

WIRAUSAHA AGRIBISNIS



Harry Budiharjo Sulistyarso

Didi Nuryadin

Dewi Asmorowati

Wahyu Dwi Artaningtyas

LPPM UPN VY PRESS

WIRUSAHAAGRIBISNIS

Oleh :

Dr. Ir. Harry Budiharjo Sulistyarso, MT.

Dr. Didi Nuryadin , S.E.,MSi

Dewi Asmorowati, S.T.,M Eng.

Wahyu Dwi Artaningtyas, SE.,MSi

Copyright ©

Dr. Ir. Harry Budiharjo Sulistyarso, MT.

Dr. Didi Nuryadin , S.E.,MSi

Dewi Asmorowati, S.T.,M Eng.

Wahyu Dwi Artaningtyas, SE.,MSi

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun tanpa ijin tertulis dari penulis

Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Oktober 2022

Hak Penerbit pada LPPM UPN NVeteran NYogyakarta

Desain Cover : Annisa Safira

Diterbitkan oleh :

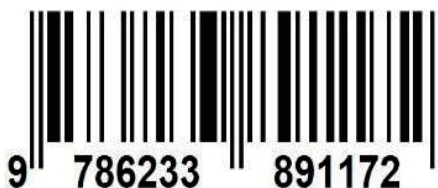
LPPM UPN NVeteran NYogyakarta

Jalan SWK 104 (Lingkar Utara) , Condongcatur, Depok , Sleman, Yogyakarta, 55283

Telp (0274) 486188, 486733, Fax. 4 (0274) 86400

ISBN : 978-623-389-117-2

ISBN 978-623-389-117-2



WIRUSAHA

AGRIBISNIS

Harry Budiharjo Sulistyarso

Didi Nuryadin

Dewi Asmorowati

Wahyu Dwi Artaningtyas

LPPM UPN VY PRESS

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
BAB I.KONSEP DASAR WIRAUSAHA	1
1.1. Latar Belakang Wirausaha	1
1.2. Definisi Wirausaha	2
1.3. Pengertian Wirausaha Menurut Para Ahli	4
1.4. Kewirausahaan Dilihat Dari Berbagai Sudut Pandang	5
1.5. Tujuan Wirausaha	6
1.6. Tahap - Tahap Kewirausahaan	7
1.7. Menemukan Peluang Usaha	8
1.8. Pengertian Kewirausahaan Secara Agribisnis	12
BAB II. KARAKTERISTIK WIRAUSAHA	15
2.1. Ciri-Ciri dan Karakteristik Wirausaha	15
2.2. Strategi Sukses Berwirausaha	19
BAB III. BUSINESS PLAN	29
3.1. Pengertian Business Plan	30
3.2. Jenis-Jenis Business Plan	31
3.3. Komponen Business Plan	31
3.4. Cara Membuat Business Plan	32
3.5. Manfaat Business Plan	32
BAB IV. BISNIS BAGI PEMULA	34
4.1. Kiat Awal Berbisnis	34
4.2. Resiko Pebisnis Pemula	37
4.3. Cara Menghitung Resiko Bisnis	45
BAB.V. MENINGKATKAN NILAI TAMBAH KOMODITAS PERTANIAN	49
5.1. Pengertian Nilai Tambah	49
5.2. Cara Meningkatkan Nilai Tambah	50
5.3. Cara Meningkatkan Hasil Pertanian	53
5.4. Kiat Kiat Pemasaran Hasil Produk Pertanian	54
5.4. Kendala dalam Pemasaran Produk Pertanian	58
BAB.VI. DAYA SAING PRODUK PERTANIAN	62
6.1. Strategi Peningkatan Daya Saing Produk	62
6.2. Tips Sukses Bisnis Pertanian	71
DAFTAR PUSTAKA	79

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa , karena hanya atas berkat rahmat dan karuniaNya, maka buku dengan judul “ WIRAUSAHA AGRIBISNIS ” sebagai luaran dari Program Pengabdian bagi Masyarakat ini dapat kami susun tepat pada waktunya .

Buku ini memberikan gambaran tentang seluk beluk , kiat kiat serta trik sukses dalam memulai berwirausaha , khususnya wirausaha di bidang hasil pertanian . Terimakasih kami ucapkan kepada LPPM UPN “ Veteran “ Yogyakarta yang telah memberikan pembiayaan sepenuhnya pada kegiatan Program Pengabdian bagi Masyarakat ini , dan juga kami ucapkan terimakasih kepada Bapak Kepala Dusun Umbulsari A , Ibu Murniyati dan juga semua anggota Kelompok Wanita Tani “ UMBUL MAKMUR ” , serta semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu , sehingga penulisan buku sebagai luaran dari kegiatan Program Pengabdian bagi Masyarakat ini dapat terselesaikan .

Akhir kata , semoga buku ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca umumnya dan kepada mitra kegiatan pengabdian kami pada khususnya yaitu KWT “ UMBUL MAKMUR ”, sehingga dapat berkontribusi terhadap peningkatan perekonomian warga.

Yogyakarta, Oktober 2022

Penulis

Dr. Ir.Harry Budiharjo Sulistyarso , M.T.

Dr. Didi Nuryadin, S.E.,MSi.

Dewi Asmorowati, S.T.,M.T.

Wahyu Dwi Artaningtyas, S.E.,MSi.

BAB I

KONSEP DASAR WIRAUSAHA

1.1. Latar Belakang Wirausaha

Dahulu kewirausahaan dianggap hanya dapat dilakukan melalui pengalaman langsung di lapangan dan merupakan bakat yang dibawa sejak lahir (*entrepreneurship are born not made*), sehingga tidak dapat dipelajari dan diajarkan. Saat ini kewirausahaan bukan hanya urusan lapangan, tetapi merupakan disiplin ilmu yang dapat dipelajari dan diajarkan. "*Entrepreneurship are not only born but also made*", artinya kewirausahaan tidak hanya bakat bawaan sejak lahir atau urusan lapangan, tetapi juga dapat dipelajari dan diajarkan.

Alasannya adalah setiap orang yang memiliki keberanian untuk mengambil keputusan dapat belajar menjadi wira- usaha, dan berperilaku seperti wirausaha. Sebab kewirausahaan lebih merupakan perilaku daripada gejala kepribadian, yang dasarnya terletak pada konsep dan teori, bukan pada intuisi. Dan perilaku, konsep dan teori merupakan hal-hal yang dapat dipelajari.

Dilihat perkembangannya, sejak abad ke-20, kewirausahaan sudah diperkenalkan di beberapa Negara, seperti Belanda dan Jerman. Selanjutnya pada tahun 1950-an, pendidikan kewirausahaan mulai dirintis di beberapa negara di Eropa dan Amerika. Puncaknya pada

tahun 1970-an, pendidikan kewirausahaan mulai diajarkan di jenjang universitas, sebagai mata kuliah “Entrepreneurship” atau “Small Business Management”

1.2 . Definisi Wirausaha

Wirausaha adalah penggabungan dari dua kata, yaitu 'wira' dan 'usaha'. Wira artinya pejuang, pahlawan, berbudi luhur, manusia unggul, berwatak agung, dan gagah berani. Sedangkan, usaha merupakan perbuatan atau amalan, berbuat sesuatu dan bekerja. Jika diartikan secara harfiah, maka makna dari wirausaha adalah orang yang membuat suatu produk, menentukan cara produksi, menyusun operasi untuk mengadakan produk baru hingga mengatur permodalan serta pemasarannya.

Secara sederhana, pengertian atau definisi wirausaha adalah suatu proses melakukan identifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan yang berujung dengan dibentuknya sebuah usaha. Sedangkan secara umum, definisi wirausaha adalah suatu kegiatan usaha atau bisnis mandiri dengan kondisi seluruh sumber daya dan upaya dibebankan kepada pelaku usaha (wirausahawan) dalam mengenali produk baru, menentukan konsep dan proses produksi, menyusun strategi hingga memasarkan serta mengatur permodalannya. Tujuan adanya kegiatan ini adalah untuk menghasilkan sesuatu yang bernilai lebih tinggi dibandingkan saat sebelum diolah. Orang yang

menjalankan kegiatan wirausaha disebut dengan wirausahawan. Dialah yang bertanggung jawab dalam menyusun manajemen operasional dari keseluruhan proses kegiatan tersebut, mulai dari pengadaan sampai dengan pemasaran produk. Wirausahawan juga selayaknya mempunyai kemampuan untuk bisa membaca tren pasar agar tidak sampai salah sasaran dalam memasarkan produknya.

Dari definisi wirausaha di atas, maka bisa dipahami bahwa pengertian kewirausahaan adalah proses mendirikan dan menjalankan bisnis atau usaha tersebut. Kegiatan wirausaha yang dijalankan kemudian berkembang menjadi kewirausahaan. Istilah kewirausahaan sendiri merupakan padanan kata dari *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris. Sebelum dialihbahasakan ke dalam bahasa Inggris, kata *entrepreneurship* berasal dari kata berbahasa Perancis, yaitu *entreprende* yang memiliki arti petualang, pencipta, dan pengelola usaha. Seringkali wirausaha juga disebut sebagai wiraswasta karena beberapa ahli menganggap bahwa memang tidak ada perbedaan yang signifikan dalam pengertiannya. Bahkan, di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kedua istilah tersebut memiliki definisi yang sama.

Namun, ada juga yang menganggap bahwa sebenarnya wiraswasta dan wirausaha adalah dua hal yang berbeda. Orang yang berwirausaha bisa dipastikan

memiliki bisnis atau usahanya sendiri, sedangkan wiraswasta terkadang bisa juga dilakukan dengan bekerja pada orang lain. Penggunaan kedua istilah ini memang sering tumpang-tindih. Jika disimpulkan perbedaan wirausaha dan wiraswasta ada pada sikap mental atau wujud usaha/operasinya.

1.3. Pengertian Wirausaha Menurut Para Ahli

J.B Say (1803)

Wirausaha adalah pengusaha yang mampu mengelola sumber-sumber daya yang dimiliki secara ekonomis (efektif dan efisien) dan tingkat produktivitas yang rendah menjadi tinggi.

Burgess (1993)

Definisi wirausaha adalah seseorang yang melakukan pengelolaan, mengorganisasikan, dan berani menanggung segala risiko dalam menciptakan peluang usaha dan usaha yang baru .

Penrose (1963)

Menurut Penrose, kegiatan kewirausahaan mencakup identifikasi peluang-peluang di dalam sistem ekonomi.

Harvey Leibenstein (1968, 1979)

Pengertian kewirausahaan adalah kegiatan yang mencakup hal-hal yang dibutuhkan untuk menciptakan atau melaksanakan perusahaan pada saat semua pasar belum terbentuk atau belum teridentifikasi dengan jelas, atau komponen fungsi produksinya belum diketahui sepenuhnya.

1.4. Kewirausahaan dilihat dari Berbagai Sudut Pandang

- Pandangan Ahli Ekonomi:

Wirausaha adalah orang yang mengkombinasikan dan mengorganisasikan faktor-faktor produksi untuk tujuan memproduksi barang dan jasa, sehingga meningkatkan nilai yang lebih tinggi dari sebelumnya.

- Pandangan Ahli Manajemen:

Wirausaha adalah seseorang yang memiliki kombinasi unsur-unsur internal yang meliputi motivasi, visi, komunikasi, optimisme, dorongan, semangat dan kemampuan untuk memanfaatkan peluang usaha.

- Pandangan Pelaku Bisnis

Wirausaha adalah seorang pengusaha, yang merupakan pelopor dalam bisnis, inovator, penanggung risiko yang mempunyai visi ke depan dan memiliki keunggulan dalam prestasi di bidang usaha. (pengusaha yang kreatif).

- Pandangan Psikolog

Wirausaha adalah seseorang yang memiliki dorongan

kuat dari dalam dirinya untuk memperoleh suatu tujuan serta suka bereksperimen untuk menampilkan kebebasan dirinya di luar kekuasaan orang lain.

- **Pandangan Pemodal**

Wirausaha adalah orang yang menciptakan kesejahteraan untuk orang lain, menemukan cara-cara baru untuk menggunakan sumber daya, mengurangi pemborosan, dan membuka lapangan kerja yang disenangi masyarakat. Meskipun ditinjau dari sudut pandang yang berbeda, akan tetapi pada umumnya mengandung unsur-unsur yang hampir sama, yaitu seseorang yang memiliki kemampuan kreatif, inovatif, berani menanggung risiko, serta selalu mencari peluang melalui potensi yang dimilikinya. Pengertian Wirausaha adalah seseorang yang menjalankan kegiatan kewirausahaan, atau seseorang yang memulai dan atau mengoperasikan bisnis. (dalam hal ini adalah seorang pribadi yang mandiri dalam mengejar prestasi, berani mengambil risiko untuk mulai mengelola bisnis demi mendapatkan laba.)

1.5. Tujuan Wirausaha

Tujuan utama dari wirausaha tentu saja adalah untuk mendapatkan keuntungan. Namun, ternyata masih ada beberapa tujuan lainnya, antara lain:

- Untuk menghasilkan sesuatu yang memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan sebelum diolah.
- Untuk mendorong semangat atau mensosialisasikan pengaruh wirausaha kepada orang lain.
- Untuk membantu membangun karakteristik wirausaha yang baik dan kompeten.
- Untuk menghasilkan banyak wirausaha yang berkualitas.
- Untuk membantu membangun kesejahteraan masyarakat.

1.6. Tahap-Tahap Kewirausahaan

1. Tahap Imitasi dan duplikasi (*imitating & duplicating*) Pada tahap ini, para wirausaha meniru ide-ide orang lain, baik dari segi teknik produksi, desain, proses, organisasi usaha dan pola pemasarannya.
2. Tahap duplikasi dan pengembangan (*duplicating & developing*) Pada tahap ini, para wirausaha mulai mengembangkan ide-ide barunya, walaupun masih dalam perkembangan yang lambat dan cenderung kurang dinamis.
3. Tahap menciptakan sendiri produk baru yang berbeda (*creating new and different*) Pada tahap ini, para wirausaha sudah mulai berpikir untuk mencapai hasil yang lebih baik lagi, dengan cara menciptakan produk yang baru dan berbeda. Hal ini didasarkan karena wirausaha sudah mulai bosan dengan proses produksi yang ada, keingintahuan dan ketidakpuasan terhadap hasil yang

sudah ada

1.7. Menemukan Peluang Usaha

Peluang usaha bersumber dari adanya kebutuhan dari individu atau masyarakat. Oleh karena itu jika ingin mulai mewujudkan berwirausaha, hendaknya terlebih dahulu menjawab pertanyaan “*Apakah yang menjadi kebutuhan masyarakat atau kebanyakan anggota masyarakat saat ini atau di masa yang akan datang?*”. Untuk memahami kebutuhan masyarakat diperlukan suatu diagnosa terhadap lingkungan usaha secara keseluruhan, yang meliputi faktor ekonomi, politik, pasar, persaingan, pemasok, teknologi, sosial dan geografi.

Lingkungan usaha senantiasa berubah setiap saat, bahkan perubahannya cukup pesat dan seiring dengan itu terjadi pula perubahan kebutuhan masyarakat. Untuk menemukan peluang usaha yang prospektif seharusnya kita sebagai wirausahawansenantiasa mencari informasi yang terkait dengan perubahan lingkungan dan kebutuhan masyarakat. Sumber informasi dapat diperoleh dari instansi/lembaga pemerintah, media masa, pasar atau mungkin melalui wawancara dengan konsumen. Jadi, peluang senantiasa ada karena perubahan-perubahan terus berlangsung baik di tingkat individu, maupun ditingkat masyarakat. Kemampuan kita melihat peluang sangat tergantung dari informasi yang kita peroleh tentang faktor lingkungan usaha. Berangkat dari pertanyaan di atas dengan

memanfaatkan potensi diri kita, maka dalam menemukan peluang usaha yang cocok, kita dapat menggunakan dua pendekatan, yaitu:

1. Pendekatan *in-side-out* (dari dalam ke luar) bahwa keberhasilan akan dapat diraih dengan memenuhi kebutuhan yang ada saat ini.
2. Pendekatan *out-side-in* (dari luar ke dalam) bahwa keberhasilan akan dapat diraih dengan menciptakan kebutuhan.

