhasilan atau kegagalan usaha tergantung pada kemampuan pribadi wirausaha. Zimmerer mengemukakan beberapa faktor yang menyebabkan wirausaha gagal dalam menjalankan usaha, diantaranya yaitu:
 - 1) Tidak kompeten dalam manajerial.
Tidak memiliki kemampuan, ketrampilan dan pengetahuan serta sikap yang dibutuhkan untuk mengelola usaha merupakan faktor penyebab utama yang membuat usaha kurang berhasil.
 - 2) Kurang berpengalaman.
Kurang berpengalaman dalam kemampuan teknik, kemampuan memvisualisasikan usaha, kemampuan mengoordinasikan usaha, keterampilan mengelola sumber daya manusia, dan kemampuan menginterasikan operasional usaha.
 - 3) Kurang mampu mengendalikan keuangan.
Agar perusahaan dapat berhasil dengan baik faktor yang paling utama dalam keuangan adalah mengendalikan kas. Mengatur pengeluaran dan penerimaan secara cermat. Kekeliruan dalam mengendalikan aliran kas akan menghambat proses operasional perusahaan.
 - 4) Gagal dalam perencanaan.
Perencanaan merupakan titik awal dari suatu kegiatan usaha, sekali gagal dalam perencanaan usaha maka akan mengalami kesulitan dalam pelaksanaan kegiatan usaha tersebut.
 - 5) Lokasi yang kurang strategis.
Lokasi usaha yang strategis merupakan faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Lokasi yang tidak strategis mengakibatkan perusahaan kesulitan beroperasi karena menjadi tidak efisien.
 - 6) Kurangnya pengawasan peralatan.
Pengawasan erat kaitannya dengan efisiensi dan efektivitas. Kurangnya pengawasan dapat mengakibatkan penggunaan alat tidak efisien dan tidak efektif.
 - 7) Sikap yang kurang sungguh-sungguh dalam berusaha.
Sikap yang setengah-setengah terhadap suatu usaha akan dapat mengakibatkan kegiatan usaha yang dilakukan labil dan gagal.

Dengan sikap yang setengah hati, kemungkinan ada kegagalan dalam usaha akan lebih besar.

- 8) Tidak mampu melakukan peralihan/transisi teknologi.
Wirausaha yang tidak siap dalam menghadapi dan melakukan perubahan, maka tidak ada jaminan untuk menjadi wirausaha yang berhasil. Keberhasilan dalam berwirausaha hanya bisa di peroleh apabila berani membuat inovasi dan perubahan serta mampu membuat peralihan teknologi setiap waktu.
- b. Faktor-faktor yang membuat orang mundur sebagai wirausaha.
Selain faktor-faktor penyebab kegagalan dalam usaha, Zimmerer juga mengemukakan beberapa potensi yang membuat seseorang mundur sebagai wirausaha, yaitu:
 - 1) Pendapatan yang tidak menentu
 - 2) Kerugian akibat hilangnya modal usaha
 - 3) Perlu kerja keras dan waktu yang cukup lama
 - 4) Kualitas kehidupan tetap rendah meskipun usahanya berjalan
- c. Beberapa alasan utama terjadinya kegagalan usaha:
 - 1) Pengetahuan pasar yang tidak memadai
 - 2) Kinerja produk yang salah
 - 3) Usaha pemasaran dan penjualan yang tidak efektif
 - 4) Adanya persaingan
 - 5) Keunggulan produk yang terlalu cepat
 - 6) Waktu memulai usaha baru yang tidak tepat

2) Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah merupakan perangkat analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan proses pertukaran yang menguntungkan dengan target pasar dan sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan utama usaha yaitu memperoleh laba atau keuntungan.

Pengertian manajemen pemasaran menurut para ahli, antara lain adalah:

- Manajemen Pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan untuk menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan. (Kotler, 1980).
- Manajemen Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaannya, berkembang, dan mendapatkan laba. Proses pemasaran itu dimulai jauh sebelum barang-barang diproduksi, dan tidak berakhir dengan penjualan. Kegiatan

pemasaran perusahaan harus memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang lebih baik terhadap perusahaan tersebut. (Dharmmesta & Handoko, 1982).

- Manajemen Pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program yang di *design* untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran, untuk mencapai tujuan perusahaan. (Kotler & Amstrong)
- American Marketing Association, menterjemahkan pemasaran adalah pelaksanaan dunia usaha yang mengarahkan arus barang-barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen atau pihak pemakai. Defenisi ini hanya menekankan aspek distribusi ketimbang kegiatan pemasaran.
- Philip Kotler dalam bukunya *Marketing Management Analysis, Planning, and Control*, mendefinisikan pemasaran secara lebih luas. Pemasaran adalah suatu proses sosial, dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan, dan mereka inginkan dengan menciptakan dan mempertahankan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya.
- Definisi Pemasaran menurut William J. Stanton adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Konsep Manajemen Pemasaran

Falsafah konsep pemasaran adalah bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan pembeli atau konsumen atau pelanggan. Secara umum seluruh kegiatan dalam perusahaan yang terkait dengan konsep pemasaran harus diarahkan untuk memenuhi tujuan tersebut. Secara definitif dapat dikatakan bahwa, konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan (Stanton, 1978).

Elemen penting dalam konsep pemasaran:

- *Market oriented* berorientasi pada keinginan konsumen
- Penyusunan kegiatan pemasaran secara terpadu
- Pencapaian tingkat kepuasan konsumen

Konsep manajemen pada hakikatnya adalah mencakup upaya dan strategi yang harus ditempuh manajemen dalam rangka untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen atau pelanggan.

Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran (*Marketing Strategy*) adalah proses menentukan target pasar dengan strategi bauran pemasaran yang terkait diantaranya adalah:

1. Target Market, adalah sekelompok pelanggan homogen atau pasar yang ingin dilayani permintaannya oleh perusahaan.
2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*), adalah variabel yang disusun oleh perusahaan dalam rangka untuk memuaskan target market tersebut. *Marketing Mix* adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, yaitu: produk, struktur harga, kegiatan promosi dan sistem saluran distribusi atau lokasi. Variabel-variabel *marketing mix* ini dapat dipakai sebagai dasar untuk mengambil suatu strategi dalam usaha mendapatkan posisi yang strategis dipasar.

Strategi Pemasaran menurut W. Y. Stanton adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli atau konsumen.

Hal yang perlu dipertimbangkan dalam menerapkan Strategi Pemasaran diawali dengan menganalisa secara keseluruhan situasi usaha. Pelaku usaha harus melakukan analisis SWOT, di mana dapat menilai kekuatan (*strengths [S]*), kelemahan (*weaknesses [W]*), peluang (*opportunities [O]*), & ancaman (*threats [T]*) usaha secara keseluruhan.

- Kekuatan (*Strengths*) meliputi kemampuan internal, sumber daya, dan faktor situasional positif yang dapat membantu perusahaan melayani pelanggannya dan mencapai tujuannya;
- Kelemahan (*Weaknesses*) meliputi keterbatasan internal dan faktor situasional negatif yang dapat menghalangi performa perusahaan;
- Peluang (*Opportunities*) adalah faktor atau tren yang menguntungkan pada lingkungan eksternal yang dapat digunakan perusahaan untuk memperoleh keuntungan;
- Dan ancaman (*Threats*) adalah faktor pada lingkungan eksternal yang tidak menguntungkan yang menghadirkan tantangan bagi performa perusahaan.

Strategi Pemasaran berorientasi menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan membangun hubungan *relationship* dengan pelanggan. Menciptakan nilai tambah dengan memahami kebutuhan pasar yang meliputi keinginan pelanggan, melakukan riset pelanggan dan riset pasar, menata informasi pemasaran dan data pelanggan, membangun metode pemasaran yang terintegrasi dan memberikan nilai tambah, serta membangun hubungan yang saling menguntungkan dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Mengembangkan Bauran Pemasaran Terintegrasi

Setelah strategi pemasaran ditetapkan maka perusahaan diharapkan dapat menerapkan dan merencanakan rincian bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang merupakan kumpulan alat pemasaran taktis dan terkendali meliputi: produk, harga, tempat, dan promosi yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar yang menjadi sasaran usaha.

Bauran pemasaran terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi pasar atas permintaan akan produknya berdasarkan “empat P (4P)” adalah sebagai berikut:

- Produk (*Product*), adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran meliputi: ragam, kualitas, desain, fitur, nama merek, dan kemasan.
- Harga (*Price*), adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh suatu produk meliputi: daftar harga, diskon potongan harga, periode pembayaran, dan persyaratan kredit.
- Tempat (*Place*), adalah kedudukan kegiatan perusahaan untuk membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran yang meliputi: lokasi, distribusi, persediaan, transportasi dan logistik.
- Promosi (*Promotion*), adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat dari suatu produk dan membujuk pelanggan untuk membeli, meliputi: iklan dan promosi penjualan suatu produk.

Program pemasaran yang efektif harus dapat memadukan semua elemen bauran pemasaran ke dalam suatu program pemasaran terintegrasi yang di rancang secara spesifik untuk mencapai tujuan pemasaran badi perusahaan dengan memberi nilai tambah dan manfaat bagi konsumen.

3) Manajemen Produksi.

Manajemen produksi merupakan salah satu bagian di bidang manajemen yang mempunyai peran dalam mengkoordinasikan kegiatan untuk mencapai tujuan. Untuk mengatur kegiatan ini, perlu di buat keputusan-keputusan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk mencapai tujuan agar barang dan jasa yang dihasilkan sesuai dengan apa yang direncanakan.

Pengertian Manajemen Produksi menurut beberapa ahli di antaranya:

1. Manajemen produksi adalah serangkaian aktivitas yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah input menjadi output (Heizer dan Render, 2011:4).
2. Manajemen produksi adalah ilmu yang membahas secara komprehensif bagaimana pihak manajemen produksi mempergunakan ilmu dan seni yang

dimiliki dengan mengarahkan dan mengatur orang untuk mencapai suatu hasil produksi yang diinginkan (Irham Fahmi, 2012:3).

Berdasarkan pengertian di atas dapat dikatakan bahwa manajemen produksi memiliki hubungan erat dengan proses produksi yang memiliki tujuan untuk menambah nilai guna barang maupun jasa yang dihasilkan. Untuk dapat menghasilkan produk yang memiliki kualitas baik sesuai dengan standar yang ditentukan, maka dituntut untuk meningkatkan kualitas produksinya.

Ruang Lingkup Manajemen Produksi

Manajemen produksi merupakan salah satu bagian dari bidang manajemen yang mempunyai peran dalam mengkoordinasikan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan. Manajemen produksi dapat diterapkan di berbagai jenis organisasi atau perusahaan seperti industri, UMKM maupun di bidang jasa. Manajemen produksi juga diperlukan dalam pengaturan bangunan atau ruangan, pemakaian mesin maupun peralatan, alur proses dalam produksi, pengaturan tenaga kerja dan berbagai kegiatan operasional dalam produksi lainnya.

Ruang lingkup manajemen produksi memiliki tiga kategori keputusan atau kebijakan utama yang tercakup di dalamnya, adalah sebagai berikut:

1. Keputusan atau kebijakan mengenai desain, dalam hal ini tergolong tipe keputusan berjangka panjang, yang dalam arti yang luas meliputi:
 - 1) desain atas produk yang akan dihasilkan,
 - 2) desain atau lokasi dan tata letak pabrik,
 - 3) desain atas proses pengadaan yang diperlukan,
 - 4) desain atas metode dan teknologi yang digunakan,
 - 5) desain atas *job description* dan *job specification*,
 - 6) desain atas organisasi perusahaan.
2. Keputusan atau kebijakan mengenai proses transformasi (*operations*). Keputusan oprasi ini berjangka pendek, berkaitan dengan keputusan taktis, dan operasional yang di dalamnya meliputi:
 - 1) jadwal produksi,
 - 2) jadwal kerja dari personal,
 - 3) jadwal masukan ke sistem pengolahan,
 - 4) jadwal keluaran ke penyelesaian produk.
3. Keputusan atau kebijakan perbaikan terus-menerus dari sistem operasi. Karena sifatnya berkesinambungan (terus-menerus), maka kebijakan tersebut bersifat rutin. Kegiatan yang tercakup di dalamnya meliputi:
 - 1) perbaikan terus-menerus dari mutu keluaran,
 - 2) keefektifan dan keefisienan sistem,

- 3) kapasitas dan kompetensi dari para pekerja,
- 4) perawatan sarana kerja atau mesin,
- 5) perbaikan terus-menerus atas metode dan proses produk.

Berdasarkan hal tersebut maka dari itu dalam penentuan jumlah persediaan merupakan bagian dari keputusan dan kebijakan transformasi (operasional) yang bersifat jangka pendek.

Fungsi Manajemen Produksi

Secara umum fungsi produksi terkait dengan pertanggung jawaban dalam pengolahan dan transformasi masukan (input) menjadi keluaran (output), berupa barang atau jasa yang akan memberikan hasil bagi perusahaan (Sofjan Assauri, 2004:22). Dalam pelaksanaan fungsi tersebut diperlukan serangkaian kegiatan yang merupakan keterkaitan dan proses menyeluruh sebagai suatu sistem. Berbagai kegiatan yang berkaitan dengan fungsi pada bidang produksi ini dilaksanakan oleh beberapa sub-bidang produksi, baik itu perusahaan skala besar ataupun perusahaan skala kecil.

Manajemen merupakan sebuah perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan terhadap berbagai usaha yang dilakukan demi mencapai tujuan atau target yang telah ditetapkan. Sedangkan produksi memiliki arti penggunaan atau pemanfaatan sumber daya guna menciptakan suatu barang atau jasa yang dapat di tawarkan kepada konsumen. Jadi manajemen produksi merupakan sebuah proses untuk mengatur atau mengkoordinasi kegiatan produksi agar dapat menghasilkan produk yang berkualitas sesuai dengan standar bisnis dengan waktu dan jumlah yang telah ditentukan.

Aspek Penting Manajemen Produksi

Dalam manajemen produksi, sangat penting untuk dapat menghasilkan suatu produk yang memenuhi standar bisnis berkualitas. Pada manajemen produksi, terdapat beberapa aspek penting yang harus dilakukan agar dapat menghasilkan produk yang berkualitas baik berupa barang ataupun jasa. Aspek penting dalam manajemen produksi tersebut adalah:

1. Perencanaan Produksi

Hal ini dilakukan dengan tujuan mengadakan persiapan yang sistematis bagi proses produksi yang akan di jalankan. Adapun beberapa hal yang di bahas saat tahapan perencanaan produksi ini antara lain:

- Jenis barang
- Kualitas barang
- Jumlah barang

- Bahan baku
- 2. Pengendalian Produksi

Tujuan dari pengendalian produksi adalah menyusun proses kerja yang perlu dilakukan agar proses produksi dapat berjalan secara efektif dan efisien. Adapun kegiatan yang dilakukan pada tahapan pengendalian produksi ini antara lain adalah:

 - Menyusun perencanaan kerja
 - Membuat penjadwalan kerja
 - Menentukan target produksi
- 3. Pengawasan Produksi

Pada tahapan selanjutnya adalah melakukan pengawasan agar proses produksi dapat memberikan hasil sesuai dengan apa yang diharapkan. Adapun kegiatan yang dilakukan pada tahapan ini antara lain:

 - Menetapkan kualitas
 - Menetapkan standar barang atau jasa
 - Memastikan pelaksanaan produksi tepat waktu

Manajemen produksi adalah suatu proses secara berkesinambungan secara efektif menggunakan fungsi manajemen untuk mengintegrasikan berbagai sumberdaya secara efisien dalam rangka mencapai tujuan. Berikut ini adalah faktor utama manajemen produksi Usaha Mikro Kecil, meliputi:

a) Bahan Produksi

1. Bahan Baku

Secara umum pengertian dari bahan baku adalah bahan mentah yang akan digunakan sebagai dasar untuk pembuatan suatu produk, dimana bahan tersebut diolah kembali melalui proses tertentu untuk dibuat menjadi bentuk yang lain. Bahan baku adalah bahan mentah utama yang digunakan untuk membuat bagian pokok dari suatu produk.

Jenis Bahan Baku

- 1) Bahan baku langsung (direct material); adalah bahan baku yang merupakan bagian utama dari suatu produk barang jadi yang dihasilkan. Biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku langsung ini sangat terkait erat dan sebanding dengan barang jadi yang dihasilkan.
- 2) Bahan baku tidak langsung (indirect material); adalah bahan baku yang memiliki peran tertentu dalam proses produksi tapi tidak langsung terlihat pada produk barang jadi yang dihasilkan.

Untuk menentukan kebutuhan bahan baku, maka terlebih dahulu dilihat fungsi dan penggunaan bahan tersebut dalam proses produksi.

Berikut ini kriteria dari bahan baku meliputi fungsi dan kegunaannya:

1.1 Fungsi bahan baku:

Jika bahan tidak tersedia, maka produk tidak dapat dihasilkan atau proses produksi tidak dapat berfungsi.

1.2 Penggunaan bahan baku:

Memiliki porsi lebih dominan dari keseluruhan bahan yang digunakan.

2. Bahan Penolong

Merupakan bahan yang bermanfaat dalam menolong proses produksi, namun bukan merupakan bagian dari bahan utama untuk produk yang dihasilkan. Beberapa ahli berpendapat jika bahan penolong merupakan item yang dapat meningkatkan efisiensi atau keamanan produksi tetapi bukan menjadi bagian dari bahan utama produk jadi yang dihasilkan.

Untuk menentukan kebutuhan bahan penolong, maka terlebih dahulu dilihat fungsi dan penggunaan bahan tersebut dalam proses produksi.

Berikut ini kriteria bahan penolong meliputi fungsi dan kegunaannya:

2.1 Fungsi bahan penolong:

Jika bahan tidak tersedia, maka tanpa bahan ini produk masih bisa dihasilkan, meskipun hasilnya jadi tidak sesuai dengan harapan.

2.2 Penggunaan bahan penolong:

Memiliki porsi yang lebih kecil dari keseluruhan bahan yang dipakai.

b) Fasilitas Produksi

Setelah aktivitas perencanaan produksi terkait kebutuhan bahan baku dan bahan penolong selesai dilakukan, maka aktivitas berikutnya adalah perencanaan fasilitas, peralatan dan perlengkapan usaha yang akan digunakan untuk melaksanakan proses produksi.

Dalam menentukan fasilitas, peralatan & perlengkapan untuk melakukan usaha, diperlukan langkah-langkah berikut ini:

1. Menentukan jenis produk yang diproduksi.

Semakin banyak jenis produk semakin beragam peralatan yang harus disediakan. Proses produksi yang semakin beragam, pemakaian alat produksi semakin banyak sehingga utilitas alat produksi optimal dan produktivitas usahanya tinggi.

2. Menentukan kapasitas produk yang diproduksi.

Kapasitas produk yang dibuat ditentukan oleh kapasitas optimal yang dihasilkan dari peralatan produksi yang ada. Apabila menerima pesanan

harus dipastikan jumlah pesanan sesuai dengan kemampuan kapasitas peralatan produksi yang dimiliki.

Menentukan lokasi tempat produksi.

Dalam menentukan lokasi tempat produksi untuk mulai melakukan usaha, diperlukan langkah-langkah berikut ini:

1. Menentukan layout produksi mulai tempat bahan baku, proses produksi sampai dengan produk akhir. Untuk layout disesuaikan dengan kondisi ruangan yang dibutuhkan. Jika ada ruang produksi yang lebih luas, bisa mulai dibuat layout (tata ruang untuk urutan proses) yang lebih layak dengan memperhatikan keselamatan dan kesehatan pekerja.
2. Menentukan peralatan produksi yang utama. Perlu disiapkan peralatan produksi yang utama dan wajib dimiliki. Peralatan ini harus ada dan mandatory. Apabila peralatan ini tidak ada maka tidak dapat melakukan proses produksi. Maka pastikan peralatan utama selalu dalam kondisi baik dan berfungsi, apabila ada kerusakan harus memiliki alat alternatif sebagai penggantinya, sehingga proses produksi tidak terganggu. Pilih peralatan utama yang bermutu baik yang mampu dibeli sesuai dengan anggaran atau dana investasi usaha.
3. Menentukan perlengkapan penunjang produksi. Sifat dari perlengkapan produksi ini ada yang harus ada dan ada yang sifatnya tidak mengikat. Jumlah perlengkapan dan jenisnya sangat tergantung dari anggaran atau dana investasi yang dimiliki. Semakin banyak, semakin lengkap dan semakin bagus mutu perlengkapan yang dimiliki semakin besar anggaran yang harus disediakan. Disarankan membeli secukupnya dan memilih yang sesuai dengan kebutuhan serta mutu produk yang ingin dihasilkan dalam proses produksi tersebut.

