

BAB I

PENDAHULUAN

A. DESKRIPSI SINGKAT

Menetapkan peta peluang usaha atau bisnis bukanlah hal yang gampang. Kerena, selain dibutuhkan kecakapan juga diperlukan sikap arif dan bijaksana. Untuk mencapai peluang usaha atau bisnis yang sukses, perlu adanya kerja keras dan pengorbanan dalam usaha. Sekali peluang usaha dapat berhasil lolos ujian, langkah selanjutnya tidak terbendung lagi. Peluang usaha merupakan suatu kesempatan yang cukup menguntungkan jika menjalankan suatu bisnis tertentu. Peta peluang usaha atau bisnis yang berhasil akan diidentifikasi oleh pengalaman dan pendekatan terhadap faktor manusia, sedangkan kunci peluang usaha lainnya banyak ditentukan oleh teknologi komunikasi informasi.

Mengidentifikasi peluang usaha dapat dilakukan dengan memperhatikan kedudukan pasar, profitabilitas, sumber daya manusia, keuangan, sarana kerja, tanggung jawab sosial, dan pengembangan usaha.

Kegiatan perencanaan usaha adalah sebuah selling document yang diiapkan oleh wirausahawan yang menggambarkan semua unsur yang relevan, baik internal maupun eksternal untuk memulai usahanya. Kegiatan perencanaan usaha meliputi :

1. Kegiatan wirausahawaan yang mencakup tugas-tugas seperti mengadakan kontrak dengan akuntan, pengacara, serta orang-orang yang membantu dalam hal finansila dan hukum.
2. Aspek -aspek yuridis yang dianggap rutin, meliputi laporan keuangan bulanan, memonitor laporan keuangan, merevisi anggaran, manajemen produksi, personalia, serta manajemen pemasaran.

B. MANFAAT

- Untuk memanfaatkan peluang secara kreatif dan inovatif
- Dapat menciptakan lapangan kerja bagi orang yang membutuhkan
- Belajar menjadi peluang bisnis yang sukses dan bisa di andalkan

C. TUJUAN PEMBELAJARAN

1. Tujuan umum

Memahami, menerapkan, menganalisis dan mengevaluasi pengetahuan faktual, konseptual, prosedural, dan metakognitif berdasarkan rasa ingintahunya tentang ilmu pengetahuan, teknologi, seni, budaya, dan humaniora dengan wawasan kemanusiaan, kebangsaan, kenegaraan, dan peradaban terkait penyebab fenomena dan kejadian, serta menerapkan pengetahuan prosedural pada bidang kajian yang spesifik sesuai dengan bakat dan minatnya untuk memecahkan masalah.

2. Tujuan Khusus

Mendeskripsikan pelajaran lingkungan hidup ini diharapkan menjadi system informasi kepada peserta didik bagaimana cara merawat dan melestarikan lingkungan hidup dengan baik.

D. PETUNJUK PEMBUATAN MODUL

Modul ini merupakan panduan praktis dan proses pembelajaran. Agar memperoleh hasil yang maksimal, ada baiknya siswa atau guru membaca petunjuk penggunaan ini:

- Ringkasan Materi

Materi yang disajikan dalam modul ini berupa materi esensial dari kompetensi dasar yang terdapat dalam Kompetensi Inti (KI). Sesuai namanya materi ini disajikan secara ringkas dan padat serta jelas

E. KAITAN MATERI

Materi merencanakan usaha kecil/makro dalam kewirausahaan itu untuk mengetahui peserta didik dalam berwirausaha, yaitu dengan menganalisis peluang usaha dan aspek-aspek perencanaan usaha. Dan mengetahui kemampuan siswa dalam berwirausaha.

F. KEGIATAN PEMBELAJARAN

1. Uraian materi KD 1 (Menganalisis peluang usaha)

a) Peluang dan inspirasi usaha

Peluang usaha adalah suatu kesempatan yang cukup menguntungkan jika menjalankan suatu bisnis tertentu. Akan tetapi, peluang bisnis bukanlah peluang jika tidak sanggup menemukan tindakan yang mungkin dan layak untuk mewujudkannya. Risiko usaha adalah rintangan atau hambatan yang mungkin dihadapi oleh wirausahawan dalam menjalankan bisnisnya. Risiko usaha tidak dapat dihilangkan sama sekali melainkan harus dikurangi sekecil mungkin.

- **Definisi peluang dan inspirasi usaha**

Peluang dalam bahasa Inggris adalah opportunity yang berarti kesempatan yang muncul dari sebuah kejadian atau momen. Jadi, peluang berasal dari kesempatan yang muncul dan menjadi ilham (ide) bagi seseorang. Inspirasi merupakan sumber dari peluang. Ketika seseorang memperoleh inspirasi, berarti dia membuka sebuah peluang untuk suatu hal yang baru. Inspirasi muncul ketika terjadi

konektivitas(pertemuan atau titik temu)antara pengetahuan,memori,dan latar belakang pendidikan atau pengalaman yang dimiliki oleh seseorang dengan cara pandangnya dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi.

- Faktor-faktor yang memunculkan inspirasi

Faktor internal yaitu faktor yang berasal dari dalam diri seseorang sebagai subjek antara lain

- Pengetahuan yang dimiliki
- Pengalaman dari individu
- Pengalaman saat ia melihat orang lain menyelesaikan masalah
- Intuisi yang merupakan pemikiran yang muncul dari individu itu sendiri

Faktor eksternal yaitu hal-hal yang dihadapi seseorang dan merupakan objek untuk mendapatkan sebuah inspirasi bisnis,antara lain :

- Masalah yang dihadapi dan belum terpecahkan
- Kesulitan yang dihadapi sehari-hari
- Kebutuhan yang belum terpenuhi baik untuk dirinya sendiri maupun orang

lain

- Pemikiran yang besar untuk menciptakan sesuatu yang baru

- Proses inspirasi usaha

Munculnya sebuah inspirasi merupakan proses filterasi atau pemilihan dari berbagai banyak dan gagasan yang berujung pada sebuah kristalisasi ide.biasanya ide memiliki cara, antara lain:

- mampu memenuhi kebutuhan dari konsumen atau pasar
- memiliki keunggulan bersaing dalam sebuah kompetisi
- tidak bersifat sementara atau adanya aspek waktu yang lama

- Ciri-ciri peluang usaha yang baik

Peluang yang berasal dari sebuah ide usaha yang diperoleh dari inspirasi usaha ,harus merupakan peluang yang potensial,sehingga dapat dikategorikan sebagai peluang yang baik

b) Sumber peluang usaha

Peluang dapat berasal dari sebuah inspirasi,ide atau kesempatan yang muncul dan dimanfaatkan untuk kepentingan seseorang baik dalam kehidupan sehari-hari atau dalam usaha. Peluang atau kesempatan bisa bersumber dari berbagai macam hal,yaitu sebagai berikut :

1. peluang dari diri sendiri

salah satu yang berasal dari diri anda adalah sebagai berikut :

- hobi

hobi bisa berasal dari kesuksesan seseorang dalam berwirausaha,bahkan usahanya bisa berkembang dan tumbuh pesat.