Setelah mengetahui kebutuhan masyarakat dan berhasil menemukan berbagai lapangan usaha dan gagasan usaha, maka langkah berikutnya adalah menjawab pertanyaan: "*Manakah di antara lapangan usaha dan gagasan- gagasan usaha tersebut yang paling tepat dan cocok untuk saya?*" Pertanyaan ini sangat tepat, mengingat setiap orang memiliki potensi diri yang berbeda-beda. Tentunya dalam memilih lapangan usaha dan mengembangkan gagasan usaha, kita perlu menyesuaikan dengan potensi diri yang kita miliki. Kekeliruan dalam memilih yang disebabkan karena ketidakcocokan atau Ketidaksesuaian pada akhirnya akan mendatangkan kesulitan atau bahkan kegagalan di kemudian hari.

Telah banyak fakta yang dapat dikemukakan, bahwa masih banyak wirausahawan yang memulai usahanya dengan melihat keberhasilan orang lain dalam menjalankan usahanya (*latah* atau ikut-ikutan). Pada hal belum tentu orang lain berhasil dalam suatu lapangan usaha, kita juga dapat berhasil dengan lapangan usaha yang sama. Mungkin saja

orang lain berhasil karena potensi diri yang dimilikinya cocok dengan lapangan usaha tersebut dan kemampuan dia untuk mengakses informasi terkait dengan usaha yang dijalankannya.

Bisa saja kita mengikuti orang yang telah berhasil dalam suatu lapangan usaha, namun kita perlu memiliki nilai lebih dari aspek kualitas yang kita tawarkan kepada konsumen. Namun kemampuan menawarkan aspek kualitas yang lebih tetap juga terkait dengan potensi diri yang kita miliki. Oleh karena itu, dalam memilih lapangan usaha yang akan kita geluti, perlu dipertimbangkan hal-hal berikut:

1. Lapangan usaha yang cocok untuk orang lain belum tentu cocok bagi kita.
2. Lapangan usaha yang pada masa lalu menguntungkan, belum tentu pada saat ini masih menguntungkan, atau lapangan usaha yang menguntungkan saat ini belum tentu menguntungkan di masa yang akan datang.
3. Lapangan usaha yang berkembang baik di suatu daerah, belum tentu dapat berkembang dengan baik pula di daerah lain, dan sebaliknya.
4. Berangkat dari pertimbangan-pertimbangan tersebut, maka dalam memilih lapangan usaha, kita perlu kembali melihat dan mengkaji kondisi internal kita dan kondisi eksternal dimana usaha kita jalankan, karena faktor internal dan eksternal ini akan sangat menentukan kesuksesan kita dalam menjalankan usaha.

- Faktor internal yang dimaksud seperti penguasaan sumberdaya (lahan, bangunan, peralatan dan finansial), penguasaan teknis atau keterampilan, penguasaan manajemen dan jejaring sosial yang kita miliki.
- Faktor eksternal seperti peraturan pemerintah, tingkat permintaan dan penawaran, persaingan, resiko dan prospek ekonomi baik lokal, regional, nasional maupun global.

Berdasarkan uraian di atas, maka langkah awal yang perlu kita lakukan adalah menginventarisir berbagai jenis lapangan usaha dan gagasan produk yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup manusia. Kehidupan manusia dapat berkualitas ketika semua komponen kebutuhannya terpenuhi.

Mungkin dari langkah awal tadi, kita telah menemukan ratusan atau bahkan ribuan gagasan usaha. Untuk memperkecil pilihan dalam melakukan analisis berikutnya, maka kita harus menyeleksi berbagai jenis gagasan usaha yang telah kita lakukan pada langkah pertama tadi. Gagasan usaha yang dipilih adalah gagasan yang memiliki prospek secara ekonomi yang dapat berupa pertimbangan bahwa produk yang dihasilkan merupakan kebutuhan vital bagi manusia dengan tingkat permintaan dan harga yang relatif memadai.

Selanjutnya alternatif pilihan lebih diperkecil lagi dengan memilih beberapa gagasan usaha dengan mempertimbangkan potensi diri (faktor internal) . Hasil akhir dari langkah-langkah

yang telah kita lakukan akan diperoleh beberapa gagasan usaha yang telah terurut berdasarkan prioritasnya. Agar pilihan kita lebih aman dan dapat dikuasai dengan baik, maka perlu dilakukan analisis dengan mempertimbangkan faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan yang kita miliki jika kita memilih gagasan usaha yang bersangkutan, dan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang akan dihadapi jika kita menjatuhkan pilihan pada gagasan usaha yang bersangkutan. Analisis ini sering dikenal dengan analisis *SWOT*.

Bukan tidak mungkin, setelah melakukan langkah analisis ini, kita akan menjatuhkan pilihan pada gagasan usaha yang menjadi prioritas kedua atau ketiga dari hasil analisis sebelumnya.

1.8. Pengertian Kewirausahaan Secara Agribisnis

Dalam konteks bisnis, menurut Zimmerer (1996) dalam Suryana (2001), kewirausahaan adalah hasil dari suatu disiplin, proses sistematis penerapan kreativitas, dan inovasi dalam memenuhi kebutuhan dan peluang di pasar. Adapun pengertian kewirausahaan secara agribisnis adalah :

- 1) Wirausaha yang menggerakkan usaha bisnisnya dalam lingkup basis perkebunan, peternakan Pertanian tanaman pangan dan hortikultura, peternakan, perikanan, dan kehutanan). Mulai dari subsistem hulu(up- tumbuhanhewan, agrobisnis pupuk. seperti perbenihan pestisida vaksin ternak, dan agro otomotif(alsintan) inti dan alat pertanian dan industri pendukungnya,

- 2) Wirausaha yang berguna dalam subsistem usaha tani (on farm sbinin, yakni kegiatan yang menggunakan barang modal dan sumber daya alam untuk menghasilkan produk pertanian primer dalam lingkup usaha tani tanaman pangunhortikultura, perkebunan, perikanan, dan kehutanan.
- 3) Wirausaha yang bekerja dalam subsistem pengolahan (down streum agribinin, yakni industri yang mengolah komoditas pertanian primer agroindustri) menjadikan suatu barang setengah jadi maupun barang jadi (finith good), seperti keragaman komoditas, gaplek tepung tapioka, CPO minyak Boreng, biji kakao coklat, susu segar sapi susu kaleng. ikan segar ikan kaleng, getah pinus minyak cat.
- 4) Wirausaha adalah mereka yang bekerja dalam bidang perdagangan hasil- hasil pertanian dalam arti baik produk primer maupun hasil akhir agroindustri di dalam negeri maupun ekspor. Termasuk di dalamnya kegiatan distribusi untuk memperlancar arus barang dari (konsumen/promosi, informasi sentra produksi ke sentra pasar pasar dan intelijen pasar(*marketing intelligence*).
- 5) Wirausaha yang dalam sistem jasa bagi agribisnis hulu sampai farming sistem dan agribisnis hilir seperti Kios Tani. jasa pergudangan. coklstorage, asuransi pertanian, dan transportasi darat, laut, dan

udara sertapermodalan(pembiayaan).

BAB II

KARAKTERISTIK WIRAUSAHA

2.1. Ciri-ciri dan Karakteristik Wirausaha

Seorang wirausahawan umumnya memiliki beberapa karakteristik atau sikap sebagai berikut:

Selalu Berpikir Positif

Berpikir positif adalah suatu hal yang penting jika kamu ingin memulai wirausaha. Terutama saat kamu akan mengambil keputusan dalam sebuah bisnis

Berani

Berani di sini maksudnya adalah memiliki keberanian untuk mengambil keputusan serta menghadapi berbagai risiko. Risiko akan selalu ada dalam setiap keputusan yang kamu ambil. Selain itu juga berani memikul tanggung jawab atas apapun yang terjadi di dalam bisnis tersebut.

Berorientasi pada Masa Depan

Menjadi seorang wirausahawan maka artinya selalu mampu berpikir untuk situasi yang akan datang. Misalnya, mencari peluang untuk menciptakan bisnis yang lebih sukses di masa yang akan datang. Seorang yang visioner atau selalu

berorientasi pada masa depan, akan menjadikan kekurangan dan kesalahan di masa lalu sebagai pembelajaran, dan tidak akan terlalu mengingat-ingat kekurangan atau kegagalan tersebut.

Selalu Percaya Diri

Selain bisa untuk selalu berpikir positif, jika ingin menjadi seorang wirausahawan maka kamu juga perlu memiliki sikap penuh percaya diri. Yakinlah bahwa usaha yang kamu dirikan sendiri ini bisa sukses. Hal ini bisa turut mendukung pekerjaan yang sedang dijalankan sehingga diri menjadi lebih termotivasi untuk mewujudkan sebuah usaha yang sukses yang mungkin terjadi dalam dunia bisnis. Yakin terhadap kemampuan diri sendiri tanpa bersikap angkuh dan bebal juga termasuk kepercayaan diri dan daya juang yang tinggi

Berorientasi pada Hasil

Menjadi wirausahawan juga berarti kamu mampu berorientasi pada setiap hasil yang didapatkan. Hal ini penting, karena dalam dunia bisnis akan selalu ada hambatan yang bisa saja mempengaruhi kamu untuk menyerah. Hal ini juga berkaitan dengan keinginan kuat untuk mendapat hasil yang maksimal dari segala usaha yang dilakukan.

Memiliki Kreativitas dan Inovasi yang Tinggi

Apalah jadinya sebuah bisnis tanpa kreativitas dan keberanian untuk berinovasi? Persaingan semakin lama akan semakin tinggi, jika produk yang kamu jual tidak bisa berinovasi mengikuti perkembangan atau tidak bisa menghasilkan sesuatu yang baru, maka kemungkinan bisnismu akan ditinggalkan oleh para konsumen.

Memiliki Jiwa Kepemimpinan

Bagaimana jika seseorang mendirikan sebuah perusahaan, namun tidak memiliki jiwa kepemimpinan? Saat seseorang memutuskan untuk berwirausaha, maka secara otomatis orang akan menjadi seorang bos atau pimpinan. Di sini membutuhkan keahlian yang baik dalam memimpin, memotivasi, dan juga berorganisasi. Bersikap cerdas dalam memercayakan berbagai pekerjaan pada orang lain dan mendorong pekerjanya memberikan hasil terbaik.

Keuntungan Menjadi Wirausaha

Ada beberapa keuntungan yang bisa didapatkan saat memilih untuk memulai wirausaha. Keuntungan menjadi wirausaha adalah memiliki kesempatan untuk lebih leluasa mengatur pekerjaan sendiri, termasuk jam kerja dan hari libur, selain itu juga dapat mengasah kemampuan diri dan meningkatkan daya kreativitas. Bisa melihat potensi diri, baik menjadi seorang pemimpin atau seorang pebisnis. Tak terkecuali pada akhirnya dapat membantu membuka

lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat. Selain itu, keuntungan menjadi wirausaha adalah menghasilkan keuntungan yang bisa digunakan sebagai modal tambahan atau bahkan tabungan untuk masa depan.

Dari berbagai keuntungan tersebut, apakah menjadi seorang wirausahawan tidak memiliki kekurangan? Sama seperti yang lainnya, wirausaha juga memiliki kekurangan. Kekurangan tersebut bisa hadir sewaktu-waktu, dan harus tetap siap menghadapinya, antara lain:

- Risiko kehilangan berbagai macam investasi.
- Beban kerja yang lebih berat, kendati waktu dan ritme bekerja cenderung fleksibel.
- Mendapatkan penghasilan dengan waktu yang tidak atau belum pasti.
- Banyaknya kemampuan diri yang harus diasah. semisal manajemen SDM, manajemen finansial, manajemen diri (keseimbangan kerja dengan kehidupan pribadi).

2.2. Strategi Sukses Berwirausaha

Kualitas pendidikan, sebagai salah satu pilar pengembangan sumber daya manusia sangat penting maknanya bagi pembangunan nasional. Bahkan dapat dikatakan masa depan bangsa terletak pada

keberadaan pendidikan yang berkualitas pada masa kini, pendidikan yang berkualitas hanya akan muncul apabila terdapat lembaga pendidikan yang berkualitas.

Kata "strategi" adalah turunan dari kata dalam bahasa Yunani, *stratēgos*. Adapun *stratēgos* dapat diterjemahkan sebagai 'komandan militer' pada zaman demokrasi Athena. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.

Didalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

Strategi dibedakan dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat, walaupun pada umumnya orang sering kali mencampuradukkan ke dua kata tersebut. Contoh berikut menggambarkan perbedaannya, "Strategi untuk memenangkan keseluruhan kejuaraan dengan taktik untuk memenangkan satu pertandingan".

Pada awalnya kata ini dipergunakan untuk kepentingan militer saja tetapi kemudian berkembang ke berbagai bidang yang berbeda seperti strategi bisnis, olahraga (misalnya sepak boladan tenis), catur, ekonomi, pemasaran, perdagangan, manajemen strategi, dll. (wikipedia.org)

Strategi membutuhkan fokus agar jelas rencana dan tujuannya. Apa manfaat fokus bagi kita? Bisakah kita memprogram diri kita untuk fokus? Belajar untuk fokus bisa membantu kita dalam banyak hal.

Fokus bisa membuat kita sadar pada apa yang benar-benar kita inginkan dalam hidup ini, dapat membantu kita membuat keputusan yang baik sesuai dengan tujuan yang ingin kita capai.

Fokus bisa menambah kepercayaan diri, kekuatan, dan kebahagiaan. Fokus membuat kita tetap berada dalam track/lintasan menuju kesuksesan. Selalu yakinlah bahwa kita mampu untuk fokus pada apa yang kita inginkan. Kita perlu mempelajari bagaimana mengatur waktu untuk fokus pada satu hal yang kita inginkan. Ini bukan tentang menghabiskan waktu untuk fokus, tetapi menciptakan waktu untuk fokus. Jika kita bersedia menciptakan/meluangkan waktu, itu akan membuat kita lebih fokus pada hal yang anda inginkan.

Tentukan kapan kita akan meluangkan waktu, dan jalanilah dengan konsisten. Jangan biarkan apapun mengganggu saat waktu tersebut. Karena itu, pilihlah waktu yang benar-benar tepat. Pastikan punya semua hal yang diperlukan dalam satu ruangan, kamar atau sudut dari kamar tempat kita duduk dengan tenang. Cabut telepon, matikan televisi, dan jangan pula sambil mendengarkan musik.

Apapun yang terjadi disekeliling kita akan mengganggu akan kecuali anda sudah belajar bagaimana untuk fokus. Kadang lebih mudah untuk mengikuti gangguan itu daripada tetap fokus pada tujuan yang akan dicapai. Misalnya, jika kita adalah seorang pelajar yang sedang ujian dan ingin berhasil dalam ujian, tentu akan belajar untuk mencapai tujuan. Ketika gangguan itu datang, bisa berupa teman yang mengajak main atau apa saja itulah yang dimaksud dengan gangguan. Ingatlah, jika kita menginginkan sesuatu tentukanlah apa yang benar-benar kita inginkan. Jika kita tidak tahu apa yang benar-benar kita inginkan, tidak mungkin kita dapat fokus untuk meraihnya.

Harus diingat bahwa memulai usaha sendiri butuh kerja keras dan bisa jadi akan memerlukan waktu lama hingga akhirnya ada pemasukan. Perlu strategi yang jitu agar upaya wirausaha tersebut berhasil, juga meminimalisir kegagalan. Berikut beberapa strategi yang dikumpulkan oleh Renee Martin, penulis "*The Risk Takers: 16 Women and Men Share Their Entrepreneurial Strategies for Success*" dari para pengusaha-pengusaha berhasil.