Dalam perencanaan fasilitas produksi dibagi dalam 2 tahap kegiatan, yaitu sebagai berikut:

- a. Perencanaan lokasi kegiatan usaha
- b. Perencanaan tata letak tempat usaha

Berikut ini adalah tujuan dari perencanaan fasilitas produksi:

1. Peningkatan pengadaan dan penyimpanan bahan baku
2. Meminimalkan investasi modal
3. Mempermudah pemeliharaan fasilitas
4. Meningkatkan keselamatan dan kepuasan kerja
5. Menggunakan tenaga kerja, peralatan, ruang dan energi secara efektif

a. Perencanaan lokasi produksi

Pada umumnya tujuan perencanaan lokasi produksi adalah untuk menentukan tempat produksi sebaik mungkin agar dapat memproduksi dengan baik dan lancar, dengan biaya operasional yang lebih efisien dan memungkinkan perluasan dan pengembangan produksi di masa yang akan datang. Perencanaan dan penentuan lokasi produksi adalah merupakan hal yang utama dan berkaitan erat dalam perencanaan fasilitas produksi suatu usaha.

Perencanaan dan penentuan lokasi produksi untuk usaha memiliki beberapa tujuan, antara lain adalah:

1. Agar dapat melayani konsumen dengan baik.
Tempat usaha yang strategis tentunya akan memudahkan perusahaan baru mendapatkan dan selanjutnya mempertahankan konsumennya. Tempat usaha yang baik, mudah ditemukan dan dijangkau tentu akan menarik bagi konsumen.
2. Untuk mendapatkan bahan baku yang baik.
Seringkali perusahaan harus memilih lokasi usaha di daerah dimana bahan baku produksi mudah diperoleh. Baik untuk mengantisipasi mudah rusaknya bahan baku, ataupun kesulitan angkut bahan baku tersebut.
3. Untuk mendapatkan tenaga kerja yang baik.
Selain bahan baku, pertimbangan lainnya adalah kemudahan dalam mendapatkan sumber daya manusia yang akan menjadi karyawan atau pekerja.
4. Untuk keperluan usaha di kemudian hari.
Antisipasi terhadap berkembangnya perusahaan juga perlu diperhatikan. Jangan sampai perusahaan mengalami kesulitan dalam memperluas usahanya dikarenakan tidak ada lagi lahan kosong di kiri, kanan, belakan, atau depan (sekitar) lokasi usaha saat ini.
5. Menyesuaikan kemampuan perusahaan.
Aspek yang tidak kalah penting adalah kemampuan perusahaan saat ini dan di kemudian hari. Penentuan lokasi usaha seringkali dipengaruhi oleh tersedianya dana investasi perusahaan. Lokasi yang diinginkan tidak selamanya sesuai dengan dana yang tersedia, karena lokasi usaha yang baik/strategis biasanya menuntut dana investasi yang cukup besar juga.

Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam perencanaan dan penentuan lokasi adalah:

1. Lokasi pasar.
Faktor ini sangat penting, khususnya bagi perusahaan jasa (bank, restoran, toko, jasa konsultan, dll) atau manufaktur (meskipun jarang jarang) yang memang memiliki karakteristik dekat dengan pasar. Coba perhatikan di dalam kehidupan sehari-hari kita? Benarkah perusahaan jasa yang umumnya didirikan di tempat atau lokasi yang dekat dengan pasar?
2. Bahan baku.
Berbeda dengan perusahaan jasa, perusahaan manufaktur umumnya didirikan di lokasi yang dekat dengan bahan baku (Perusahaan pengolahan kayu, minuman, makanan, dll).
3. Tenaga kerja.
Ketersediaan tenaga kerja juga menjadi faktor penting dalam menentukan lokasi usaha, terutama bagi perusahaan manufaktur yang umumnya banyak membutuhkan banyak tenaga kerja dalam proses produksinya.
4. Kondisi masyarakat.
Masyarakat merupakan faktor penting dalam penentuan lokasi usaha mengingat keberadaan perusahaan disamping dapat memberi manfaat tapi juga bisa menimbulkan kerugian bagi masyarakat, di sekitar usaha khususnya. Oleh karena itu penerimaan masyarakat akan keberadaan perusahaan menjadi sangat penting. Sebagai contoh, perusahaan yang mempekerjakan masyarakat sekitar biasanya tidak mengalami masalah ini, namun perusahaan yang mengolah sampah atau limbah seringkali ditolak keberadaannya oleh masyarakat sekitar.
5. Peraturan Pemerintah.
Pemerintah selama ini telah menentukan mana kawasan untuk pemukiman dan mana untuk industri. Dengan demikian perusahaan tidak dapat atau akan mengalami kesulitan bila memilih lokasi yang bukan untuk kawasan industri. Termasuk juga di sini masalah ijin mendirikan bangunan, ketinggian maksimal bangunan, pembuangan limbah, dan kebijakan pemerintah lainnya.
6. Listrik, air, telepon.
Sarana pendukung ini tidak dapat diabaikan, karena hampir setiap aktivitas perusahaan membutuhkan listrik, air, dan alat komunikasi.

7. Akses transportasi.
Faktor ini juga penting, karena dengan transportasi ini bahan baku didatangkan dan bahan jadi akan dikirim. Ter-abaiannya masalah transportasi akan menimbulkan kesulitan produksi (karena keterlambatan pengiriman bahan baku misalnya) dan tersendatnya distribusi hasil produksi ke pasar.
 8. Sarana prasarana pendukung. Ketersediaan lahan parkir yang memadai,, pembuangan limbah, keamanan, fasilitas kesehatan kerja, merupakan faktor yang juga tidak kalah pentingnya di dalam penentuan lokasi usaha.
- b. Perencanaan tata letak (*lay out*)
- Perencanaan tata letak ruang produksi merupakan salah satu tahap perencanaan fasilitas yang bertujuan untuk mengembangkan suatu sistem produksi yang efektif dan efisien, sehingga mampu mencapai kapasitas produksi yang optimal dan biaya produksi paling ekonomis.
- Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam perencanaan *Lay Out*:
- a. Atap cukup tinggi, hal ini akan memudahkan perusahaan di dalam mengatur penerangan dan sirkulasi udara.
 - b. Gang-gang cukup lebar, akan memudahkan arus barang dan manusia, dan juga memudahkan perawatan fasilitas perusahaan.
 - c. Daya tahan lantai & bangunan, sangat berguna apabila perusahaan memilih bangunan berlantai lebih dari satu (bangunan bertingkat). Penting juga bila perusahaan menggunakan mesin atau fasilitas lain yang berat.
 - d. Dudukan mesin yang fleksibel, untuk memudahkan perawatan dan pergantian mesin misalnya. Fleksibel untuk kondisi 'Emergency', dll

Beberapa tujuan perencanaan tata letak, antara lain adalah:

1. Pemanfaatan fasilitas & peralatan dengan optimal, terutama bagi perusahaan yang tidak memiliki lahan atau bangunan yang luas,
2. Aliran manusia & material menjadi lancar,
3. Pemakaian ruang lebih efisien, memudahkan pergerakan bahan dan manusia,
4. Memberi ruang gerak yang cukup leluasa, untuk kelancaran dan kenyamanan operasional perusahaan,
5. Dapat menekan biaya investasi & produksi lebih rendah,
6. Fleksibilitas untuk kemungkinan adanya perubahan,
7. Keselamatan dan kesehatan kerja,

8. Suasana kerja yang lebih baik,
9. Penggunaan tenaga kerja & persediaan lebih efisien.

Secara umum kegiatan dalam perencanaan fasilitas produksi meliputi kegiatan berikut ini:

- 1) Menentukan jenis produk atau barang yang akan diproduksi
- 2) Menentukan proses produksi dan ketuhan bahan bakunya
- 3) Menentukan kebutuhan fasilitas/tempat/ruangan produksi
- 4) Menentukan hubungan antar bagian yang terlibat produksi
- 5) Pemeliharaan fasilitas, sarana dan peralatan untuk produksi

c) Proses Produksi

Proses produksi dapat golongan dalam dua jenis proses produksi, yaitu:

1. Produksi terus-menerus (*Continuous Production*) atau proses produksi masal. Produksi terus menerus dilakukan sebagai proses untuk dapat menghasilkan produk yang standar (massal). Jenis usaha yang memproduksi berdasarkan produksi massa melaksanakan pengolahan produknya untuk memenuhi permintaan pasar secara umum, sehingga perlu ada persediaan produk yang mencukupi di gudang yang pada umumnya merupakan produk standar. Perusahaan ini menggunakan biaya produksi dengan berdasarkan metode harga pokok proses (*Process cost methode*). Dalam metode, biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk periode tertentu dan harga pokok produk persatuan produk yang dihasilkan dalam periode tersebut, dihitung dengan cara membagi total biaya produksi dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan dalam periode yang tersebut.
2. Produksi terputus-putus (*Intermittent Production*) atau proses produksi berdasarkan pesanan. Proses produksi yang tidak terus-menerus dilakukan atau penyesuaian proses produksi sesuai dengan tuntutan produk yang akan dihasilkan. Proses produksi ini dilakukan berdasarkan pesanan yang sesuai kebutuhan pemesan. Usaha yang melakukan proses produksi berdasarkan pesanan baru akan melaksanakan pengolahan produknya atas dasar pesanan yang diterima. Pada umumnya usaha ini menggunakan biaya untuk produksi berdasarkan harga pokok pesanan (*Job order cost methode*).

d) Kapasitas Produksi

Dalam manajemen produksi, kapasitas produksi merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan sehubungan dengan upaya meningkatkan laba usaha disamping faktor lain. Kapasitas produksi dapat menggambarkan kemampuan

perusahaan dalam memenuhi permintaan pasar, semakin tinggi kapasitas produksi semakin banyak produk yang mampu dihasilkan setiap jam, setiap hari, setiap bulan, dan setiap tahunnya. Peningkatan kapasitas produksi berhubungan dengan kemampuan investasi usaha dan investasi berhubungan dengan tingkat pendapatan usaha. Bila kapasitas produksi ingin ditingkatkan maka pendapatan usaha haruslah ditingkatkan agar dana investasi juga dapat meningkat.

Kapasitas produksi dapat didefinisikan sebagai volume atau jumlah produk yang mampu dihasilkan oleh fasilitas produk dalam periode waktu tertentu dengan menggunakan sumber daya yang tersedia. Penentuan kapasitas produksi dilaksanakan berdasar output dan berdasar input tergantung rencana dan tujuan serta kemampuan produksinya.

Dasar untuk menentukan rencana kapasitas produksi adalah skala ekonomis (*economic scale*), yaitu fasilitas yang dipilih adalah yang memiliki biaya per unit paling rendah; dan fokus pada fasilitas (*focus facility*), yaitu fasilitas yang tersedia diusahakan agar dapat menghasilkan jumlah produk yang lebih banyak dengan kualitas yang lebih baik.

Strategi perencanaan kapasitas produksi

Strategi perencanaan kapasitas produksi pada dasarnya terdiri dari dua macam, yaitu strategi ekspansi, dan strategi *wait and see*.

1. Strategi ekspansi.

Pada strategi ekspansi, perusahaan menambah kapasitas produksinya setelah mengetahui prospek permintaan yang cukup banyak. Strategi ini dilakukan oleh perusahaan yang optimis terhadap kemampuan untuk memenuhi permintaan yang meningkat.

2. Strategi *wait and see*.

Strategi *wait and see*, diterapkan oleh perusahaan yang cenderung berhati-hati. Perusahaan akan menambah kapasitas produksinya jika permintaan sudah meningkat. Jika kenaikan permintaan belum banyak biasanya diatasi dengan sub kontrak pada perusahaan lain.

Faktor yang perlu diperhatikan dalam penentuan kapasitas produksi:

- a. Batasan permintaan, dapat diketahui dari perhitungan *market share*.
- b. Tersedianya kapasitas mesin-mesin, yang dibatasi oleh kemampuan teknis atau kemampuan operasional.
- c. Jumlah dan kemampuan tenaga kerja pengelola proses produksi.
- d. Kemungkinan adanya perubahan teknologi produksi pada masa depan.

Kapasitas produksi sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah bahan baku, teknologi dan peralatan, proses atau alur proses produksi. Salah satu cara penentuan volume produksi adalah dengan menggunakan model perkiraan (estimasi), metode estimasi dapat dilakukan dengan cara:

- 1) Metode kuantitatif, yaitu membuat ramalan dengan bantuan metode statistik dan matematika.
- 2) Metode kualitatif, yaitu memperkirakan jumlah produksi dari pendapat ahli yang menekuni bidang produksi.

Perencanaan kapasitas produksi dapat dilihat dalam tiga horizon waktu:

- a. Kapasitas jangka pendek (kurang dari < 3 bulan).

Perencanaan kapasitas jangka pendek (*short time*) kurang dari tiga bulan ini dikaitkan pada proses penjadwalan harian atau mingguan. Perencanaan ini mencakup alternatif jadwal kerja seperti kerja lembur, pemindahan tenaga kerja, atau penggantian rotasi produksi.

Untuk peningkatan kapasitas jangka pendek terdapat 5 pendekatan yang dapat digunakan, yaitu:

1. Peningkatan sumber daya yaitu:
 - Penggunaan kerja lembur (biaya lembur tinggi)
 - Penambahan regu kerja (biaya tenaga kerja tinggi)
 - Memberikan kesempatan kerja part time
 - Sub kontrak dengan memberikan pekerjaan kepada pihak lain (dibutuhkan pengawasan mutu/quality control)
2. Perbaikan waktu penggunaan sumber daya:
 - Mengatur waktu regu kerja
 - Menetapkan jadwal kerja
3. Memodifikasi produk:
 - Menentukan standar produk
 - Melakukan perubahan jasa produk
 - Melakukan pengawasan kualitas
4. Memperbaiki permintaan:
 - Melakukan perubahan harga
 - Melakukan perubahan promosi
5. Tidak memenuhi permintaan:
 - Tidak memproduksi sesuai permintaan

- b. Kapasitas jangka menengah (3 bulan s/d 12 bulan).

Perencanaan kapasitas jangka menengah (*intermediet range*) adalah rencana bulanan atau kuartalan untuk 3 sampai 12 bulan akan datang.

- c. Kapasitas jangka panjang (lebih dari >1 tahun).
Perencanaan kapasitas jangka panjang (*long time*) atau lebih dari satu tahun. Di mana sumber daya produktif memakan waktu lama untuk menyelesaikan proses produksi, seperti bangunan, peralatan atau fasilitas produksi lainnya. Perencanaan kapasitas jangka panjang memerlukan persetujuan manajemen puncak.

Kapasitas produksi dapat didefinisikan sebagai volume atau jumlah produk yang dapat dihasilkan dalam proses produksi pada periode waktu tertentu dengan menggunakan sumber daya yang tersedia. Pada jenis usaha yang menghasilkan berbagai macam produk untuk pasar, penentuan kapasitas produksi sangat penting untuk memenuhi permintaan pasar. Pengukuran kapasitas dapat dilaksanakan berdasar output atau berdasar input tergantung kebutuhan dan permintaan pasar.

e) **Biaya Produksi**

Berikut ini adalah beberapa definisi atau pengertian yang dimaksud biaya produksi menurut berbagai sumber:

1. Biaya produksi, yaitu biaya-biaya yang berhubungan langsung dengan produksi dari suatu produk dan akan dipertemukan (di-match-kan) dengan penghasilan (revenue) pada periode saat produk itu di jual. (Abdul Halim, 1988:5).
2. Biaya produksi, adalah merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. (Mulyadi, 1995:14).
3. Biaya produksi, adalah merupakan biaya-biaya yang berhubungan dengan produksi suatu item, yaitu jumlah dari bahan langsung, upah langsung pekerja dan biaya overhead pabrik pada saat proses produksi. (Amin Widjaya Tunggal, 1993:1)

Dari beberapa pengertian tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa biaya produksi adalah biaya-biaya yang digunakan dalam proses produksi secara langsung meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

Jenis-jenis biaya produksi

Biaya produksi membentuk harga pokok produksi yang digunakan untuk menghitung harga pokok produk jadi dan harga pokok produk pada akhir periode akuntansi dalam proses. Biaya produksi digolongkan dalam tiga jenis

yang juga merupakan elemen-elemen utama dari biaya produksi, yaitu yang meliputi:

1. Biaya bahan baku (*direct material cost*).
Merupakan biaya-biaya bahan baku yang secara langsung digunakan dalam proses produksi untuk mewujudkan suatu produk jadi yang siap untuk dipasarkan.
2. Biaya tenaga kerja langsung (*direct labour cost*).
Merupakan biaya-biaya bagi tenaga kerja langsung ditempatkan dan didayagunakan untuk menangani kegiatan-kegiatan proses produksi dan secara langsung diterjunkan dalam kegiatan menangani segala peralatan produksi sampai dapat menghasilkan produk jadi.
3. Biaya overhead pabrik (*factory overhead cost*).
Pada umumnya didefinisikan sebagai biaya bahan tidak langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung dan biaya proses produksi lainnya yang tidak secara langsung didefinisikan atau dibebankan pada suatu proses produksi. Beberapa elemen dari biaya overhead pabrik antara lain adalah:
 1. Biaya bahan penolong
 2. Biaya tenaga kerja tidak langsung
 3. Biaya depresiasi dan amortisasi aktiva tetap
 4. Biaya pemeliharaan dan perbaikan mesin
 5. Biaya listrik dan air secara keseluruhan
 6. Biaya asuransi fasilitas proses produksi
 7. Biaya operasional lain-lainnya

f) Tenaga Kerja

Berdasarkan keterkaitannya dengan proses produksi setiap tenaga kerja memiliki peran tersendiri. Secara umumnya, peran penting dalam suatu usaha tentunya adalah kegiatan yang berhubungan dengan produksi, karena produksi berkaitan langsung dengan terciptanya suatu produk. Dengan adanya pembagian peran tenaga kerja dalam suatu kegiatan usaha, maka tenaga kerja dapat dibedakan berdasarkan keterkaitan dengan kegiatan produksi, adalah sebagai berikut:

1. Tenaga kerja langsung.
Adalah tenaga kerja yang secara langsung berhubungan dengan kegiatan produksi. Pada posisi ini tenaga kerja memiliki peran dalam mengatur, mengolah, dan bersentuhan langsung dengan kegiatan usaha mulai dari awal hingga hasil produksi, yaitu terciptanya suatu produk. Dalam stuktur organisasi perusahaan pada umumnya mereka disebut sebagai pekerja produksi, karena secara fungsional hanya menjalankan kegiatan produksi

perusahaan. Contohnya tenaga kerja langsung adalah buruh, operator mesin, dan *quality controller*.

2. Tenaga Kerja Tidak Langsung.

Adalah tenaga kerja yang tidak bersentuhan langsung dengan kegiatan produksi, namun fungsi utama dari tenaga kerja ini adalah menunjang kinerja dan membantu kelancaran kegiatan produksi melalui aktivitas manajemen perusahaan. Dalam struktur perusahaan jenis tenaga kerja ini sering disebut sebagai pelaksana manajemen, hal ini sesuai dengan peran dan kewenangan dari masing-masing pekerja. Contohnya tenaga kerja tidak langsung adalah bagian administrasi, bagian keuangan, *payroll*, dan personalia atau *Human Resource*.

Faktor tenaga kerja produksi, secara umum memiliki cakupan yang luas, jenis tenaga kerja dapat dikelompokkan berdasarkan kemampuan, yaitu tenaga kerja terdidik, tenaga kerja terampil dan tenaga kerja biasa atau *unskilled*. Tetapi berdasarkan hubungannya dengan kegiatan produksi suatu usaha, tenaga kerja dapat dikelompokkan menjadi tenaga kerja langsung dan tenaga kerja tidak langsung.

4) Manajemen Keuangan.

Manajemen keuangan bagi Usaha Mikro Kecil (UMK) memiliki perspektif yang relatif sedikit berbeda dibandingkan usaha skala besar. Pada usaha skala besar, fungsi dan tugas manajemen keuangan sesuai struktur organisasi. Pada usaha mikro kecil dengan sumber daya manusia yang sangat terbatas, fungsi dan tugas manajemen keuangan menjadi satu dengan fungsi dan tugas lain, sebab pada usaha mikro kecil pada umumnya posisi manajemen keuangan dikendalikan sendiri langsung oleh pendiri atau pemilik usaha.