- Keahlian

Keahlian yang anda miliki dapat menjadi modal pendidikan

untuk mengembangkan usaha sesuai dengan bidang keahlian.

- Pengetahuan dan latar belakang pendidikan

Pengetahuan dan latar belakang pendidikan merupakan salah satu hal yang paling potensial untuk menemukan peluang emas karena anda sudah mengetahui,mempelajari,dan memahami bidang yang anda tekuni.

2. Peluang dari lingkungan

Banyak peluang dan inspirasi yang timbul dari lingkungan, antara lain sebagai berikut :

- a. Usaha atau bisnis orang tua

- b. Lingkungan rumah,yaitu tetangga,teman sekolah,dan teman main.
 - c. Kebiasaan anda ketika berangkat dan pulang sekolah,baik itu dalam perjalanan atau di lingkungan sekolah dan teman sekolah.
 - d. Saat anda berkunung ke berbagai tempat.
3. Peluang dari perubahan yang terjadi
- a. Perubahan global
 - b. Perubahan lingkungan
 - c. Perubahan perubahan pemerintah
 - d. Perubahan musim
 - e. Perubahan gaya hidup
 - f. Perubahan tingkat kebutuhan
 - g. Perubahan tingkat tekanan pekerjaan
 - h. Perubahan teknologi informasi dan komunikasi
 - i. Perubahan jumlah laju pertumbuhan kendaraan
4. Peluang dari konsumen
- Suara-suara konsumen yang dapat menciptakan peluang baru diantaranya:
- a. Keluhan-keluhan konsumen
 - b. Saran-saran dari konsumen
 - c. Permintaan khusus konsumen dan calon konsumen
 - d. Angan-angan yang diimpikan konsumen dan calon konsumen
 - e. Harapan dari konsumen terhadap produk atau jasa anda.
5. Peluang dari gagasan orang lain
- Gagasan dari orang lain yang bersifat orisisnil akan memunculkan sebuah peluang usaha yang baru pula.
6. Peluang dari informasi yang diperoleh

Informasi yang diperoleh dapat menjadi sebuah peluang jika anda mampu menghubungkan antara pengalaman dan pengetahuan yang anda miliki untuk mewujudkannya.

c) Jenis peluang usaha dan risikonya

Berikut ini yang akan dijelaskan beberapa jenis usaha dan risiko yang mungkin akan dihadapi bila mengembangkan jenis usaha tersebut.

1. Bidang usaa jual beli telepon genggam
2. Bidang usaha kesehatan
3. Bidang usaha makanan
4. Bidang usaha hiburan
5. Bidang usaha cinderamata
6. Bidang usaha tempat penitipan anak dan bayi

d) Prosedur menganalisis risiko usaha

Agar lebih jelas,berikut ini prosedur-prosedur utuk menganalisis sebuah situasi risiko didalam usaha atau bisnis

1. Tujuan dan sasaran usaha
2. Meneliti alternatif risiko
3. Merencanakan dan melaksanakan sebuah alternatif
4. Taksiran risiko usaha
5. Mengumpulkan informasi usaha
6. Mengurangi resiko usaha

e) Pemanfaatan peluang secara kreatif dan inovatif

Peluang usaha harus diberdayakan menjadi peluang emas secara kreatif dan inovatif dengan melakukan cara-cara berikut:

1. Make modification
2. Make it better
3. Make it the first
4. Make it special products
5. Cloning
6. Subtitude

f) Faktor-faktor keberhasilan dan kegagalan usaha

- Syarat keberhasilan usaha

Antara lain sebagai berikut:

- a. Memiliki kepribadian unggul didalam mengelola usaha
- b. Mengenali diri sendiri
- c. Mengetahui dan memperhatikan hambatan-hambatan yang ada serta hambatan yang mungkin terjadi
- d. Mempunyai keahlian kgusus atau skiil tertentu
- e. Memiliki kekayaan mental dan spiritual serta kekayaan material
- f. Kemauan dan kesedihan untuk belajar terus menerus dan bekerja prestatif

- Faktor-faktor keberhasilan usaha

Antara lain sebagai berikut :

- a. Faktor manusia
- b. Faktor keuangan
- c. Faktor organisasi
- d. Faktor perencanaan

- e. Faktor mengatur usaha
- f. Faktor pemasaran
- g. Faktor administrasi
- h. Faktor fasilitas pemerintah
- Analisis kegagalan usaha

Adanya kegagalan didalam usaha aan memaksa wirausahawan untuk:

- a. Mencari masalah-masalah yang ada
- b. Mencari permasalahannya
- c. Mengetahui cara-cara untuk menghilangkan kegagalan di dalam usaha
- Faktor-faktor kegagalan usaha

Beberapa yang menyebabkan kegagalan dala pencapaian tujuan usaha antara lain:

- a. Kepribadian yang bersifat negatif
- b. Perasaan takud disaingi oarang lain
- c. Anggapan diri sendiri super dan lebih berhasil dari orang lain
- Mental negatif

Kegagalan dalam usaha pada umumnya dapat di identifikasi karena beberapa hal berikut:

- a. Kebiasaan menunda waktu
- b. Kurangnya ketekunan dan ketakwaan
- c. Kepribadian negatif
- d. Kebiasaan boros
- e. Kebiasaan hati-hati berlebihan

G. Tes Formatif

- **Berilah tanda silang (x) pada jawaban yang paling benar!**

1. Seorang lulusan tata boga berkreasi membuat makanan dan minuman yang belum pernah ada untuk ditawarkan dan dicoba oleh teman-temannya sehingga ia tahu jenis makanan dan minuman yang disenangi banyak orang. Peluang usaha yang dilakukan bersumber dari peluang
 - a. Hobi
 - b. Lingkungan
 - c. Keahlian
 - d. Pengetahuan dan latar belakang pendidikan
 - e. Konsumen
2. Berikut ini bukan termasuk faktor-faktor internal yang dapat memunculkan inspirasi adalah.....
 - a. Pengetahuan yang dimiliki
 - b. Pengalaman dari individu itu sendiri
 - c. Pengalamn saat ia melihat orang lain menyelesaikan masalah
 - d. Kesuitan yang dihadapi sehari-hari
 - e. Instusisi yang merupakan pemikiran yang muncul dari individu itu sendiri
3. Berikut ini yang bukan merupakan jenis usaha tani adalah
 - a. Tanaman industri
 - b. Holtikultura
 - c. Agrowisata
 - d. Usaha pertanian
 - e. Periklanan
4. Kunci keberhasilan usaha bagi seseorang wirausahawan ditentukan oleh.....