1. Siapkan Mental

Dibandingkan dengan bekerja di perusahaan, berwirausaha memang lebih banyak risikonya, termasuk risiko kehilangan seluruh modal yang Anda tanamkan. Makanya menyiapkan mental adalah hal pertama yang harus dilakukan sebelum memulai berbisnis. Bisnis dapat sukses besar, tapi juga dapat juga gagal total. Berhasil tidaknya bisnis, ada di tangan diri sendiri.

2. Keyakinan Yang Kuat

Anda harus memiliki kepercayaan yang kuat dan positif. Contohnya : anda yakin bahwa anda bisa menjadi seorang wirausaha yang sukses, atau wirausaha itu mudah asal kita tahu caranya. Keyakinan yang positif seperti itulah yang harus anda bangun. Jangan sampai yang negatif yang justru mendominasi pikiran anda. misalnya seperti : saya takut gagal, wirausaha itu perlu bakat, dll. Pikiran negatif seperti itu harus anda singkirkan jauh-jauh.

3. Mencari pasar khusus yang belum tergarap

Identifikasikan sebuah pangsa pasar khusus (niche market) yang kebutuhan utamanya belum terpenuhi oleh kompetitor. Bangun sebuah spesialisasi yang Anda tahu merupakan keunggulan dari

perusahaan Anda. Ingatlah, bahwa bahkan sebuah perusahaan besar dan bertaraf internasional pun tak bisa memuaskan semua orang. Banyak pasar khusus yang seringkali tak tergarap karena dianggap terlalu kecil.

Selektif. Segudang bidang usaha ada di depan Anda, mulai dari berjualan makanan, baju sampai event organizer (EO). Mana yang Anda pilih? Untuk menentukan bisnis yang akan Anda ambil, Anda bisa mencari peluang yang ada di pasar atau justru menciptakan pasar. Mencari peluang berarti harus jeli melihat apa yang sedang dibutuhkan masyarakat. Misalnya, Anda menangkap tren ibu bekerja yang terpaksa meninggalkan anak di rumah. Ini bisa Anda jadikan peluang untuk membuka jasa penitipan Anak. Atau Anda juga bisa membuat pasar sendiri. Caranya, lihat saja keahlian yang Anda miliki. Misalnya Anda ahli membuat masakan India, mungkin Pasar belum membutuhkan produk Anda, tapi dengan pemasaran dan kualitas produk yang oke, Anda bisa menciptakan tren dan membuat pasar malah membutuhkan barang Anda.

4. Peka terhadap tren terbaru berani memulai

Carilah kebutuhan dan keinginan terbaru dari para konsumen yang tumbuh dari perubahan tren di segi kultural, ekonomi, teknologi yang menjadi sinyal kesempatan pasar baru. Bertindaklah dengan cepat, jangan menunda terlalu lama.

5. Membuat Rencana Bisnis

Sekecil apapun bisnis Anda, Anda harus punya rencana bisnis. Hasilnya, usaha tidak cuma diawang-awang dan sewaktu-waktu Anda bisa lihat kerangka bisnis Anda. Manfaat lain, rencana bisnis akan memudahkan Anda kalau suatu saat ingin meminta pinjaman ke bank. Dengan melihat rencana bisnis, seorang pegawai bank (Analisis Kredit)

bisa melihat prospek Anda, hal ini akan memudahkan Anda memperoleh pinjaman. Apa yang ada dalam rencana bisnis? Yaitu: 1) Diskripsi Bisnis, 2) Target Konsumen, 3) Bentuk Bisnis, 4) Sumber Daya Manusia, 5) Keuangan.

Berhenti membuat alasan-alasan. Waktu paling "sempurna" untuk meluncurkan bisnis takkan pernah bisa diprediksi secara tepat dan pasti. Jangan biarkan para bakal calon kompetitor mencuri start dari bisnis yang sebenarnya bisa Anda mulai terlebih dulu. Mulailah bergerak. Ciptakan gol-gol pendek dan deadline yang membawa Anda lebih dekat untuk membuka lahan bisnis baru.

6. Hindari kata-kata yang mematahkan semangat

Abaikan orang-orang yang berkata "Itu tak akan berhasil" atau "Tak akan bisa berhasil kalau kamu melakukannya dengan cara itu". Sesekali, menjauh dari anggapan yang menurunkan semangat dan aturan baku bisa membantu Anda untuk meraih kesuksesan. Perhatikan dan pelajari cara para pebisnis yang sukses di bidang mereka dengan pandangan yang kritis. Pelajari cara mereka bekerja dan program yang mereka lakukan. Ajukan pertanyaan-pertanyaan "bagaimana jika" di dalam pikiran Anda.

7. Alasan

Temukan alasan yang kuat mengapa anda ingin berwirausaha. Apakah karena susah cari pekerjaan, atau ingin merasakan menjadi seorang bos, bisa juga ingin mendapatkan penghasilan yang tak terbatas. Alasannya bisa apa saja, yang terpenting semakin kuat alasan anda untuk berwirausaha maka semakin fokus anda pada tujuan anda.

8. Impian yang Jelas

Anda harus memiliki impian yang jelas. Karena dengan impian itu anda akan termotivasi untuk meraihnya. Jangan takut untuk memiliki impian yang tinggi. Karena semakin tinggi impian anda tentunya akan memberikan daya dorong yang lebih besar pada diri anda. Akan tetapi tetap harus bersikap fleksibel dan jangan sampai impian anda sesuatu yang mustahil bisa dicapai.

9. Penguasaan Ilmu (Belajar)

Dalam memulai wirausaha kita dituntut untuk terus belajar dan memiliki pikiran yang terbuka. Kita bisa belajar dari buku, orang lain yang sudah menjalankan bisnis, ataupun dari seminar-seminar.

10. Aksi

Langkah inilah yang paling penting dalam berwirausaha. Karena tanpa aksi tidak akan ada yang terjadi. Hanya dengan aksi atau tindakanlah kita bisa semakin dekat dengan impian kita.

11. Doa

Langkah yang ke-6 adalah do'a. Karena bagaimanapun kerasnya usaha kita, tetap saja Tuhan jugalah yang menentukan. Kita s

12. Eksplorasikan kelemahan kompetitor

Ambil pandangan kritis terhadap kompetisi Anda dari perspektif konsumen. Dengarkan baik-baik akan kebutuhan dan komplain dari konsumen prospektif saat melakukan telepon sales. Hal ini akan membantu mengidentifikasi kekurangan dan kelemahan kompetitor. Carilah cara untuk menutup kekurangan dari servis dan produk Anda sendiri, lalu perbaiki hal tersebut.

13. Isi kekosongan

Pusatkan pandangan Anda di area yang lupa ditutupi oleh kompetitor Anda. Pelajari bagaimana mengantisipasi area baru yang

bisa Anda isi dengan servis atau bisa memposisikan bisnis Anda lebih cepat dari kompetitor Anda.

14. Tenar dengan dana minim

Pikirkan cara bagaimana agar lebih dikenal dengan dana seminim mungkin. Jangan terlalu menutup diri, jadilah kreatif, beranikan diri untuk makin dikenal banyak orang (tapi untuk alasan yang baik). Tukar ide dengan orang-orang terdekat Anda.

15. Cerdik Hadapi Pesaing

Salah satu hambatan dalam berbisnis adalah munculnya pesaing (competitor). Anda harus pintar-pintar menghadapai mereka. Berusahalah untuk mencari diferensiasi produk Anda, sehingga Anda memiliki nilai lebih (added value) di banding pesaing Anda. Misalnya, ketika Anda membuka bisnis fotokopi, Anda memberikan kupon undian pada pelanggan dengan nominal pembayaran di atas Rp 50.000,- yang akan Anda undi setiap 6 bulan sekali.

16. Percaya kemampuan diri

Bangun dan belajar untuk menggunakan kekuatan intuisi Anda. Dengarkan hati Anda. Akan ada saat-saat Anda harus memilih bermain aman atau justru bermain nekat untuk menghadapi tantangan bisnis. Orang-orang sekitar Anda juga memberi masukan yang beragam, sehingga yang bisa Anda percayai hanyalah diri dan hati Anda.

17. Jangan biarkan kesulitan atau kegagalan mengalahkan Anda

Jangan biarkan batasan yang diciptakan oleh orang lain atau keadaan yang menjepit membuat Anda lemah. Banyak wirausahawan yang menutup usaha mereka karena tidak percaya pada diri sendiri. Sebagai wirausahawan, Anda akan menghadapi masa-masa penuh stres yang akan menguji kepercayaan Anda. Ingatlah, bahwa alat

untuk mengusir kegundahan itu adalah kegigihan dan daya lenting. Percayalah pada konsep bisnis Anda dan komitmen diri untuk melihat bisnis ini sukses.

18. Jangan berhenti berinovasi

Mengembangkan Terus. Saat berbisnis, Anda harus selalu jeli mencari peluang untuk mengembangkan bisnis. Usahakan untuk dapat menangkap sekecil apapun peluang yang Anda temukan, tentunya tetap dengan perhitungan yang matang. Secara kontinu, carilah cara-cara baru untuk memperkenalkan produk-produk baru dan servis untuk konsumen langganan Anda dan pasar baru yang Anda temui. Berpuas diri adalah hal yang bisa membahayakan perusahaan Anda. Sesuaikan bisnis Anda dengan tren pasar.

19. Rajin Evaluasi

Setelah bisnis Anda berjalan, tentunya Anda ingin memantapkan bisnis Anda -sehingga tidak sekedar numpang lewat saja. Evaluasi merupakan langkah awal menstabilkan bisnis Anda. Dengan evaluasi yang continue, Anda bisa mempertahankan dan meningkatkan mutu perusahaan Anda. Misalnya, setiap empat bulan sekali, Anda mengumpulkan karyawan Anda -untuk mencari feed back- dan memberikan penerangan pada mereka.

20. Menjaga Hubungan Baik

Peranan konsumen jelas besar sekali dalam wirausaha. Untuk itu Anda harus dapat menjaga hubungan baik dengan mereka. Misalnya dengan menyimak masukan mereka dengan serius, mengirimkan bingkisan hari raya, sesekali memberikan potongan harga ataupun hanya sekedar tersenyum ramah menyapa dan ngobrol dengan mereka.

21. Jeli Mencari Pelanggan

Pemasaran memang salah satu kunci sukses bisnis Anda. Mungkin di awal Anda harus memapu berjuang dari bawah, misalnya door-to-door menawarkan barang Anda. Kemudian mencoba memasarkan produk dengan sistem imbalan dan seterusnya

22. Belajar dari Kegagalan

Saat berwirausaha, Anda pasti tidak akan luput dari kegagalan. Karena sudah pada hakikatnya kegagalan selalu berjalan beriringan dengan keberhasilan. 'Jatuh' dan 'Bangun' alias masa laris tidak laris merupakan hal yang wajar. Yang penting ketika Anda sedang 'jatuh', jangan sampai membuat Anda down atau memutuskan gulung tikar. Justru saat itulah yang harus Anda pakai untuk mengevaluasi bisnis Anda. Misalnya dengan 1) mencari inspirasi untk menciptakan produk dan jasa baru yang membuat usaha Anda semakin menarik, 2) membaca kiat sukses para wirausahawan (businessman) dan cara mereka melewati masa sulit, 3) Bereksperimen dengan mencoba cara pemasaran yang baru, 4) Terus Belajar.

23. Selalu bersyukur, ihtiar, dan jangan lupa sodakoh.

Karena sesuai dengan dalil Al-qur'an la'in syakartum la azidhannakum wala ing kafartum inna adzha bi lasyadhid, "bahwa barang siapa yang bersyukur kepada-Ku, maka akan Aku tambah nikmatnya, dan barang siapa yang ingkar, maka sesungguhnya azab-Ku sangatlah pedih, bisa jadi itu ketika di dunia ataupun di akherat nanti. Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum kecuali kaum itu sendiri yang merubahnya. Pertanyaannya adalah: Apa yang harus dirubah dari kaum tersebut? Jawabannya: State Of Mind and Role Of Thinking, bagaimana cara ia berpikir? apa yang dipikirkannya? bagaimana cara ia bertindak? bagaimana cara ia mengatasi segala

persoalan? dan bersodakohlah agar Allah sellau melapangkan jalan rizkimu, selalu memudahkan segala urusanmu (Lillahi ta'ala).

BAB III

BUSINESS PLAN

3.1. Pengertian *Business Plan*

Sebelum memulai bisnis, *business plan* adalah salah satu hal penting untuk dipahami. Rancangan ini akan berisi penjelasan mengenai penjelasan mengenai jenis bisnis, strategi serta tujuan (*goals*) yang ingin dicapai. *Business plan* juga menjadi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan utama para investor. Jika ingin mendapat suntikan dana dari investor, maka tidak boleh sembarangan dalam menyusunnya. Rencana bisnis atau *business plan* adalah suatu dokumen tertulis, dibuat untuk memproyeksikan keseluruhan informasi mengenai bisnis yang dijalankan. Dalam sebuah *business plan* biasanya berisi strategi pemasaran dan penjualan bisnis secara detail, *income* dan *outcome* dari bisnis tersebut, kondisi keuangan, dan informasi lainnya.

Ketika seorang pebisnis membuat *business plan*, tentunya perlu pemikiran dan keputusan yang tepat. Fungsi dari dibuatnya *business plan* adalah menjadi acuan bagi pebisnis untuk dapat mencapai tujuan dalam jangka panjang. Selain itu, *business plan* dapat menggambarkan apakah bisnis tersebut layak dan mampu menghadapi segala tantangan di masa depan.

3.2. Jenis-jenis *Business Plan*

Setiap *business plan* tentunya memiliki objektif dan tujuan berbeda-beda. Maka dari itu, terdapat beberapa jenis business plan yang perlu Anda ketahui, diantaranya:

Operations Business Plan

Rencana bisnis operasi atau *operations business plan* adalah rencana bisnis yang dirancang khusus hanya untuk internal perusahaan. Pada rencana bisnis ini, mencakup rencana dan kebijakan tentang operasional perusahaan. Lalu, business plan ini juga meliputi uraian tanggung jawab setiap orang dalam perusahaan. Selain itu, rencana bisnis ini dapat menjadi acuan pelaksanaan dan tenggat waktu kegiatan operasional bisnis perusahaan di masa yang akan datang.

Growth Business Plan

Growth business plan adalah rencana bisnis yang menjelaskan rencana pertumbuhan bisnis perusahaan kedepannya. Rencana bisnis ini dapat digunakan pada kepentingan internal maupun eksternal, misalnya untuk menerima modal lebih dari para investor. Apabila akan digunakan untuk kebutuhan eksternal, maka rencana bisnis ini harus dijelaskan lebih rinci lagi. Umumnya, meliputi deskripsi rinci mengenai perusahaan, struktur organisasi, serta kondisi keuangan perusahaan.

Development Business Plan

Rencana bisnis pengembangan atau *development business plan* adalah deskripsi secara rinci mengenai bisnis yang akan dibuat. Pada rencana bisnis operasi ini umumnya meliputi administrasi bisnis, organisasi perusahaan, dan tanggung jawab setiap karyawan. Maka

dari itu, dokumen ini tidak hanya untuk pihak internal, namun pihak eksternal pun dapat menggunakannya.

Startup Business Plan

Startup business plan adalah penjelasan mengenai perusahaan khususnya startup yang akan didirikan. Rencana bisnis ini meliputi penawaran barang atau jasa kepada calon konsumen, evaluasi pasar, struktur marketing, manajemen risiko, serta struktur manajemen lainnya yang nantinya akan diimplementasikan.

Strategic Business Plan

Strategic business plan adalah jenis rencana bisnis yang paling rumit dibandingkan dengan rencana bisnis lainnya. Dalam business plan ini, menjelaskan berbagai strategi secara lebih rinci untuk mencapai tujuan perusahaan. Umumnya, beberapa komponen yang dianggap penting untuk dimasukkan pada rencana bisnis ini diantaranya; visi dan misi perusahaan, faktor kritis, strategi untuk mencapai tujuannya, dan jadwal pelaksanaan strategi tersebut.