Pengertian manajemen keuangan

Manajemen keuangan adalah suatu proses dalam pengaturan/pengelolaan aktivitas kegiatan keuangan dalam suatu organisasi, termasuk kegiatan perencanaan, analisis dan pengendalian terhadap kegiatan keuangan usaha.

Tujuan manajemen keuangan

Tujuan utama dari manajemen keuangan adalah untuk memaksimalkan nilai yang dimiliki oleh suatu usaha dan memberikan nilai tambah terhadap asset yang dimiliki oleh pemegang saham.

Ruang lingkup manajemen keuangan terdiri dari:

1. Keputusan Pendanaan, meliputi kebijakan manajemen dalam pencarian dana perusahaan, misalnya kebijakan menerbitkan sejumlah obligasi dan kebijakan hutang jangka pendek dan panjang perusahaan yang bersumber dari internal maupun eksternal perusahaan.
2. Keputusan Investasi, Kebijakan penanaman modal perusahaan kepada aktiva tetap atau *Fixed Assets* seperti gedung, tanah, dan peralatan atau mesin, maupun aktiva finansial berupa surat-surat berharga misalnya saham dan obligasi atau aktivitas untuk menginvestasikan dana pada berbagai aktiva.
3. Keputusan Pengelolaan Aset, Kebijakan pengelolaan aset yang dimiliki secara efisien untuk mencapai tujuan perusahaan.

Fungsi utama manajemen keuangan adalah sebagai berikut:

1. *Planning* atau Perencanaan Keuangan, meliputi Perencanaan Arus Kas dan Rugi Laba.
2. *Budgeting* atau Anggaran, perencanaan penerimaan dan pengalokasian anggaran biaya secara efisien dan memaksimalkan dana yang dimiliki.
3. *Controlling* atau Pengendalian Keuangan, melakukan evaluasi serta perbaikan atas keuangan dan sistem keuangan perusahaan.
4. *Auditing* atau Pemeriksaan Keuangan, melakukan audit internal atas keuangan perusahaan yang ada agar sesuai dengan kaidah standar akuntansi dan tidak terjadi penyimpangan.
5. *Reporting* atau Pelaporan Keuangan, menyediakan laporan informasi tentang kondisi keuangan perusahaan dan analisa rasio laporan keuangan.

Beberapa komponen manajemen keuangan usaha, antara lain adalah:

- a) Penyediaan Modal (sumber dana/pembiayaan)

Pada komponen manajemen keuangan salah satu yang penting adalah permodalan usaha. Permodalan merupakan perangkat untuk mencapai tujuan usaha dengan investasi modal dan pemanfaatan sumber-sumber dana secara efektif dan efisien. Penyediaan modal untuk kegiatan usaha dapat diperoleh dari berbagai sumber pembiayaan, baik sumber dana internal maupun sumber dana eksternal. Untuk membiayai kegiatan produksi dan operasional setiap usaha pasti membutuhkan sumber permodalan usaha. Ada beberapa jenis sumber permodalan untuk usaha.

Secara umum sumber dana/permodalan dapat dibedakan ke dalam tiga jenis sumber pembiayaan:

- (1) Dana yang terkumpul dari hasil operasional usaha itu sendiri (“sumber intern”).
- (2) Dana yang diperoleh sebagai pinjaman dari pihak luar (“sumber ekstern”).
 - Hutang jangka pendek merupakan kredit dengan jangka waktu paling lama 12 bulan. Kredit ini sebagian besar berupa kredit perdagangan untuk menggerakkan kegiatan usaha, seperti: (Kredit penjual, Kredit Pembeli, Kredit rekening koran, Kredit wesel, Kredit promis, dll)
 - Hutang jangka menengah merupakan jenis hutang yang jangka waktunya antara 1-5 tahun.
 - Hutang jangka panjang dengan jangka waktu lima tahun lebih.
 - Sumber pendanaan lain yang sah, seperti modal ventura, dll.
- (3) Dana yang diperoleh sebagai penerimaan modal sendiri dari pemilik usaha (“saham”)

Modal sendiri, adalah merupakan sejumlah harta pemilik usaha yang disertakan dalam melakukan kegiatan usaha. Modal tersebut akan diperhitungkan untuk menerima laba dan menanggung kerugian dalam kegiatan usaha.

b) **Pengelolaan Keuangan**

Setelah memperoleh modal untuk usaha, selanjutnya adalah mengelola keuangan usaha. Terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dan dipastikan dalam mengelola usaha, antara lain adalah:

1. Pastikan untuk memisahkan uang usaha dengan uang pribadi, jangan mencampurkan antara uang usaha dan uang pribadi.
2. Pastikan ada sistem pencatatan keuangan yang rapih dan teratur sesuai dengan ketentuan akuntansi walaupun akuntansi sederhana.
3. Pastikan jika sudah memiliki perencanaan untuk penggunaan uang sebaik mungkin sesuai tujuan dan rencana usaha.
4. Pastikan bahwa pengelolaan kas untuk mengoptimalkan asset dan memanfaatkan setiap nilai uang untuk manambah keuntungan.
5. Pastikan untuk selalu memeriksa aset, hutang dan modal bahwa semua dalam kondisi sesuai dengan sistem pencatatan keuangan.
6. Pastikan ada pengawasan dan evaluasi terkait realisasi produksi dan penerimaan, biaya dan persediaan, jumlah piutang dan hutang serta kondisi kas setiap periode waktu tertentu.
7. Pastikan menyisihkan sebagian keuntungan untuk pengembangan usaha di masa mendatang.

Aktivitas pengelolaan keuangan meliputi:

1. Menginvestasikan atau menggunakan dana.

Dana merupakan sumber kelangsungan hidup suatu usaha. Dana dalam perusahaan dapat digunakan untuk membeli bahan, upah buruh, dan membayar berbagai biaya kegiatan operasional usaha. Secara umum dana digunakan untuk berbagai aktivitas, seperti:

- a. Kas, sebagai bagian dari modal kerja yang dapat berupa uang tunai dan uang di bank yang pencairannya dapat setiap waktu. Motivasi memegang uang kas tertentu:
 - (1) Motif spekulasi dimaksudkan pemegangan uang tunai bertujuan untuk memanfaatkan kesempatan pertama meraih keuntungan. Dengan adanya kas di tangan, maka transaksi kas pertama yang biasa mendadak dan dalam waktu relatif singkat dan dengan leluasa bisa segera dilakukan.
 - (2) Motif berjaga-jaga dimaksudkan sebagai usaha menyediakan uang tunai untuk berjaga-jaga. Motif ini bertujuan untuk menjaga kemungkinan timbulnya hambatan terhadap kontinuitas proses perkembangan usaha.
 - (3) Motif transaksi dimaksudkan untuk menutup transaksi operasional setiap hari yang merupakan rutinitas kegiatan usaha. Transaksi pada umumnya dapat ditutup dengan cara tunai dan cara kredit.
- b. Piutang, dimaksudkan sebagai sejumlah tagihan terhadap pihak lain akibat transaksi usaha yang disetujui dengan pembayaran yang ditunda selama jangka waktu tertentu.
- c. Persediaan barang merupakan jenis investasi modal kerja yang dinamis, baik di perusahaan perdagangan maupun manufaktur. Untuk perusahaan perdagangan jenis persediaan berupa barang dagangan. Untuk perusahaan yang melakukan proses produksi, jenis persediaan dibagi dalam 3 bentuk persediaan, yaitu:
 - (1) bahan mentah,
 - (2) barang sedang dalam proses,
 - (3) barang jadi.
- d. Mesin dan semua peralatan yang digunakan untuk proses produksi serta diperhitungkan sebagai biaya overhead pabrik
- e. Gedung dan bangunan
- f. Aktiva tetap lain, seperti tanah

c) Pelaporan Keuangan

Penyusunan Laporan Keuangan

1. Laporan Manajemen

a. Laporan harian/mingguan.

Laporan harian yang dibutuhkan adalah tentang hal-hal yang bersifat operasional. Laporan harian meliputi: posisi kas harian, ringkasan penjualan (baik tunai & kredit), pembayaran kontan, uang yang diterima dari tagihan hutang, saldo kas dalam bank, dan saldo akhir kas. Wirausaha yang progresif juga menginginkan perincian persediaan sehari-hari sehingga tingkat persediaan dapat dikendalikan, dalam kaitannya dengan penjualan dan arus kas. Banyak kegagalan karena tidak dapat mengendalikan persediaan.

b. Laporan bulanan.

Laporan bulanan akan tersedia setiap bulan, dan informasi yang seharusnya tersedia terdiri dari:

- Laporan laba rugi yang terperinci
- Analisis penjualan dan inventaris produk sertaan/kelompok jasa
- Analisis dari arus kas, debitor, kreditur, dan ikatan keuangan
- Analisis rasio intern yang menunjukkan tingkat efisiensi dan menyorot kecendrungan, dengan perbandingan antara rencana dan realisasi sebenarnya.

c. Laporan triwulan

Laporan triwulan akan tersedia setiap tiga bulan, dan informasi yang seharusnya tersedia antara lain:

- Suatu laporan terperinci tentang posisi keuangan
- Perbandingan industri intern dan ekstern sebagai tolok ukur efisiensi
- Analisis kecendrungan secara lebih terperinci daripada yang biasanya disediakan setiap bulan
- Informasi tentang bisnis sekarang untuk memungkinkan meninjau kembali kegiatan dan memproyeksikan rencana masa depan.

d. Laporan tahunan

Laporan tahunan adalah neraca, laporan laba rugi, dan keterangan arus kas, yang bersama-sama dengan laporan triwulan merupakan dasar bagi perencanaan strategis.

2. Laporan Keuangan

Hubungan yang terdapat dalam persamaan akuntansi keuangan dapat digunakan untuk membuat tiga laporan keuangan, yaitu:

a. Neraca

Memuat tentang gambaran mengenai posisi keuangan perusahaan pada periode tertentu.

Komponen neraca:

1) Aktiva (assets).

Adalah semua kekayaan yang dimiliki suatu perusahaan, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud yang dapat dinilai dengan uang dan digunakan dalam operasi perusahaan. Aktiva terdiri dari: aktiva lancar, investasi jangka panjang, aktiva tetap, dan aktiva tidak berwujud.

2) Kewajiban (liabilities).

Adalah utang-utang perusahaan yang timbul karena peristiwa (transaksi) masa lalu dan harus diselesaikan di masa mendatang dengan menyerahkan aktiva atau sumber daya perusahaan (berupa pelunasan). Utang terdiri dari: utang lancar, utang jangka panjang, dan utang-utang lainnya yang tidak termasuk ke dalam dua utang sebelumnya.

3) Ekuitas (equity).

Adalah hak kepemilikan atas aktiva perusahaan yang merupakan kekayaan bersih yaitu selisih aktiva dengan utang. Pemberian nama ekuitas tergantung jenis perusahaannya.

b. Laporan laba-rugi

Adalah laporan yang menunjukkan kinerja/kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba/keuntungan selama periode tertentu, terdiri dari unsur pendapatan dan beban. Pendapatan merupakan penghasilan yang diperoleh melalui penyerahan barang atau jasa kepada pembeli yang biasanya diukur dengan aktiva yang diterima sebagai penukaran atas barang atau jasa yang diserahkan selama periode tertentu.

Pendapatan terdiri dari dua bagian, yaitu

- Pendapatan operasional adalah pendapatan dari kegiatan utama perusahaan
- Pendapatan non-operasional adalah pendapatan yang diperoleh dari luar usaha pokok yang sifatnya insidental.

Beban (expenses) adalah semua pengorbanan yang terjadi untuk memperoleh pendapatan selama periode tertentu.

Beban dapat dibedakan atas dua:

- Beban operasional adalah beban yang terjadi ditunjukkan dalam rangka pendapatan operasional

- Beban non operasional adalah beban yang terjadi tidak berkaitan langsung dengan kegiatan utama perusahaan.
Laba rugi memperlihatkan operasi perusahaan selama satu periode, seperti satu tahun, satu kuartal, atau satu bulan.
- c. Laporan perubahan posisi keuangan (arus kas)
Tujuannya adalah untuk memberikan informasi tentang perubahan aktiva lancar dan utang lancar (penggunaan & sumber modal kerja perusahaan). Laporan arus kas adalah laporan yang digunakan untuk memberikan informasi mengenai penerimaan/pengeluaran kas pada periode tertentu.
Laporan arus kas melaporkan hal-hal sbb:
 - (1) Penerimaan dan pengeluaran kas dari aktivitas operasi
 - (2) Penerimaan dan pengeluaran kas dari aktivitas investasi
 - (3) Penerimaan dan pengeluaran kas dari aktivitas pendanaan
 - (4) Jumlah kas akhir periode.

5) Manajemen Sumber Daya Manusia

Salah satu aspek yang tak kalah penting untuk dikelola oleh wirausahawan adalah aspek Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada. Manusia (karyawan) sebagai motor penggerak kegiatan usaha perlu dikelola secara profesional.

Komponen Manajemen Sumber Daya Manusia bagi UMK, meliputi:

a. Pengadaan

Pengadaan tenaga kerja atau *rekrutmen* yang dilakukan akan sangat berpengaruh pada proses seleksi. *Qualified* atau tidaknya pelamar yang akan diseleksi sangat tergantung pada pengadaan tenaga kerja atau hasil *rekrutmen*-nya. Pengadaan tenaga kerja yang efektif akan menghasilkan tersedianya sejumlah pelamar yang *qualified*. Metode dan proses seleksi pada pengadaan tenaga kerja atau *rekrutmen* terdapat berbagai langkah yang harus dilakukan tergantung pada kebutuhan dan tujuan *rekrutmen*.

(1) Pengertian Seleksi.

Seleksi adalah usaha pertama yang dilakukan perusahaan untuk memperoleh karyawan yang kualifikasi dan kompeten yang akan menjabat serta mengerjakan semua pekerjaan pada perusahaan.

Menurut Para Ahli, seleksi adalah:

- *Dale Yoder (1981)*, seleksi adalah suatu proses ketika calon karyawan dibagi dua bagian, yaitu yang akan diterima atau yang ditolak.
- *Malayu Hasibuan*, seleksi adalah suatu kegiatan pemilihan dan penentuan pelamar yang akan diterima atau ditolak untuk menjadi

karyawan perusahaan. Seleksi ini didasarkan kepada spesifikasi tertentu dari setiap perusahaan bersangkutan.

(2) Tujuan Seleksi.

Menurut Alex Nitisemito (1996:36) tujuan dilaksanakan proses seleksi adalah untuk mendapatkan “The Right Man In The Right Place”. Dalam proses seleksi perusahaan harus mendapatkan tenaga kerja yang tepat di dalam posisi yang tepat pula.

Tujuan seleksi, diantaranya adalah:

- Menjamin perusahaan memiliki karyawan yang tepat untuk suatu jabatan/pekerjaan.
- Memastikan keuntungan investasi SDM perusahaan.
- Mengevaluasi dalam mempekerjakan dan penempatan pelamar sesuai minat.
- Memperlakukan pelamar secara adil dan meminimalkan deskriminasi.
- Memperkecil munculnya tindakan buruk karyawan yang seharusnya tidak diterima.

(3) Metode Seleksi.

1. Metode non ilmiah, yaitu seleksi yang dilaksanakan tidak didasarkan kepada kriteria, standar atau spesifikasi kebutuhan nyata pekerjaan, tetapi hanya didasarkan kepada perkiraan dan pengalaman saja. Seleksi ini tidak berpedoman kepada uraian pekerjaan dan spesifikasi pekerjaan dari jabatan yang akan di isi.

- Unsur-unsur yang diseleksi biasanya meliputi;
 - 1.1 Surat lamaran,
 - 1.2 Ijazah terakhir dan transkrip nilai,
 - 1.3 Surat keterangan pekerjaan dan pengalaman,
 - 1.4 Referensi/rekomendasi dari pihak yang dapat dipercaya,
 - 1.5 Wawancara langsung (walk interview),
 - 1.6 Penampilan dan keadaan fisik.

2. Metode ilmiah, yaitu pengembangan seleksi secara ilmiah dengan mengadakan analisis yang cermat tentang unsur-unsur yang akan diseleksi supaya diperoleh karyawan yang kompeten sesuai dengan kebutuhan penempatan yang tepat.

- Seleksi ilmiah dilaksanakan dengan cara-cara berikut;
 - 2.1 Metode kerja yang jelas dan sistematis,
 - 2.2 Berorientasi kepada prestasi kerja,
 - 2.3 Berorientasi kepada kebutuhan nyata karyawan,
 - 2.4 Berdasarkan kepada job analysis dan ilmu lainnya,
 - 2.5 Berpedoman kepada undang-undang tenaga kerja.

(4) Proses Seleksi.

Terdapat empat komponen dalam suatu proses seleksi, yaitu:

1. Kuantitas (jumlah) tenaga kerja yang dibutuhkan,
2. Kualitas standard tenaga kerja yang dibutuhkan,
3. Kualifikasi dari sejumlah calon tenaga kerja,
4. Serangkaian perangkat dan media seleksi.

Pendekatan Proses Seleksi, yaitu:

1. Jenis Seleksi:
 - 1.1 Seleksi administratif,
 - 1.2 Seleksi tertulis,
 - 1.3 Seleksi tidak tertulis.
2. Sistem seleksi harus berasaskan efisiensi (terkait biaya, waktu dan tenaga) dan bertujuan untuk memperoleh karyawan yang terbaik sesuai dengan kebutuhan serta penempatannya yang tepat.
Sistem seleksi menurut Andrew F. Sikula;
 - 1.1 *Succesive-Hurdles*, adalah sistem seleksi yang dilaksanakan berdasarkan urutan testing, yakni jika pelamar tidak lulus pada suatu tahapan testing, ia tidak boleh mengikuti testing tahap berikutnya dan pelamar tersebut dinyatakan gugur.
 - 1.2 *Compensatory-Approach*, adalah sistem seleksi yang dilakukan dengan cara pelamar mengikuti seluruh testing, kemudian dihitung nilai rata-rata hasil tes apakah mencapai standar atau tidak. Pelamar yang mencapai nilai standar dinyatakan lulus, sebaliknya yang tidak mencapai nilai standar dinyatakan gugur atau tidak lulus.

b. Penempatan

Kesesuaian penempatan Sumber Daya Manusia merupakan suatu hal yang penting karena sangat berpengaruh pada pencapaian tujuan yang ingin dicapai dalam suatu kegiatan usaha. Penempatan SDM harus tepat dan sesuai antara tuntutan pekerjaan dengan kemampuan tenaga kerja serta kompetensi tenaga kerja yang profesional. Seseorang akan bekerja dengan baik dan berhasil apabila mengetahui dengan jelas posisi, tugas dan tanggung-jawabnya dalam suatu pekerjaan. Hal itu sangat penting dalam setiap kegiatan usaha sehingga dapat mengetahui peranan SDM terhadap pencapaian hasil pekerjaan dan pencapaian tujuan usaha.

Pengertian penempatan tenaga kerja, antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Menurut Siswanto (1989: 88) penempatan pegawai adalah suatu proses pemberian tugas dan pekerjaan kepada tenaga kerja yang lulus dalam seleksi untuk dilakukan secara kontinuitas serta mampu mempertanggungjawabkan segala resiko dan kemungkinan yang terjadi atas fungsi dan pekerjaan, wewenang dan tanggung jawab.
- 2) Menurut Bedjo Siswanto (1989: 88), penempatan tenaga kerja atau dengan kata lain pegawai adalah suatu proses pemberian tugas dan pekerjaan kepada pegawai yang lulus dalam seleksi untuk dilaksanakan secara kontinuitas dengan wewenang dan tanggung jawab sebesar porsi dan komposisi yang ditetapkan serta mampu mempertanggungjawabkan segala resiko dan kemungkinan yang terjadi atas tugas dan pekerjaan, wewenang dan tanggung jawab tersebut.
- 3) Menurut Burhannudin A. Tayibnapi (1995: 134), penempatan pegawai adalah suatu proses pendayagunaan pegawai dengan menempatkan calon pegawai pada unit kerja yang telah direncanakan menerima tambahan tenaga.
- 4) Menurut Schuller dan Jackson (1997: 276) mengartikan bahwa penempatan pegawai berkaitan dengan pencocokan seseorang dengan jabatan yang akan dipegangnya berdasarkan pengetahuan, ketrampilan serta kepribadian karyawan tersebut.
- 5) Menurut Faustino (2000: 117) mengungkapkan bahwa penempatan pegawai merupakan salah satu fungsi terpenting dalam manajemen sumber daya manusia, tepat tidaknya seseorang ditempatkan pada suatu posisi tertentu tergantung pada fungsi penempatan ini. Jika fungsi ini dilaksanakan dengan baik maka dengan sendirinya akan berakibat fatal terhadap pencapaian tujuan-tujuan organisasi.
- 6) Menurut Marihot Tua Efendi Hariandja (2002: 156), penempatan pegawai merupakan proses penugasan atau pengisian jabatan atau penugasan kembali pegawai pada tugas atau jabatan baru atau jabatan yang berbeda.