- a. Tanggung jawab atas usahanya
 - b. Kreativitas dan inovasi dalam memproduksi produk
 - c. Kemauan dalam merumuskan tujuan usaha dan pemahaman tentang hakikat dan makna usaha
 - d. Bekerja prestatif, efektif, dan efisiensi di dalam usahanya
 - e. Mempunyai Keunggulan di dalam usahanya
5. Risiko yang sering dihadapi oleh bidang usaha cinderamata di antaranya
- a. Sulit memasarkan produknya pada konsumen
 - b. Kualitas produk jarang bisa terjaga
 - c. Persaingan banyak
 - d. Sulit mendapatkan bahan yang banyak dan murah
 - e. Produk dan desain sering di tiru oleh orang yang tidak bertanggung jawab

• Jawablah dengan benar pertanyaan-pertanyaan di bawah ini !

1. Salah satu syarat keberhasilan usaha yaitu seorang wirausaha memiliki kepribadian unggul di dalam mengelola usaha. Jelaskan maksudnya ?

Jawab:

.....

.....

.....

.....

.....

2. Sebutkan hal-hal yang perlu dilakukan wirausahawan dalam mengatur kegiatan perusahaan !

Jawab :

.....
.....
.....
.....
.....

3. Faktor pemasaran produk perusahaan dapat di tinjau dari beberapa hal. Sebutkan faktor-faktor dalam pemasaran produk !

Jawab :

.....
.....
.....
.....
.....

4. Sebutkan hal-hal yang perlu diperhatikan dalam mengurus keuangan perusahaan !

Jawab :

.....
.....
.....
.....
.....

5. Sebutkan hal-hal yang perlu diperhatikan wirausahawan sejak mendirikan perusahaan

Jawab :

.....
.....

.....
.....
.....

H. Kunci jawaban

Jawaban ROM 1

1. D
2. D
3. E
4. B
5. E

Jawaban ROM II

1.
 - a. Mampu merumuskan apa yang di cita-citakan dalam usaha
 - b. Berdaya pikir positif untuk sukses didalam bidang usahanya
 - c. Mampu menetapkan : - kesempatan dalam melaksanakan usaha
- waktu untuk mencapai usahanya
2.
 - Menyusun uraian tugas produk untuk menjalankan usahanya
 - Menyusun stuktur organisasi usaha
 - memperkirakan tenaga kerja yang di butuhkan
 - Menetapkan balas jasa dan insentif
 - Membuat jadwal usaha

- Pengaturan mesin-mesin produk
 - Pengaturan tata laksana usaha
 - Penataan barang barang
 - Pengawasan usaha dan pengendaliannya
3.
 - a. Daya serap pasar dan prospeknya
 - b. kondisi pemasaran dan prospeknya
 - c. program pemasaran
 4.
 - a. Membuat pembukuan yang rapi dan teratur
 - b. mencatat semua uang yang masuk dan keluar dengan cermat dan teliti
 - c. memeriksa keabsahan semua dan bukti pengeluaran
 - d. memisahkan harta pribadi dan keuangan perusahaan
 - e. menentukan gaji karyawan gaji pemilik perusahaan
 - f. membuat anggaran untuk semua aspek keuangan dan membandingkan dengan realiasinya
 5.
 - jenis produk yang akan dibuat
 - Jumlah dana yang dibutuhkan
 - Jumlah produk yang akan dinuat
 - Wilayah pemasaran produk

I. Kriteria penilaian

Nilai	Predikat	Keterangan
90-100	A	Sangat baik
70-85	B	Baik
50-65	C	Cukup
> 50	D	Kurang
0	E	Sangat Kurang

BAB II

MENGANALISIS ASPEK-ASPEK PERENCANAAN USAHA

A. DESKRIPSI SINGKAT

a) Pengertian tujuan dan sasaran usaha

Seorang wirausahawan diharapkan mampu merencanakan usaha jangka panjang.

Adapun tujuan dan sasaran usaha meliputi kegiatan-kegiatan berikut :

1. Mempelajari dan meramalkan masa depan
2. Menentukan sasaran beserta fasilitas yang diperlukan dalam usaha
3. Menentukan prosedur kerja di dalam usaha
4. Membuat program kerja dan perhitungan usaha
5. Menentukan rencana anggaran usaha
6. Membuat kebijakan usaha

Seorang wirausahawan dalam memulai maupun melaksanakan usaha harus mempunyai visi, misi, tujuan dan sasaran yang jelas. Berikut akan dipaparkan mengenai hal tersebut.

- a. Visi perusahaan
- b. Misi perusahaan
- c. Tujuan perusahaan
- d. Sasaran perusahaan

b) Bentuk -bentuk badan usaha

1. Pengertian badan usaha, perusahaan, dan pengusaha

Badan usaha adalah kesatuan yuridis dan ekonomis yang terdiri dari orang atau sekelompok orang yang berorganisasi dalam bidang ekonomi dan bertujuan

mencari keuntungan dengan mendirikan suatu perusahaan yang menghasilkan barang atau jasa dengan cara yang efektif dan efisien.

2. Bentuk bentuk usaha

a. Perusahaan perseorangan

adalah suatu usaha yang didirikan oleh seseorang yang bertujuan untuk mempunyai kegiatan tertentu. pemilik bertindak sebagai pengelola yang bertanggung jawab sendiri atas perusahaannya.

b. Persekutuan yuridis(partnership)

jenis badan usaha lebih sering digunakan bila pendiri atau pemilik usaha lebih dari satu orang.

c. Perseorangan terbatas(PT)

Adalah perseorangan atas saham-saham yang didirikan orang-orang untuk menjalankan usaha yang dapat menghasilkan laba.

d. Koperasi

Berdasarkan UU.No.25 Tahun 1992, koperasi adalah suatu bentuk badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi yang melandaskan kegiatannya pada prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berlandaskan asas kekeluargaan.

Jadi koperasi adalah perkumpulan orang-orang secara sukarela dengan jumlah anggota yang tidak terbatas, secara kolektif memiliki dana, diorganisir berdasarkan asas demokrasi, persamaan hak, bersama-sama mencukupi keinginan dan kebutuhannya melalui kerja sama, dengan motif produksi dan distribusinya adalah pelayanan dan bukan laba.

