

**LAPORAN**  
**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**PELATIHAN MANAJEMEN USAHA KECIL**  
**BAGI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH**  
**DI KOTA SEMARANG**

**OLEH :**

**MARYONO, SE., AKP., MM, AK. ( 0605046201 / 6000478 )**

**DR. TASWAN, MSI. ( 0610086801 / 6669847 )**

**IDA NURHAYATI, SE., MSI. ( 0617046802 / 6935719 )**

**SUZY WIDYASARI, SE. MSI. ( 0631037102 / 5999878 )**

**SRI RAHAYUNINGSIH, SE. MM. ( 0616096301 / 6186536 )**

**SAPTI DWI MUKTI ( NIM : 15.05.52.0320 )**

**MUHAMMAD ABDUL LATIF ( NIM : 15.05.52.0342 )**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS STIKUBANK SEMARANG**

**JANUARI 2019**

## HALAMAN PENGESAHAN

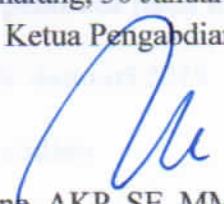
### LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

1. a. Judul Pengabdian : Pelatihan Manajemen Usaha Kecil Bagi  
Usaha Mikro Kecil dan Menengah  
Di Kota Semarang.
- b. Bidang Ilmu : Akuntansi
2. Ketua Pengabdian  
a. Nama Lengkap dan Gelar : Maryono, SE., AKP., MM., AK., CA..  
b. Jenis Kelamin : Laki-laki  
c. Golongan / Pangkat / NIP : IV B / Pembina Tk I/  
d. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala  
e. Jabatan Struktural : Kabag Pembinaan dan Penelusuran Alumni  
f. Fakultas / Program Studi : Ekonomika dan Bisnis / Akuntansi
3. Alamat Ketua Peneliti  
a. Alamat Kantor : Jl. Kendeng V Semarang  
b. Alamat Rumah : Jl. Dewi Sartika Timur VI – 10 Semarang
4. Jumlah Anggota Pengabdian : 4 orang  
1. Dr. Taswan. MSi  
2. Ida Nurhayati, SE, MSi.  
3. Suzy Widyasari, SE, MSi.  
4. Sri Rahayuningsih, SE., MM..
5. Lokasi Pengabdian : Kota Semarang
7. Lama Pengabdian : 3 ( tiga ) bulan : Nopember 2018 – Januari 2019
8. Biaya yang diperlukan : Rp. 1.500.000,- ( satu juta lima ratus ribu rupiah )

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
  
DR. Euis Soleha, MSi.  
NIP : 197103272005012001

Semarang, 30 Januari 2019

Ketua Pengabdian

  
Maryono, AKP, SE, MM, AK. CA.  
NIDN : 0605046201

Menyetujui,  
Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat

  
DR. Agus Budi Santoso, MSi  
NIP : Y.2.92.07.087

## KATA PENGANTAR

Kami panjatkan puji syukur kepada Allah Subhanahuwata'ala yang telah memberikan rahmatNya kepada kami sehingga dapat menyelesaikan laporan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “ MANAJEMEN USAHA KECIL BAGI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KOTA SEMARANG “ untuk memenuhi salah satu lewajiban dari Tri Dharma Perguruan Tinggi dan sekaligus sebagai sarana pembelajaran berkelanjutan.

Terima kasih kami sampaikan kepada segenap pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu baik dalam pengabdian kepada masyarakat dari awal hingga akhir. Secara khusus kami juga menyamapikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Safiq Faozi, SH., M.Hum. selaku rector Universitas Stikubank
2. Ibu Dr. Euis Soliha, MSi selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank

Saran perbaikan senantiasa akan kami terima dengan lapang dada untuk perbaikan di masa yang akan datang. Akhirnya semoga laporan penelitian ini dapat bermanfaat bagi kami khususnya Tim Peneliti dan para pembaca pada umumnya. Amin.