Dari pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa penempatan pegawai merupakan salah satu usaha untuk menyalurkan kemampuan sebaik-baiknya dengan jalan menempatkan pada posisi atau jabatan yang paling sesuai untuk memperoleh prestasi kerja yang optimal.

Spesifikasi yang harus dipenuhi dalam penempatan SDM.

Spesifikasi atau kriteria yang harus dipenuhi dalam penempatan pegawai atau tenaga kerja, menurut Bernardin dan Russel (1993: 111) ada hal yang paling utama adalah sebagai berikut:

a) Pengetahuan.

Merupakan suatu kesatuan informasi terorganisir yang biasanya terdiri dari sebuah fakta atau prosedur yang diterapkan secara langsung terhadap kinerja. Sebuah fungsi pengetahuan seseorang dapat diperoleh melalui pendidikan formal, pendidikan informal, membaca buku dan lain-lain. Pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan diharapkan dapat membantu dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab pekerjaannya, oleh karena itu karyawan dituntut untuk memiliki pengetahuan yang sesuai dengan pekerjaannya.

b) Kemampuan.

Kemampuan menunjukkan kesanggupan, kecakapan seseorang untuk melaksanakan tugas dan pekerjaan yang dibebankan kepadanya. Setiap pekerjaan menuntut pengetahuan, ketrampilan dan sikap tertentu. Kemampuan sangat penting karena bertujuan untuk mengukur prestasi kerja karyawan, maksudnya dapat mengukur sejauh mana pegawai bisa sukses dalam melakukan tugas dan pekerjaannya. Hal ini berkaitan dengan kenyataan bahwa setiap jenis pekerjaan menuntut pengetahuan, keterampilan dan sikap tertentu agar dapat melakukan pekerjaan dengan baik yang akan berpengaruh terhadap peningkatan prestasi kerja pegawai tersebut.

c) Sikap.

Kriteria selanjutnya yang harus dipenuhi dalam penempatan pegawai adalah sikap. Sikap merupakan pernyataan evaluatif yang baik dan menguntungkan, hal ini menyangkut mengenai obyek, orang atau peristiwa dimana sikap dapat mencerminkan bagaimana seseorang merasakan sesuatu (misalnya benar, salah, setuju, tidak setuju).

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penempatan SDM.

Dalam pelaksanaan penempatan pegawai, Bedjo Siswanto (1989: 88) mengemukakan bahwa ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dalam penempatan pegawai, adalah sebagai berikut:

a) Faktor prestasi akademis.

Prestasi akademis yang telah dicapai oleh pegawai selama mengikuti jenjang pendidikan, sebelumnya harus mendapatkan pertimbangan dalam menempatkan di mana pegawai yang bersangkutan harus melaksanakan

tugas dan pekerjaan serta mengemban wewenang dan tanggung jawab. Pegawai yang memiliki prestasi akademik yang tinggi harus ditempatkan pada tugas dan pekerjaan yang diperkirakan dia mampu mengembannya.

- b) Faktor pengalaman bekerja.
Pengalaman bekerja pada pekerjaan yang sejenis yang telah dialami sebelumnya, perlu mendapatkan pertimbangan dalam rangka penempatan pegawai. Pengalaman bekerja banyak memberikan kecenderungan bahwa yang bersangkutan memiliki keahlian dan keterampilan kerja yang relatif tinggi. Pengalaman bekerja yang dimiliki oleh seseorang, kadang-kadang lebih dihargai daripada tingkat pendidikan yang menjulang tinggi.
- c) Faktor kesehatan fisik dan mental.
Faktor ini perlu mendapatkan pertimbangan dalam menempatkan pegawai karena tanpa dipertimbangkan, hal-hal yang dapat merugikan organisasi tidak menutup kemungkinan akan terjadi. Walaupun kurang akurat tingkat kepercayaan terhadap hasil tes kesehatan yang dilakukan, terutama tentang kondisi fisik, namun sepintas lalu dapat dilihat kondisi fisik pegawai yang bersangkutan untuk dipertimbangkan, pada tempat mana pegawai yang bersangkutan diberikan tugas dan pekerjaan yang cocok baginya berdasarkan kondisi fisik yang dimiliki. Melihat kesehatan mental, sebenarnya tak semudah menilai kesehatan fisik, karena untuk menguji kesehatan mental diperlukan dokter khusus yang ahli tentang lingkup tersebut.
- d) Faktor status perkawinan.
Faktor ini juga sebagai bahan pertimbangan dalam menempatkan pegawai yang bersangkutan terutama wanita yang telah berkeluarga. Pegawai wanita yang mempunyai suami perlu mendapatkan pertimbangan apalagi jika sudah mempunyai anak.
- e) Faktor usia.
Dalam rangka menempatkan pegawai, faktor usia pada diri pegawai yang lulus dalam seleksi, perlu mendapatkan pertimbangan untuk menghindarkan rendahnya produktivitas yang dihasilkan oleh pegawai yang bersangkutan.

Analisis jabatan dalam proses penempatan SDM.

Analisis jabatan merupakan hal mendasar dalam proses penempatan sumber daya manusia. Tanpa adanya data yang akurat tentang profil dari setiap jabatan, jenis kemampuan dan ketrampilan yang dibutuhkan, serta pengalaman dan pendidikan yang disyaratkan untuk menduduki jabatan tersebut, maka proses penempatan sumber daya manusia akan menjadi sulit. Penempatan pegawai

akan timpang karena tidak diimbangi informasi yang memadai dan akurat terkait jabatan tersebut, pengembangan dan Pembelajaran mungkin tidak dapat mencapai tujuan dan hasil yang baik, begitu juga halnya dengan penilaian kinerja tidak akan optimal.

Secara umum analisis jabatan merupakan suatu proses untuk mengidentifikasi dan menentukan secara rinci tugas dan persyaratan dari suatu jabatan tertentu.

Stephen Robbin (1993) mendefinisikan analisis jabatan sebagai suatu bentuk pengembangan uraian terperinci dari tugas (duties) yang harus dilakukan dalam suatu jabatan, penentuan hubungan dari satu jabatan dengan jabatan lain yang ada, dan penentuan tentang pengetahuan, ketrampilan, dan kemampuan serta sikap yang diperlukan untuk melakukan pekerjaan secara efisien dan efektif. Menurut Milkovich & Newman (1999) analisis jabatan adalah proses pengumpulan informasi secara sistematis terhadap berbagai informasi terpercaya dan relevan, berhubungan dengan pekerjaan, dan tugas dari suatu jabatan tertentu. Menurut Flippo (Burhannudin, 1995: 55), analisis jabatan (job analysis) adalah proses mempelajari dan mencari informasi tentang kegiatan dan tanggung jawab sesuatu jabatan tertentu. Menurut Musanef (1996: 113), analisis jabatan adalah suatu teknik untuk mendapatkan informasi tentang jabatan melalui proses penelitian atau pengkajian yang dilakukan secara analitik terhadap jabatan yang diperlukan dalam suatu unit organisasi. Menurut Marihot (2002: 48), analisis jabatan adalah usaha untuk mencari tahu tentang jabatan atau pekerjaan yang berkaitan dengan tugas-tugas yang dilakukan dalam jabatan tersebut. Data yang dikumpulkan secara lebih rinci meliputi tugas (duties), tanggung jawab (responsibility), kemampuan manusia (human ability) dan standar unjuk kerja (performance standard). Menurut D. S Widodo (dalam Moekijat, 1985) analisis jabatan adalah penelaahan secara teratur, sistematis dan mendalam tentang suatu pekerjaan untuk memperoleh manfaatnya dalam memenuhi suatu tujuan. Sedangkan menurut Drs. Manullang (dalam Moekijat, 1985) analisis jabatan merupakan suatu proses untuk membuat uraian pekerjaan sehingga dapat diperoleh keterangan yang diperlukan untuk menilai jabatan tersebut.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa analisis jabatan merupakan suatu proses pengumpulan dan pencatatan informasi yang terpercaya dengan suatu prosedur tertentu terhadap untuk suatu jabatan tertentu dan persyaratan yang harus dimiliki oleh si pemegang jabatan. Informasi terkait analisis jabatan tersebut meliputi yang termasuk adalah:

- 1) Semua tugas dan aktifitas kerja berikut tanggungjawabnya,

- 2) Pengetahuan, kemampuan, ketrampilan dan sikap atau karakter yang dibutuhkan oleh orang yang akan memegang jabatan tersebut,
- 3) Alasan terhadap suatu jabatan tertentu yang membuat jabatan tersebut berdampak positif terhadap jabatan yang lain,
- 4) Standard kerja dan standard operasional kerja sebagai panduan yang dapat dijadikan dasar untuk mengukur kinerja,

Konsep penting dalam analisis jabatan adalah bahwa analisis dilakukan terhadap jabatan (*the job*), bukan terhadap orang (*person*). Meskipun data diperoleh dari pemegang jabatan (*incumbent*) melalui pengamatan, wawancara atau kuesioner/angket, produk yang menjadi hasil analisis jabatan adalah berupa uraian jabatan (*job description*) atau spesifikasi jabatan (*specifications of the job*), bukan suatu uraian tentang orang (*description of the person*).

Tujuan dan manfaat analisis jabatan.

Informasi yang diperoleh dari hasil analisis jabatan sangat bermanfaat sehingga dapat dipergunakan antara lain untuk tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mendapatkan pegawai sesuai kebutuhan
 2. Untuk menempatkan pegawai agar tepat
 3. Untuk menyusun program latihan
 4. Untuk mengadakan penilaian jabatan
 5. Untuk dasar kenaikan pangkat jabatan
 6. Untuk dasar pemberian kompensasi
 7. Untuk memperbaiki kendali kerja pegawai
 8. Untuk menentukan standar kinerja pegawai
 9. Untuk mempermudah perencanaan organisasi
 10. Untuk menghindari salah paham terkait tugas, wewenang & tanggung-jawab
- c. **Kompensasi**
- Kompensasi adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung yang diterima karyawan sebagai imbalan atas jasa yang diberikan kepada perusahaan (Malayu S.P. Hasibuan, 2002:54). Kompensasi berbentuk uang, artinya gaji dibayar dengan sejumlah uang kartal kepada karyawan yang bersangkutan. Kompensasi berbentuk barang, artinya gaji dibayar dengan barang. Misalnya gaji dibayar 10% dari produksi yang dihasilkan. Di Jawa Barat penunai padi upahnya 10% dari hasil padi yang ditunai.

Kompensasi merupakan istilah yang berkaitan dengan imbalan-imbalan finansial (*financial reward*) yang diterima oleh orang-orang melalui hubungan kepegawaian mereka dengan sebuah organisasi. Pada umumnya bentuk kompensasi berupa finansial karena pengeluaran moneter yang dilakukan oleh organisasi. Kompensasi bisa langsung diberikan kepada karyawan, ataupun tidak langsung, dimana karyawan menerima kompensasi dalam bentuk-bentuk non moneter.

Beberapa terminologi dalam kompensasi:

1. Upah/gaji. Upah (*wages*) biasanya berhubungan dengan tarif gaji perjam (semakin lama kerjanya, semakin besar bayarannya). Upah merupakan basis bayaran yang kerap digunakan bagi pekerja-pekerja produksi dan pemeliharaan. Sedangkan gaji (*salary*) umumnya berlaku untuk tarif mingguan, bulanan atau tahunan.
2. Insentif, (*incentive*) merupakan tambahan-tambahan gaji diatas atau diluar gaji atau upah yang diberikan oleh organisasi. Program-program insentif disesuaikan dengan memberikan bayaran tambahan berdasarkan produktivitas, penjualan, keuntungan-keuntungan atau upaya-upaya pemangkasan biaya.
3. Tunjangan (*Benefit*). Contoh-contoh tunjangan seperti asuransi kesehatan, asuransi jiwa, liburan-liburan yang ditanggung perusahaan, program pensiun dan tunjangan-tunjangan lainnya yang berhubungan dengan kepegawaian.
4. Fasilitas (*Facility*) adalah kenikmatan/fasilitas seperti mobil perusahaan, keanggotaan klub, tempat parkir khusus.

Jenis-jenis kompensasi.

Komponen dari keseluruhan kompensasi secara umum di kelompokkan kedalam kompensasi finansial langsung, tak langsung dan non finansial.

1. Kompensasi finansial secara langsung berupa; bayaran pokok (gaji dan upah), bayaran prestasi, bayaran insentif (bonus, komisi, pembagian laba/keuntungan dan opsi saham) dan bayaran tertangguh (program tabungan dan anuitas pembelian saham)
2. Kompensasi finansial tidak langsung berupa; program-program proteksi (asuransi kesehatan, asuransi jiwa, pensiun, asuransi tenaga kerja), bayaran diluar jam kerja (liburan, hari besar, cuti tahunan dan cuti hamil) dan fasilitas-fasilitas seperti kendaraan,ruang kantor dan tempat parkir.
3. Kompensasi non financial, berupa pekerjaan (tugas-tugas yang menarik, tantangan, tanggung jawab, pengakuan dan rasa pencapaian). Lingkungan

kerja (kebijakan-kebijakan yang sehat, supervise yang kompeten, kerabat yang menyenangkan, lingkungan kerja yang nyaman).

Tujuan pemberian kompensasi.

Menurut Notoatmodjo (1998:67), manfaat adanya kebijakan pemberian kompensasi bagi pegawai adalah meliputi tujuan untuk:

1. Menghargai prestasi karyawan
2. Menjamin keadilan gaji karyawan
3. Memperoleh karyawan yang bermutu
4. Memenuhi hak dan peraturan ketenaga-kerjaan
5. Mempertahankan karyawan atau mengurangi turn-over karyawan

d. Pengembangan

Bagi perusahaan, karyawan adalah aset yang harus terus dikembangkan. Tujuan dari pengembangan karyawan ini adalah untuk meningkatkan produktivitas kerja, melakukan efisiensi, memberikan kesempatan berkarier, serta menemukan potensi pada karyawan itu sendiri. Biasanya atasan langsung yang bertanggung jawab pada pengembangan karyawan tersebut.

Berikut ini adalah 9 metode umum pengembangan karyawan yang dapat dilakukan dalam penerapan manajemen sumber daya manusia, meliputi sebagai berikut:

1. Pembelajaran (*Training*)

Pembelajaran merupakan program umum untuk pengembangan karyawan. Bentuknya bisa Pembelajaran di dalam perusahaan (*internal training*) atau di luar perusahaan (*external training*). *Internal training* sering disebut juga *in house training* dapat dilakukan dengan menggunakan Dosen dari perusahaan sendiri atau dari luar perusahaan. Sementara itu, *external training* dapat dilakukan dengan mengirimkan karyawan ke suatu instansi atau lembaga Pembelajaran tertentu.

2. Pendidikan

Pengembangan karier karyawan melalui pendidikan biasanya bersifat khusus. Hal ini ditujukan untuk karyawan terbaik yang dianggap perlu mengembangkan dan meningkatkan pendidikannya karena pendidikan sebelumnya dianggap belum cukup.

3. Magang

Seperti halnya Pembelajaran, magang kerja juga dapat dilakukan di dalam perusahaan atau di luar perusahaan. Magang di dalam perusahaan biasanya lintas departemen dengan durasi waktu tertentu. Magang kerja internal ini ditujukan untuk menyelaraskan dan meningkatkan

pengetahuan dan keterampilan terkait kerjasama antar bagian tertentu. Sedangkan magang eksternal dilakukan pada perusahaan induk atau perusahaan lain yang pada umumnya ada keterkaitan dengan bidang pekerjaan karyawan tersebut.

4. *Job Enrichment*

Pengembangan karyawan bisa juga dilakukan dengan *job enrichment*. Singkatnya, program ini adalah penambahan tugas dan/atau tanggung-jawab pada posisi yang sama. Beberapa contoh dalam hal ini adalah:

- Karyawan yang mendapat tugas tertentu (misalnya proyek khusus) di departemen lain atau lintas departemen
- Karyawan yang mengisi jabatan baru yang sebelumnya tidak ada dengan tingkat jabatan yang sama
- Karyawan mendapat tugas menggantikan atasannya yang sedang berhalangan, cuti atau dinas luar kota

Biasanya, karyawan yang dilibatkan dalam program *job enrichment* ini adalah karyawan yang menonjol di antara karyawan lain secara umum. Meskipun ada juga perusahaan yang melakukan *job enrichment* pada semua karyawan yang berada dalam satu tingkat (level) demi untuk pemerataan kesempatan berkembang pada semua karyawan.

5. *Benchmark*

Benchmark atau sering juga disebut studi banding adalah mengevaluasi atau membandingkan sesuatu dengan standar kerja. Cara ini dilakukan bila ada sesuatu di perusahaan tersebut perlu ditingkatkan. Tentu saja, studi banding ini tidak hanya terhadap peralatan, tetapi bisa juga pada hal apapun yang menyangkut kepentingan perusahaan. Beberapa hal yang sering dilakukan diantaranya adalah terkait bidang:

- Keselamatan kerja
- Prosedur kerja baku
- Situasi kerja
- Perjanjian kerja bersama antara perusahaan dengan karyawan

6. Uji kompetensi

Uji kompetensi atau uji kemampuan dilakukan untuk pengembangan karyawan. Uji ini dapat dilakukan oleh pihak perusahaan sendiri atau suatu Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) yang telah diakreditasi oleh Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP).

Uji kompetensi internal biasanya juga berupa program tahunan yang dijalankan oleh suatu departemen yang menjalankan suatu standar. Sebagai contoh, suatu laboratorium yang menjalankan ISO melakukan uji kompetensi tahunan terhadap karyawan analis sebagai bagian dari

jaminan mutu pengujian. Sementara itu uji kompetensi oleh Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) setahap lebih maju karena sertifikat yang telah dikeluarkan untuk uji kompetensi karyawan diakui secara nasional.

7. Rotasi kerja

Metode lain dari pengembangan karyawan adalah rotasi kerja. Metode ini bisa dilakukan di satu departemen atau antar departemen dengan periode waktu tertentu, mingguan atau bulanan. Tujuannya antara lain menyiapkan karyawan yang akan mendapat promosi dan memberikan tantangan baru atau menambah keterampilan karyawan pada bidang tertentu di departemen tempat rotasi kerja tersebut.

8. *Coaching*

Coaching (bimbingan) bisa diberlakukan pada karyawan agar berkinerja lebih baik lagi. Tujuannya adalah meningkatkan kualitas kerja, transfer pengetahuan, menambah keterampilan, dan mendekatkan hubungan kerja atasan dengan bawahan dan antara rekan kerja yang lain.

9. Promosi

Metode pengembangan yang terakhir adalah metode promosi. Selain masebagai penghargaan kinerja yang bagus bagi karyawan, promosi ini juga bertujuan untuk mengembangkan keterampilan karyawan serta mempertahankan karyawan yang memiliki potensi dan kinerja yang baik agar tidak mengundurkan diri atau pindah ke perusahaan lain. Pada umumnya promosi dilakukan bila ada posisi yang lowong, posisi baru, atau karyawan bersangkutan telah memenuhi kualifikasi jabatan untuk posisi yang lebih tinggi, biasanya dengan memperhitungkan juga masa kerja karyawan tersebut pada posisi sebelumnya.

Dengan mengetahui sembilan metode pengembangan karyawan di atas, langkah berikutnya yang sebaiknya dilakukan adalah membuat program pengembangan karyawan yang pelaksanaannya dapat dilakukan secara internal untuk pengembangan SDM, atau mengajukan program tersebut pada bagian personalia yang merupakan pertanggung-jawaban terhadap program pengembangan karyawan dengan mempertimbangkan biaya dan sumber daya yang ada dalam membuat program tersebut sehingga tidak mengganggu aktifitas operasional kegiatan usaha.

d. Pemutusan Hubungan Kerja

Pemutusan Hubungan Kerja atau PHK adalah hal yang sangat mungkin terjadi dalam semua bidang usaha. Pada umumnya PHK yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan alasan efisiensi usaha atau alasan yang lebih buruk

lagi adalah disebabkan karna penutupan usaha. Prinsipnya perusahaan bisa melakukan PHK (pemutusan hubungan kerja) dengan alasan efisiensi atau bahkan alasan penutupan usaha. Pasal 164, ayat 3 menyatakan:

“Pengusaha dapat melakukan pemutusan hubungan kerja terhadap pekerja atau buruh karena perusahaan tutup bukan karena mengalami kerugian 2 (dua) tahun berturut-turut atau bukan karena keadaan memaksa (force majeure) tetapi perusahaan melakukan efisiensi,.....”.