1. Wewenang dan tanggung jawab koperasi
2. Asas dan sifat koperasi
3. Landasan koperasi di Indonesia
4. Pelaksanaan kegiatan koperasi di Indonesia
5. Keunggulan koperasi
6. Kelemahan koperasi
7. Tingkat-tingkat koperasi di Indonesia

c) Struktur organisasi sederhana

1. Definisi organisasi

Organisasi adalah suatu unit sosial yang dikoordinasi dengan sengaja, terdiri dari dua orang atau lebih yang berorganisasi relatif jangka panjang untuk mewujudkan tujuan atau serangkaian tujuan.

a. Chester I. Barnard dalam bukunya "The Function of the Executive" 1938 p.75 memberikan batasan sebagai berikut "I define an organization as a system of cooperation of two or more persons". Organisasi adalah suatu sistem mengenai usaha-usaha kerja sama yang dilakukan oleh dua orang atau lebih.

b. James D. Mooney dalam bukunya "The Principles of Organization", 1947 mendefinisikan sebagai berikut "organization is the form of every human association for the attainment of common purpose" organisasi adalah setiap bentuk perserikatan manusia untuk mencapai suatu maksud bersama (tujuan umum)

- c. Kamus administrasi

Organisasi adalah suatu sistem usaha kerja sama dari sekelompok orang untuk mencapai tujuan bersama.

1. Unsur organisasi

2. Asas-asas organisasi
3. Struktur organisasi

B. Kepuasan Pelanggan

a) Pelayanan Prima

Pelayanan prima (*Excellent service*) adalah pelayanan sebaik-baiknya kepada pelanggan sehingga dapat menimbulkan rasa puas pada pelanggan. Pelayanan prima merupakan pelayanan yang berorientasi pada pemenuhan tuntutan pelanggan mengenai kualitas produk (barang atau jasa) sebaik-baiknya. Melalui pelayanan prima, perusahaan dapat menarik pelanggan baru dan perusahaan dapat mempertahankan pelanggan lama. Untuk menunjang pelaksanaan pelayanan prima, telah dikembangkan konsep *total quality management* (TQM), yaitu system manajemen yang melibatkan semua manajemen dan pegawai untuk memperbaiki kualitas dan kuantitas proses organisasi agar kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terpenuhi.

Pelayanan prima dikembangkan berdasarkan konsep A3, yaitu *Attitude* (sikap), *attention* (perhatian) dan *action* (tindakan).

a. Konsep *Attitude* (Sikap)

Calon pembeli/pelanggan selalu mengharapkan sikap dan perilaku yang baik dan menyenangkan dari pelayan/petugas yang ada di toko/perusahaan sehingga kepuasan pembeli terpenuhi serta kemungkinan besar pengalamannya disampaikan kepada orang lain, yang akhirnya menjadi promosi gratis bagi perusahaan. Pelayanan berdasarkan *attitude* (sikap) terdiri dari beberapa bentuk, antara lain seperti berikut ini.

a) Pelayanan pelanggan dengan penampilan serasi

Hal-hal yang dapat mendukung penampilan serasi

- Penampilan serasi dengan cara berhias

- Penampilan serasi dengan cara berbusana
- Penampilan serasi dengan ekspresi wajah

b) Pelayanan dengan berpikir positif

Cara berpikir positif dalam melayani pembeli

- Tidak mencari atau memanfaatkan kelemahan pembeli
- Tidak bersikap apriori terhadap pembeli
- Melayani pembeli secara terhormat

c) Pelayanan pelanggan dengan sikap menghargai

- Tutur bahasa baik, disertai senyum ramah
- Sikap sopan santun
- Melayani dengan memuaskan
- Mendengarkan saran, pendapat dan kritikan pembeli
- Mendengar dan mencatat setiap pesanan pembeli
- Mengusahakan untuk memenuhi kebutuhan pembeli
- Bersikap konsisten dalam melayani pembeli

b. Konsep *attention*

Bentuk-bentuk pelayanan berdasarkan konsep *attention* adalah sebagai berikut.

a) Mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan

- Mendengarkan tutur kata pembeli mengenai kebutuhannya
- Mencatat dengan cermat yang dibutuhkan pembeli
- Berusaha memahami semua kebutuhan pembeli
- Berusaha mewujudkan kebutuhan pembeli dengan cepat

b) Mengamati perilaku pelanggan

Ketika sedang mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan, penjual harus mengadakan pengamatan terhadap segala perilaku pelanggan dalam hal berikut ini.

- *Body language*
- *Body movement*
- Motive pembeli

c) Mencurahkan perhatian penuh pada pelanggan

- Mendengarkan dan mencatat kebutuhan pembeli
- Menjelaskan kembali setiap pesanan
- Memberikan dan mengajukan saran dan perhatian penuh kepada pembeli
- Memberikan dan mengajukan saran dan perhatian penuh kepada pembeli
- Menghargai setiap pendapat dan saran yang diajukan pembeli
- Memenuhi kebutuhan pelanggan akan barang dan jasa yang dipesannya.

c. *Konsep Action*

a) Pencatatan pesanan adalah sebagai berikut

- Memberi kemudahan kepada pembeli/pelanggan
- Mempercepat pelayanan
- Menghindari kesalahan sekecil mungkin
- Memudahkan dalam pencarian dan pengambilan barang

b) Pencatatan kebutuhan pelanggan

Untuk memberikan pelayanan yang baik, sebaiknya pelayanan atau penjual mendengarkan memahami kebutuhan para pelanggan para pelanggan dan membuat daftar kebutuhan dengan mengelompokkan sesuai dengan kegunaan, merek, ukuran, dan jenis pesanan.

c) Penegasan kembali kebutuhan pelanggan

- Barang yang telah dicatat, ditegaskan kembali agar tidak terjadi kesalahan pelayanan.
- Menanyakan penggunaan alat pembungkusan barang

- Menanyakan cara pengiriman barang yang dikehendaki pembeli
- Menegaskan cara pembayaran (*cash, credit*, dengan cek)

d) Mewujudkan kebutuhan pelanggan

e) Menyatakan terimakasih dengan harapan pelanggan kembali

Hal-hal yang dapat dilakukan dengan harapan pelanggan kembali untuk membeli barang jasa diataranya adalah sebagai berikut:

- Pernyataan terimakasih kepada setiap pelangga
- Pemberian bonus kepada pelanggan yang membeli dalam jumlah besar
- Pemberian potongan harga
- Pemberian hadiah pada waktu-waktu tertentu kepada pelanggan

C. Promosi

a) Pengertian Promosi

Promosi yaitu kegiatan dalam pemasaran yang dilakukan dengan cara memperkenalkan barang kepada masyarakat dan bertujuan untuk meningkatkan penjualan. Promosi merupakan salah satu alat untuk mempengaruhi konsumen, baik langsung maupun tidak langsung.