3.3. Komponen *Business Plan*

Ketika perusahaan membuat business plan, Anda harus mengetahui komponen apa saja yang harus ada di dalamnya. Beberapa komponen business plan tersebut diantaranya adalah :

1. *Executive Summary* Perusahaan (Menjelaskan secara singkat dan padat isi dari business plan yang dibuat)
2. Deskripsi Perusahaan (Meliputi sejarah perusahaan, visi dan misi, tujuan perusahaan, dan mitra perusahaan)
3. Produk atau Layanan (Menjelaskan produk atau layanan yang ditawarkan dan kelebihanannya)

4. Analisis Pasar (Meliputi identifikasi pesaing, analisis swot, dan analisis *segmenting, targeting, positioning*)
5. Strategi Pemasaran (Meliputi pemasaran *offline* dan pemasaran digital)
6. Budgeting (Meliputi rencana keuangan perusahaan keseluruhan)

3.4. Cara Membuat *Business Plan*

Setelah mengetahui apa itu *business plan* dan komponen apa saja yang harus ada di dalamnya. Hal selanjutnya yang perlu Anda ketahui yaitu cara membuatnya. Beberapa cara untuk membuat *business plan* adalah:

1. Melakukan analisa pesaing dan riset pasar sebelum membuat *business plan*.
2. Tentukan tujuan dari bisnis Anda secara jelas.
3. Mengetahui target pembaca *business plan* yang akan dibuat.
4. Memiliki bukti dan referensi di setiap komponen dalam *business plan*.
5. Jelaskan isi *business plan* secara rinci, runtut, dan realistis.

3.5. Manfaat *Business Plan*

Lalu, apa manfaat dari dibuatnya *business plan* ini? Ada sejumlah alasan yang menjadikan *business plan* sangat penting ketika kamu membangun suatu bisnis, diantaranya:

1. Membantu dalam mengambil keputusan

Saat memulai suatu bisnis, tentunya banyak tantangan yang

mungkin akan dihadapi. Misalnya, mengembangkan produk baru, merekrut tenaga kerja, masalah finansial, dan lainnya. Hal tersebut diperlukan pengambilan keputusan tepat, maka dari itu salah satu manfaat dari business plan adalah dapat membantu dalam mengambil keputusan.

2. Mengatur keseluruhan sistem keuangan perusahaan

Selain itu, business plan juga dapat membantu dalam merencanakan sistem keuangan perusahaan yang baik. Tujuannya, agar kedepannya terhindar dari kesalahan dalam penyusunan keuangan dan kerugian.

3. Membantu mendapatkan investor lebih banyak

Terakhir, manfaat paling penting dari business plan adalah dapat membantu untuk mendapatkan investor lebih banyak. Hal itu sangat penting bagi pertumbuhan bisnis, apalagi bisnis yang baru dirintis memerlukan dukungan dari para investor agar bisnis yang didirikan semakin sukses.

BAB IV

BISNIS BAGI PEMULA

4.1 . Kiat Awal Berbisnis

1.Cari Tahu Dulu Ingin Buka Usaha Apa

Cara belajar bisnis bagi pemula pertama adalah menentukan jenis usaha yang ingin dijalankan. Dengan menetapkan produk atau jasa di awal, akan lebih mudah dalam membuat perencanaan bisnis. Mencari ide usaha bisa dimulai dengan hal-hal sesuai minat atau ketertarikan. Misalnya Anda menyukai kerajinan tangan. Anda dapat membuka toko online penjual kerajinan buatan tangan sendiri. Dengan demikian, Anda akan lebih mudah menjalankan bisnis.

2. Jangan Terlalu Muluk Saat Pilih Ide

Memilih ide tepat dan tidak bertele-tele merupakan cara belajar bisnis bagi pemula yang perlu Anda jalankan. Saat baru memulai, sebaiknya Anda fokus ke satu ide bisnis saja, agar bisa lebih mudah mengembangkannya. Nanti setelah satu ide bisnis tersebut berkembang, Anda dapat berpindah mencoba ide bisnis lainnya.

3.Pelajari Cara Buat Business Plan Di Awal

Mempelajari cara buat business plan adalah cara belajar bisnis sebelum terjun secara langsung dalam dunia bisnis. Sebab, bisnis yang direncanakan secara matang akan membuat potensi keberhasilannya semakin tinggi. Anda bisa belajar membuat business plan melalui berbagai sumber, mulai dari internet, buku, dan sebagainya. Setelah itu, segera praktikkan ilmu dengan menyusun business plan untuk usaha Anda.

4. Setelah Business Plan, Pelajari Cara Hitung Modal & Omset

Setelah memahami business plan, cara belajar bisnis berikutnya dengan mempelajari perhitungan modal dan omset. Jangan sampai tidak ada perhitungan akurat dalam bisnis, karena hal tersebut berpotensi mengakibatkan kerugian. Selain modal dan omzet, ada beberapa komponen keuangan lain yang perlu Anda pelajari, misalnya cara menghitung BEP, profit, profit setelah pajak, dan sebagainya.

5. Belajar Konsep dari Buku-Buku Bisnis Terbaru

Saat ini, akses untuk belajar bisnis terbuka lebar. Membaca buku-buku bisnis terkini merupakan cara belajar bisnis bagi pemula yang ampuh. Karena pada faktanya, buku adalah jendela dunia yang membuat wawasan Anda semakin luas. Semakin banyak buku bisnis Anda baca, wawasan bisnis Anda juga akan semakin luas.

6. Jangan Lupa Juga untuk Belajar Teknis

Cara belajar bisnis bagi pemula berikutnya adalah mempelajari teknis, tidak hanya terkungkung pada teori saja. Setelah mempelajari teori, Anda bisa mulai mempraktikkan teori bisnis yang telah dipelajari dengan belajar bisnis modal kecil. Sehingga bila terjadi kerugian, Anda tidak kehilangan uang dalam jumlah besar.

7. Cari Mentor Pebisnis yang Sudah Sukses

Tidak selamanya kita harus belajar bisnis secara sendirian. Dengan adanya bantuan dari orang lain, Anda akan semakin cepat dalam menggapai tujuan. Untuk itu, memiliki mentor adalah salah satu cara belajar bisnis bagi pemula terbaik. Ada banyak keuntungan yang didapatkan jika Anda berhasil menemukan mentor bisnis. Anda akan memperoleh arahan, masukan, dan pengetahuan terkait bisnis. Selain

itu, Anda juga bisa belajar dari pengalaman mentor Anda, baik pengalaman pahit atau manis.

8.Sering Datangi Seminar Bisnis & Kewirausahaan

Cara belajar bisnis berikutnya adalah dengan mendatangi seminar bisnis. Di luar sana, ada banyak seminar bisnis dan kewirausahaan yang memfasilitasi orang-orang untuk belajar bisnis, baik secara online atau offline. Anda bisa menemukan seminar bertopik apa saja, mulai dari topik belajar bisnis rumahan hingga belajar bisnis online shop.

9.Aktif Berpartisipasi di Pameran Bisnis

Cara belajar bisnis kesembilan dalam artikel ini adalah dengan secara langsung melihat aktivitas bisnis, salah satunya adalah pameran. Dengan mengunjungi pameran, Anda dapat mempelajari produk apa saja yang sedang tren saat ini. Selain itu, Anda juga dapat memperbanyak jaringan bisnis dengan peserta pameran.

10.Lakukan Evaluasi Bisnis Berkelanjutan

Pebisnis pemula 99% akan melakukan kesalahan dalam berbisnis. Akan tetapi, tidak perlu khawatir, karena ini merupakan hal wajar. Justru dengan melakukan *trial and error*, kita dapat lebih memahami kekurangan dan kelebihan produk di mata masyarakat.Semua kegagalan yang terjadi saat berbisnis dapat dijadikan bahan evaluasi secara berkelanjutan. Gagal, evaluasi, gagal, evaluasi. Begitu seterusnya sampai Anda menemukan proses bisnis paling sesuai dengan produk Anda.

4.2. Resiko Pebisnis Pemula

Risiko usaha adalah kemungkinan perusahaan akan memiliki laba lebih rendah dari yang diantisipasi atau mengalami kerugian daripada mengambil keuntungan. Risiko usaha atau bisnis dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk jumlah penjualan, harga per unit, biaya input, persaingan, dan iklim ekonomi secara keseluruhan dan peraturan pemerintah. Risiko bisnis mengacu pada antisipasi bahwa perusahaan dapat memperoleh laba lebih rendah dari yang diharapkan atau bahkan menderita kerugian, karena ketidakpastian yang melekat dalam bisnis. Risiko ini dapat menghambat kemampuan bisnis untuk memberikan pengembalian investasi.

Bagaimana cara mengantisipasi risiko usaha? Nah, cara mengatasi risiko ke depannya, Anda harus melakukan tindakan atau mengatur strategi bisnis agar bisa menghadapi berbagai jenis risiko.

Macam-Macam Risiko Usaha Berdasarkan Kerugian

Bisnis saat ini tidak dapat diprediksi, tidak stabil, dan tampaknya menjadi lebih kompleks setiap hari. Sesuai sifatnya, bisnis penuh dengan risiko. Risiko dapat memiliki dampak negatif, dampak positif, atau keduanya. Risiko dengan dampak negatif dapat menimbulkan kerugian dan membuat reputasi bisnis buruk. Risiko dengan dampak positif dapat mewakili peluang. Berikut adalah macam-macam contoh risiko usaha berdasarkan kerugian :

1. Kesulitan melakukan produksi
2. Tidak bisa menggaji karyawan
3. Kekurangan pasokan

4. Kesulitan melakukan operasional
5. Investasi tidak kembali
6. Bangkrut atau pailit

Jenis-Jenis Risiko Usaha Menurut Para Ahli

1.Risiko Ekonomi

Ekonomi terus berubah ketika pasar berfluktuasi. Beberapa perubahan positif baik untuk ekonomi, misal dapat membuat pembelian bisnis semakin booming, sementara peristiwa negatif dapat mengurangi penjualan. Sangat penting untuk melihat perubahan dan tren yang berpotensi mengakibatkan penurunan ekonomi.

Untuk mengatasi risiko ekonomi yang akan terjadi, simpan uang sebanyak mungkin untuk menjaga arus kas yang stabil. Anda juga perlu mengoperasikan anggaran pinjaman dengan overhead rendah sebagai bagian dari rencana bisnis Anda.

2.Risiko Keuangan

Risiko bisnis ini mungkin melibatkan kredit yang diberikan kepada pelanggan atau beban utang perusahaan Anda sendiri. Fluktuasi suku bunga juga bisa menjadi ancaman. Membuat penyesuaian pada rencana bisnis Anda akan membantu menghindari kerugian arus kas atau menciptakan kerugian yang tidak terduga.

Buatlah langkah-langkah rencana yang akan mulai menurunkan beban utang sesegera mungkin. Jika Anda mengandalkan semua

penghasilan Anda dari satu atau dua klien, risiko keuangan Anda bisa signifikan.

3.Risiko Operasional

Risiko bisnis ini dapat terjadi secara internal, eksternal, atau melibatkan kombinasi kedua faktor. Sesuatu yang tidak terduga dapat terjadi dan menyebabkan Anda kehilangan bisnis. Peristiwa tak terduga itu bisa berupa bencana alam atau kebakaran yang merusak atau menghancurkan bisnis fisik Anda.

Baik itu orang atau kegagalan proses, risiko operasional ini dapat berdampak buruk bagi bisnis Anda dalam hal uang, waktu, dan reputasi. Atasi setiap risiko operasional ini melalui pelatihan dan rencana kesinambungan bisnis. Kedua taktik menyediakan cara untuk berpikir tentang apa yang salah dan membangun sistem cadangan atau tindakan proaktif untuk memastikan operasi tidak terpengaruh.

Faktor Penyebab Risiko Usaha

Bisnis kewirausahaan apapun itu, jika diminta untuk sebutkan apapun nama bisnisnya, pasti akan selalu mengalami yang namanya risiko. Baik itu usaha minimarket, restoran, cafe, jasa cuci motor, bengkel dan mebel, semua akan memiliki risikonya masing-masing. Penyebab utama risiko bisnis adalah sebagai berikut:

- **Faktor Alami**

Ada faktor-faktor alam tertentu seperti banjir, gempa bumi dll yang dapat merusak bisnis, entah itu bisnis fotocopy, laundry, jual burger bahkan bank sekalipun tidak bisa menghindarinya. Bagi manusia,

alam tidak dapat dikendalikan, sehingga setiap kerugian akibat bencana alam tidak dapat dihindari dan tidak terkendali.

- **Persaingan**

Ketika bisnis memiliki pesaing yang kuat di pasar dan para produsen menikmati persaingan yang ketat dengan mengurangi harga barang atau dengan menghasilkan kualitas produk yang lebih murah. Maka hal itu merupakan bahaya besar bagi bisnis, sekalipun bisnis Anda hanyalah menjual gas elpiji, warung kopi, angkringan, atau pangkas rambut. Jika ada yang memberikan jasa dan layanan yang lebih murah dari usaha Anda, maka itu sudah menjadi risiko bisnis.

- **Perubahan Permintaan Produk**

Jika ada perubahan mendadak dalam permintaan untuk produk tertentu, maka itu dapat menciptakan risiko bisnis. Sebagai contoh, ketika Samsung memperkenalkan S III mobile, tentu saja ini mempengaruhi pasar Apple di banyak negara.

- **Kesalahan Manajemen**

Terkadang manajemen tidak mampu menjalankan bisnis yang merupakan penyebab penting risiko bisnis. Dikarenakan perencanaan yang tidak tepat atau apa yang mereka rencanakan tidak dapat mencapai tujuan maka itu bisa meningkatkan risiko. Semua kesalahan ini dapat menyebabkan arus kas buruk dan meningkatkan biaya per unit.

Klasifikasi Orang yang Menghadapi Risiko Usaha

- **Risk Avoider**

Risk avoider dapat didefinisikan sebagai orang dengan sifat yang lebih berhati-hati sehubungan dengan risiko yang terlibat dan tidak ingin mengambil risiko dalam kasus terburuk.

- **Risk Calculator**

Risk calculator adalah orang yang mengambil risiko dengan menggunakan kalkulator atau penghitungan angka biaya untuk menghadapi masalah.

- **Risk Taker**

Risk taker adalah orang yang mengambil risiko dengan cara yang berpotensi menyebabkan kerugian fisik atau kerugian finansial, tetapi mungkin juga untuk menghadirkan peluang untuk hasil yang memuaskan.

- **Risk Manager**

Risk manager adalah orang yang menghadapi risiko dengan mengidentifikasi, menilai, dan menangani risiko yang berpotensi memengaruhi operasi bisnis.

Apa itu Manajemen Risiko Usaha?

Apa yang dimaksud dengan manajemen risiko usaha? Manajemen risiko usaha adalah rencana yang digunakan untuk

mengevaluasi risiko bisnis yang terlibat jika ada perubahan dalam operasi, sistem, dan proses bisnis. Manajemen risiko bisnis mengidentifikasi, memprioritaskan, dan mengatasi risiko untuk meminimalkan dampak dari insiden tak terduga. Manajemen risiko adalah proses mengidentifikasi, menilai, dan mengendalikan ancaman terhadap modal dan pendapatan organisasi.

Setiap bisnis dan organisasi menghadapi risiko peristiwa tak terduga dan berbahaya yang dapat membuat perusahaan kehilangan uang atau menutupnya secara permanen. Manajemen risiko memungkinkan bisnis untuk mencoba mempersiapkan hal yang tidak terduga dengan meminimalkan risiko dan biaya tambahan sebelum terjadi.