Namun hal ini tidak mudah dilakukan jika tidak disertai dengan bukti-bukti yang kuat. Bila salah satu opsi terbaik untuk efisiensi adalah melakukan Pemutusan Hubungan Kerja atau PHK, berikut ini adalah langkah-langkah yang dilakukan dengan alasan efisiensi usaha atau penutupan usaha:

- (5) Bacalah Undang-Undang Ketenagakerjaan (Undang-Undang No. 13 Tahun 2003), khususnya Bab XII.

Bab ini, yang dimulai dari Pasal 150 sampai dengan Pasal 172, banyak membahas pemutusan hubungan kerja, maka perlu dipahami implikasi dari pemutusan hubungan kerja dan persyaratan yang harus dipenuhi.

- (6) Bacalah bab yang mengatur pemutusan hubungan kerja yang ada pada Peraturan Perusahaan atau Perjanjian Kerja Bersama (bila ada serikat pekerja). Pada bab itu, biasanya dijelaskan kondisi-kondisi yang harus ada atau harus dipenuhi sebelum melakukan pemutusan hubungan kerja dengan karyawan atau buruh termasuk PHK dengan alasan efisiensi.
- (7) Periksa laporan keuangan perusahaan; apakah ada indikasi merugi selama dua tahun berturut-turut. Seperti yang tertulis pada Pasal 164 ayat 3 di atas, kita hanya bisa melakukan PHK dengan alasan efisiensi bila perusahaan merugi selama dua tahun berturut-turut. Bila bukti ini tidak ada, maka tidak akan mendapatkan izin untuk melakukan PHK dari Lembaga Penyelesaian Perselisihan Hubungan Industrial (LPPHI). Bila ada bukti yang kuat, bisa melakukan pemutusan hubungan kerja setelah melakukan berbagai macam cara untuk memperbaiki keuangan dan menyelamatkan perusahaan dari kerugian yang semakin besar.
- (8) Beritahukan kondisi perusahaan kepada karyawan bila perusahaan benar-benar mengalami kerugian selama dua tahun berturut-turut, berikanlah informasi yang benar dan jelas kalau memang perusahaan terus-menerus merugi. Tidak perlu menyembunyikan informasi yang sesungguhnya terjadi. Pekerja bisa memahami kesulitan yang dihadapi perusahaan bila ada indikasi yang kuat perusahaan terus merugi. Maka sebaiknya disampaikan pemberitahuan secara langsung dan tertulis. Bila ada Serikat Pekerja

(SP) dalam perusahaan, beritahukanlah hal ini kepada pengurusnya atau kepada perwakilan pekerja bila tidak ada Serikat Pekerja (SP).

- (9) Mintalah izin dari Lembaga Penyelesaian Perselisihan Industrial untuk melakukan PHK, surat ijin ini diperlukan. Dalam Undang-Undang No. 13 tahun 2003, Pasal 152, izin ini harus diperoleh perusahaan sebelum melakukan PHK dengan karyawan; bila tidak ada, perusahaan tidak dapat memutuskan hubungan kerja. Berikut adalah isi Pasal 152:
- (1) Permohonan penetapan pemutusan hubungan kerja diajukan secara tertulis kepada Lembaga Penyelesaian Perselisihan Hubungan Industrial disertai alasan yang menjadi dasarnya.
 - (2) Permohonan penetapan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat diterima oleh Lembaga Penyelesaian Perselisihan Hubungan Industrial apabila telah dirundingkan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 151 ayat (2).
 - (3) Penetapan atas permohonan pemutusan hubungan kerja hanya dapat diberikan oleh Lembaga Penyelesaian Perselisihan Hubungan Industrial jika ternyata maksud untuk memutuskan hubungan kerja telah dirundingkan, tetapi perundingan tersebut tidak menghasilkan kesepakatan.
 - (4) Hitunglah uang pesangon dan uang penghargaan karyawan sesuai dengan yang tertulis dalam Undang-Undang No. 13 tahun 2003 atau Peraturan Perusahaan atau Perjanjian Kerja Bersama. Pada beberapa perusahaan, komponen uang pesangon ini terdiri dari gaji pokok, tunjangan hari raya, tunjangan kesehatan, dan tunjangan lain yang diberikan secara menetap.
 - (5) Mintalah kepada karyawan untuk menandatangani dokumen “*Mutual Consent*” sebagai bukti bahwa karyawan mau menerima kesepakatan PHK. Dokumen ini biasanya memuat informasi bahwa karyawan menerima PHK, jumlah pesangon yang akan diterima, tidak membocorkan informasi perusahaan yang bersifat rahasia, dan tidak akan menuntut balik perusahaan di kemudian hari bila ada kekeliruan dalam perhitungan pesangon dalam proses melakukan PHK.
 - (6) Mintalah kepada karyawan untuk mengembalikan semua barang milik perusahaan yang dipakai karyawan selama ini. Misalnya, komputer, kalkulator, kartu pegawai dan barang-barang lain yang menjadi milik perusahaan.
 - (7) Persiapkanlah ‘*Testimonium*’ (Surat Keterangan Pernah Bekerja) untuk karyawan semua pegawai. Surat ini biasanya memberikan informasi

bahwa karyawan tersebut pernah bekerja. Pada surat tersebut tuliskan prestasi kerja karyawan selama bekerja pada perusahaan. Surat ini akan diperlukan oleh karyawan sebagai dasar untuk meminta uang Jamsostek (Jaminan Sosial dan Kesehatan), dana pensiun, dan keperluan lain termasuk untuk melengkapi lampiran CV (Curriculum Vitae) bila melamar kerja pada perusahaan lain di kemudian hari.

- (8) Buatlah seremoni acara perpisahan dengan karyawan dan berikanlah cinderamata atau penghargaan bagi karyawan yang dinilai berprestasi. Hal ini dapat menjadi satu kenangan yang berkesan bagi karyawan. Berikan ucapan terimakasih dan doa-doa agar karyawan mendapat pekerjaan baru yang lebih baik secepatnya.

Itulah beberapa langkah yang perlu dipertimbangkan dalam penerapan Manajemen Sumber Daya Manusia terkait pemutusan hubungan kerja, sebelum melakukan PHK dengan alasan efisiensi, yang sangat mungkin dapat terjadi pada dunia Usaha Mikro Kecil (UMK).

Kesimpulan umum adalah bahwa Sumber Daya Manusia merupakan aset yang sangat penting dan berharga dalam perusahaan. Terdapat 8 fungsi manajerial yang dapat dilaksanakan terkait dengan pengelolaan manajemen sumber daya manusia adalah sebagai berikut:

- (1) Analisis jabatan,
- (2) Perencanaan tenaga kerja,
- (3) Pengadaan karyawan,
- (4) Pembelajaran dan pengembangan tenaga kerja,
- (5) Kebijakan kompensasi/pengupahan,
- (6) Perencanaan karir pegawai,
- (7) Kebijakan kesejahteraan pegawai,
- (8) Pemutusan hubungan kerja.

Semua ini dilakukan agar dapat diperoleh karyawan yang “*the right man on the right place*” yaitu karyawan yang mampu menjalankan tugas pokok dan fungsinya serta tanggung-jawabnya secara profesional dalam meningkatkan kinerja dan produktifitas usaha.

4. Cara Mengidentifikasi Manajemen Bisnis UMK

- a. Mengidentifikasi data dan informasi untuk kebutuhan penerapan manajemen bisnis UMK didasarkan atas kebutuhan untuk mengatasi kelemahan dan masalah yang alami dan atau kebutuhan untuk mengembangkan potensi atau kekuatan yang dimiliki untuk meningkatkan kinerja UMK melalui penerapan manajemen bisnis UMK.

Kebutuhan dan tujuan penerapan manajemen bisnis UMK dapat dilaksanakan sesuai kebutuhan masing-masing bidang:

- 1) Bidang Pemasaran, yang terdiri atas promosi, jaringan distribusi, dan manajemen pemasaran
 - 2) Bidang Produksi, yang terdiri atas pengadaan (supply) bahan baku, proses produksi dan teknologi serta manajemen produksi
 - 3) Bidang Pembiayaan, dapat berupa pembiayaan modal usaha dalam bentuk pinjaman atau pembiayaan dalam bentuk ekuitas
 - 4) Bidang Sumber Daya Manusia, dapat berupa pengembangan SDM atau lainnya.
- b. Menyiapkan form indentifikasi prioritas kebutuhan penerapan manajemen bisnis UMK.

Tahapan selanjutnya untuk mengidentifikasi kebutuhan penerapan manajemen bisnis UMK adalah sebagai berikut:

- 1) Identifikasikan kekuatan dan kelemahan terkait penerapan manajemen bisnis UMK
- 2) Identifikasikan peluang dan ancaman terhadap penerapan manajemen bisnis UMK
- 3)
- 4) Identifikasikan prioritas kebutuhan penerapan manajemen bisnis UMK

TUGAS 2.2
Form Identifikasi Prioritas Kebutuhan Penerapan Manajemen Bisnis UMK

SWOT		Pemasaran	Produksi	Keuangan	Sumber Daya Manusia
	0	1	2	3	4
Faktor Kekuatan	1				
Faktor Kelemahan	2				
Faktor Peluang	3				
Faktor Ancaman	4				
Prioritas Kebutuhan	5				

Keterangan pengisian pada Tugas 2.2:

Pada setiap kolom (bidang Pemasaran, Produksi, Keuangan dan SDM):

- Baris 1 : Di isi dengan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu usaha terkait bidang pemasaran, produksi, keuangan, dan SDM.
- Baris 2 : Di isi dengan faktor-faktor kelemahan/keterbatasan/kekurangan yang terdapat pada suatu usaha terkait bidang pemasaran, produksi, keuangan, dan SDM.
- Baris 3 : Di isi dengan faktor-faktor peluang atau situasi dan kondisi yang menguntungkan atau berdampak positif bagi suatu usaha terkait bidang pemasaran, produksi, keuangan, dan SDM.
- Baris 4 : Di isi dengan faktor-faktor ancaman atau situasi kondisi yang tidak menguntungkan atau berdampak negatif jika tidak diatasi dapat berdampak buruk untuk saat ini ataupun masa depan suatu usaha terkait bidang pemasaran, produksi, keuangan, dan SDM.
- Baris 5 : Di isi dengan skala prioritas kebutuhan usaha UMK terkait bidang pemasaran, produksi, keuangan, dan SDM. Apakah masuk dalam kategori: (1) penting dan mendesak; - (2) penting tidak mendesak; - (3) cukup penting; - (4).kurang penting.

c. Menganalisis data dan informasi untuk kebutuhan penerapan manajemen bisnis UMK.

Cara menganalisis data dan informasi untuk menentukan kebutuhan prioritas dalam penerapan manajemen bisnis UMK adalah:

Analisa data dan informasi pada bidang-bidang sesuai pada Tugas 2.2 tersebut di atas meliputi bidang pemasaran, produksi, keuangan dan sumber daya manusia, terkait aspek kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman terhadap meningkatkan kinerja dan produktifitas UMK. Peningkatan kinerja dan produktifitas usaha dapat dianalisis dengan indikator antara lain:

- 1) Peningkatan kapasitas usaha atau kapasitas penjualan persatuan waktu dapat dianalisis dengan mencermati:
 - a) Peningkatan jumlah outlet, distributor, atau wilayah pemasaran
 - b) Peningkatan jumlah pelanggan pada masing-masing outlet, distributor, dan wilayah pemasaran lainnya
 - c) Pengembangan produk baru dan inovasi produk unggulan
- 2) Peningkatan keuntungan atau margin usaha atau omset usaha dapat dianalisa dengan mencermati:
 - a) Penurunan biaya produksi diikuti dengan pengembangan dan peningkatan teknologi dan/atau produktifitas manajemen baru
 - b) Pengembangan produk baru yang memungkinkan harga jual menjadi lebih tinggi tetapi dengan biaya yang sama atau lebih murah dari biaya sebelumnya.

5. Model Pendekatan, Format dan/atau Contoh Bahan Penerapan Manajemen Bisnis UMK

a. Model pendekatan penerapan manajemen bisnis UMK

Model pendekatan menurut SKKNI mahasiswa UMKM adalah sebagai berikut:

- 1) *Model Pembelajaran* adalah pendekatan yang dilakukan dengan memberikan pengetahuan dan keterampilan tertentu dengan metode berlatih untuk dapat diketahui dan digunakan dalam pekerjaan yang akan dilakukan oleh mahasiswa yang disampaikan oleh Dosen kepada Mahasiswa. Mahasiswa Pembelajaran pada umumnya terdiri dari beberapa orang.
- 2) *Model Konsultasi* adalah pendekatan yang dilakukan dengan melakukan pertukaran pikiran atau komunikasi intensif dua arah untuk mengatasi masalah atau mendapatkan kesimpulan yang sebaik-baiknya sebagai solusi antara mahasiswa dengan UMKM, dimana mahasiswa berperan sebagai pengendali atau fasilitator pada kegiatan ini.
- 3) *Model Coaching*, adalah pendekatan yang dilakukan dengan mahasiswa berperan sebagai fasilitator yang menyampaikan pengetahuan atau ketrampilan, saran dan motivasi kepada UMKM untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi secara bersama, sehingga UMKM berperan sebagai penentu dalam proses kegiatan tersebut.
- 4) *Model Tim Kerja (teamwork)*, adalah pendekatan dimana mahasiswa dan UMKM membentuk suatu tim kerja sehingga mahasiswa dan UMKM secara bersama merupakan pengendali dalam proses kegiatan atau sebagai pengambil keputusan bersama untuk solusi dalam menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi tersebut.
- 5) *Model Mentoring*, adalah pendekatan yang dilakukan seorang mentor atau mahasiswa yang berperan sebagai mentor dengan memberikan kiat-kiat atau cara-cara dengan metode yang baik dan efektif, sehingga mampu menjadi solusi untuk menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi UMKM secara spesifik, yang pada umumnya berdasarkan pengalaman praktis individu mahasiswa sebagai mentor.

b. Format dan Bahan Perlengkapan Rencana Penerapan Manajemen Bisnis UMK

Rencana penerapan manajemen bisnis UMK mengikuti tahapan dalam proses penerapan manajemen bisnis UMK seperti pada Tugas 2.3. berikut ini.

TUGAS 2.3
Form Rencana Penerapan Manajemen Bisnis UMK

No.	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan	Keterangan/Penjelasan
0	1	2	3
1	Identifikasi profil, permasalahan, kinerja, karakteristik, kebutuhan penerapan manajemen bisnis UMK		
2	Penyusunan rencana & konfirmasi jadwal penerapan manajemen bisnis UMK		
3	Pembelajaran dan atau konsultasi penerapan manajemen bisnis UMK		
	a. Memilih & menetapkan prioritas bidang penerapan manajemen bisnis UMK		
	b. Konfirmasi persiapan tempat, waktu, Mahasiswa, jadwal acara, dan perlengkapan		
	c. Pelaksanaan Pembelajaran dan atau konsultasi		
4	Coaching penerapan manajemen bisnis UMK		
	a. Memilih & menetapkan prioritas bidang penerapan manajemen bisnis UMK		
	b. Konfirmasi persiapan tempat, waktu, Mahasiswa, jadwal acara, dan perlengkapan Pembelajaran		
	c. Pelaksanaan coaching UMK		
5	Monitoring & evaluasi penerapan manajemen bisnis UMK		
6.	Pelaporan hasil penerapan manajemen bisnis UMK		

....., Tanggal.....

Pimpinan UMKM

Mahasiswa/Pimpinan Lembaga Mahasiswa

(Tanda Tangan)

(Tanda Tangan)

.....

.....

(Nama)

(Nama)

Keterangan pengisian Tugas:

Keterangan pengisian pada Tugas 2.3

Pada setiap kolom (bidang Pemasaran, Produksi, Keuangan dan SDM):

Kolom 1 : Di isi dengan waktu pelaksanaan, meliputi hari, tanggal, bulan, tahun, dan jam rencana pelaksanaan kegiatan tersebut.

Kolom 2 : Di isi dengan keterangan dan/atau penjelasan terkait kesiapan rencana pelaksanaan kegiatan tersebut.

6. Cara Menyiapkan Bahan Penerapan Manajemen Bisnis UMK

Tahapan dalam menyiapkan penerapan manajemen bisnis UMK adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan model pendekatan yang akan digunakan dalam penerapan manajemen bisnis UMK.
- b. Menyusun dan menyiapkan format rencana pelaksanaan penerapan manajemen bisnis UMK.
- c. Menyiapkan bahan, perangkat dan materi untuk melakukan penerapan manajemen bisnis UMK.
 - 1) Maksud menyiapkan bahan, peralatan dan materi
Maksud menyiapkan bahan dan materi adalah menyiapkan segala sesuatu yang diperlukan dalam proses agar proses berjalan dengan lancar dan mencapai hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adapun bahan dan materi meliputi bahan dan perlengkapan, materi paen, dan rencana.
 - 2) Bahan dan perlengkapan
Bahan/perlengkapan dan peralatan akses kemitraan UMKM pada dasarnya seperti dinyatakan pada uraian unit kompetensi melakukan akses kemitraan UMKM, yaitu meliputi:
 - Peralatan
 - a) Komputer
 - b) Printer
 - c) Camera Digital
 - d) Peralatan Komunikasi
 - Perlengkapan
 - a) Alat tulis kantor
 - b) Akses internet
 - c) Format kertas lembar kerja
 - d) Data dan informasi karakteristik UMKM dan lembaga konsultan mahasiswa atau lembaga mitra kerja yang strategis

B. Keterampilan yang Diperlukan dalam Menyiapkan Bahan Penerapan Manajemen Bisnis UMK

1. Mengidentifikasi karakteristik UMK
2. Mengidentifikasi manajemen bisnis UMK
3. Menyiapkan bahan penerapan manajemen bisnis UMK

C. Sikap Kerja yang Diperlukan Dalam Menyiapkan Bahan Penerapan Manajemen Bisnis UMK

1. Cermat dan teliti dalam mengidentifikasi karakteristik UMK
2. Cermat dan teliti dalam mengidentifikasi manajemen bisnis UMK
3. Cermat, teliti dan inovatif dalam menyiapkan bahan penerapan manajemen bisnis UMK





A. Pengetahuan yang Diperlukan dalam Melakukan Penerapan Manajemen Bisnis Usaha Mikro Kecil

1. Pengertian Metode Pembelajaran dan/atau Metode Konsultasi UMK

Metode Pembelajaran

Metode Pembelajaran adalah pendekatan yang dilakukan dengan memberikan pengetahuan dan keterampilan tertentu untuk dapat diketahui dan digunakan dalam pekerjaan yang dilakukan oleh Dosen kepada Mahasiswa Pembelajaran. Mahasiswa Pembelajaran pada umumnya terdiri atas beberapa orang atau dalam suatu kelompok atau kelas.

Metode Konsultasi

Metode konsultasi adalah pendekatan yang dilakukan dengan melakukan pertukaran pikiran untuk mengatasi masalah atau mendapatkan kesimpulan yang sebaik-baiknya antara mahasiswa dengan UMKM, dimana mahasiswa berperan sebagai pengendali

dari pada berlangsungnya proses kegiatan. Seorang konsultan mahasiswa memberikan konsultasi kepada satu UMKM.

2. Cara Menentukan Penggunaan Metode Pembelajaran dan/atau Metode Konsultasi UMK

Tujuan Pembelajaran atau konsultasi dalam rangka UMKM pada dasarnya adalah sama yaitu memberikan pengetahuan, keterampilan kepada UMKM agar UMKM mampu melakukan kegiatan atau pekerjaan sesuai dengan materi Pembelajaran atau konsultasi.

Perbedaan pendekatan Pembelajaran dan konsultasi dalam terutama berkaitan dengan jumlah UMKM sehingga berimplikasi pada penyediaan tempat, waktu, acara dan jumlah bahan serta perlengkapan yang perlu disediakan. Ketika jumlah UMKM lebih dari satu maka dilakukan pendekatan dengan metode Pembelajaran, tetapi ketika jumlah UMKM hanya satu UMKM maka dilakukan pendekatan dengan metode konsultasi.

Metode Pembelajaran dalam dapat menggunakan metode ceramah kelas, simulasi atau studi kasus, FGD (fokus group discusion) dan pembelajaran terprogram atau pembelajaran mandiri melalui penugasan individu.