b) Tujuan Promosi

- a) Merubah tingkah laku dan pendapat konsumen
- b) Mendorong konsumen agar lebih banyak menggunakan produk dan membeli produk dalam jumlah besar, serta mengingatkan konsumen akan manfaat produk
- c) Untuk menarik konsumen merek lain yang bersaing dengan produk yang sedang dipromosikan
- d) Mempertahankan merek produk perusahaan

c) Sasaran promosi

Secara terperinci dapat disebutkan bahwa sasaran dari promosi adalah sebagai berikut

- a) Seluruh masyarakat konsumen agar mereka mau membeli produk
- b) Para pembeli/pelanggan produk dari perusahaan tersebut
- c) Para pemakai produk pada waktu sekarang
- d) Masyarakat yang mempunyai daya beli
- e) Para distributor dan para agen yang menjual produknya
- f) Pemerintah yang memerlukan produk dari pengusaha yang bersangkutan
- g) Mereka yang mempunyai kekuasaan dan ia dapat memerintahkan untuk membelinya

Apabila promosi dapat dilakukan secara baik, efektif dan tepat sasaran, maka diharapkan dapat memberikan keuntungan, yang berupa berikut ini.

- a) Meningkatnya omset penjualan produk
 - b) Mengingatkan para pembeli tentang barang yang akan dibeli
 - c) Membentuk produk motives dan patronage motives
 - d) Produk menjadi lebih terkenal
 - e) Meningkatnya produksi perusahaan
 - f) Meningkatnya laba perusahaan
- d. Merencanakan Bentuk Promosi

Bentuk promosi yang paling efektif dilakukan saat ini adalah bauran promosi. Bauran promosi adalah promosi yang dilakukan dengan membaurkan empat alat penting dalam promosi yaitu *advertensi*, *personal selling*, *sales promotion* dan *publicity*.

a) *Advertensi* (periklanan)

Berdasarkan macam media yang digunakan, maka *advertensi* dibedakan menjadi berikut:

- 1) *Advertensi* Cetak yaitu berupa iklan surat kabar dan majalah
- 2) *Advertensi* Elektronik yaitu berupa iklan melalui radio dan televisi
- 3) *Transit advertising* yaitu berupa bulletin, poster, striker dan lain-lain
- 4) Kiriman langsung yaitu berupa barang cetakan yang dikirim langsung dengan pos kepada calon pembeli
- 5) *Advertensi* khusus yaitu segala macam barang, berupa hadiah atau pemerian secara Cuma-Cuma
- 6) *Advertensi* di luar ruma berupa yaitu papan reklame

Ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan di dalam memilih jenis media yang digunakan yaitu sebagai berikut:

- 1) Biaya
- 2) Produk
- 3) Pesan
- 4) Sifat media yang dituju

Untuk penyajian *advertensi* setiap perusahaan perlu memperhatikan persyaratan diantaranya adalah

- 1) Harus dapat menimbulkan perhatian konsumen
- 2) Harus dapat menarik konsumen
- 3) Harus dapat menimbulkan keinginan mau membeli

Agar penyusunan *advertensi* lebih efektif dan efisien, sebaiknya perusahaan memperhatikan langkah-langkah dalam menyusun *advertensi* diantaranya sebagai berikut:

- a. Tetapkan maksud dan tujuan
- b. Tentukan siapa yang akan menggunakan produk yang diiklankan
- c. Tentukan tempat, jumlah dan kebiasaan konsumen yang akan di tuju

- d. Persiapan kata-kata dan bahasa, gambar, *layout*, dan penyajian *advertensi*.
- e. Pilih media yang akan digunakan
- f. Siapkan tenaga ahli yang akan menyusun *advertensi*
- g. Sediakan biaya yang diperlukan
- h. Lakukan pengawasan dan pengendalian pelaksanaan *advertensi*

b) Personal Selling

Personal selling adalah penyajian barang secara lisan dan bertatap muka kepada satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar barang yang ditawarkan terjual.

Personal selling sangat dibutuhkan oleh perusahaan dalam usahanya

1) Menciptakan Kepercayaan

Kontak pribadi antara pembeli dan penjual dapat menimbulkan kepercayaan pembeli terhadap barang yang ditawarkan.

2) Peragaan

Personal selling sangat diperlukan untuk memperagakan jenis barang yang belum dikenal konsumen

3) Pembelian yang sifatnya sekali-sekali

Mengatasi penjualan terhadap produk yang hanya sekali-sekali saja dibeli oleh konsumen

4) Produk yang mempunyai nilai perunit sangat tinggi

Personal selling dapat memasarkan barang yang bernilai tinggi seperti: Mobil, Kamera.

5) produk yang didesain sesuai dengan kebutuhan

personal selling dapat menjualkan jenis-jenis barang yang bentuk warna maupun ukuran disesuaikan dengan permintaan konsumen, seperti tas, pakaian dan sebagainya.

Adapun yang menjadi ciri-ciri *personal selling* yaitu:

1) Hubungan akrab

Penjual harus menggunakan keahliannya untuk memperoleh rasa simpati dari pembeli, misalnya memuji para pembeli, sehingga akan terbentuk hubungan yang akrab dengan pembeli.

2) Hubungan langsung

Hubungan langsung akan menyebabkan adanya kebutuhan saling mengamati sifat penjual dengan pembeli mengadakan penyesuaian secara langsung.

3) Adanya tanggapan

personal selling membuat para pembeli merasa berkewajiban untuk mendengarkan pembicaraan penjual memberi reaksi dan tanggapan, walaupun reaksi tersebut hanya merupakan suatu persyaratan ucapan terimakasih.

c) Sales Promotion

Ada beberapa alat-alat yang biasa digunakan untuk sales promotion yaitu:

- a. Sampel/ccontoh yaitu memberikan produk secara gratis kepada konsumen, dengan harapan mereka menyukai sehingga melakukan pembelian ulang.
- b. Kupon/voucher yaitu memberikan sertifikat hak potongan kepada pemegangnya sehingga dapat menghemat pembelian produk tertentu
- c. Premi yaitu barang yang ditawarkan dengan harga yang sangat rendah atau bahkan gratis sebagai suatu insentif bila orang membeli produk tersebut.
- d. Paket harga yaitu produk yang memuat harga yang lebih rendah daripada harga biasa
- e. Tawaran uang kembali (*money refun offer*), yaitu tawaran pengembalian uang jika terjadi kesesuaian produk dengan harga atau terjadi kerusakan produk yang dibeli berdasarkan perjanjian.

f. Promosi dagang (*trade promotion*) yaitu penawaran potongan harga pada setiap pembelian selama jangka waktu tertentu.

g. Pemajangan di tempat penjualan

h. Pameran dagang

i. Kontes yaitu mengundang konsumen untuk ikut perlombaan melakukan sesuatu

j. Undian, misalnya konsumen diajak mengumpulkan label yang memuat nama produk/perusahaan untuk kemudian diundi dan mendapatkan hadiah

d) *Publicity*

Publicity adalah upaya pengaturan ruang editorial agar terpisah dari ruang lainnya di semua media yang dapat dibaca, dilihat atau didengar oleh konsumen atau calon konsumen suatu produksi perusahaan untuk mencapai tujuan penjualan. Alat-alat yang diperlukan untuk melaksanakan *publicity* adalah sebagai berikut:

1) Jumpa pres (*press relation*)

Pertemuan antara wartawan dengan produsen untuk memberikan informasi untuk dimuat dalam media massa agar menarik perhatian masyarakat terhadap produk dan jasa.