Proses manajemen risiko melibatkan:

1. Mengidentifikasi Risiko

Melihat risiko yang berkembang dengan mempelajari faktor-faktor internal dan eksternal yang berdampak pada tujuan bisnis.

2. Melakukan Analisis Risiko

Menganalisis risiko bisnis mencakup kalibrasi dan jika mungkin, penciptaan distribusi probabilitas hasil untuk setiap risiko material.

3. Menanggapi Risiko

Setelah mengidentifikasi dan menganalisis risiko potensial, strategi yang tepat perlu dimasukkan. Baik dengan membangun proses baru atau menghilangkan, tergantung pada jenis dan tingkat keparahan risiko.

4. Memantau Risiko dan Peluang

Memantau dengan terus mengukur risiko dan peluang di lingkungan bisnis dengan tetap memperhatikan kinerja strategi manajemen.

Dengan menerapkan rencana manajemen risiko dan mempertimbangkan berbagai potensi risiko atau peristiwa sebelum terjadi, maka sebuah bisnis dapat menghemat uang dan melindungi masa depan bisnis. Hal tersebut karena rencana manajemen risiko yang kuat akan membantu perusahaan menetapkan prosedur dan meminimalkan dampak kerugian.

Risiko pada semua jenis usaha pada dasarnya akan selalu muncul dalam operasi bisnis itu sendiri. Namun, risiko akan meningkat seiring dengan tingginya kegiatan usaha yang berjalan. Jika Anda menginginkan keuntungan yang besar, maka risiko bisnis yang diterima juga akan semakin besar.

Hal ini dikenal dengan istilah high risk high return. Mengenali setiap risiko dapat dimulai dengan mengetahui jenis-jenis risiko pada usaha itu sendiri, berikut ulasanya:

- **Risiko Strategi**

Jenis risiko ini adalah risiko yang tidak pasti yang diakibatkan dari kurang matangnya strategi pemilik usaha dalam menjalankan bisnisnya. Risiko strategi umumnya dihadapi oleh hampir semua pemilik perusahaann besar saat ini. Risiko bisnis jenis ini mereka hadapi saat sedang dalam masa mengembangkan produk dan bisnis mereka.

- **Risiko Operasional**

Jenis risiko operasional ini umumnya biasanya terjadi dalam kegiatan sehari-hari dalam perusahaan. Risiko ini memang mengarah kepada kegagalan yang tidak diharapkan, namun bersifat teknis. Penyebab munculnya risiko cukup banyak, mulai dari peralatan, kondisi alam, hingga karyawan perusahaan. Meski bersifat teknis dan dapat ditangani, namun risiko ini juga bisa merusak reputasi perusahaan.

- **Risiko Kepatuhan**

Sesuai dengan namanya, risiko ini muncul karena adanya ketidakpatuhan kita terhadap regulasi atau hukum yang diterapkan pemerintah, baik yang tertulis maupun yang tidak. Risiko kepatuhan ini mungkin tidak berdampak terlalu besar seperti risiko lainnya. Namun, setiap ada ketidakpatuhan yang menjadi pelanggaran, bisa membuat pemilik bisnis harus membayar denda atas ketidakpatuhan terhadap aturan tertentu.

- **Risiko Financial**

Jenis risiko berikutnya adalah risiko financial. Dimana, berkaitan dengan biaya ekstra yang menyebabkan kerugian pada pemasukan perusahaan. Risiko ini khusus terjadi pada arus masuk dan keluar dari perputaran bisnis yang kita jalankan dan menyebabkan kerugian financial. Umumnya, masalah kredit dan hutang menjadi pemicu munculnya risiko ini. Untuk mengurangi risiko ini Anda bisa menggunakan software akuntansi untuk memudahkan usaha Anda.

- **Risiko Reputasional**

Jenis risiko terakhir adalah risiko reputasional, dimana risiko ini berkaitan dengan nama baik perusahaan dan bisnis kita. Saat nama baik perusahaan mejadi hancur, maka otomatis bisa menyebabkan kerugian besar dan membuat para pelanggan bisnisnya menjadi tidak percaya. Dampaknya bisa menjadi besar dalam jangka waktu singkat, seperti klien yang akan menolak berbisnis dengan Anda, atau pemasok yang tidak ingin menawarkan produk dan jasanya pada perusahaan Anda. Dengan mengetahui semua jenis risiko dalam bisnis, diharapkan para pengusaha pemula dapat meminimalisir risiko tersebut, agar kerugian risiko bisnis yang lebih besar bisa dihindari.

4.3. Cara Menghitung Resiko Bisnis

Dalam memulai maupun mengelola sebuah bisnis, diperlukan perhitungan yang matang agar bisnis dapat berjalan dengan baik. Bukan hanya pemasukan dan pengeluaran, terdapat berbagai aspek yang juga penting untuk diperhitungkan, misalnya risiko bisnis.

Meskipun penting untuk bersikap optimis, tetapi ada baiknya untuk mempersiapkan diri. Pebisnis sebaiknya memitigasi risiko untuk mengantisipasi kerugian yang mungkin terjadi dan lebih berhati-hati dalam bertindak. Lalu, bagaimana cara menghitung risiko bisnis?

Analisis SWOT merupakan akronim dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threat* (ancaman).

Analisis ini merupakan metode yang digunakan untuk mengidentifikasi situasi internal dan eksternal bisnis secara menyeluruh. Pada poin strength atau kekuatan, aspek yang perlu diidentifikasi adalah hal-hal yang menjadi kelebihan dan poin plus dari bisnis Anda. Contohnya yaitu penggunaan teknologi terkini, citra bisnis yang positif dan terkenal, ataupun jaringan bisnis yang kuat.

Pada poin weakness atau kelemahan, aspek yang perlu diidentifikasi adalah hal-hal yang belum maksimal dan menjadi celah dalam bisnis. Misalnya sumber daya manusia yang kurang mumpuni, bisnis belum lama dibentuk dan belum banyak pengalaman, atau proses bisnis yang belum maksimal.

Pada poin opportunity atau peluang, Anda perlu mengidentifikasi peluang dari lingkungan eksternal yang bisa menunjang kesuksesan bisnis. Misalnya, banyaknya peminat terhadap produk bisnis, produk selalu dibutuhkan, dan tren yang mendukung.

Selanjutnya di poin terakhir yaitu threat atau ancaman, Anda perlu mengidentifikasi aspek eksternal yang dapat mengancam keberadaan atau kesuksesan bisnis. Contohnya yaitu banyaknya kompetitor dalam industri sejenis, situasi politik, ekonomi, serta sosial yang tidak mendukung.

Dengan mengetahui setiap elemen SWOT bisnis Anda, Anda akan lebih mudah untuk mengenali risiko dan potensi kerugian. Tak hanya itu, elemen strength dan opportunity membuat Anda lebih jeli

untuk melihat kesempatan untuk mencari solusi dalam menghadapi risiko yang terjadi.

- **Buat Daftar Risiko**

Risiko bisnis terdiri dari beberapa jenis, seperti risiko finansial, risiko operasional, risiko produksi, hingga risiko pemasaran. Untuk mengidentifikasi seluruh risiko secara jelas dan lengkap, Anda bisa membuatnya dalam bentuk tabel. Pertama-tama, identifikasi kemungkinan terjadinya risiko secara menyeluruh, kemudian catat dalam daftar. Kedua, pikirkan kemungkinan risiko tersebut untuk terjadi. Anda bisa memberikan poin dengan skala satu sampai lima, ataupun satu sampai sepuluh. Semakin besar poin yang Anda berikan, artinya semakin besar kecenderungan risiko untuk terjadi. Ketiga, identifikasi dampak apa yang akan terjadi bila risiko tersebut benar-benar terjadi. Kemudian yang keempat, tuliskan solusi untuk mengatasi hal tersebut, ataupun hal-hal yang dapat meminimalisir dampak yang ditimbulkan. Dengan begitu, tabel ini bukan hanya mengidentifikasi risiko apa saja yang dapat terjadi, namun juga memberikan Anda arahan dalam bertindak untuk mengatasi risiko.

- **Ajukan Berbagai Pertanyaan**

Semakin awal Anda mengidentifikasi risiko, tentunya akan semakin baik. Oleh karena itu, sebaiknya Anda bersikap waspada, cermat, dan kritis dalam mengambil keputusan bisnis. Anda harus memikirkan pro dan kontra dari setiap pilihan yang Anda, untuk memastikan bahwa keputusan yang Anda buat adalah keputusan terbaik.

Nah, berikut beberapa pertanyaan untuk memandu Anda dalam mempertimbangkan keputusan bisnis:

- Bagaimana jika tren pasar berubah?
- Bagaimana jika ekonomi tidak stabil?
- Bagaimana jika terjadi bencana alam di area bisnis?
- Bagaimana jika permintaan pasar menurun?
- Bagaimana jika biaya pengeluaran terlalu besar?
- Bagaimana jika muncul kompetitor baru?
- Bagaimana jika kompetitor mengeluarkan produk atau layanan serupa, dengan harga miring?
- Bagaimana jika terdapat regulasi pemerintah yang memberatkan operasional bisnis?
- Bagaimana jika kantor atau gudang mengalami bencana?
- Bagaimana jika sumber daya manusia tidak memadai?
- Bagaimana jika muncul citra negatif terhadap bisnis?
- Bagaimana jika harga bahan baku naik?
- Bagaimana jika produksi tidak sesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan?
- Bagaimana jika produk tidak laku?
- Bagaimana jika produk tidak memenuhi kepuasan konsumen?

Tentunya, masih banyak lagi pertanyaan yang bisa Anda sesuaikan dengan situasi dan kondisi yang sedang dihadapi oleh perusahaan.

Pada intinya, bisnis memerlukan perencanaan yang matang agar dapat mencapai tujuannya. Walaupun tidak mungkin untuk

menghindari seluruh risiko, namun setidaknya Anda sudah lebih siap dan tahu tindakan apa yang perlu dilakukan.

BAB V

MENINGKATKAN NILAI TAMBAH

KOMODITAS PERTANIAN

5.1. Pengertian Nilai Tambah

Nilai tambah (*value added*) adalah pertambahan nilai suatu komoditas karena mengalami proses pengolahan, pengangkutan ataupun penyimpanan dalam suatu produksi. Dalam proses pengolahan nilai tambah dapat didefinisikan sebagai selisih antara nilai produk dengan nilai biaya bahan baku dan input lainnya, tidak termasuk tenaga kerja. Sedangkan margin adalah selisih antara nilai produk dengan harga bahan bakunya saja. Dalam margin ini tercakup komponen faktor produksi yang digunakan yaitu tenaga kerja, input lainnya dan balas jasa pengusaha pengolahan (Hayami et al, 1987). Berdasarkan pengertian tersebut, perubahan nilai bahan baku yang telah mengalami perlakuan pengolahan besar nilainya dapat diperkirakan. Dengan demikian, atas dasar nilai tambah yang diperoleh, margin dapat dihitung dan selanjutnya imbalan bagi faktor produksi dapat diketahui. Menurut Hayami *et. al* (1987) dalam Maimun (2009) terdapat dua cara dalam menghitung nilai tambah, yaitu dengan menghitung nilai tambah selama proses pengolahan dan menghitung nilai tambah selama proses pemasaran. Nilai tambah (*value added*) adalah penambahan nilai suatu komoditas karena mengalami proses pengolahan, pengangkutan, atau penyimpanan dalam suatu proses produksi. defenisi dari nilai tambah adalah

pertambahan nilai suatu komoditas karena adanya input fungsional yang diberlakukan pada komoditi bersangkutan. Input fungsional tersebut berupa proses pengubahan bentuk (*form utility*), pemindahan tempat (*place utility*), maupun penyimpanan (*time utility*). Tujuan dari analisis nilai tambah adalah untuk mengukur balas jasa yang diterima pelaku sistem (pengolah) dan kesempatan kerja yang dapat diciptakan oleh sistem tersebut. Nilai tambah dipengaruhi oleh faktor teknis dan non teknis (faktor pasar). Faktor teknis terdiri dari jumlah dan kualitas bahan baku serta input penyerta, kualitas produk, penerapan teknologi, kapasitas produksi, dan penggunaan unsur tenaga kerja. Sedangkan faktor pasar meliputi harga bahan baku, harga jual output, upah tenaga kerja, modal investasi, informasi pasar, dan nilai input lain (selain bahan bakar). Dengan demikian fungsi dari nilai tambah yang menggambarkan imbalan bagi tenaga kerja, modal dan manajemen.

Konsep nilai tambah adalah suatu perubahan nilai yang terjadi karena adanya perlakuan terhadap suatu input pada suatu proses produksi. Arus peningkatan nilai tambah komoditas pertanian terjadi di setiap mata rantai pasok dari hulu ke hilir berawal dari petani dan berakhir pada konsumen akhir. Nilai tambah komoditas pertanian di sektor hulu dapat dilakukan dengan penyediaan bahan baku berkualitas dan berkesinambungan yang melibatkan para pelaku mata rantai pertama. Nilai tambah pada sektor hilir melibatkan industri pengolahan.

5.2. Cara Meningkatkan Nilai Tambah

Komoditas pertanian yang bersifat perishable (mudah rusak) dan bulky (kamba) memerlukan penanganan yang tepat, sehingga produk pertanian siap dikonsumsi oleh konsumen. Perilaku tersebut antara lain pengolahan, pengemasan, pengawetan, dan manajemen mutu untuk menambah kegunaan menimbulkan nilai tambah sehingga harga produk pertanian menjadi tinggi (Marimin dan Magfiroh, 2010). Nilai tambah mempunyai peranan penting dalam sektor industri, khususnya Industri Pengolahan. Nilai tambah merupakan nilai lebih dari sebuah produk industri, yang dimulai dari efisiensi dalam proses input produksi. Sehingga nilai tambah ini yang menyebabkan keuntungan lebih pula dari industri. Menurut Kemdiknas (Wibowo, 2011:26), terdapat beberapa cara memberikan nilai tambah yang dimaksud, yaitu:

1. Melalui pengembangan teknologi baru (*developing new technology*);
2. Melalui penemuan pengetahuan baru (*discovering new knowledge*);
3. Melalui perbaikan produk (barang dan jasa) yang sudah ada (*improving existing product or services*);
4. Melalui penemuan cara-cara yang berbeda untuk menghasilkan barang dan jasa yang lebih banyak, dengan sumber daya yang lebih sedikit (*finding different ways of providing more goods and service with fewer resources*). Tips yang dapat dilakukan untuk memberi nilai tambah dalam suatu produk:

1. Sebaiknya yang kita produksi adalah produk utama dan mempunyai kemampuan untuk memproduksi secara terus-menerus atau kelangsungannya berjalan dalam waktu yang lama (long term). Artinya kita harus memproduksi secara konsisten dan fokus pada produk tersebut serta memiliki pemasok yang sudah jelas. Jangan pernah

menjual produk yang berganti ganti dan mitra pemasok yang tidak jelas kemampuannya.

2. Pastikan bahwa produk yang kita buat sudah melalui uji kelayakan jual; sebelum produk kita pasarkan pastikan bahwa kelayakan produk telah dipenuhi, misalnya dengan melakukan uji lab, atau paling sederhana dengan memberikan tester kepada kolega atau orang lain untuk mencoba produk kita secara gratis, mintalah atau biarkan mereka mengkritik dari hasil uji coba tersebut dapat dijadikan masukan dalam mengembangkan produk.

3. Pastikan produk yang dibuat memiliki segmen pasar yang jelas dan terarah; Setelah produk yang kita buat telah melewati layak uji dan kita yakin akan perkembangan produk, maka selanjutnya kita tinggal menentukan segmen pasar yang sesuai dengan produk tersebut. Apakah diperuntukkan bagi segmen berdasarkan jenis kelamin, usia, profesi, tempat tinggal dll.

4. Pastikan milikilah perhitungan laba / rugi yang terukur jelas; sangat penting untuk melakukan analisa perhitungan (simulasi) untung rugi. Tidak ada salahnya walaupun back ground kita bukan dari keuangan tapi cobalah membuat mempelajari, dan membaca laporan keuangan baik itu neraca, laba rugi, perubahan modal.