Cara menentukan penggunaan metode Pembelajaran atau metode konsultasi:

- a. Identifikasi kebutuhan UMK terhadap Pembelajaran dan/atau konsultasi
- b. Susun materi Pembelajaran dan/atau konsultasi sesuai dengan kebutuhan UMK
- c. Tentukan jumlah UMK sebagai target Mahasiswa Pembelajaran dan/atau konsultasi yang akan dilakukan.

3. Cara Melakukan Pembelajaran dan/atau Konsultasi Penerapan Manajemen Bisnis UMK

Tahapan pelaksanaan Pembelajaran dan/atau konsultasi dalam melakukan penerapan manajemen bisnis UMK diawali dengan tahapan persiapan Pembelajaran dan/atau konsultasi, adalah sebagai berikut:

Tahapan Persiapan Pembelajaran dan/atau Konsultasi UMK

Tahapan persiapan Pembelajaran dan/atau konsultasi UMK, adalah:

- 1) Melakukan analisis kebutuhan Pembelajaran dan/atau konsultasi penerapan manajemen bisnis UMK
- 2) Menetapkan calon Mahasiswa dari hasil analisa kebutuhan Pembelajaran dan/atau konsultasi penerapan manajemen bisnis UMK
- 3) Menyiapkan bahan dan materi serta jadwal rencana Pembelajaran dan/atau konsultasi penerapan manajemen bisnis UMK.

Mahasiswa UMK dan atau lembaga mahasiswa baik secara bersama-sama ataupun sendiri-sendiri perlu menyusun hasil analisis kebutuhan Pembelajaran dan/atau konsultasi bagi UMK. Kemudian menetapkan rencana penerapan materi Pembelajaran dan/atau konsultasi yang meliputi target Mahasiswa, hasil analisis, dan materi serta media Pembelajaran dan/atau konsultasi. Mahasiswa perlu menulis target Mahasiswa, hasil analisa kebutuhan Pembelajaran, serta materi dan media yang akan digunakan pada rencana penerapan Pembelajaran dan/atau konsultasi seperti pada Tugas 3.1 di bawah ini.

TUGAS 3.1
Form Rencana Penerapan Pembelajaran dan/atau Konsultasi UMK

No.	Target Mahasiswa	Hasil Analisis Kebutuhan Pembelajaran/Konsultasi	Materi & Media	
			Materi	Media
0	1	2	3	4

Keterangan pengisian Tugas:

Keterangan pengisian pada Tugas 3.1

- Kolom 1 : Di isi dengan target Mahasiswa sesuai rencana pelaksanaan kegiatan Pembelajaran dan/atau konsultasi.
- Kolom 2 : Di isi dengan hasil analisis kebutuhan yang sesuai dengan kebutuhan Mahasiswa Pembelajaran dan/atau konsultasi.
- Kolom 3 : Di isi dengan judul materi dan jumlah jam atau sesi serta metode yang digunakan dalam kegiatan Pembelajaran dan/atau konsultasi.
- Kolom 4 : Di isi dengan media, bahan, perangkat atau alat yang digunakan dalam kegiatan Pembelajaran dan/atau konsultasi.

Tahapan Cara Melakukan Pembelajaran dan/atau Konsultasi UMK

Tahapan cara melakukan Pembelajaran dan/atau konsultasi UMK, adalah:

- 1) Melakukan konfirmasi kepastian waktu, tempat, dan kehadiran Mahasiswa.

- 2) Melakukan konfirmasi kesiapan bahan, materi, media, perangkat serta metode Pembelajaran dan/atau konsultasi yang digunakan.
- 3) Memulai pelaksanaan proses pembelajaran dengan penerapan metode Pembelajaran dan/atau konsultasi kepada UMK.
- 4) Monitoring dan evaluasi terhadap proses pelaksanaan, dan dampak serta hasil Pembelajaran dan/atau konsultasi terhadap UMK.

Pada tahapan konsultasi dalam rangka penerapan manajemen bisnis UMKM pada dasarnya sama dengan pendekatan metode Pembelajaran, hanya karena konsultasi dilakukan oleh seorang mahasiswa dengan satu UMKM maka konfirmasi Mahasiswa, tempat dan waktu akan lebih mudah dan sederhana. Demikian pula proses penyampaian materi penerapan manajemen bisnis UMKM dapat dilakukan dengan lebih informal kepada UMKM.

Mahasiswa UMKM dan atau lembaga mahasiswa baik secara bersama ataupun sendiri-sendiri perlu bersepakat menyiapkan tempat, waktu, dan UMKM sebagai Mahasiswa Pembelajaran, acara, materi serta bahan/perlengkapan. Mahasiswa perlu mengkonfirmasi kesiapan tempat, waktu, acara, bahan, perlengkapan dan Mahasiswa Pembelajaran dengan lembar konfirmasi Pembelajaran dan atau konsultasi seperti pada Tugas 3.2

TUGAS 3.2

Form Konfirmasi Pelaksanaan Kegiatan Pembelajaran dan/atau Konsultasi UMK

No.	Uraian konfirmasi	Penanggung jawab kegiatan	Keterangan (sudah siap/belum siap)
0	1	2	3
1	Tempat kegiatan	LPB/Mahasiswa*)	
2	Jadwal kegiatan/Acara	LPB/Mahasiswa*)	
3	Bahan dan perlengkapan	LPB/Mahasiswa*)	
4	Peralatan/Perangkat	LPB/Mahasiswa*)	
5	Materi Pembelajaran dan atau konsultasi	LPB/Mahasiswa*)	
6	Kehadiran Mahasiswa	UMKM	

Keterangan: *) coret yang tidak berlaku

Keterangan pengisian Tugas:

Keterangan pengisian pada Tugas 3.2

Kolom 3 : Di isi dengan keterangan kesiapan (sudah siap/belum siap) oleh penanggung jawab kegiatan terkait uraian konfirmasi pelaksanaan kegiatan Pembelajaran dan/atau konsultasi UMK.

4. Pengertian, Metode dan Cara Melakukan *Coaching* UMK

Pengertian dan Metode *Coaching*

Pengertian *Coaching* menurut SKKNI Mahasiswa UMKM adalah pendekatan yang dilakukan dengan mahasiswa sebagai fasilitator dan memberikan pengetahuan atau ilmu, saran dan motivasi kepada UMKM untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi, sehingga UMKM mampu berperan sebagai penentu proses kegiatan dan pengambil keputusan. Peran mahasiswa dalam *coaching* adalah memberikan motivasi, membantu identifikasi dan memberi alternatif solusi atas masalah yang ada serta memberikan panduan atas pelaksanaan suatu kegiatan yang perlu dilakukan UMKM.

Tahapan cara Melakukan *Coaching*

Cara melakukan *coaching* penerapan manajemen bisnis UMK dapat dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

- 1) Persiapan *coaching*, meliputi pembuatan form isian untuk konfirmasi kesiapan pelaksanaan *coaching* bagi UMK.
- 2) Pelaksanaan *coaching*, meliputi pelaksanaan penerapan manajemen bisnis UMK.
- 3) Pelaksanaan monitoring & evaluasi, meliputi pemantauan dan penilaian proses dan hasil *coaching* penerapan manajemen bisnis UMK.

5. Penerapan Penyusunan Rencana Usaha UMK

Indikator kinerja pada kegiatan tahapan ini adalah dipahaminya pengertian, tujuan dan manfaat ditetapkan penyusunan rencana usaha yang akan disusun dan disepakati oleh UMK.

Tahapan dalam rangka penerapan penyusunan rencana usaha UMK adalah sebagai berikut:

- a) Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan UMK dalam bidang produksi, pemasaran, keuangan dan sumber daya manusia atau bidang lainnya dalam rangka meningkatkan daya saing usahanya.
- b) Mengidentifikasi peluang pengembangan rencana usaha yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kapasitas usaha dan daya saing UMK, baik dalam bidang produksi, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia dan/atau bidang lainnya.
- c) Mengidentifikasi kekuatan atau keunggulan yang dimiliki untuk mengatasi kelemahan dan memperoleh peluang dalam meningkatkan kapasitas usaha dan daya saing pada bidang produksi, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia dan/atau bidang lainnya.

- d) Menetapkan indikator pencapaian tujuan penyusunan rencana usaha UMK sesuai skala prioritas pencapaian target dan daya saing usaha pada bidang produksi, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia dan/atau bidang lainnya.

6. Cara Melakukan *Coaching* Penerapan Penyusunan Rencana Usaha UMK

Coaching menetapkan tujuan penyusunan rencana usaha sesuai kondisi UMK pada dasarnya adalah memastikan bahwa UMK berhasil menetapkan dan penyusunan rencana usaha sesuai tahapan di atas. Tugas pokok, fungsi dan peran mahasiswa adalah membantu mengidentifikasi masalah dan kebutuhan serta alternatif solusi terhadap masalah yang dihadapi UMK juga memotivasi dan memberi panduan dalam mengatasi masalah untuk mencapai hasil sesuai yang direncanakan dan diharapkan oleh UMK itu sendiri.

Tahapan melakukan *coaching* penerapan penyusunan rencana usaha bagi UMK, adalah sebagai berikut:

- 1) Persiapan *coaching*, meliputi pembuatan dan pengisian form identifikasi penerapan penyusunan rencana usaha sebagai panduan untuk pelaksanaan *coaching* bagi UMK.
- 2) Pelaksanaan *coaching*, meliputi kegiatan dalam melakukan penerapan penyusunan rencana usaha UMK.
- 3) Pelaksanaan monitoring dan evaluasi terhadap proses dan hasil *coaching* penerapan penyusunan rencana usaha UMK.

TUGAS 3.3

Form Isian *Coaching* Identifikasi Penerapan Penyusunan Rencana Usaha UMK

No.	Tahapan Kegiatan	Masalah yang dihadapi	Identifikasi alternative solusi	Tindakan solusi yang dilakukan	Output kegiatan	Keterangan (ketercapaian dan waktu pelaksanaan)
1	2	3	4	5	6	7
1	Identifikasi kekuatan, peluang, dan kelemahan UMKM terkait perencanaan usaha bidang pemasaran.				Hasil identifikasi kekuatan, peluang dan kelemahan UMKM terkait rencana usaha di bidang pemasaran	

No.	Tahapan Kegiatan	Masalah yang dihadapi	Identifikasi alternative solusi	Tindakan solusi yang dilakukan	Output kegiatan	Keterangan (ketercapaian dan waktu pelaksanaan)
1	2	3	4	5	6	7
2	Identifikasi kekuatan, peluang, dan kelemahan UMKM terkait perencanaan usaha bidang produksi.				Hasil identifikasi kekuatan, peluang dan kelemahan UMKM terkait rencana usaha di bidang produksi	
3	Identifikasi kekuatan, peluang, dan kelemahan UMKM terkait perencanaan usaha bidang keuangan.				Hasil identifikasi kekuatan, peluang dan kelemahan UMKM terkait rencana usaha di bidang keuangan	
4	Identifikasi kekuatan, peluang, dan kelemahan UMKM terkait perencanaan usaha bidang sumber daya manusia.				Hasil identifikasi kekuatan, peluang dan kelemahan UMKM terkait rencana usaha di bidang sumber daya manusia 1.	

Keterangan pengisian kolom Tugas 3.3

- Kolom 3 : Di isi dengan permasalahan yang dihadapi UMK dalam melakukan kegiatan ini, disebutkan permasalahan internal atau eksternal yang sedang dihadapi
- Kolom 4 : Tuliskan alternative solusi yang mungkin dapat dilakukan sebagai solusi atas dasar hasil diskusi dengan UMK
- Kolom 5 : Tuliskan tindakan solusi yang dilakukan untuk mengatasi masalah yang sedang dihadapi UMK
- Kolom 6 : Tuliskan output kegiatan yang dapat dilakukan sebagai solusi
- Kolom 7 : Tuliskan ketercapaian output kegiatan (sepenuhnya tercapai, sebagian tercapai, belum tercapai) dan periode waktu pelaksanaan kegiatan.

7. Penerapan Manajemen Pemasaran UMK

Pemasaran saat ini menjadi salah satu kendala yang perlu mendapat perhatian serius bagi UMK di Indonesia. Hal ini cukup wajar, karena masih banyak UMK yang melakukan pengelolaan bisnisnya secara tradisional, yaitu cukup membuat produk dan tinggal menunggu konsumen untuk datang, tanpa menerapkan ilmu manajemen pemasaran yang baik dan ideal bagi UMK.

Hal tersebut tidak salah, namun tidak bisa membuat UMK memiliki daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Untuk itu, menjadi UMK yang berdaya saing tinggi harus mampu mewujudkan daya saing terhadap produk yang berkualitas, harga yang rasional, dan juga strategi pemasaran yang berdampak signifikan. Dengan strategi pemasaran yang baik, maka tujuan akhir UMK dapat tercapai secara optimal, yaitu memaksimalkan keuntungan dalam usahanya.

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam penerapan manajemen pemasaran UMK, diantaranya adalah sebagai berikut:

- Pahami keunggulan dari produk hasil usahanya
- Petakan konsumen yang membutuhkan keunggulan produk tersebut
- Uji coba hipotesa dengan mempromosikan keunggulan produk kepada konsumen dengan strategi promosi yang efektif untuk menarik konsumen
- Jika kurang berhasil, cari sebab permasalahannya, analisa, dan benahi permasalahan tersebut hingga sesuai dengan tujuan memasarkan produk
- Fokus pada pemasaran ke konsumen yang membutuhkan keunggulan produk tersebut, agar strategi pemasaran menjadi lebih efektif dan lebih efisien

Dalam penerapan manajemen pemasaran perlu diciptakan kawasan promosi sentra produk UMK sebagai pusat informasi produk UMK yang menjadi lokasi tujuan kunjungan wisata pada beberapa daerah di wilayah Indonesia.

8. Cara Melakukan *Coaching* Penerapan Manajemen Pemasaran UMK

Tahapan melakukan *coaching* penerapan manajemen pemasaran bagi UMK, adalah sebagai berikut:

- 1) Persiapan *coaching*, meliputi pembuatan dan pengisian form identifikasi penerapan manajemen pemasaran sebagai panduan untuk pelaksanaan *coaching* bagi UMK sasaran.
- 2) Pelaksanaan *coaching*, meliputi kegiatan dalam melakukan penerapan manajemen pemasaran UMK.
- 3) Pelaksanaan monitoring dan evaluasi terhadap proses dan hasil *coaching* penerapan manajemen pemasaran UMK.

Tugas 3.4
Form Isian Coaching Identifikasi Penerapan Manajemen Pemasaran UMK

No.	Tahapan Kegiatan	Masalah yang dihadapi	Identifikasi alternative solusi	Tindakan solusi yang dilakukan	Output kegiatan	Keterangan (ketercapaian dan waktu pelaksanaan)
1	2	3	4	5	6	7
1	Identifikasi kekuatan dan kelemahan terkait <i>Produk</i> UMKM				Hasil identifikasi kekuatan & kelemahan terkait <i>Produk</i> UMKM	
2	Identifikasi kekuatan dan kelemahan terkait <i>Price/harga</i> UMKM				Hasil identifikasi kekuatan & kelemahan terkait <i>Price/harga</i> UMKM	
3	Identifikasi kekuatan dan kelemahan terkait <i>Place/lokasi</i> UMKM				Hasil identifikasi kekuatan & kelemahan terkait <i>Place/lokasi</i> UMKM	
4	Identifikasi kekuatan dan kelemahan terkait <i>Promosi</i> UMKM				Hasil identifikasi kekuatan & kelemahan terkait <i>Promosi</i> UMKM	

9. Penerapan Manajemen Produksi UMK

Manajemen produksi merupakan salah satu bagian pada bidang manajemen yang mempunyai peran dalam mengkoordinasikan kegiatan untuk mencapai suatu tujuan, hasil atau produk atau jasa. Untuk mengatur kegiatan ini, perlu di buat keputusan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk mencapai tujuan agar barang atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan apa yang direncanakan. Dengan demikian, manajemen produksi menyangkut pengambilan keputusan yang berhubungan dengan proses produksi untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan terhadap suatu produk atau jasa.

Pengertian Manajemen Produksi menurut beberapa ahli di antaranya:

1. Manajemen produksi adalah serangkaian aktivitas yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang atau jasa dengan mengubah input menjadi output atau produk. (Heizer dan Render, 2011:4).
2. Manajemen produksi, yaitu suatu ilmu yang membahas secara komprehensif bagaimana pihak manajemen produksi perusahaan menggunakan ilmu serta seni yang dimiliki dengan mengarahkan dan mengatur orang-orang untuk mencapai suatu hasil produksi yang diinginkan. (Irham Fahmi, 2012:3).

Berdasarkan pengertian di atas dapat dikatakan bahwa manajemen produksi memiliki hubungan erat dengan proses produksi yang memiliki tujuan untuk menambah nilai guna barang maupun jasa yang dihasilkan. Untuk menghasilkan produk yang memiliki kualitas yang baik yang sesuai dengan standar yang ditentukan, maka UMKM dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas produknya.

Secara umum fungsi produksi yang terkait dengan pertanggung jawaban dalam pengolahan dan pentransformasian masukan (input) menjadi keluaran (output) berupa barang atau jasa yang akan memberikan hasil pendapat bagi perusahaan (Sofjan Assauri, 2004:22). Pelaksanaan fungsi tersebut diperlukan serangkaian kegiatan yang merupakan keterkaitan dan menyatu serta menyeluruh sebagai suatu sistem. Berbagai kegiatan yang berkaitan dengan fungsi produksi ini dilaksanakan oleh beberapa bagian yang terdapat pada suatu perusahaan, baik itu perusahaan skala besar ataupun perusahaan kecil.

Empat fungsi terpenting dalam fungsi produksi Menurut Sofjan Assauri (2004: 22) adalah:

1. Perencanaan, merupakan keterkaitan dalam pengorganisasian dari kegiatan proses produksi yang akan dilakukan dalam suatu dasar perhitungan waktu atau periode tertentu.
2. Proses pengolahan, yang merupakan metode atau teknik yang digunakan dalam proses pengolahan suatu produk.
3. Faktor penunjang, merupakan sarana pengorganisasian yang diperlukan untuk menetapkan metode yang akan digunakan, sehingga pengolahan dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien.
4. Faktor pengendalian dan pengawasan, yang merupakan fungsi untuk menjamin terlaksananya kegiatan sesuai dengan perencanaan, sehingga maksud dan tujuan terkait penggunaan dan proses pengolahan masukan (input) pada kenyataannya dapat dilaksanakan sesuai rencana.

10. Cara Melakukan *Coaching* Penerapan Manajemen Produksi UMK

Tahapan melakukan *coaching* penerapan manajemen produksi bagi UMK, adalah sebagai berikut:

- 1) Persiapan *coaching*, meliputi pembuatan dan pengisian form identifikasi penerapan manajemen produksi sebagai panduan untuk pelaksanaan *coaching* bagi UMK.
- 2) Pelaksanaan *coaching*, meliputi kegiatan dalam melakukan penerapan manajemen produksi UMK.
- 3) Pelaksanaan monitoring dan evaluasi terhadap proses dan hasil *coaching* penerapan manajemen produksi UMK.

TUGAS 3.5

Form Isian *Coaching* Identifikasi Penerapan Manajemen Produksi UMK

No.	Tahapan Kegiatan	Masalah yang dihadapi	Identifikasi alternative solusi	Tindakan solusi yang dilakukan	Output kegiatan	Keterangan (ketercapaian dan waktu pelaksanaan)
1	2	3	4	5	6	7
1	Identifikasi terkait perencanaan pengorganisasian & kegiatan produksi yang akan dilakukan dalam suatu periode tertentu.				Hasil identifikasi terkait rencana pengorganisasian & kegiatan produksi yang akan dilakukan dalam suatu periode tertentu.	
2	Identifikasi terkait proses pengolahan, merupakan metode atau teknik yang digunakan pada pengolahan produk.				Hasil identifikasi terkait proses pengolahan, merupakan metode atau teknik yang digunakan pada pengolahan produk.	

No.	Tahapan Kegiatan	Masalah yang dihadapi	Identifikasi alternative solusi	Tindakan solusi yang dilakukan	Output kegiatan	Keterangan (ketercapaian dan waktu pelaksanaan)
1	2	3	4	5	6	7
3	Identifikasi terkait faktor penunjang, merupakan sarana pengorganisasian yang diperlukan untuk penetapan metode yang akan digunakan.				Hasil identifikasi terkait faktor penunjang, merupakan sarana pengorganisasian yang diperlukan untuk penetapan metode yang akan digunakan.	
4	Identifikasi terkait pengendalian dan pengawasan, yang merupakan fungsi untuk menjamin pelaksanaan kegiatan sesuai dengan yang direncanakan.				Hasil identifikasi terkait pengendalian dan pengawasan yang merupakan fungsi untuk menjamin pelaksanaan kegiatan sesuai dengan rencana.	

