

PENDAMPING KEWIRAUSAHAAN

Untuk Para Dosen dan Praktisi
Sesuai SKKNI



PENDAMPING KEWIRAUSAHAAN

Dr. Wier Ritonga, SE., MM.
Dr. Kukuh Lukiyanto, ST., MM., MT.

Wier Ritonga & Kukuh Lukiyanto



CV. REVKA PRIMA MEDIA
Anggota IKAPI No. 205/JTI/2018
Ruko Manyar Garden Regency No.27
Jl. Nginden Semolo 101 Surabaya
Telp/Fax. 031 592 6204
E-mail : revkaprimamedia@gmail.com

PENDAMPING KEWIRAUSAHAAN

Dr. Wier Ritonga, SE., MM.

Dr. Kukuh Lukiyanto, ST., MM., MT.

Judul:

Pendamping Kewirausahaan

Oleh : Dr. Wier Ritonga, SE., MM.

Dr. Kukuh Lukiyanto, ST., MM., MT.

Hak Cipta © pada Penulis

Editor : Maranatha Wijyaningtyas

Setting : Cristin Indah S.

Desain Cover : Ezra Eldo S.

Penerbit : CV. REVKA PRIMA MEDIA

ISBN : 978-602-417-208-4

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektronik maupun mekanis, termasuk memfotocopy, merekam atau dengan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari penulis.

Isi di luar tanggungjawab penerbit

Diterbitkan Oleh :



CV. REVKA PRIMA MEDIA
Anggota IKAPI No. 205/JTI/2018
Ruko Manyar Garden Regency No.27
Jl. Nginden Semolo 101 Surabaya
Telp/Fax. 031 592 6204
E-mail : revkaprimamedia@gmail.com

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan YME, atas pertolonganNya tahap demi tahap proses penulisan dan penerbitan buku ini bisa terselesaikan. Terima kasih juga kami ucapkan kepada semua pihak yang telah memberikan saran, dukungan dan dorongan semangat, sampai buku ini terselesaikan.

Perubahan paradigma masyarakat yang menjadikan wirausaha sebagai pilihan profesi membutuhkan banyak orang yang memiliki kompetensi sebagai pendamping kewirausahaan. Pendamping berbeda dengan pengajar, pendamping berperan sebagai mentor yang terus-menerus mendampingi seorang wirausaha sampai berhasil. Oleh sebab itu seorang pendamping kewirausahaan harus memahami materi dan praktek terkait sebuah usaha dari nol sampai sukses. Mereka harus mengajarkan bagaimana menjadi seorang wirausaha, bukan saja secara teknis tetapi juga faktor-faktor non teknis.

Banyak buku sudah membahas materi kewirausahaan, tetapi belum ditemukan buku yang membahas mengenai pendamping kewirausahaan. Jadi selama ini belum ada panduan yang membahas bagaimana dan apa yang harus dikuasai seorang pendamping kewirausahaan. Banyak mereka yang menjadi pendamping kewirausahaan dengan berbekal pengetahuan yang sepotong-sepotong.

Buku Pendamping Kewirausahaan ini membahas secara lengkap, disertai praktek aplikasi, yang harus dikuasai

oleh seorang pendamping kewirausahaan. Dengan membaca buku ini seorang pendamping kewirausahaan akan dibekali dengan kompetensi standar yang harus dikuasai. Mengacu pada Standar Kompetensi Kerja Nasional yang diterbitkan BNSP, penulis menggabungkan antara pengalaman dilapangan dan teori akademis menjadi sebuah buku yang menarik.

Akhirnya, kami berharap buku ini bisa bermanfaat bagi semua pembaca untuk berperan lebih besar dalam pengembangan kewirausahaan di Indonesia. Tidak lupa kami memohon saran dan masukan dari semua pihak untuk penyempurnaan materi buku ini dimasa depan, karena kami yakin tidak ada kesempurnaan dalam setiap ide atau gagasan tanpa bantuan dari pihak lain.