Semarang, 30 Januari 2019

Tim Pengabdian

## DAFTAR ISI

|                                              |     |
|----------------------------------------------|-----|
| Halaman Judul                                | i   |
| Halaman Pengesahan                           | ii  |
| Kata Pengantar                               | iii |
| Daftar Isi                                   | iv  |
| BAB I Analisa Situasi                        | 1   |
| BAB II Permasalahan Kalayak Sasaran          | 5   |
| BAB III Lokasi Kalayak Sasaran               | 6   |
| BAB IV Tim Pelaksana                         | 6   |
| BAB V Aktivitas Pengabdian Kepada Masyarakat | 6   |
| BAB VI Partisipasi Kalayak Sasaran           | 7   |
| BAB VII Kesimpulan dan Saran                 | 7   |
| Lampiran :                                   |     |
| 1. Materi Pelatihan                          |     |
| 2. Surat Tugas                               |     |
| 3. Foto Dokumentasi Kegiatan                 |     |



# **PELATIHAN MANAJEMEN USAHA KECIL BAGI DAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KOTA SEMARANG**

## **BAB I ANALISA SITUASI**

Krisis ekonomi yang terjadi pada 2007-2008 lalu mengakibatkan sektor riil terutama perusahaan besar dihadapkan pada persoalan pelik. Mereka sulit mengembalikan eksistensinya untuk normal. Strategi yang dilakukan untuk mengatasi hal itu adalah mengurangi biaya produksi agar kerugian dapat ditekan. Salah satu komponen yang biaya produksi yang sering menjadi sasaran kebijakan mereka adalah upah buruh dan gaji karyawan. Hal ini berkaitan dengan struktur ekonomi Indonesia yang kelebihan tenaga kerja, sehingga posisi tawar pekerja lemah. Akibatnya, muncul banyak kasus pemutusan hubungan kerja (PHK). Jika terjadi krisis ekonomi, jumlah pengangguran dipastikan meningkat.

Kesulitan perusahaan besar memulihkan kembali kondisinya disebabkan oleh beberapa hal. Pertama, krisis ekonomi nasional belum sepenuhnya pulih. Kedua, sebagaimana disebutkan oleh Ruth McVey (1998) fenomena yang terjadi di Asia Tenggara, termasuk Indonesia, para pengusaha tidak memiliki jiwa wirausaha yang tangguh. Keberhasilan perusahaan besar kebanyakan ditopang jasa baik pemimpin politiknya. Karena itu, ketika patronnya hancur, ikut berguguranlah mereka. Istilah yang sering dilontarkan untuk fenomena itu adalah 'kapitalisme semu. Ketiga, ada kecenderungan dalam ekonomi global, sebagaimana dijelaskan oleh John Naisbitt, bahwa dalam era globalisasi persaingan semakin ketat sehingga keberadaan perusahaan sulit dipertahankan.

Lebih lanjut Naisbitt dalam bukunya *Global Paradox* meramalkan bahwa semakin besar dan terbuka ekonomi dunia, maka semakin banyak perusahaan kecil dan menengah akan mendominasi. Perusahaan kecil di masa datang akan memainkan peran utama dalam percaturan ekonomi dunia karena mereka memiliki efisiensi yang tinggi disertai dengan akses yang lebih luas untuk menjangkau peluang ekonomi dunia. Menurut Naisbitt, kontribusi perusahaan besar di Amerika Serikat hanya 10%, sisanya didominasi oleh perusahaan kecil dan menengah. Jumlah UKM di Amerika Serikat terus

meningkat. Menurut data tahun 2008, ada 3.705.275 usaha yang memiliki pekerja 1-4 orang (industri rumahan), 1.060.250 perusahaan memiliki pekerja 5-9 orang (usaha kecil), 644.842 perusahaan mempekerjakan 10-19 pekerja (usaha menengah) dan 532.391 perusahaan memiliki karyawan 20-99 orang ([www.census.gov/econ/smallbus.html](http://www.census.gov/econ/smallbus.html)).

Kecenderungan perubahan struktur ekonomi dunia dari konglomerasi menuju ekonomi kecil dan menengah juga dirasakan di Indonesia. Ketika perusahaan besar ambruk terhantam krisis, banyak perusahaan kecil dengan tingkat ketergantungan terhadap bank dan pasar saham relatif kecil tetap dapat bertahan. Kalau mau jujur, usaha kecil dan menengah yang telah menghambat kehancuran ekonomi Indonesia secara total. Kondisi seperti ini sebenarnya membuktikan bahwa ideologi dasar negara mengenai ekonomi kerakyatan sebenarnya sangat relevan dengan kondisi saat ini. Meski saat ini kebijakan yang bertumpu pada ekonomi kerakyatan tidak dijalankan secara maksimal oleh pemerintah yang berkuasa. Oleh karena itu perlu kembali ditingkatkan program-program peningkatan kinerja usaha kecil dan menengah. Bagaimanapun pengembangan dan pembinaan usaha kecil dan menengah memiliki implikasi bagi pembangunan ekonomi nasional karena beberapa alasan. Pertama, UKM adalah sumber kehidupan rakyat banyak. Kedua, jenis industri ini tersebar di pelosok daerah sehingga memiliki peran yang strategis dalam rangka pengembangan wilayah dan pemerataan regional. Ketiga, pengelolaannya umumnya bersifat padat karya. Keempat, kehadirannya merupakan sumber penghidupan sebagian besar rakyat marjinal seperti perempuan.