Langkah selanjutnya setelah ke empat hal tersebut di atas sudah dilakukan, maka kerjakanlah 3 hal di bawah ini untuk menciptakan nilai tambah produk :

1. Memberikan sesuatu yang tidak diberikan oleh kompetitor kita kepada konsumen; dalam hal ini kita dapat memberikan bonus dari pembelian, mungkin dengan beli 2 gratis 1 atau mungkin pembelian dapat diantar atau hal lain yang membuat pelanggan senang akan layanan kita sehingga mereka terkesan. Lakukanlah kegiatan ATM (Amati, Tiru, Modifikasi) dari produk yang ada pada kompetitor.

2. Berikan layanan purna jual kepada pembeli; tidak ada salahnya memiliki layanan purna jual yang berbeda dengan kompetitor, misalnya dengan memberikan jaminan mutu atau garansi. Perlu diingat jangan pernah kesampingkan keluhan pelanggan karena hal tersebut akan terus menyempurnakan bisnis kita.

3. Lakukan edukasi gratis bagi pelanggan; berikan informasi lebih dari sekedar produk yang diinginkan oleh pelanggan, berikan informasi tambahan mengenai produk yang kita buat.

5.3. Cara Meningkatkan Hasil Pertanian

Bagaimana cara meningkatkan hasil pertanian? Mewujudkan kesejahteraan bagi para petani merupakan suatu tantangan. Banyak hal yang perlu dilakukan dalam pewujudannya, seperti meningkatkan hasil pertanian, mulai dari prosedur tanam cara penjualan, yang mana keefektifan proses tanam akan mengoptimalkan biaya dan peningkatan hasil pertanian yang berkualitas. Selanjutnya, hasil pertanian yang berkualitas akan meningkatkan volume penjualan, terlebih bila petani mempunyai akses ke pembeli yang luas dan langsung, sehingga efektivitas penjualan dapat terjadi. Lantas,

bagaimana cara untuk meningkatkan efektivitas penjualan petani? Berikut informasi lengkapnya.

Hal pertama yang perlu dilakukan untuk meningkatkan efektivitas penjualan petani adalah edukasi para petani mengenai cara peningkatan nilai jual hasil pertanian. Para petani perlu benar-benar mengetahui jenis dan kualitas produk yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Menghasilkan produk pertanian yang memenuhi keinginan konsumen dapat dilakukan dengan sejumlah cara. Mulai dari menetapkan standar kualitas produk pertanian, tak mengandalkan satu jenis produk atau komoditas pertanian, mengusahakan penggunaan kemasan spesial untuk menarik lebih banyak konsumen, hingga membuat inovasi pemasaran produk olahan sehingga produk pertanian dapat mempunyai nilai jual lebih besar.

Mendorong petani untuk tidak menjual seluruh hasil pertanian kepada tengkulak. Hubungan yang terjalin antara petani dengan tengkulak merupakan sebuah fenomena yang kerap dijumpai, khususnya pada masyarakat pedesaan. Tengkulak memberikan bantuan saat petani mengalami kesulitan, seperti peminjaman dana untuk modal pembibitan. Namun di saat musim panen, petani tersebut harus menjual hasil panen kepada tengkulak dengan harga yang jauh lebih rendah dari harga pasar. Tengkulak yang mencari keuntungan dari hal tersebut tentu saja membawa kerugian besar bagi petani. Ketidakberdayaan petani kepada tengkulak seperti ini bisa diputus mata rantainya dengan memanfaatkan kredit mikro yang ada di dalam solusi SKOTA Tani by Lintasarta. Petani pun dapat dengan bebas

memilih menjual hasil panen kepada calon pembeli yang potensial melalui *marketplace*.

5.4. Kiat Kiat Pemasaran Produk Hasil Pertanian

Dalam usaha agribisnis pertanian kegiatan pemasaran berperan sebagai pembuka jalan bagi produk untuk sampai ke pasar. Bila kegiatan ini sampai terhambat, produk akan tersendat-sendat memasuki pasar. Padahal, produk dari usaha agribisnis pertanian mempunyai sifat yang mudah sekali rusak atau tidak tahan lama. Berkaitan dengan kegiatan pemasaran, yang perlu dilakukan oleh pengusaha agribisnis pertanian adalah memahami tentang studi pemasaran, memperkirakan jumlah produksi, mempersiapkan produk, menentukan harga jual, menentukan distribusi, dan menentukan kebijakan promosi.

1. Studi Pemasaran

Studi pemasaran ini mencakup aspek yang cukup luas, antara lain studi pasar, studi mengenai produk yang dihasilkan, distribusi, konsumen, dan promosi (jika perlu). Studi pemasaran dimaksudkan untuk mencari data-data mengenai permintaan terhadap jenis komoditas agribisnis pertanian pada waktu lalu, sekarang, dan yang akan datang.

2. Memperkirakan Jumlah Produksi

Perkiraan jumlah produksi berfungsi untuk mengetahui sejauh mana pelaksanaan pemasaran telah sesuai dengan yang

direncanakan. Pada umumnya permintaan terhadap produk usaha agribisnis pertanian selalu mengalami pasang surut. Jika tidak diatasi dengan usaha memperkirakan jumlah penjualan maka akan terjadi kelebihan produk yang tidak bisa dilempar ke pasar. Atau, walaupun bisa memasuki pasar maka harganya akan turun jauh di bawah harga yang di inginkan.

3. Mempersiapkan Produk

Pengusaha harus benar-benar tahu produk seperti apa kualitas produk yang diinginkan oleh konsumen. Untuk menghasilkan produk yang bisa memenuhi keinginan konsumen, antara lain dapat ditempuh dengan cara:

1. menetapkan standar kualitas produk agribisnis pertanian,
2. tidak mengandalkan satu jenis produk atau komoditas agribisnis pertanian,
3. usahakan menggunakan kemasan spesial sehingga menarik konsumen, buat inovasi untuk mencoba membuat produk olahan sehingga produk agribisnis pertanian bisa memiliki nilai tambah. Mencoba inovasi dan perbaikan kualitas produk hasil pertanian sangat penting dilakukan untuk meningkatkan efektivitas penjualan petani. Para petani yang mengemas hasil pertaniannya dengan lebih menarik dapat menjaring lebih banyak konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan. Penting juga bagi para petani untuk tidak hanya mengandalkan satu komoditas hasil pertanian. Bila kualitas produk pertanian sudah baik,

pintu keberhasilan produk pertanian dalam menembus pasar internasional bisa lebih terbuka. Jadi, dibutuhkan kerja sama antara para petani, eksportir, serta Pemerintah untuk menjaga komoditas pertanian yang akan diekspor untuk dapat memenuhi kualitas yang diharapkan. Dengan begitu, penjualan hasil pertanian pun akan semakin meningkat dan membawa dampak positif bagi para petani.

4. Menentukan Kebijakan Harga Jual

Harga jual akan sangat menentukan posisi pengusaha dalam persaingan. Harga jual yang ditetapkan harus benar-benar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen di samping harus dapat memenuhi pencapaian tujuan perusahaan. Memang pada kenyataannya harga jual komoditi agribisnis pertanian sangat tidak menentu. Hal ini tentu saja akibat dari tidak adanya estimasi produksi yang dilakukan oleh praktisi agribisnis pertanian karena memang daya dukung sumber data untuk melakukan itu sangat tidak mewakili. Akan tetapi, sebagai pelaku agribisnis yang maju, tentu saja segala upaya akan dilakukan untuk membuat analisa pasar terhadap kebutuhan konsumen akan jenis produk agribisnis. Selain itu perkiraan jumlah produksi secara nasional terhadap jenis komoditi agribisnis pertanian juga perlu dilakukan. Dengan melakukan estimasi produksi dan analisa kebutuhan konsumen tersebut, maka paling tidak pelaku usaha agribisnis pertanian sudah berupaya untuk

mengantisipasi resiko harga jatuh pada saat panen. Sekalipun tingkat akurasi analisa pasar tersebut masih sangat rendah. Dengan jam terbang yang tinggi, maka tingkat akurasi akan semakin baik.

5.5. Kendala dalam Pemasaran Produk Pertanian

Masalah utama yang dihadapi pada pemasaran produk pertanian meliputi, antara lain:

- **Kesinambungan produksi**

Salah satu penyebab timbulnya berbagai masalah pemasaran hasil petanian berhubungan dengan sifat dan ciri khas produk pertanian, yaitu: **Pertama**, volume produksi yang kecil karena diusahakan dengan skala usaha kecil (small scale farming). Pada umumnya petani melakukan kegiatan usaha tani dengan luas lahan yang sempit, yaitu kurang dari 0,5 ha. Di samping itu, teknologi yang digunakan masih sederhana dan belum dikelola secara intensif, sehingga produksinya belum optimal; **Kedua**, produksi bersifat musiman sehingga hanya tersedia pada waktu-waktu tertentu. Kondisi tersebut mengakibatkan pada saat musim produksi yang dihasilkan melimpah sehingga harga jual produk tersebut cenderung menurun. Sebaliknya pada saat tidak musim produk yang tersedia terbatas dan harga jual melambung tinggi, sehingga pedagang-pedagang pengumpul harus menyediakan modal yang cukup besar untuk membeli produk tersebut. Bahkan pada saat-saat tertentu produk tersebut tidak tersedia sehingga perlu didatangkan dari daerah lain; **Ketiga**, lokasi usaha tani yang terpencar-pencar sehingga menyulitkan dalam proses pengumpulan produksi.

Hal ini disebabkan karena letak lokasi usaha tani antara satu petani dengan petani lain berjauhan dan mereka selalu berusaha untuk mencari lokasi penanaman yang sesuai dengan keadaan tanah dan iklim yang cocok untuk tanaman yang diusahakan. Kondisi tersebut menyulitkan pedagang pengumpul dalam hal pengumpulan dan pengangkutan, sehingga membutuhkan waktu yang cukup lama untuk mengumpulkan produk yang dihasilkan petani. Kondisi tersebut akan memperbesar biaya pemasaran; **Keempat**, sifat produk pertanian yang mudah rusak, berat dan memerlukan banyak tempat. Hal ini menyebabkan ada pedagang-pedagang tertentu yang tidak mampu menjual produk pertanian, karena secara ekonomis lebih menguntungkan menjual produk industri (agroindustri).

- **Kurang memadainya pasar**

Kurang memadainya pasar yang dimaksud berhubungan dengan cara penetapan harga dan pembayaran.

- **Panjangnya saluran pemasaran**

Panjangnya saluran pemasaran menyebabkan besarnya biaya yang dikeluarkan (margin pemasaran yang tinggi) serta ada bagian yang dikeluarkan sebagai keuntungan pedagang.

Hal tersebut cenderung memperkecil bagian yang diterima petani dan memperbesar biaya yang dibayarkan konsumen. Panjang pendeknya saluran pemasaran ditandai dengan jumlah pedagang perantara yang harus dilalui mulai dari petani sampai ke konsumen akhir.

- **Rendahnya kemampuan tawar-menawar**

Kemampuan petani dalam penawaran produk yang dihasilkan masih terbatas karena keterbatasan modal yang dimiliki, sehingga ada kecenderungan produk-produk yang dihasilkan dijual dengan harga yang rendah.

- **Berfluktuasinya harga**

Harga produksi hasil pertanian yang selalu berfluktuasi tergantung dari perubahan yang terjadi pada permintaan dan penawaran. Naik turunnya harga dapat terjadi dalam jangka pendek yaitu per bulan, per minggu bahkan per hari atau dapat pula terjadi dalam jangka panjang.

Untuk komoditas pertanian yang cepat rusak seperti sayur-sayuran dan buah-buahan pengaruh perubahan permintaan pasar kadang-kadang sangat menyolok sekali sehingga harga yang berlaku berubah dengan cepat. Hal ini dapat diamati perubahan harga pasar yang berbeda pada pagi, siang dan sore hari. Pada saat musim produk melimpah harga rendah, sebaliknya pada saat tidak musim harga meningkat drastis. Keadaan tersebut menyebabkan petani sulit dalam melakukan perencanaan produksi, begitu juga dengan pedagang sulit dalam memperkirakan permintaan.

- **Kurang tersedianya informasi pasar**

Informasi pasar merupakan faktor yang menentukan apa yang diproduksi, di mana, mengapa, bagaimana dan untuk siapa produk dijual dengan keuntungan terbaik.

- **Kurang jelasnya jaringan pemasaran**

Produsen dan/atau pedagang dari daerah sulit untuk menembus jaringan pemasaran yang ada di daerah lain karena pihak-pihak yang terlibat dalam jaringan pemasaran tersebut dan tempat kegiatan berlangsung tidak diketahui.

- **Rendahnya kualitas produksi**

Rendahnya kualitas produk yang dihasilkan karena penanganan yang dilakukan belum intensif. Masalah mutu ini timbul karena penanganan kegiatan mulai dari prapanen sampai dengan panen yang belum dilakukan dengan baik.

- **Rendahnya kualitas sumberdaya manusia**

Masalah pemasaran yang tak kalah pentingnya adalah rendahnya mutu sumberdaya manusia, khususnya di daerah pedesaan.

Rendahnya kualitas sumberdaya manusia ini tidak pula didukung oleh fasilitas pelatihan yang memadai, sehingga penanganan produk mulai dari prapanen sampai ke pascapanen dan pemasaran tidak dilakukan dengan baik.

BAB VI

DAYA SAING PRODUK PERTANIAN

6.1. Strategi Peningkatan Daya Saing Produk

Mayoritas penduduk Indonesia menempati wilayah pedesaan dan hidupnya sangat bergantung pada sektor pertanian. Sektor ini menghasilkan komoditas yang memiliki keberagaman yang tinggi, baik dalam sisi kuantitas (jumlah produk, jenis komoditas, dan produk), maupun dalam hal kualitas. Namun demikian, keberagaman tersebut dapat berpotensi menjadi tantangan bagi sektor ini.

Daya saing mengindikasikan kemampuan dan kinerja suatu perusahaan, sub-sektor, wilayah atau negara untuk menjual dan memasok barang dan jasa di pasar secara lebih baik dibanding kemampuan perusahaan, subsektor, atau negara lain di pasar yang sama. Selain itu, daya saing pada sektor ini juga dilihat dari kemampuan menghasilkan komoditas yang dapat mSalah satu cara untuk meningkatkan pendapatan petani adalah dengan melakukan ekspor hasil-hasil pertanian. Bagi para petani, untuk melakukan ekspor, tentu memiliki banyak persyaratan dan kualifikasi khusus. Namun, dilansir oleh Artikel Pak Tani pada <http://paktanidigital.com>, dua jenis komoditas teridentifikasi berpotensi untuk diekspor. Jenis

komoditas tersebut adalah komoditas perkebunan dan perikanan tangkap, dan perikanan budidaya.

Pengukuran Daya Saing

Daya saing suatu komoditas pertanian dapat diukur dengan beberapa metode, antara lain :

- Domestic Resource Cost Ratio (DRCR) .

Metode analisis ini digunakan sebagai alat analisis biaya manfaat, untuk mengevaluasi biaya dari kebijakan proteksi dalam rangka melindungi usaha yang ada di dalam negeri. Harga-harga finansial merupakan titik awal dalam analisa. Selanjutnya harga finansial disesuaikan kedalam harga bayangan (*shadow price*) dan hasil analisisnya merupakan analisis ekonomi.