2) Publisitas produk (*product publicity*)

Usaha mempublikasikan produk khusus

3) Komunikasi perusahaan (*corporate communication*)

Komunikasi intern dan ekstern dalam upaya menciptakan rasa saling pengertian diantara perusahaan.

4) Pendekatan (*Lobbying*)

Kerja sama dengan ahli hukum dan pejabat pemerintah untuk mendukung atau menghapuskan peraturan/UU

5) Bimbingan (*conselling*)

Pemberian bimbingan kepada manajemen tentang masalah kemasyarakatan, posisi perusahaan maupun citra perusahaan.

Adapun tujuan dari *Publicity* yaitu:

- 1) membuat berita mengenai produk atau perusahaan
- 2) membuat berita berbagai aspek yang berkaitan dengan produk/perusahaan
- 3) mengembangkan publisitas khusus untuk berbagai segmen pasar

Hasilnya

- 1) jumlah penonjolan yang ditampilkan oleh media
- 2) perubahan kesadaran, pemahaman atau sikap yang dihasilkan oleh pelaksanaan publisitas.

d) Teknik menjual

Salah satu teori menjual yang dikemukakan adalah teori AIDAS, teori ini menerangkan dengan rinci mengenai tahapan-tahapan yang harus dilalui oleh seorang penjual di dalam melakukan kegiatan penjualan.

a. Tahapan-tahapan teori AIDAS adalah sebagai berikut.

1) *Attention* (Perhatian)

Pada tahap ini, penjual harus berusaha agar calon pembeli memperhatikan penawaran yang dilakukan calon penjual.

2) *Interest* (Minat)

Pada tahap ini, penjual harus mengubah perhatian calon pembeli menjadi minat yang kuat.

3) *Desire* (keinginan)

Perlu diketahui, bahwa kebiasaan calon pembeli dalam mengambil keputusan membeli tidaklah sama.

4) Action

Pada tahap ini, penjual harus meyakinkan kepada pembeli bahwa keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan adalah keputusan yang tepat.

5) *Satisfaction* (kepuasan)

Pada tahap ini, penjual harus memastikan bahwa kualitas produk yang ditawarkan sesuai apa yang dijelaskan.

b. Keterampilan Penjual

Seorang penjual yang terampil dan profesional dalam menjual adalah:

- 1) Memiliki kemampuan menjual yang memuaskan pembeli
- 2) Memiliki suatu kebanggaan terhadap profesinya
- 3) Mau belajar untuk menambah pengetahuan dalam menjual
- 4) Memiliki standar ekstra yang tinggi dalam menjual
- 5) Tidak menyalahi janji jika menjual
- 6) Memahami bahwa pekerjaan menjual berarti melayani
- 7) Menjaga keutuhan pribadinya dan kemerdekaannya dalam menjual

Ada beberapa sifat yang harus dimiliki oleh penjual yang baik, antara lain

- 1) Mampu berkomunikasi
- 2) Penuh inisiatif
- 3) Berpikir kreatif
- 4) Penuh perhatian
- 5) Tidak mudah putus asa
- 6) Menarik, mudah bergaul dan selalu gembira
- 7) Sopan santun, lurus hati dan disiplin
- 8) Ketajaman daya ingat
- 9) Bijaksana

c. Ilmu menjual adalah suatu ilmu yang dapat digunakan dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, yaitu suatu seni untuk mempengaruhi orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan.

Manfaat ilmu menjual:

- 1) Memperlancar tugas penjual dalam melakukan kegiatan dagang.
- 2) Penjual dapat mengatasi segala macam tantangan atau hambatan yang kadang timbul ditengah kegiatan jual beli.
- 3) Membantu penjual dalam mengatasi persaingan yang makin ketat, baik dalam negeri maupun luar negeri.
- 4) Meningkatkan omset penjualan

d) Objek Ilmu Menjual

1) Penjual

sebelum melakukan penjualan barang/jasa, seorang penjual harus mengenali dan mengetahui keadaan fisik.

2) Barang atau jasa yang dijual

Penjual harus mengetahui seluk-beluk barang atau jasa yang akan dijual

D. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah penilaian pelanggan terhadap produk atau pelayanan yang memberikan tingkat kenikmatan seperti yang diharapkan.

Harapan itu adalah berupa kemampuan perusahaan menyediakan produk, pelayanan, harga dan aspek lain sesuai dengan yang diinginkan pelanggan atau melebihi keinginan pelanggan.

a. Prinsip Kepuasan pelanggan

- 1) Kepuasan pelanggan adalah sesuatu yang penting
 - 2) Pahami harapan pelanggan
 - 3) Pilihlah pelanggan dengan tepat melalui strategi segmentasi kemudian bangun kepuasan pelanggan
 - 4) Pelajarilah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan
 - 5) Pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang mau komplain
 - 6) Beri jaminan kepada pelanggan
 - 7) Dengarkan suara pelanggan
 - 8) Arti penting karyawan dalam memuaskan pelanggan
 - 9) Kepemimpinan adalah teladan dalam kepuasan pelanggan
- b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan
1. Kualitas Produk
 2. Harga
 3. Faktor Emosional : (Rasa bangga, rasa percaya diri, simbol seks)
 4. Kualitas Pelayanan
 5. Faktor Kemudahan

E. Negoisasi

Negoisasi diartikan sebagai perundingan antara dua pihak yang berkepentingan untuk mencapai kesepakatan.