Meski jumlahnya banyak UKM menghadapi masalah utama yaitu nilai tambah produknya yang relatif kecil. Hal ini disebabkan oleh modal yang kecil sehingga kesempatan berekspansi menjadi terbatas. Kedua, sumber daya manusia yang relatif rendah sehingga tingkat kreatifitas dan inovasi produksi juga rendah. Ketiga, jaringan pemasaran yang dimiliki terbatas. Keempat, sistem manajemen organisasi belum berjalan dengan baik. Dengan demikian proses pengembangan dan pembinaan industri kecil dan menengah menjadi keharusan untuk dilakukan oleh pemerintah daerah di era otonomi daerah ini jika tidak ingin tertinggal dan tersingkir dari perkembangan ekonomi di era pasar bebas mendatang.

Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah diatur oleh undang-undang No 20 tahun 2008. Pengertian UMKM adalah peluang usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur oleh undang-undang. Usaha kecil adalah peluang usaha ekonomi produktif yang



berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi yang kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang. Kriteria UMKM, peluang usaha mikro memiliki aset maksimal Rp 50 juta, dengan omset maksimal Rp 300 juta/ tahun. Peluang usaha kecil memiliki aset > Rp 50 juta -Rp 500 juta dengan omset > Rp 300 juta -Rp 2,5M /tahun. Peluang usaha menengah memiliki aset > Rp 500 juta -Rp 10 M dengan omset > Rp 2,5 M - Rp 50 M /tahun.

Bentuk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) berupa perusahaan perorangan, persekutuan, seperti misalnya firma dan CV maupun perseroan terbatas. Dari perspektif dunia diakui bahwa usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memainkan suatu peran yang sangat vital didalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya dinegara-negara sedang berkembang (NSB), tetapi juga dinegara-negara maju (NM). Di Negara maju UMKM sangat penting tidak hanya karena kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar, seperti halnya di negara sedang berkembang tetapi juga dibanyak negara kontribusinya terhadap pembentukan atau pertumbuhan produk domestic bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar. Menurut Aharoni (1994) dalam Tulus Tambunan (2009), jumlah UMKM dinegara adidaya tersebut mencapai sedikitnya diatas 99 persen dari jumlah unit usaha dari semua kategori. Perusahaan-perusahaan tersebut merupakan inti dari basis industri di Amerika Serikat. UMKM juga sangat penting dibanyak negara Eropa, khususnya Eropa Barat. Di Belanda misalnya, jumlah UMKM sekitar 95% dari jumlah perusahaan di negara kincir angin tersebut (Bijmolt dan Zwart, 1994) dalam Tulus Tambunan (2009). Seperti di Amerika Serikat, juga dinegara-negara industri maju lainnya yang tergabung dalam OECD, seperti Jepang, Jerman, Prancis dan Kanada. UMKM merupakan motor penting dari pertumbuhan ekonomi, inovasi dan progres teknologi (Thornburg, 1993 dalam Tulus Tambunan 2009).

Di Negara yang sedang berkembang UMKM yang ada memiliki karakteristik yang berbeda dengan usaha besar, karakteristik yang dimiliki adalah sebagai berikut (Tulus Tambunan, 2009:2) :

1. Jumlah perusahaan sangat banyak jauh melebihi jumlah usaha besar. Terutama dari kategori usaha mikro, dan usaha kecil. Berbeda dengan usaha besar dan usaha menengah, usaha mikro dan usaha kecil tersebar diseluruh pelosok perdesaan, termasuk diwilayah-wilayah yang terisolasi. Oleh karena itu, kelompok usaha ini mempunyai suatu signifikansi lokal yang khusus untuk ekonomi perdesaaan. Dalam kata lain, kemajuan



pembangunan ekonomi perdesaan sangat ditentukan oleh kemajuan pembangunan UMKM nya.