Langkah-langkah untuk menghitung nilai ekonomi dari nilai finansial adalah sebagai berikut :

1. Identifikasi terhadap input dan output usahatani ke dalam jenis-jenis barang sebagai berikut : Barang import, Barang eksport, Barang pengganti import, Barang eksport yang dialihkan, Barang yang diperdagangkan secara tidak langsung, Barang yang tidak diperdagangkan
2. Identifikasi input dan output usahatani yang terkait dengan pembayaran transfer langsung (pajak dan subsidi) dan pengambilan data sekunder yang terkait dengan masalah ini
3. Perhitungan nilai c.i.f dan f.o.b dari input dan output usahatani yang termasuk dalam barang yang diperdagangkan serta pengambilan data sekunder yang terkait dengan masalah ini

4. Perhitungan nilai tukar bayangan dan atau pengambilan data sekunder yang terkait dengan perhitungan ini
5. Perhitungan nilai finansial terhadap biaya dan penerimaan usahatani berdasarkan data primer.
6. Penyesuaian nilai finansial terhadap nilai ekonomi biaya dan penerimaan usahatani berdasarkan penyesuaian nilai-nilai barang-barang tersebut di atas
7. Perhitungan nilai eksternalitas pengembangan tanaman pangan dan atau pengambilan data sekunder yang relevan (kerugian akibat erosi sebagai dampak perusahaan tanaman pangan)
8. Pengelompokan nilai-nilai hasil perhitungan tersebut ke dalam dua katagori yaitu :
 - a) Nilai sekarang dari pada biaya dalam mata uang domestik untuk merealisasikan penghematan devisa
 - b) Nilai sekarang daripada penghematan devisa neto
9. Perhitungan Biaya Sumber Domestik (DRC)

- **Private Cost Ratio (PCR)**

Tingkat efisiensi perusahaan suatu komoditi dapat dilihat dari dua indikator yaitu keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif dapat dilihat dari nilai Rasio Biaya Privat (Privat Cost Rasio atau PCR) yaitu rasio antara biaya faktor domestik dengan nilai tambah output dari biaya input yang diperdagangkan pada harga privat. Jika nilai PCR lebih kecil dari satu ($PCR < 1$), menunjukkan bahwa perusahaan komoditi tersebut efisien secara finansial atau memiliki keunggulan kompetitif pada saat ada kebijakan pemerintah. Private Cost Ratio

$(PCR) = C / (A - B) = \text{Biaya Input Non Tradable Privat Penerimaan Privat} - \text{Biaya Input Tradable Privat}$. Keunggulan komparatif suatu komoditi dapat dilihat dari nilai Rasio Biaya Sumberdaya Domestik (Domestic Resource Cost atau DRC) yaitu rasio biaya input yang tidak dapat diperdagangkan dengan nilai tambah output dari biaya input yang diperdagangkan pada harga ekonomi. Jika nilai DRC lebih kecil dari satu ($DRC < 1$), maka perusahaan komoditi efisien secara ekonomi atau memiliki keunggulan komparatif pada kondisi tanpa adanya kebijakan.

- **Export Market Share (EMS)**

Market Share adalah persentase dari total penjualan dalam suatu industri yang dihasilkan oleh perusahaan tertentu. Pangsa pasar atau **Market Share** dihitung dengan mengambil penjualan perusahaan selama periode tersebut dan membaginya dengan total penjualan industri selama periode yang sama.

- **Trade Specialization Index (TSI)**

Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) digunakan untuk menganalisis posisi atau tahapan perkembangan suatu produk. ISP ini dapat menggambarkan apakah untuk suatu jenis produk, Indonesia cenderung menjadi negara eksportir atau importir. Secara matematika, ISP dapat dirumuskan sebagai

berikut:

$$ISP = \frac{(X_{ia} - M_{ia})}{(X_{ia} + M_{ia})}$$

Di mana X dan M masing-masing adalah ekspor dan impor, serta i dan a masing-masing adalah barang jenis i dan negara a. Secara implisit, indeks ini mempertimbangkan sisi permintaan dan sisi penawaran, dimana ekspor identik dengan suplai domestik dan impor adalah permintaan domestik, atau sesuai dengan teori perdagangan internasional, yaitu teori *net of surplus*, dimana ekspor dari suatu barang terjadi apabila ada kelebihan atas barang tersebut di pasar domestik. Nilai indeks ini mempunyai kisaran antara -1 sampai dengan +1. Jika nilainya positif di atas 0 sampai 1, maka komoditi bersangkutan dikatakan mempunyai daya saing yang kuat atau negara yang bersangkutan cenderung sebagai pengeksportir dari komoditi tersebut (suplai domestik lebih besar daripada permintaan domestik). Sebaliknya, daya saingnya rendah atau cenderung sebagai pengimpor (suplai domestik lebih kecil dari permintaan domestik), jika nilainya negatif di bawah 0 hingga -1. Kalau indeksnya naik berarti daya saingnya meningkat, dan begitu juga sebaliknya. Indeks ISP tersebut juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi tingkat pertumbuhan suatu komoditi dalam perdagangan yang terbagi ke dalam 5 tahap sebagai berikut :

1. Tahap Pengenalan

Ketika suatu industri (*forerunner*) di suatu negara (sebut A)

mengekspor produk-produk baru dan industri pendatang belakangan (*latercomer*) di negara B impor produk-produk tersebut. Dalam tahap ini, nilai indeks ISP dari industri *latercomer* ini adalah -1,00 sampai -0,50.

2. Tahap Substitusi Impor

Nilai indeks ISP naik antara - 0,51 sampai 0,00. Pada tahap ini, industri di negara B menunjukkan daya saing yang sangat rendah, dikarenakan tingkat produksinya tidak cukup tinggi untuk mencapai skala ekonominya. Industri tersebut mengekspor produk-produk dengan kualitas yang kurang bagus dan produksi dalam negeri masih lebih kecil daripada permintaan dalam negeri. Dengan kata lain, untuk komoditi tersebut, pada tahap ini negara B lebih banyak mengimpor daripada mengekspor.

3. Tahap Pertumbuhan

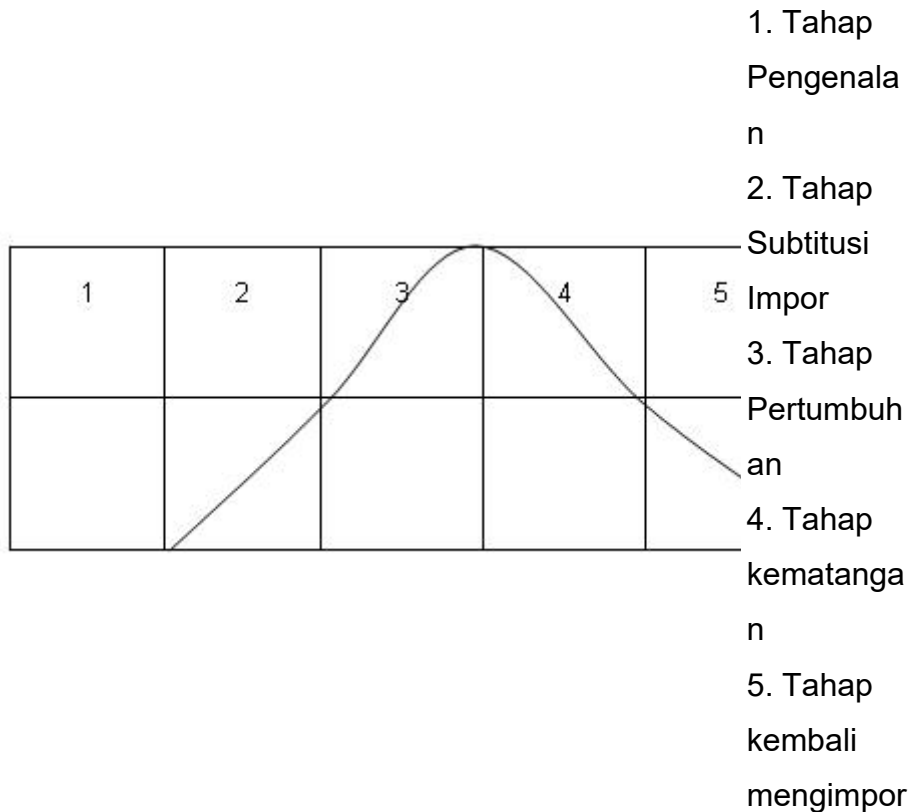
Nilai indeks ISP naik antara 0,01 SAMPAI 0,80, dan industri di negara B melakukan produksi dalam skala besar dan mulai meningkatkan eksportnya. Di pasar domestik, penawaran untuk komoditi tersebut lebih besar daripada permintaan.

4. Tahap Kematangan

Nilai indeks berada pada kisaran 0,81 sampai 1,00. Pada tahap ini produk yang bersangkutan sudah pada tahap standarisasi menyangkut teknologi yang dikandungnya. Pada tahap ini negara B merupakan negara *net exporter*.

5. Tahap kembali mengimpor

Nilai indeks ISP kembali menurun antara 1,00 sampai 0,00. Pada tahap ini industri di negara B kalah bersaing di pasar domestiknya dengan industri dari negara A, dan produksi dalam negeri lebih sedikit dari permintaan dalam negeri.



Kurva ISP sesuai Teori Siklus Produk

- **Trade Acceleration Ratio (TAR)**

Metode AR (Acceleration Ratio) atau rasio akselerasi adalah salah satu metode yang digunakan untuk mengetahui apakah produk pertanian suatu negara dapat merebut pasar atau tidak. Dengan kata lain analisis AR bisa memberikan gambaran apakah suatu negara dapat mengalahkan negara pesaingnya atau posisi negara semakin lemah di pasar ekspor maupun pasar domestik (Tambunan, 2004). Kriteria analisis ini adalah apabila nilai $AR > 1$ maka negara tersebut dapat merebut pasar untuk komoditas karet atau posisi negara tersebut semakin kuat di pasar ekspor atau pasar domestik. Namun jika nilai $AR \leq 1$, maka negara tersebut belum bisa merebut pasar komoditas karet atau posisi negara tersebut semakin lemah di pasar ekspor atau pasar domestik (Alatas, 2015)

- Revealed Comparative Advantage (RCA)
- Revealed Comparative Trade Advantage (RCTA).

Tantangan Ekspor Komoditas Pertanian

Seiring dengan terjadinya dinamika perubahan pada pasar internasional, sektor pertanian Indonesia dihadapkan dengan persaingan pasar yang semakin kompetitif. Hal ini menyebabkan terjadinya persaingan yang semakin ketat. Selain itu, terdapat beberapa tantangan pada sektor ini yang harus dihadapi antara lain4:

- Meningkatkan daya saing pada komoditas pertanian berdasarkan karakteristik yang diinginkan oleh konsumen

- Komoditas tersebut memiliki potensi dan daya saing yang tinggi, baik di pasar domestik ataupun pasar ekspor
- Merintis dan mengembangkan produk olahan pertanian baru.

Strategi Peningkatan Daya Saing pada Sektor Pertanian

Setidaknya beberapa langkah besar untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk pertanian Indonesia, antara lain:

- Meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dan kelembagaan petani. Di Indonesia, masih banyak petani yang berpotensi terkena dampak perdagangan bebas. Ketersediaan informasi dari data, pengembangan inovasi dan teknologi, serta perluasan jaringan pada pasar untuk petani merupakan hal yang perlu dilakukan
- Memperbaiki kebijakan hukum yang berlaku. Sinkronisasi pada kebijakan ini perlu dilakukan agar setiap kementerian berjalan dengan tujuan yang sama walaupun memiliki langkah yang berbeda
- Mengembangkan sektor komplemen pertanian (agroindustri, penyediaan kredit, teknologi melalui penyuluhan, dan pasar)
- Mempelajari kebijakan-kebijakan dari negara lain. Hal ini perlu dilakukan karena daya saing tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan dihasilkan oleh resultane dari kebijaksanaan di dalam negeri dan kebijaksanaan dari negara-negara lain.

Rendahnya daya saing produk pertanian di negara agraris yang bernama Indonesia, sungguh suatu fakta yang menyedihkan. Untuk itu diperlukan kebijakan strategi dan subsektor untuk memperbaikinya, baik itu untuk sub sektor

pangan, hortikultura dan perkebunan. Kejayaan pertanian nasional yang salah satunya ditandai dengan terwujudnya swasembada pangan harus segera terukir kembali di masa kini.

Setidaknya terdapat sapta kebijakan strategi untuk sektor perkebunan sebagai berikut: 1) revitalisasi perkebunan (aspek lahan, pembiayaan, benih, pupuk, teknologi, dan infrastruktur); 2) diversifikasi komoditas dan produk; 3) diversifikasi pasar; 4) pengamanan harga/risiko harga; 5) efisiensi pemasaran; 6) sistem informasi dan analisis pasar; 7) penelitian dan kajian/analisis kebijakan. Sejumlah kebijakan makro pun perlu digulirkan, seperti stabilisasi harga, memperkuat kelembagaan ekonomi petani, transaksi ekspor, dan penguatan inovasi teknologi. BUMN perkebunan harus mampu menjadi lokomotif peningkatan ekspor, mengingat BUMN Perkebunan memiliki posisi strategis dalam meningkatkan daya saing pertanian.



Gambar 6.1. Sapta Strategi Pengembangan Sektor Perkebunan

6.2. Tips Sukses Bisnis Pertanian

Indonesia memang terkenal sebagai salah satu negara agraris terbesar di dunia. Hal ini tentu saja menjadi peluang bisnis di bidang pertanian yang lumayan menjanjikan. Sesuai namanya, bisnis pertanian atau yang kini akrab disebut sebagai agribisnis umumnya mengacu pada bisnis yang meliputi ranah pertanian dan memasok input pertanian, seperti mesin dan pasokan benih. berikut ini:

Lakukan penelitian

Sama seperti di setiap usaha bisnis lainnya, penelitian yang kuat dan teliti sebelum pelaksanaan bisnis adalah kunci penting untuk sukses. Penelitian dan pengetahuan dalam bisnis pertanian akan membantu menurunkan biaya dan memastikan produksi yang efisien dan berkelanjutan. Ini juga akan memandu untuk mematuhi protokol hukum dan peraturan yang berlaku. Selain itu, memiliki informasi pasar yang cukup akan menghasilkan tindakan yang sesuai dengan kebutuhan calon pelanggan. Ini saja sudah cukup untuk mendapatkan pangsa pasar yang berharga dan loyalitas konsumen.



Sumber : kumparan.com

Terbuka terhadap Inovasi

Kita berada di era di mana teknologi dan inovasi memimpin. Ini karena teknologi membuat hidup menjadi lebih mudah. Dari panel surya hingga teknologi drone dan bahkan ramalan cuaca hiperlokal yang sangat akurat, banyak inovasi pada usaha pertanian tersedia untuk meningkatkan produktivitas pertanian. Jadi, manfaatkan inovasi yang ada untuk maju dalam bisnis pertanian .



Sumber :<https://www.istockphoto.com/>

Temukan spesialisasi dan fokus

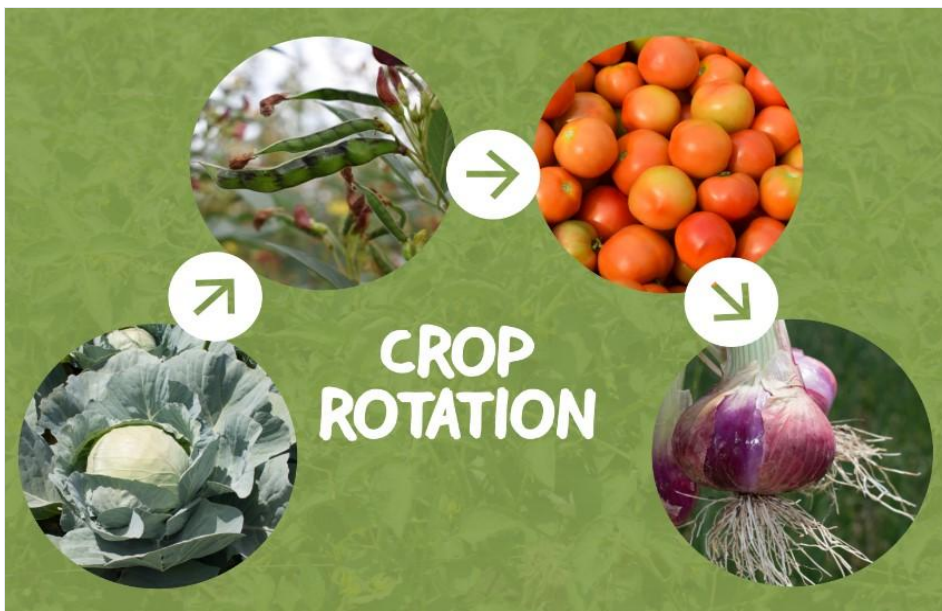
Spesialisasi bisa menjadi kunci agribisnis di Indonesia. Menginkubasi ide-ide kreatif yang terkait dengan produk pertanian tertentu dan inovatif serta mempelajari kelayakan dan penerimaannya di pasar sebelumnya tentu saja meningkatkan peluang pencapaian tujuan bisnis .