- a. Negoisasi atau perundingan terjadi karena beberapa sebab antara lain:
 - a) ada pihak yang berkepentingan
 - b) ada suatu masalah yang harus dirundingkan
 - c) ada keinginan untuk mencapai kesepakatan dalam membagi hak atau kewajiban di antara pihak yang berkepentingan

d) ada upaya untuk menghindari persengketaan di masa yang akan datang atau menyelesaikan persengketaan yang telah terjadi

e) upaya menjaga kehormatan dan kedaulatan masing-masing pihak

b. Strategi bernegosiasi

Strategi Bernegosiasi adalah rencana mengenai berbagai persiapan dalam mengantisipasi berbagai masalah dan segala kemungkinan yang terjadi dalam suatu pandangan.

c. Ada strategi negoisasi yang dapat dipelajari, antara lain sebagai berikut.

1) Strategi menang-menang (*win-win strategy*)

Negoisasi yang berorientasi pada kemenangan kedua belah pihak

2) Strategi menang-kalah (*win-lose strategy*)

Strategi Perundingan untuk memperoleh kemenangan mutlak dengan mengalahkan orang lain.

3) Strategi kalah-kalah

Strategi yang dipilih seseorang karena di dasari oleh perasaan untuk melampiaskan kemarahan dan cenderung tidak menggunakan akal sehat.

d. Adapun persyaratan atau kriteria yang harus dimiliki oleh seseorang yang ditunjuk untuk melakukan negoisasi antara lain:

a) Mempunyai wawasan yang luas dalam bidang yang akan dirundingkan

b) Mempunyai kemampuan berkomunikasi

c) Mempunyai kemampuan mengungkapkan dan mengekspresikan substansi permasalahan

d) Mempunyai kepercayaan diri yang kuat, tetapi tidak berlebihan

e) Sikap dan penampilan yang baik

f) Mempunyai kepandaian dalam mengambil keputusan

g) Selalu berpikir secara positif

h) Pandai mengendalikan emosi

i) Negoisasi dalam jual beli

e. Di dalam kegiatan jual beli pada umumnya materi yang diperbicangkan antara pihak pembeli meliputi:

1) Harga barang yang diperjual belikan

2) Banyaknya barang yang diperjualbelikan

3) Waktu dan lamanya pengiriman

4) Cara pengiriman dan alat transportasi yang digunakan

5) Cara dan waktu pembayaran

6) Cara pengajuan klaim apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan, misalnya keterlambatan penyampaian barang, keterlambatan pembayaran, kerusakan barang, serta ketidakcocokan barang yang diterima

7) Asuransi dan ongkos pengiriman

8) Pembuatan surat kesepakatan dan perjanjian

9) Penentuan jangka waktu berlakunya perjanjian

F. Ringkasan materi

Kegiatan perencanaan usaha adalah sebuah selling document yang disiapkan oleh wirausahawan yang menggambarkan semua unsur yang relevan, baik internal maupun eksternal untuk memulai usahanya. Kegiatan perencanaan usaha meliputi :

1. Kegiatan wirausahawan yang mencakup tugas-tugas seperti mengadakan kontrak dengan akuntan, pengacara, serta orang-orang yang membantu dalam finansial dan hukum.

2. Aspek-aspek yuridis yang di anggap rutin meliputi laporan keuangan bulanan,memonitor laporan keuangan ,merevisi anggaran,manajemen produksi,persunalia,serta manajemen pemasaran.

G. Tes formatif

- **Jawablah pertanyaan berikut ini dengan benar!**

1. Apa yang dimaksud dengan organisasi?

Jawab :

.....
.....
.....
.....

2. Sebutkan unsur-unsur organisasi?

Jawab:

.....
.....
.....
.....
.....

3. Sebutkan kelemahan struktur organisasi lini atau garis!

Jawab :

.....
.....
.....

.....
.....

4. Sebutkan jenis jenis dalam struktur organisasi !

Jawab :

.....
.....
.....
.....
.....

5. Sebutkan kelebihan dari organisasi lini !

Jawab :

.....
.....
.....
.....
.....

H. Kunci jawaban

1. Organisasi adalah suatu unit sosial yang di koordinasi dengan sengaja,terdiri dari dua atau lebih yang berorientasi relatif jangka panjang untuk mewujudkan tujuan atau mewujudkan tujuan atau serangkaian tujuan.
2. Unsur-unsur organisasi

- a. Koordinasi kegiatan
 - b. Standarisasi kegiatan
 - c. Spesialisasi kegiatan
 - d. Sentralisasi dan desentralisasi dalam pengambilan keputusan
 - e. Ukuran satuan kerja
3. Kelemahan tipe organisasi line
- a. Tujuan pribadi pimpinan sering kali dibedakan dengan tujuan organisasi
 - b. Pimpinan sering kali menjadi otoriter
 - c. Kesempatan pegawai untuk berkembang terbatas, sebab kewenangan untuk merencanakan, mengomando, dan melaksanakan pengendalian sepenuhnya ada pada pimpinan
4. a. Bentuk piramid
- b. bentuk vertikal
 - c. bentuk horisontal
 - d. bentuk lingkaran
5. a. Kesatuan pimpinan terjamin karena ada dalam satu komando
- b. koordinasi relatif mudah dilaksanakan
 - c. proses pengambilan keputusan dan intruksi-intruksi berjalan cepat
 - d. pengendalian relatif mudah dilaksanakan
 - e. rasa solidaritas pegawai pada umumnya tinggi

I. Kriteria penilaian

Nilai	Predikat	Penjelasan
90-100	A	Sangat baik
70-85	B	Baik
50-65	C	Cukup
> 50	D	Kurang
0	E	Sangat Kurang

BAB III

EVALUASI

A. PILIHAN GANDA

1. Seorang lulusan tata boga berkreasi membuat makanan dan minuman yang belum pernah ada untuk ditawarkan dan dicoba oleh teman-temannya sehingga ia tahu jenis makanan dan minuman yang disenangi banyak orang. Peluang usaha yang dilakukan bersumber dari peluang
 - a. Hobi
 - b. Lingkungan
 - c. Keahlian
 - d. Pengetahuan dan latar belakang pendidikan
 - e. Konsumen

2. Berikut ini bukan termasuk faktor-faktor internal yang dapat memunculkan inspirasi adalah.....
 - a. Pengetahuan yang dimiliki
 - b. Pengalaman dari individu itu sendiri
 - c. Pengalamn saat ia melihat orang lain menyelesaikan masalah
 - d. Kesuitan yang dihadapi sehari-hari
 - e. Instusisi yang merupakan pemikiran yang muncul dari individu itu sendiri

3. Berikut ini yang bukan merupakan jenis usaha tani adalah
 - a. Tanaman industri
 - b. Holtikultura
 - c. Agrowisata
 - d. Usaha pertanian
 - e. Periklanan

4. Kunci keberhasilan usaha bagi seseorang wirausahawan ditentukan oleh.....
 - a. Tanggung jawab atas usahanya
 - b. Kreativitas dan inovasi dalam memproduksi produk
 - c. Kemauan dalam merumuskan tujuan usaha dan pemahaman tentang hakikat dan makna usaha
 - d. Bekerja prestatif, efektif, dan efisiensi di dalam usahanya
 - e. Mempunyai Keunggulan di dalam usahanya

5. Risiko yang sering dihadapi oleh bidang usaha cinderamata di antaranya
 - a. Sulit memasarkan produknya pada konsumen
 - b. Kualitas produk jarang bisa terjaga
 - c. Persaingan banyak
 - d. Sulit mendapatkan bahan yang banyak dan murah
 - e. Produk dan desain sering di tiru oleh orang yang tidak bertanggung jawab

Jawablah dengan benar pertanyaan-pertanyaan di bawah ini!