11. Penerapan Manajemen Keuangan UMK

UMKM adalah usaha pada skala mikro dan kecil dengan proses yang mudah dan sederhana, namun pelaku usaha mikro dan kecil hendaknya menerapkan manajemen keuangan yang baik sejak awal. Dengan memiliki manajemen keuangan yang baik maka akan mempermudah mengendalikan dan mengontrol arus keuangan usaha. Manajemen keuangan adalah cara mengelola keuangan untuk mendapatkan keuntungan dan menggunakan sumber-sumber modal untuk pengembangan usaha.

Banyak pengusaha kecil yang berpandangan jika manajemen keuangan dapat berjalan dengan sendirinya, selaras dengan jalannya usaha. Jika usaha berjalan dengan baik, maka keuangan usaha juga akan baik. Tidak bisa dipungkiri jika hasil penjualan dan keuntungan merupakan sumber kas usahanya. Tapi bisnis tidak semata-mata bagaimana

mendapatkan uang, tapi juga bagaimana mengendalikan dan menggunakannya dengan baik.

Ada beberapa prinsip dasar manajemen keuangan sederhana untuk usaha kecil:

- 1) Penyusunan anggaran kas sesuai dengan prinsip akuntansi
- 2) Pengendalian kondisi keuangan hutang dan piutang usaha
- 3) Pengelolaan anggaran biaya operasional usaha secara efisien
- 4) Pemanfaatan penggunaan kredit atau pinjaman secara efektif

Mengelola suatu usaha tidak hanya mengatur strategi, branding, promosi serta diferensiasi produk. Namun juga harus memperhatikan manajemen keuangan. Pengelolaan keuangan yang baik akan menentukan keberhasilan usaha.

12. Cara Melakukan *Coaching* Penerapan Manajemen Keuangan UMK.

Tahapan melakukan *coaching* penerapan manajemen keuangan bagi UMK, adalah sebagai berikut:

- 1) Persiapan *coaching*, meliputi pembuatan dan pengisian form identifikasi penerapan manajemen keuangan sebagai panduan untuk pelaksanaan *coaching* bagi UMK.
- 2) Pelaksanaan *coaching*, meliputi kegiatan dalam melakukan penerapan manajemen keuangan UMK.
- 3) Pelaksanaan monitoring dan evaluasi terhadap proses dan hasil *coaching* penerapan manajemen keuangan UMK.

TUGAS 3.6

Form Isian *Coaching* Identifikasi Penerapan Manajemen Keuangan UMK

No.	Tahapan Kegiatan	Masalah yang dihadapi	Identifikasi alternative solusi	Tindakan solusi yang dilakukan	Output kegiatan	Keterangan (ketercapaian dan waktu pelaksanaan)
1	2	3	4	5	6	7
1	Identifikasi terkait penyusunan anggaran kas sesuai dengan prinsip akuntansi.				Hasil identifikasi terkait penyusunan anggaran kas sesuai dengan prinsip akuntansi.	

No.	Tahapan Kegiatan	Masalah yang dihadapi	Identifikasi alternative solusi	Tindakan solusi yang dilakukan	Output kegiatan	Keterangan (ketercapaian dan waktu pelaksanaan)
1	2	3	4	5	6	7
2	Identifikasi terkait pengendalian kondisi keuangan hutang piutang usaha.				Hasil identifikasi terkait pengendalian kondisi keuangan hutang piutang usaha.	
3	Identifikasi terkait pengelolaan anggaran biaya operasional usaha secara efisien.				Hasil identifikasi terkait pengelolaan anggaran biaya operasional usaha secara efisien.	
4	Identifikasi terkait pemanfaatan penggunaan kredit atau pinjaman secara efektif.				Hasil identifikasi terkait manfaat penggunaan kredit atau pinjaman secara efektif.	

13. Penerapan Manajemen Sumber Daya Manusia UMK

UMK merupakan salah satu sendi penting perekonomian di Indonesia. Jika dilihat dari jumlah karyawannya, UMK jelas jauh lebih kecil dibandingkan perusahaan besar. Namun bukan berarti UMK tidak membutuhkan SDM yang berkualitas. Pada proses peningkatan manajemen SDM bagi UMK, dibutuhkan struktur organisasi yang tepat dan efektif. Struktur organisasi apakah yang dibutuhkan UMK dan apakah struktur tersebut dapat menunjang peningkatan SDM bagi UMK.

Ada 4 hal yang penting dalam penerapan manajemen Sumber Daya Manusia bagi Usaha Mikro Kecil (UMK), yaitu:

- 1) Penyusunan struktur organisasi manajemen sumber daya manusia
- 2) Proses rekrutmen dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia

- 3) Pendelegasian tugas pokok, fungsi, wewenang dan tanggung-jawab
- 4) Standarisasi penilaian kinerja dan penghargaan sumber daya manusia

14. Cara Melakukan *Coaching* Penerapan Manajemen Sumber Daya Manusia UMK

Tahapan melakukan *coaching* penerapan manajemen SDM bagi UMK, adalah sebagai berikut:

- 1) Persiapan *coaching*, meliputi pembuatan dan pengisian form identifikasi penerapan manajemen SDM sebagai panduan untuk pelaksanaan *coaching* bagi UMK.
- 2) Pelaksanaan *coaching*, meliputi kegiatan dalam melakukan penerapan manajemen SDM bagi UMK.
- 3) Pelaksanaan monitoring dan evaluasi terhadap proses dan hasil *coaching* penerapan manajemen SDM bagi UMK.

TUGAS 3.7

Form Isian *Coaching* Identifikasi Penerapan Manajemen Sumber Daya Manusia UMK

No.	Tahapan Kegiatan	Masalah yang dihadapi	Identifikasi alternative solusi	Tindakan solusi yang dilakukan	Output kegiatan	Keterangan (ketercapaian dan waktu pelaksanaan)
1	2	3	4	5	6	7
1	Identifikasi terkait penyusunan struktur organisasi SDM bagi UMKM.				Hasil identifikasi terkait penyusunan struktur organisasi SDM bagi UMKM.	
2	Identifikasi terkait pendelegasian tugas pokok, fungsi, wewenang dan tanggung jawab SDM bagi UMKM.				Hasil identifikasi terkait pendelegasian tugas pokok, fungsi, wewenang dan tanggung jawab SDM bagi UMKM.	
3	Identifikasi terkait proses rekrutmen dan peningkatan kapasitas SDM bagi UMKM.				Hasil identifikasi terkait proses rekrutmen dan peningkatan kapasitas SDM bagi UMKM.	

No.	Tahapan Kegiatan	Masalah yang dihadapi	Identifikasi alternative solusi	Tindakan solusi yang dilakukan	Output kegiatan	Keterangan (ketercapaian dan waktu pelaksanaan)
1	2	3	4	5	6	7
4	Identifikasi terkait standarisasi penilaian dan penghargaan bagi SDM bagi UMKM.				Hasil identifikasi terkait standarisasi penilaian dan penghargaan bagi SDM bagi UMKM.	

B. Keterampilan yang Diperlukan dalam Melakukan Penerapan Manajemen Bisnis UMK

1. Melakukan Pembelajaran dan/atau konsultasi penerapan manajemen bisnis UMK.
2. Melakukan *coaching* penerapan penyusunan rencana usaha UMK.
3. Melakukan *coaching* penerapan manajemen pemasaran UMK.
4. Melakukan *coaching* penerapan manajemen produksi UMK.
5. Melakukan *coaching* penerapan manajemen keuangan UMK.
6. Melakukan *coaching* penerapan manajemen sumber daya manusia UMK.

C. Sikap Kerja yang Diperlukan dalam Melakukan Penerapan Manajemen Bisnis UMK

1. Cermat, teliti dan efektif dalam melakukan Pembelajaran dan atau konsultasi penerapan manajemen bisnis UMK.
2. Cermat, teliti dan efektif dalam melakukan *coaching* penerapan penyusunan rencana usaha UMK.
3. Cermat, teliti dan efektif dalam melakukan *coaching* penerapan manajemen pemasaran UMK.
4. Cermat, teliti dan efektif dalam melakukan *coaching* penerapan manajemen produksi UMK.
5. Cermat, teliti dan efektif dalam melakukan *coaching* penerapan manajemen keuangan UMK.
6. Cermat, teliti dan efektif dalam melakukan *coaching* penerapan manajemen sumber daya manusia UMK.



Bab 4

MELAKUKAN MONITORING EVALUASI DAN PELAPORAN PELAKSANAAN DAN HASIL PENERAPAN MANAJEMEN BISNIS USAHA MIKRO KECIL

A. Pengetahuan yang Diperlukan dalam Melakukan Monitoring Evaluasi dan Pelaporan Pelaksanaan dan Hasil Penerapan Manajemen Bisnis UMK

1. Pengertian dan Tujuan Monitoring Evaluasi Pelaksanaan dan Hasil Penerapan Manajemen Bisnis UMK

Pengertian dan Tujuan Monitoring

Pengertian dan tujuan monitoring pelaksanaan hasil pendampngan diadopsi dari Ag Subarsono (<http://setkab.go.id/pengertian-monitoring-dan-evaluasi-kebijakan-pemerintah>, diakses 14 Agustus 2017) sebagai berikut:

Pengertian monitoring adalah:

- 1) Monitoring adalah aktifitas yang ditujukan untuk memberikan informasi tentang sebab dan akibat dari suatu kebijakan yang sedang dilaksanakan.
- 2) Monitoring dilakukan ketika sebuah kebijakan sedang di implementasikan.
- 3) Monitoring diperlukan agar kesalahan awal dapat segera diketahui dan dapat segera dilakukan tindakan perbaikan, sehingga mengurangi risiko yang lebih besar.

Sedangkan tujuan monitoring adalah:

- 1) Menjaga agar kebijakan yang sedang di implementasikan sesuai dengan tujuan dan target sasaran.
- 2) Menemukan kesalahan sedini mungkin sehingga dapat lebih cepat mengurangi risiko yang lebih besar.
- 3) Melakukan tindakan perbaikan atau modifikasi terhadap kebijakan apabila hasil monitoring mengharuskan adanya perbaikan.

Pengertian dan Tujuan Evaluasi

Pengertian evaluasi adalah kegiatan untuk menilai tingkat kinerja suatu kebijakan atau kegiatan. Evaluasi dilakukan ketika suatu kebijakan atau kegiatan telah berjalan atau dilaksanakan sesuai periode waktu tertentu.

Tujuan evaluasi adalah:

- 1) Menentukan tingkat keluaran dan kinerja atau hasil kerja suatu kegiatan.
- 2) Menyediakan masukan (input) untuk perbaikan kebijakan kedepannya, baik kebijakan terhadap proses ataupun kebijakan atas hasil kegiatan.
- 3) Memberikan informasi mengenai ketepatan strategi dan metode atau cara yang dipilih terhadap proses suatu kegiatan.

Pendekatan evaluasi dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif untuk menghasilkan informasi mengenai seberapa jauh kebijakan atau rencana penerapan manajemen dasar UMKM dapat tercapai, atau seberapa jauh hasil yang diinginkan telah dicapai sesuai rencana.

TUGAS 4.0

Tugas Perbandingan Monitoring dan Evaluasi

No.	Uraian	Monitoring	Evaluasi
1	Kapan?	Terus menerus	Akhir program
2	Apa yang diukur?	Output dan proses: sering fokus input, kegiatan/ kondisi/asumsi	Dampak jangka panjang, kelangsungan
3	Siapa yang terlibat?	Umumnya orang dalam	Orang luar dan dalam
4	Sumber Informasi	Sistem rutin, survey kecil, dokumen internal, laporan	Dokumen internal dan eksternal
5	Pengguna	Manajer dan staf	Manajer, staf, donor, klien, stakeholders, organisasi lain
6	Pengguna hasil	Koreksi minor program (umpan balik)	Koreksi mayor program, perubahan kebijakan, strategi (termasuk penghentian program)

Sumber: Wiwid Winduro (<http://www.academia.edu/7664099>, diakses 14 Agustus 2017)

2. Cara Menyusun Instrumen Monitoring Evaluasi Pelaksanaan dan Hasil Penerapan Manajemen Bisnis UMK

Jadwal monitoring dan evaluasi pelaksanaan dan hasil penerapan manajemen bisnis UMK sebaiknya dilakukan paling tidak setiap 1 bulan selama masa periode tersebut. Format instrumen monitoring & evaluasi penerapan manajemen bisnis UMK meliputi input, proses dan output, dengan indikator waktu pelaksanaan, jenis kegiatan yang dilakukan, hasil atau ketercapaian kegiatan, dan dampak positif kegiatan serta kelengkapan dokumen kegiatan yang dibutuhkan dan digunakan dalam melakukan monitoring evaluasi.

TUGAS 4.1 Instrumen Monitoring Evaluasi Pelaksanaan dan Hasil Penerapan Manajemen Dasar UMK

No.	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan	Output Diharapkan	Output Dihilangkan	Faktor kunci Keberhasilan	Kendala Dihadapi	Keterangan (dampak kinerja UMKM dan lainnya)
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Identifikasi profil, permasalahan dan kebutuhan UMKM		Tersedia hasil identifikasi profil, Permasalahan dan kebutuhan UMKM				
2	Penyusunan rencana manajemen dasar UMK		Tersusun rencana manajemen dasar UMK				
3	Pembelajaran/konsultasi penerapan manajemen dasar UMK		Terlaksana Pembelajaran/konsultasi penerapan manajemen dasar UMK				

No.	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan	Output Diharapkan	Output Dihilaskan	Faktor kunci Keberhasilan	Kendala Dihadapi	Keterangan (dampak kinerja UMKM dan lainnya)
1	2	3	4	5	6	7	8
4	Coaching penerapan manajemen dasar UMK		Terlaksana coaching penerapan manajemen dasar UMK				
5	Pelaksanaan Monev penerapan manajemen dasar UMK		Terlaksana Monev penerapan manajemen dasar UMK				

3. Cara Melakukan Monitoring Evaluasi Pelaksanaan dan Hasil Penerapan Manajemen Bisnis UMK

Dalam melaksanakan monitoring evaluasi pelaksanaan dan hasil penerapan manajemen bisnis UMK dilakukan dengan mengisi form monitoring evaluasi pelaksanaan dan hasil penerapan manajemen bisnis UMK seperti ditampilkan pada Tugas 4.1. di atas.

Cara mengisi form monitoring dan evaluasi pelaksanaan dan hasil penerapan manajemen bisnis UMK adalah sebagai berikut:

- 1) Waktu pelaksanaan kegiatan, kolom 3; diisi dengan hari, tanggal dan jam pelaksanaan kegiatan sesuai maksud yang sebenarnya.
- 2) Output diharapkan, kolom 4; diisi dengan output kegiatan yang diharapkan oleh UMKM sesuai tujuan atau rencana usaha.
- 3) Output dihasilkan, kolom 5; diisi dengan bentuk atau tingkatan pencapaian output yang dihasilkan dibandingkan dengan output yang diharapkan. Dapat diisi secara kuantitatif dengan persentase (%) atau secara kualitatif misalnya: sesuai harapan, sebagian besar/kecil sesuai harapan, atau tidak sesuai harapan.
- 4) Faktor kunci keberhasilan, kolom 6; diisi faktor yang mendukung kelancaran proses dan pencapaian hasil, baik faktor internal ataupun faktor eksternal.
- 5) Kendala yang dihadapi, kolom 7; diisi dengan faktor yang menjadi kendala atau hambatan proses dan pencapaian hasil pada kegiatan tersebut, baik faktor internal ataupun faktor eksternal.
- 6) Keterangan (dampak kinerja atau hal lainnya), kolom 8; diisi dengan dampak pada kinerja UMK atau hal lain, dapat diisi dengan prosentase (%) peningkatan atau penurunan terhadap indikator kinerja UMK (volume usaha, jumlah ternaga kerja,

margin, atau indikator kinerja lainnya), dibandingkan dengan periode awal sebelum dilakukan.

4. Pengertian, Tujuan dan Ketentuan Pelaporan Pelaksanaan dan Hasil Penerapan Manajemen Bisnis UMK

Pengertian pelaporan menurut Keraf (2001:284) dalam Nurfaizinyunus (<http://nurfaizinyunus.blogspot.co.id/2015>), laporan adalah cara komunikasi dimana penulis menyampaikan informasi kepada seseorang atau suatu badan hukum karena tanggung jawab yang dibebankan kepadanya. Selanjutnya, Nurfaizi Yunus (2015) menyatakan bahwa laporan adalah suatu bentuk informasi yang didukung oleh data yang lengkap, sesuai dengan fakta sehingga informasi yang diberikan dapat dipercaya serta mudah dipahami.

Berdasarkan pendapat tersebut maka yang dimaksud pelaporan pelaksanaan dan hasil penerapan manajemen bisnis UMK adalah merupakan pelaporan yang dibuat oleh mahasiswa UMK berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan dan hasil dari penerapan manajemen bisnis UMK tersebut. Tujuan pelaporan adalah sebagai informasi dan pertanggung jawaban atas pelaksanaan dan hasil penerapan manajemen bisnis UMK. Ketentuan pelaporan pelaksanaan dan hasil penerapan manajemen bisnis UMK adalah sebagai berikut:

- 1) Laporan ditulis dengan ringkas, jelas, lengkap dan sistematis
- 2) Laporan dibuat pada setiap akhir periode UMK
- 3) Laporan pelaksanaan dan hasil juga merupakan dasar untuk penilaian hasil yang diperlukan di kemudian hari
- 4) Laporan pelaksanaan dan hasil merupakan dokumen kinerja mahasiswa yang menjadi salah satu portofolio bukti hasil kerja mahasiswa dan sebagai dokumen yang dimiliki oleh lembaga UMKM.

5. Cara dan Sistematika Menyusun Laporan Pelaksanaan dan Hasil Penerapan Manajemen Bisnis UMK

Dalam menyusun laporan pelaksanaan dan hasil penerapan manajemen bisnis UMK dilakukan dengan menyusun laporan sesuai format pelaporan pelaksanaan dan hasil penerapan manajemen bisnis UMK sebagaimana ditampilkan pada format 4.3 contoh format laporan seperti yang terdapat bawah ini.

Secara umum sistematika dasar dan/atau format dasar laporan pelaksanaan dan hasil penerapan manajemen bisnis UMK, adalah sebagai berikut:

- a) Kata Pengantar
- b) Profil UMKM

- c) Dasar Pelaksanaan
- d) Pelaksanaan dan Hasil
- e) Kesimpulan dan Rekomendasi
- f) Penutup

Berikut ini adalah contoh sistematika dan/atau format pelaporan pelaksanaan dan hasil penerapan manajemen bisnis UMK, adalah sebagai berikut:

1. Cover, memuat:
 - a. Judul Laporan:
”LAPORAN PELAKSANAAN DAN HASIL PENERAPAN MANAJEMEN DASAR UMK.....(nama UMKM).....”
 - b. Nama Penyusun Laporan/Mahasiswa
 - c. Nama Lembaga Mahasiswa
 - d. Tahun Pelaporan
2. Daftar Isi, memuat judul, sub judul, bab dan sub-bab isi laporan.
3. Pengantar, memuat tujuan dan ruang lingkup, waktu pelaporan dan nama pelapor serta lembaga mahasiswa.
4. Sistematika atau format pelaporan:

FORMAT 4.2

Format Sistematika Pelaporan Pelaksanaan dan Hasil Penerapan Manajemen Bisnis UMK

Sampul Depan (*Cover*) Laporan:

LAPORAN PELAKSANAAN DAN HASIL
PENERAPAN MANAJEMEN BISNIS UMK
“.....(Nama UMK).....”