Agustus, 2019

Penulis,

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Bab I Proses Produksi	
1.1 Pengertian Proses Produksi	2
1.2 Persediaan	3
1.3 Biaya Produksi	6
1.4 Bahan Produksi	8
1.4.1 Bahan Baku	8
1.4.2 Bahan Penolong	10
1.5 Limbah B3	11
1.6 Peran Mesin dalam Proses Produksi	14
1.7 Efektivitas dan Efisiensi	17
Bab II Menghitung Biaya Investasi	19
2.1 Penentuan Lokasi	21
2.2 Globalisasi dan Perbedaan Geografis	23
2.3 Analisis Biaya Alat dan Mesin	30
2.4 Analisis Investasi	33
Bab III Pengurusan Perijinan Usaha Industri	39
3.1 Izin Usaha Industri	39
3.2 Dasar Hukum Izin Usaha Industri	41
3.3 Prosedur Pengurusan Izin Usaha	48
3.4 Perizinan PIRT	49
Bab IV Survei Pedagang Eceran Suatu Produk	54
4.1 Pengetahuan dasar Riset Pasar	54
4.2 Jenis Produk dan Masalah	55
4.3 Tujuan Survei	56
4.4 Menyusun Rencana Survei	57
4.5 Biaya Pelaksanaan Survei	58

4.6 Alat untuk Pengumpulan Data	58
4.7 Melakukan Survei	58
4.8 Melakukan Analisis Data Survei	59
4.9 Laporan Hasil Kegiatan Survei	62
Bab V Pemasaran produk	65
Bab VI Pembukuan Keuangan	76
6.1 Pendahuluan	76
6.1.1 Tujuan Umum	76
6.1.2 Tujuan Khusus	76
6.2 Menyiapkan Pembukuan Keuangan	77
6.2.1 Pengetahuan yang diperlukan dalam menyiapkan Pembukuan Keuangan	77
6.2.2 Keterampilan yang diperlukan dalam menyiapkan Pembukuan Keuangan	118
6.2.3 Sikap Kerja yang diperlukan dalam menyiapkan Pembukuan Keuangan	122
6.3 Melakukan Pembukuan Keuangan untuk setiap Transaksi	125
6.3.1 Pengetahuan yang diperlukan melakukan Pembukuan Keuangan untuk setiap Transaksi	125
6.3.2 Keterampilan yang diperlukan dalam melakukan Pembukuan Keuangan untuk setiap Transaksi	135
6.3.3 Sikap Kerja yang diperlukan dalam melakukan Pembukuan Keuangan untuk setiap Transaksi	136
Bab VII Elemen Pemasaran Perusahaan	137
7.1 <i>Segmenting</i>	137
7.2 <i>Targeting</i>	138
7.3 <i>Positioning</i>	139
7.4 Strategi dan Taktik Pemasaran Perusahaan	143
7.5 Strategi Diferensiasi Produk	144
7.6 Target Pasar	146
7.7 <i>Marketing Mix</i>	148
7.8 <i>Selling</i>	151
7.9 Elemen Value Pemasaran	153

Bab VIII Komunikasi Efektif	158
8.1 Pengertian Konsep Komunikasi	159
8.2 Pengertian Komunikasi Efektif	160
8.3 Unsur-Unsur Komunikasi Efektif	160
Bab IX Kematangan Emosi dan Motivasi Kerja	168
9.1 Mengembangkan Kematangan Emosi	170
9.2 Mengetahui Kelemahan dan Kelebihan diri sendiri	170
9.3 Memotivasi Diri	171
9.4 Mengelola Emosi	172
Bab X Mengoperasikan Komputer	174
Daftar Pustaka	194
Lampiran I Membuat Imooji	196
Lampiran II Materi SIAPIK	211
Glosarium	237
Indeks	239
Tentang Penulis	240