6. Salah satu syarat keberhasilan usaha yaitu seorang wirausaha memiliki kepribadian unggul di dalam mengelola usaha. Jelaskan maksudnya?

Jawab :

.....

.....

.....

.....

.....

7. Sebutkan hal-hal yang perlu dilakukan wirausahawan dalam mengatur kegiatan perusahaan !

Jawab :

.....
.....
.....
.....
.....

8. Faktor pemasaran produk perusahaan dapat di tinjau dari beberapa hal. Sebutkan faktor-faktor dalam pemasaran produk !

Jawab :

.....
.....
.....
.....
.....

9. Sebutkan hal-hal yang perlu diperhatikan dalam mengurus keuangan perusahaan !

Jawab :

.....
.....
.....
.....
.....

10. Sebutkan hal-hal yang perlu diperhatikan wirausahawan sejak mendirikan perusahaan

Jawab :

.....
.....
.....
.....
.....

11. Apa yang dimaksud dengan organisasi?

Jawab :

.....
.....
.....
.....
.....

12. Sebutkan unsur-unsur organisasi?

Jawab :

.....
.....
.....
.....
.....

13. Sebutkan kelemahan struktur organisasi lini atau garis!

Jawab :

.....
.....
.....
.....
.....

14. Sebutkan jenis jenis dalam struktur organisasi !

Jawab :

.....
.....
.....
.....
.....

15. Sebutkan kelebihan dari organisasi lini !

Jawab :

.....
.....
.....
.....
.....

B. Kunci jawaban

Jawaban ROM 1

1. D
2. D
3. E
4. B
5. E

Jawaban ROM 11

6.
 - a. merumuskan apa yang di cita-citakan dalam usaha
 - b. Berdaya pikir positif untuk sukses didalam bidang usahanya
 - c. Mampu menetapkan : - kesempatan dalam melaksanakan usaha
- waktu untuk mencapai usahanya
7. - Menyusun uraian tugas produk untuk menjalankan usahanya
- Menyusun stuktur organisasi usaha
- memperkirakan tenaga kerja yang di butuhkan
- Menetapkan balas jasa dan insentif
- Membuat jadwal usaha
- Pengaturan mesin-mesin produk
- Pengaturan tata laksana usaha
- Penataan barang barang
- Pengawasan usaha dan pengendaliannya
8.
 - a. Daya serap pasar dan prospeknya
 - b. kondisi pemasaran dan prospeknya
 - c. program pemasaran
9. a. Membuat pembukuan yang rapi dan teratur

- b. mencatat semua uang yang masuk dan keluar dengan cermat dan teliti
- c. memeriksa keabsahan semua dan bukti pengeluaran
- d. memisahkan harta pribadi dan keuangan perusahaan
- e. menentukan gaji karyawan gaji pemilik perusahaan
- f. membuat anggaran untuk semua aspek keuangan dan membandingkan dengan realiasinya

10. - jenis produk yang akan dibuat

- Jumlah dana yang dibutuhkan
- Jumlah produk yang akan dinuat
- Wilayah pemasaran produk

11. Organisasi adalah suatu unit sosial yang di koordinasi dengan sengaja, terdiri dari dua atau lebih yang berorientasi relatif jangka panjang untuk mewujudkan tujuan atau mewujudkan tujuan atau serangkaian tujuan.

12. Unsur-unsur organisasi

- a. Koordinasi kegiatan
- b. Standarisasi kegiatan
- c. Spesialisasi kegiatan
- d. Sentralisasi dan desentralisasi dalam pengambilan keputusan
- e. Ukuran satuan kerja

13. Kelemahan tipe organisasi line

- a. Tujuan pribadi pimpinan sering kali dibedakan dengan tujuan organisasi
- b. Pimpinan sering kali menjadi otoriter

c. Kesempatan pegawai untuk berkembang terbatas, sebab kewenangan untuk merencanakan, mengomando, dan melaksanakan pengendalian sepenuhnya ada pada pimpinan

d. Organisasi perusahaan terlalu tergantung kepada pimpinan

14. a. Bentuk piramid

b. bentuk vertikal

c. bentuk horisonta;

d. bentuk lingkaran

15. a. Kesatuan pimpinan terjamin karena ada dalam satu komando

b. koordinasi relatif mudah dilaksanakan

c. proses pengambilan keputusan dan intruksi-intruksi berjalan cepat

d. pengendalian relatif mudah dilaksanakan

e. rasa solidaritas pegawai pada umumnya tinggi

Daftar pustaka

Hendro.2010.kewirausahaan untuk SMK dan MAK Kelas XI.Jakarta:Erlangga.

Sugiyarti,S.Pd.Kewirausahaan 2.Surakarta:Cahaya Mentari.

Sukardi.2007.Ekonomi untuk SMA/MA Kelas XII.Surakarta:CV Grahadi.

Supriyanto.All Muhson,2007.Ekonomi untuk SMA/MA Kelas XII Program ilmu sosial.

Surakarta:CV.Haka MJ.Tim.kewirausahaan 2.surakarta:cv grahadi.

DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	I
Daftar isi.....	li
Bab 1 Pendahuluan	1
A. Deskripsi singkat.....	1
B. Manfaat.....	1
C. Tujuan pembelajaran.....	2
D. Petunjuk penggunaan modul.....	2
E. Kaitan Materi.....	2
F. Kegiatan pembelajaran	3
G. Tes Formatif.....	9
H. Kunci Jawaban.....	11
Bab 2 Menganalisis aspek-aspek usaha	14
A. Deskripsi singkat.....	14
B. Kepuasan Pelanggan	16
C. Promosi.....	19
D. Kepuasan Pelanggan.....	26
E. Ringkasan materi.....	29
F. Tes Formatif.....	29
G. Kunci Jawaban	31
Bab 3 evaluasi	33
A. Pilihan ganda.....	33
B. Kunci Jawaban.....	37