KATA PENGANTAR

- I. PENDAHULUAN
 - I.1. Latar Belakang
 - I.2. Tujuan
 - I.3. Ruang Lingkup
- II. PROFIL UMKM
 - II.1. Nama dan alamat usaha UMKM
 - II.2. Nama pengelola dan profil pengusaha
 - II.3. Profil kelembagaan dan bidang usaha UMKM
 - a. Tahun berdiri
 - b. Sejarah singkat
 - c. Produk (barang dan jasa) ditawarkan
 - d. Keunggulan produk dan segmen pasar
 - e. Jaringan pemasaran



f.	Produksi dan penyediaan bahan baku
g.	Organisasi dan Manajemen
h.	Struktur permodalan
i.	Kinerja Usaha
III.	DASAR PELAKSANAAN
III.1.	Identifikasi masalah dan kebutuhan UMKM
III.2.	Rencana UMKM
IV.	PELAKSANAAN DAN HASIL
IV.1.	Penyusunan rencana penerapan manajemen dasar
IV.2.	Pembelajaran/konsultasi penerapan manajemen dasar UMKM
IV.3.	Coaching penerapan manajemen dasar UMKM
IV.4.	Permasalahan dan faktor keberhasilan penerapan manajemen dasar
IV.5.	Hasil penerapan manajemen dasar UMKM
V.	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI
V.1.	Kesimpulan
V.2.	Rekomendasi
VI.	PENUTUP

B. Keterampilan yang Diperlukan dalam Melakukan Monitoring Evaluasi dan Pelaporan Pelaksanaan dan Hasil Penerapan Manajemen Bisnis UMK

1. Menyusun instrumen monitoring evaluasi pelaksanaan dan hasil penerapan manajemen bisnis UMK.
2. Melakukan monitoring evaluasi pelaksanaan dan hasil penerapan manajemen bisnis UMK.
3. Menyusun laporan pelaksanaan dan hasil penerapan manajemen adsar pengelolaan UMK.

C. Sikap Kerja yang Diperlukan dalam Melakukan Monitoring Evaluasi dan Pelaporan Pelaksanaan dan Hasil Penerapan Manajemen Bisnis UMK

1. Cermat, teliti dan taat asas dalam menyusun instrumen monitoring evaluasi pelaksanaan dan hasil penerapan manajemen bisnis UMK.
2. Cermat, teliti dan taat asas dalam melakukan monitoring evaluasi pelaksanaan dan hasil penerapan manajemen bisnis UMK.
3. Cermat, teliti dan taat asas dalam menyusun laporan pelaksanaan dan hasil penerapan manajemen bisnis UMK.







DAFTAR PUSTAKA

A. Dasar Peraturan dan Perundang-Undangan

1. Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan
2. Keputusan Direktur Jenderal Pembinaan Pembelajaran dan Produktivitas, Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi RI No KEP.181./LATTAS/XII/2013 Tentang Pedoman Penyusunan Diktat Pembelajaran Berbasis Kompetensi

B. Buku Referensi

1. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI), Sektor Perdagangan, Bidang Koperasi dan UKM, Jabatan Kerja Pelaku Ekspor Pada UKM, Jakarta, 2012
2. Prinsip-prinsip Pemasaran oleh Philip Kotler & Gary Armstrong. 2008, edisi 12. Penerbit Erlangga Jakarta
3. Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Produksi dan Operasi Edisi Revisi 2004*, Lembaga Penerbit FE-UI, Jakarta
4. Manajemen Operasional: Aris Budi Setyawan
5. Eugene F. Brigham and Joel F Houston. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan (Terjemahan)*. Jakarta: Salemba Empat

6. Admin. 6 Maret 2017. 5 Fungsi Manajemen Keuangan dalam Suatu bisnis. Sleekr.co – <https://goo.gl/N833k6>
7. Admin. 1 Februari 2017. Manajemen Keuangan Pengertian, Fungsi, Tujuan Manajemen Keuangan. Ekoonomi.com – <https://goo.gl/QHCNCG>
8. Admin. 10 Prinsip dalam Manajemen Keuangan. Rocketmanajemen.com – <https://goo.gl/ZfDR3D>
9. Hasibuan, H. Malayu S.P, Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Revisi Kedua, Penerbit BPFE-UGM, Yogyakarta
10. Noto Atmodjo, Soekidjo, Pengembangan Sumber Daya Manusia, Cetakan Ke-2, Penerbit Reneka Cipta, Jakarta
11. Irianto, Yusuf, Tema Pokok Manajemen Sumber Daya Manusia, Penerbit Insan Cendikiawan, Surabaya

C. Majalah/Buletin

1. Rusli Syarif, Ir., *Teknik Manajemen Latihan dan Pembinaan*, Angkasa, Bandung, 1991.
2. Subagio Atmodiwirio, Drs. M.Ed., *Manajemen Pembelajaran*, Ardadizya, Jakarta, 2005.



LAMPIRAN

Lampiran 1

TUGAS 2.1 Form Isian Profil, Karakteristik dan Kinerja UMK

No.	Uraian	Keterangan
I	Umum	
1	Nama/Bentuk Usaha	
2	Nama Pemilik	
3.	Alamat Tinggal	
4	Alamat Usaha	
5	Telp/HP/WA	
6	Email/website	
7	Bidang Usaha	
8	Riwayat Usaha	
11	Status tempat usaha	

No.	Uraian	Keterangan		
10	Izin yang dimiliki			
	Akte Notaris			
	Badan hukum			
	SIUP			
	NPWP			
	TDP			
	Lain-lain			
11	Kredit/pembiayaan bank			
	Besarnya Kredit/pembiayaan/sejak tahun:			
12	Tenaga Kerja	Jumlah	Besar Gaji/Upah	Pendidikan
	Sekarang			
	Rencana			

II Pemasaran				
1	Jenis produk Makanan	Pembeli	Jumlah (Rp)	Pembayaran (tunai/kredit)
	g.			
	h.			
	i.			
	j.			
	k.			
	l.			
2	Realisasi dan rencana penjualan			
3	Perusahaan sejenis			
4	Rencana perluasan			

III Produksi				
1	Bahan Baku Utama	Volume	Harga/unit	Jumlah (RP)
	m.			
	n.			
	o.			
	p.			
	q.			
	r.			
	s.			

No.	Uraian	Keterangan		
	t.			
	u.			
	v.			
	Total			
2	Bahan Penolong/hari	Volume	Harga/unit	Jumlah (RP)
	a.			
	b.			
	c.			
	d.			
	e.			
	f.			
	g.			
	h.			
	Total			
	Total B Baku & Penolong			
3	Sumber dan cara pembayaran	Sumber	Pembayaran Tunai	Pembayaran Kredit
	Bahan baku			
	Bahan Penolong			
4	Sarana Yang dimiliki			
4.1	Fasilitas/mesin			
4.2	Bangunan			
4.3	Kendaraan			
4.4	Rencana dan realisasi Produksi			

IV	Neraca	
1	Aktiva	
	Kas dan bank	
	Piutang	
	Persediaan Barang	
	Persediaan alat	
	Tanah	
	Bangunan	
	Rupa-rupa aktiva	

No.	Uraian	Keterangan
2	Pasiva	
	Hutang:	
	i. Dagang	
	ii. Bank	
	Total	
	Modal	
	Untuk PT	
	a. Modal disetor	
	b. Laba ditahan	
	c. Laba tahun lalu	
	Untuk Koperasi	
	a. Simpanan Pokok	
	b. Simpanan Wajib	
	c. Cadangan, hibah, dll	
	Total modal	
	Total Modal	

V	Laba/Rugi (Periode Harian/bulanan)	
1	Pendapatan	
	c. Penjualan	
	d. Harga Pokok Penjualan	
	Laba Kotor	
2	Pendapatan lain-lain	
	Total Pendapatan	
3	Biaya Usaha	
	i. Gaji pegawai	
	j. Gaji Pengelola	
	k. Transportasi	
	l. Telpon/listrik	
	m. ATK	
	n. Sewa (Rp.*/bln)	
	o. Lain-lain	
	p. Penyusutan Rp.10 juta/4 tahun	
	Total Biaya	

No.	Uraian	Keterangan
4	Laba Sebelum Pajak	
5	Pajak (Rp. ?/bln)	
6	Laba setelah Pajak	

VI	Aset	
1	Rumah	
2	Kendaraan	

VII	Catatan Penting (karakteristik, kinerja, keunggulan, dll)	
1	Karakteristik UMK	
2	Kinerja:	
	d. Penjualan Harian	
	e. Marjin kotor	
	f. Marjin bersih	
3	Yang diinginkan (mempertahankan posisi, meningkatkan volume usaha dan atau marjin)	
4	Permasalahan	
5	Keunggulan	
6	Aspek/bidang prioritas yang harus mendapat khusus (kelembagan, pemasaran, produksi, keuangan, SDM).	

Pimpinan UMKM

....., Tanggal.....
Mahasiswa/Pimpinan Lembaga Mahasiswa

(Tanda Tangan)

.....

(Nama)

(Tanda Tangan)

.....

(Nama)

Lampiran 2**TUGAS 2.2**
Form Identifikasi Prioritas Kebutuhan Penerapan Manajemen Bisnis UMK

SWOT		Pemasaran	Produksi	Keuangan	Sumber Daya Manusia
	0	1	2	3	4
Faktor Kekuatan	1				
Faktor Kelemahan	2				
Faktor Peluang	3				
Faktor Ancaman	4				
Prioritas Kebutuhan	5				

Lampiran 3

TUGAS 2.3 Form Rencana Penerapan Manajemen Bisnis UMK

No.	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan	Keterangan/ Penjelasan
0	1	2	3
1	Identifikasi profil, permasalahan, kebutuhan dan rencana penerapan manajemen bisnis UMK		
2	Penyusunan rencana & konfirmasi jadwal penerapan manajemen bisnis UMK		
3	Pembelajaran dan atau konsultasi penerapan manajemen bisnis UMK		
	d. Memilih & menetapkan prioritas bidang penerapan manajemen bisnis UMK		
	e. Konfirmasi persiapan tempat, waktu, Mahasiswa, jadwal acara, dan perlengkapan		
	f. Pelaksanaan Pembelajaran dan atau konsultasi		
4	Coaching penerapan manajemen bisnis UMK		
	d. Memilih & menetapkan prioritas bidang penerapan manajemen bisnis UMK		
	e. Konfirmasi persiapan tempat, waktu, Mahasiswa, jadwal acara, dan perlengkapan Pembelajaran		
	f. Pelaksanaan coaching UMK		
5	Monitoring & evaluasi penerapan manajemen bisnis UMK		
6.	Pelaporan hasil penerapan manajemen bisnis UMK		

....., Tanggal.....

Pimpinan UMKM

Mahasiswa/Pimpinan Lembaga Mahasiswa

(Tanda Tangan)

(Tanda Tangan)

.....
(Nama)

.....
(Nama)

Lampiran 3**TUGAS 3.1****Form Rencana Penerapan Materi Pembelajaran dan/atau Konsultasi UMK**

No.	Mahasiswa	Hasil Analisis (TNA)	Materi & Media	
			Materi	Media
0	1	2	3	4

Lampiran 5

TUGAS 3.2

Form Konfirmasi Pelaksanaan Kegiatan Pembelajaran dan/atau Konsultasi UMK

No.	Uraian	Penanggung jawab	Keterangan (sudah siap/belum siap)
0	1	2	3
1	Tempat kegiatan	LPB/Mahasiswa*)	
2	Jadwal kegiatan/Acara	LPB/Mahasiswa*)	
3	Bahan dan perlengkapan	LPB/Mahasiswa*)	
4	Peralatan/Perangkat	LPB/Mahasiswa*)	
5	Materi Pembelajaran dan atau konsultasi	LPB/Mahasiswa*)	
6	Kehadiran Mahasiswa	UMKM	

Keterangan: *) coret yang tidak berlaku

Lampiran 6

TUGAS 3.3

Form Isian *Coaching* Identifikasi Penerapan Penyusunan Rencana Usaha UMK

No.	Tahapan Kegiatan	Masalah yang dihadapi	Identifikasi alternative solusi	Tindakan solusi yang dilakukan	Output kegiatan	Keterangan (ketercapaian dan waktu pelaksanaan)
1	2	3	4	5	6	7
1	Identifikasi kekuatan, peluang, dan kelemahan UMKM terkait perencanaan usaha bidang pemasaran.				Hasil identifikasi kekuatan, peluang dan kelemahan UMKM terkait rencana usaha di bidang pemasaran	
2	Identifikasi kekuatan, peluang, dan kelemahan UMKM terkait perencanaan usaha bidang produksi.				Hasil identifikasi kekuatan, peluang dan kelemahan UMKM terkait rencana usaha di bidang produksi	
3	Identifikasi kekuatan, peluang, dan kelemahan UMKM terkait perencanaan usaha bidang keuangan.				Hasil identifikasi kekuatan, peluang dan kelemahan UMKM terkait rencana usaha di bidang keuangan	

No.	Tahapan Kegiatan	Masalah yang dihadapi	Identifikasi alternative solusi	Tindakan solusi yang dilakukan	Output kegiatan	Keterangan (ketercapaian dan waktu pelaksanaan)
1	2	3	4	5	6	7
4	Identifikasi kekuatan, peluang, dan kelemahan UMKM terkait perencanaan usaha bidang sumber daya manusia.				Hasil identifikasi kekuatan, peluang dan kelemahan UMKM terkait rencana usaha di bidang sumber daya manusia 1.	

Lampiran 7

TUGAS 3.4

Form Isian *Coaching* Identifikasi Penerapan Manajemen Pemasaran UMK

No.	Tahapan Kegiatan	Masalah yang dihadapi	Identifikasi alternative solusi	Tindakan solusi yang dilakukan	Output kegiatan	Keterangan (ketercapaian dan waktu pelaksanaan)
1	2	3	4	5	6	7
1	Identifikasi kekuatan dan kelemahan terkait <i>Produk</i> UMKM				Hasil identifikasi kekuatan & kelemahan terkait <i>Produk</i> UMKM	
2	Identifikasi kekuatan dan kelemahan terkait <i>Price/harga</i> UMKM				Hasil identifikasi kekuatan & kelemahan terkait <i>Price/harga</i> UMKM	
3	Identifikasi kekuatan dan kelemahan terkait <i>Place/lokasi</i> UMKM				Hasil identifikasi kekuatan & kelemahan terkait <i>Place/lokasi</i> UMKM	
4	Identifikasi kekuatan dan kelemahan terkait <i>Promosi</i> UMKM				Hasil identifikasi kekuatan & kelemahan terkait <i>Promosi</i> UMKM	

Lampiran 8

TUGAS 3.5

Form Isian *Coaching* Identifikasi Penerapan Manajemen Produksi UMK

No.	Tahapan Kegiatan	Masalah yang dihadapi	Identifikasi alternative solusi	Tindakan solusi yang dilakukan	Output kegiatan	Keterangan (ketercapaian dan waktu pelaksanaan)
1	2	3	4	5	6	7
1	Identifikasi terkait perencanaan pengorganisasian & kegiatan produksi yang akan dilakukan dalam suatu waktu atau periode tertentu.				Hasil identifikasi terkait rencana pengorganisasian & kegiatan produksi yang akan dilakukan dalam suatu periode tertentu.	
2	Identifikasi terkait proses pengolahan, merupakan metode atau teknik yang digunakan untuk pengolahan produk.				Hasil identifikasi terkait proses pengolahan, merupakan metode atau teknik yang digunakan untuk pengolahan produk.	
3	Identifikasi terkait faktor penunjang, merupakan sarana pengorganisasian yang diperlukan untuk penetapan metode yang akan dijalankan.				Hasil identifikasi terkait faktor penunjang, merupakan sarana pengorganisasian yang diperlukan untuk penetapan metode yang akan dijalankan.	

No.	Tahapan Kegiatan	Masalah yang dihadapi	Identifikasi alternative solusi	Tindakan solusi yang dilakukan	Output kegiatan	Keterangan (ketercapaian dan waktu pelaksanaan)
1	2	3	4	5	6	7
4	Identifikasi terkait pengendalian dan pengawasan, yang merupakan fungsi untuk menjamin pelaksanaan kegiatan sesuai dengan yang direncanakan.				Hasil identifikasi terkait pengendalian dan pengawasan yang merupakan fungsi untuk menjamin pelaksanaan kegiatan sesuai dengan rencana.	

Lampiran 9

TUGAS 3.6

Form Isian *Coaching* Identifikasi Penerapan Manajemen Keuangan UMK

No.	Tahapan Kegiatan	Masalah yang dihadapi	Identifikasi alternative solusi	Tindakan solusi yang dilakukan	Output kegiatan	Keterangan (ketercapaian dan waktu pelaksanaan)
1	2	3	4	5	6	7
1	Identifikasi terkait penyusunan anggaran kas sesuai dengan prinsip akuntansi.				Hasil identifikasi terkait penyusunan anggaran kas sesuai dengan prinsip akuntansi.	
2	Identifikasi terkait pengendalian kondisi keuangan hutang piutang usaha.				Hasil identifikasi terkait pengendalian kondisi keuangan hutang piutang usaha.	
3	Identifikasi terkait pengelolaan anggaran biaya operasional usaha secara efisien.				Hasil identifikasi terkait pengelolaan anggaran biaya operasional usaha secara efisien.	
4	Identifikasi terkait pemanfaatan penggunaan kredit atau pinjaman secara efektif.				Hasil identifikasi terkait manfaat penggunaan kredit atau pinjaman secara efektif.	

Lampiran 10

TUGAS 3.7

Form Isian *Coaching* Identifikasi Penerapan Manajemen Sumber Daya Manusia UMK

No.	Tahapan Kegiatan	Masalah yang dihadapi	Identifikasi alternative solusi	Tindakan solusi yang dilakukan	Output kegiatan	Keterangan (ketercapaian dan waktu pelaksanaan)
1	2	3	4	5	6	7
1	Identifikasi terkait penyusunan struktur organisasi SDM bagi UMKM.				Hasil identifikasi terkait penyusunan struktur organisasi SDM bagi UMKM.	
2	Identifikasi terkait pendelegasian tugas pokok, fungsi, wewenang dan tanggung jawab SDM bagi UMKM.				Hasil identifikasi terkait pendelegasian tugas pokok, fungsi, wewenang dan tanggung jawab SDM bagi UMKM.	
3	Identifikasi terkait proses rekrutmen dan peningkatan kapasitas SDM bagi UMKM.				Hasil identifikasi terkait proses rekrutmen dan peningkatan kapasitas SDM bagi UMKM.	
4	Identifikasi terkait standarisasi penilaian dan penghargaan bagi SDM bagi UMKM.				Hasil identifikasi terkait standarisasi penilaian dan penghargaan bagi SDM bagi UMKM.	

Lampiran 11

TUGAS 4.1 Instrumen Monitoring Evaluasi Pelaksanaan dan Hasil Penerapan Manajemen Dasar UMK

No.	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan	Output Diharapkan	Output Dihilangkan	Faktor kunci Keberhasilan	Kendala Dihadapi	Keterangan (dampak kinerja UMKM dan lainnya)
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Identifikasi profil, permasalahan dan kebutuhan UMKM		Tersedia hasil identifikasi profil, Permasalahan dan kebutuhan UMKM				
2	Penyusunan rencana manajemen dasar UMK		Tersusun rencana manajemen dasar UMK				
3	Pembelajaran/ konsultasi penerapan manajemen dasar UMK		Terlaksana Pembelajaran/ konsultasi penerapan manajemen dasar UMK				
4	Coaching penerapan manajemen dasar UMK		Terlaksana coaching penerapan manajemen dasar UMK				
5	Pelaksanaan Monev penerapan manajemen dasar UMK		Terlaksana Monev penerapan manajemen dasar UMK				

Lampiran 11

FORMAT 4.2 Format Sistematika Pelaporan Pelaksanaan dan Hasil Penerapan Manajemen Bisnis UMK

Sampul Depan (*Cover*) Laporan:

LAPORAN PELAKSANAAN DAN HASIL
PENERAPAN MANAJEMEN BISNIS UMK
“.....(Nama UMK).....”

KATA PENGANTAR

I. PENDAHULUAN

- I.1. Latar Belakang
- I.2. Tujuan
- I.3. Ruang Lingkup

II. PROFIL UMKM

- II.1. Nama dan alamat usaha UMKM
- II.2. Nama pengelola dan profil pengusaha
- II.3. Profil kelembagaan dan bidang usaha UMKM
 - a. Tahun berdiri
 - b. Sejarah singkat
 - c. Produk (barang dan jasa) ditawarkan
 - d. Keunggulan produk dan segmen pasar
 - e. Jaringan pemasaran
 - f. Produksi dan penyediaan bahan baku
 - g. Organisasi dan Manajemen
 - h. Struktur permodalan
 - i. Kinerja Usaha

III. DASAR PELAKSANAAN

- III.1. Identifikasi masalah dan kebutuhan UMKM
- III.2. Rencana UMKM (didalamnya ada kontrak/komitmen UMKM dengan mahasiswa dan atau lembaga mahasiswa)

IV. PELAKSANAAN DAN HASIL

- IV.1. Penyusunan rencana penerapan manajemen dasar
- IV.2. Pembelajaran/konsultasi penerapan manajemen dasar UMKM
- IV.3. Coaching penerapan manajemen dasar UMKM
- IV.4. Permasalahan dan faktor keberhasilan penerapan manajemen dasar
- IV.5. Hasil penerapan manajemen dasar UMKM

V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

- V.1. Kesimpulan
- V.2. Rekomendasi

VI. PENUTUP