Lakukan rotasi tanaman

Rotasi tanaman memastikan keberlanjutan bumi dengan menanam tanaman yang menjaga tingkat kesuburan positif dari tahun ke tahun. Karenanya, dengan rotasi tanaman, usaha agribisnis Anda bisa berkembang pesat dalam waktu yang lama.

Beberapa manfaat rotasi tanaman antara lain:

- Pemeliharaan dan peningkatan kualitas tanah (terutama jika Anda ingin menghasilkan produk organik)
- Peningkatan kesuburan dan kandungan zat hara tanah
- Pengurangan erosi hidrik dan angin
- Perbaikan drainase, aerasi tanah, dan kandungan mineral penting tanah Anda.



Sumber :<https://tanesia.id/pentingnya-rotasi-tanaman-dalam-bertani/>

Berikut adalah beberapa fungsi dari rotasi tanaman:

Rotasi tanaman mampu mengurangi intensitas serangan hama dan penyakit

Tentu saja, melalui metode ini beberapa jenis hama dan penyakit mampu dicegah penyebarannya. Setiap famili tanaman umumnya memiliki jenis hama dan penyakit yang hampir sama, misalkan tanaman tomat memiliki jenis hama dan penyakit yang hampir sama dengan cabai dan terung. Melalui rotasi tanaman dengan famili lain, maka siklus hama dan penyakit yang menyerang pada periode sebelumnya akan terputus, misalkan penyakit patek pada cabai tidak akan menyerang tanaman jagung.

Rotasi tanaman dapat meningkatkan kesuburan tanah

Beberapa tanaman ada yang memiliki sifat rakus hara dan beberapa tanaman justru mampu memberikan ketersediaan hara tanah. Salah satu jenis tanaman yang rakus hara adalah umbi-umbian, sedangkan jenis tanaman yang memberikan unsur hara adalah polong-polongan.

Siklus serapan dan input hara tersebut mewakili fungsi rotasi tanaman yaitu sebagai penstabil ekosistem mikro. Kestabilan hara pada tanah melalui siklus rotasi tanaman tersebut terjadi secara alami.

Rotasi tanaman sebagai pemenuh kebutuhan dan permintaan pasar

Sudah tentu, dengan rotasi tanaman kita dapat memproduksi berbagai varian komoditas dalam 1 petak kawasan tanam. Dalam teknisnya, kita hanya perlu mengetahui permintaan pasar dan menyesuaikannya

dengan pola tanam di lahan serta kemudian menjualnya ke pasar secara kontinyu.

Pola rotasi tanaman

Rotasi tanaman dapat dilakukan melalui pola tanam K-D-B-U (Kacang-Daun-Buah-Umbi). Bukan tanpa alasan, berikut adalah penjelasannya.

Kacang-kacangan

Tanaman jenis kacang-kacangan atau legum memiliki keunggulan dari segi perakarannya yang mana mampu melakukan fiksasi unsur nitrogen dari alam bebas. Artinya, akar tanaman kacang-kacangan jenis apapun mampu mengikat unsur nitrogen dengan akarnya. Keberadaan unsur nitrogen dalam tanah akan menyuburkan tanah dan memacu pertumbuhan vegetatif tanaman yang ditanam pada tanah yang kaya nitrogen tersebut. Lahan bekas tanaman kacang akan subur bila ditanami tanaman apapun setelahnya.

Dedaunan

Daun yang dimaksud adalah komoditas yang akan dipanen daunnya yang mana sebagian besar adalah sayuran seperti bayam, kangkung, kubis, sawi, dll. Pertumbuhan daun dan batang lebih identik dengan pertumbuhan vegetatif yang banyak memerlukan unsur nitrogen. Tanaman sayuran daun akan merespon cepat dengan menunjukkan pertumbuhan yang pesat. Itulah alasan mengapa tanaman sayuran lebih bagus ditanam setelah tanaman kacang-kacangan.

Buah

Tanaman buah memiliki karakteristik yang sedikit berbeda dimana ketika memasuki fase generatif, maka ia tidak membutuhkan unsur nitrogen terlalu banyak. Karena kalau sampai kelebihan unsur nitrogen malah justru bisa menyebabkan tanaman buah terlambat berbuah atau malah gagal berbuah. Pada saat berbunga tanaman buah lebih membutuhkan unsur fosfat dan saat berbuah tanaman buah lebih banyak membutuhkan unsur kalium. Untuk itu tanaman buah seperti melon, semangka, timun dll lebih cocok ditanam setelah sayuran.

Umbi-umbian

Tanaman umbi-umbian seperti ubi, singkong, kentang, bengkoang, talas dll adalah jenis tanaman yang paling rakus menyerap unsur hara. Tanah yang ditanami tanaman jenis umbi akan langsung mengalami penurunan kadar unsur hara secara signifikan sehingga kurang subur.

Untuk itu tanaman jenis umbi-umbian sebaiknya ditanam pada urutan terakhir dan setelahnya ditanami kacang-kacangan untuk mengembalikan kesuburan tanah. Contoh umbi yang bagus ditanam adalah ubi karena budidaya ubi jalar sangat mudah dilakukan.

Meski rotasi tanam memang sangat efektif akan tetapi anda juga jangan sampai melupakan kaidah lainnya seperti tipikal tanaman dataran rendah dan dataran tinggi, musim tanam kemarau atau penghujan dan penggunaan pupuk, penggunaan benih unggul dll.

Cermati Cuaca

Bisnis pertanian berkelanjutan tentu harus mempertimbangkan cuaca dalam semua aktivitas. Ini karena cuaca memainkan peran penting dalam produktivitas dan profitabilitas sektor pertanian. Misalnya, memiliki prakiraan cuaca yang akurat digunakan untuk menghemat waktu dalam menanam, mengolah, menyewa peralatan, dan banyak lagi. Ini juga membantu perencanaan yang efektif untuk input pertanian yang berharga seperti pestisida, pupuk, dan irigasi. Kembali lagi ke teknologi, pastikan memiliki alat prakiraan cuaca yang tepat dan memiliki akurasi yang bagus agar usaha pertanian nggak merugi karena gagal panen yang sering terjadi di Indonesia.

Dekati konsumen akhir

Lebih dekat dengan calon konsumen akhir bisa menjadi penentu besar! Oleh karena itu, tawarkan diferensiasi yang kuat dari persaingan dengan produk yang disesuaikan yang sepenuhnya memenuhi kebutuhan dan kesukaan konsumen. Demikian juga, miliki strategi komunikasi yang baik berdasarkan taktik pemasaran tradisional dan online. Memiliki ini pasti akan memberi keuntungan.

Cari dukungan dan mitra lokal

Penting untuk membangun asosiasi industri pertanian dan hubungan dengan mitra potensial lainnya untuk meningkatkan semua aspek berbeda yang mempengaruhi agribisnis. Cara terbaik untuk melakukannya adalah dengan menghadiri forum pertanian khusus, acara jejaring. Membangun hubungan ini dapat menjadi yang paling penting untuk kesuksesan bisnis pertanian di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, I.G.N.,N.H.A. Pasay, Sugiharto. 2008. Teori Ekonomi Mikro, Suatu Analisis Produksi Terapan. Jakarta: Grafindo.
- Agus Sabti dan Dahlia. 2016. Modul Penumbuhan Kewirausahaan Muda Pertanian : Achievement Motivation. Badan Penyuluhan dan Pengembangan SDM Pertanian. Jakarta.
- Darsono, P. 2006. *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Gramedia.
- Hayami, et.al. 1987. Agricultural Marketing and Processing in Upland Java, A Perspective From Sunda Village. Bogor: Coarse Grains Pulses Roots and Tuber Centre (CGPRTC).
- Hughes Richard L., Ginnett Robert C., dan Curphy Gordon J., Leadership, third edition. Singapore: Irwin/McGraw-Hill. 1999.
- Irawan, Supramoko, M. 2000. Ekonomi Pembangunan. Edisi ke 3, Yogyakarta: BPFE UGM.
- Kasmir, 2011. Kewirausahaan. PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Kementerian Perindustrian. 2011. Pedoman Pemetaan Teknologi Untuk Industri Pulp & Paper Implementasi Konservasi Energi dan Pengurangan Emisi CO2 di Sektor Industri (Fase 1). Jakarta: Pusat Pengkajian Industri Hijau dan Lingkungan Hidup Badan Pengkajian Iklim dan Mutu Industri (BPKIMI) Kementerian Perindustrian.
- Misri. 2013. Analisis Pendapatan Usaha Tani Sawi Di Desa Purwosari Kecamatan Kuala Pesisir Kabupaten Nagan Raya. Skripsi Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian, Universitas Teuku Umar. Meulaboh
- Mulyadi. 2000. *Akutansi Biaya, Edisi 5*. Yogyakarta: Aditya Media,

- Mulyadi. 2005. Akuntansi Biaya. Edisi ke-6. Yogyakarta: STIE YKPN. *https:*
- Noor, Hendri Faisal. 2007. Ekonomi Manajerial. Yogyakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nur Aminah. 2013. Analisis Nilai Tambah Dalam Pengolahan Susu Kedelai Pada Skala Industri Rumah Tangga Di Kota Medan. Skripsi Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara. Medan: *http: /*
- Soekartawi. 1991. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Jakarta: Rajawali Press. Supriyono. 2000. Akuntansi Biaya. Buku 1, edisi dua. Yogyakarta: BPFE.
- Sofwan Erwin. 2011. Analisis Respons Permintaan Domestik dan Penawaran Ekspor Furniture Indonesia di Trade Expo Indonesia. Jurnal Program Sarjana. Fakultas Pertanian, Universitas Gunadarma. Depok: *http: // publication.gunadarma.ac.id/bitstream/ 123456789/1164/1/102074 pdf*. Diakses 06 Januari 2016
- Sukirno, S. 1996. Pengantar Mikroekonomi. Edisi Kedua. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Suryana, 2001. Kewirausahaan. Salemba Empat, Jakarta.
- Suryana, 2006. Kewirausahaan Pedoman Praktis, Kiat dan Proses menuju Sukses, Salemba Empat, Jakarta.
- Suryana. 2004. Modul Kewirausahaan SMK.. Jakarta, Direktorat Pendidikan Menengah Kejuruan, Departemen Pendidikan Nasional.
- Tambunan, T. TH. (2014). "Perekonomian Indonesia". Yogyakarta: BPFE

Tambunan. T.TH (2011). "Perekonomian Indonesia Kajian Teoritis dan Empiris". Jakarta: Ghalia Indonesia.

Tambunan.T. TH (2001). "Perdagangan Internasional dan Neraca Pembayaran Teori dan Temuan Empiris". Jakarta: LP3ES. Turnip, Sry March Lely. "Analisis Daya Saing Crude Palm Oil (Cpo) Indonesia Di Pasar Internasional". Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 39 No.1 Oktober 2016 181-190 ISSN 2303-017

Valentina Oxy. 2009. Analisis Nilai Tambah Ubi Kayu Sebagai Bahan Baku Keripik Singkong di Kabupaten Karanganyar (Kasus pada Kub Wanita TaniMakmur). Skripsi Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret. Surakarta: <http://eprints.Uns.ac.id/3080/1/130340508201001571.pdf>. Diakses 05 Januari 2016.

<http://ptpn10.co.id/blog/unej-iii>

<https://blog.bumdes.id/2019/10/cara-memberi-nilai-tambah-produk-unit-usaha-bumdes/>

<https://cpssoft.com/blog/bisnis/5-jenis-risiko-bisnis-yang-wajib-diketahui-para-pebisnis-pemula/>

<https://jatengpos.co.id/pengertian-risiko-usaha-dan-jenis-jenisnya-pebisnis-pemula-harus-tahu/arif/>

<https://majoo.id/solusi/detail/pengertian-wirausaha>

<https://paktanidigital.com/artikel/beberapa-kendala-pemasaran-produk-agribisnis/#.YulcQnZByUk><https://supplychainindonesia.com/peningkatan-daya-saing-komoditas-pertanian/>

https://wirausahainfo.blogspot.com/2012/04/22-strategi-sukses-berwirausaha_08.html

<https://www.berdesa.com/tips-pemasaran-produk-hasil-pertanian/>

<https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/06/03/cara-belajar-bisnis>

<https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/12/15/business-plan-adalah>

<https://www.superlive.id/index.php/news/tips-sukses-merintis-bisnis-pertanian-di-indonesia>

<https://tanesia.id/pentingnya-rotasi-tanaman-dalam-bertani/>

WIRUSAHA AGRIBISNIS

Dr.Ir. Harry Budiharjo Sulistyarso, M.T.

Associate Professor pada Jurusan Teknik Perminyakan UPN "Veteran" Yogyakarta. Lahir di Blora pada tanggal 4 September 1963. Pendidikan SD, SMP, dan SMA diselesaikan di kota Pati, tempat dia dibesarkan. Selepas SMA melanjutkan kuliah di UPN "Veteran" Yogyakarta dan lulus Sarjana Teknik Perminyakan pada tahun 1990. Pada tahun 1991 bergabung menjadi Dosen di almamaternya. Pendidikan S-2 (1997) dan S-3 (2007) diselesaikan pada Jurusan Teknik Perminyakan Institut Teknologi Bandung. Anggota Profesi yang diikuti adalah: Persatuan Insinyur Indonesia (PII), Ikatan Ahli Teknik Perminyakan Indonesia (IATMI), Indonesian Petroleum Association (IPA) dan Society of Petroleum Engineers (SPE).

Dr. Didi Nuryadin, S.E., M.Si

Didi Nuryadin lahir di Kebumen 18 Desember 1974, menyelesaikan pendidikan S1 Ilmu Ekonomi UPN "Veteran" Yogyakarta, pada tahun 1998, pendidikan S2 di Magister Ilmu Ekonomi UGM tahun 2004, serta pendidikan S3 pada Studi Kebijakan UGM tahun 2020. Saat ini penulis bekerja sebagai dosen dan peneliti di FEB UPN "Veteran" Yogyakarta.

Dewi Asmorowati, S.T., M.Eng

Dewi Asmorowati, S.T., M.Eng., seorang dosen aktif di Jurusan Teknik Perminyakan, UPN "Veteran" Yogyakarta sejak tahun 2010. Lahir di Sleman, 9 November 1985. Menyelesaikan kuliah S1 Teknik Perminyakan UPN "Veteran" Yogyakarta tahun 2008 dan S2 Teknik Mesin (Sistem Teknik), UGM tahun 2013. Anggota profesi yang diikuti antara lain: Persatuan Insinyur Indonesia (PII), Ikatan Ahli Teknik Perminyakan Indonesia (IATMI), dan Society of Petroleum Engineers (SPE).

Wahyu Dwi Artaningtyas, SE, MSi

Lahir di Purworejo, Pendidikan S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan tahun 1997 dan melanjutkan S2 Magister Sains di universitas yang sama. Memiliki kompetensi utama di bidang Ekonomi Sumber Daya Manusia. Bekerja, sebagai dosen di Prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta mulai tahun 1997 sampai dengan saat ini.



LPPM UPN VY PRESS