2. Karena sangat padat karya, berarti mempunyai suatu potensi pertumbuhan kesempatan kerja yang sangat besar, pertumbuhan UMKM dapat dimasukkan sebagai suatu elemen penting dari kebijakan-kebijakan nasional untuk meningkatkan kesempatan kerja dan menciptakan pendapatan, terutama bagi masyarakat miskin. Hal ini juga yang bisa menjelaskan kenapa pertumbuhan UMKM menjadi semakin penting diperdesaan di negara sedang berkembang, terutama diderah-daerah dimana sektor pertanian mengalami stagnasi atau sudah tidak mampu lagi menyerap pertumbuhan tahunan dari penawaran tenaga kerja diperdesaan. Teori dari A. Lewis (suplai tenaga kerja tak terbatas), kondisi kelebihan tenaga kerja diperdesaan akan menciptakan arus manusia terus-menerus dari perdesaan ke perkotaan. Apabila kegiatan-kegiatan ekonomi perkotaan tidak mampu menyerap pendatang-pendatang tersebut, jumlah pengangguran akan meningkat dan akan muncul banyak masalah sosial diperkotaan. Oleh sebab itu, kegiatan-kegiatan nonpertanian diperdesaan, terutama industri, selalu diharapkan bisa berfungsi sebagai sumber penyerapan kelebihan penawaran tenaga kerja kesektor pertanian sehingga bisa membatasi arus migrasi keperkotaan dan dalam hal ini UMKM perdesaan dapat memainkan suatu peran yang signifikan.
3. Banyak UMKM bisa tumbuh pesat. Bahkan, banyak UMKM bisa bertahan pada saat ekonomi Indonesia dilanda suatu krisis besar pada tahun 1997-1998. Oleh sebab itu, kelompok usaha ini dianggap sebagai perusahaan-perusahaan yang memiliki fungsi sebagai basis bagi perkembangan usaha lebih besar. Misalnya usaha mikro bisa menjadi landasan bagi pengembangan usaha kecil, sedangkan usaha kecil bagi usaha menengah dan usaha menengah bagi usaha besar.
4. Walaupun pada umumnya masyarakat perdesaan miskin, banyak bukti yang menunjukkan bahwa orang-orang desa yang miskin bisa menabung dan mereka mau mengambil risiko dengan melakukan investasi. Dalam hal ini, UMKM bisa menjadi suatu titik permulaan bagi mobilitas tabungan/investasi diperdesaan sementara pada waktu yang sama, kelompok usaha ini dapat berfungsi sebagai tempat pengujian dan peningkatan kemampuan berwirausaha dari orang-orang desa.
5. Walaupun banyak barang yang diproduksi oleh UMKM juga untuk masyarakat kelas menengah dan atas, terbukti secara umum bahwa pasar utama bagi UMKM adalah untuk barang-barang konsumsi sederhana dengan harga relatif murah, seperti pakaian jadi dengan desain sederhana, mebel dari kayu, bambu, dan rotan, barang-barang lainnya dari



kayu, alas kaki, dan alat-alat dapur dari aluminium dan plastik. Barang-barang ini memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat miskin atau masyarakat berpendapatan rendah. Namun demikian, banyak juga UMKM yang membuat barang-barang nonkonsumsi, seperti peralatan-peralatan produksi, berbagai macam mesin sederhana dan/atau komponen-komponennya, bahan-bahan bangunan dan barang-barang setengah jadi lainnya untuk kebutuhan kegiatan-kegiatan di banyak sektor, seperti industri, konstruksi, pertanian, perdagangan, pariwisata dan transportasi.

6. Seperti sering dikatakan didalam tulisan satu keunggulan dari UMKM adalah tingkat fleksibilitasnya yang tinggi, relatif mampu bersaing terhadap pesaingnya yaitu usaha besar. Berry dkk (2001) dalam Tulus Tambunan (2009) menyatakan kelompok usaha ini dilihat sangat penting di industri-industri yang tidak stabil atau ekonomi-ekonomi yang menghadapi perubahan-perubahan kondisi pasar yang cepat, seperti kondisi ekonomi 1997-1998 yang dialami oleh beberapa negara di Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Menurut laporan BPS terdapat perbedaan antara usaha mikro usaha kecil dan usaha menengah dalam latar belakang atau motivasi pengusaha melakukan usaha. Perbedaan motivasi pengusaha sebenarnya harus dilihat sebagai karakteristik paling penting untuk membedakan antara UMKM dengan usaha besar, maupun antar sub kategori didalam kelompok UMKM itu sendiri. Menurut laporan itu, sebagian besar pengusaha mikro di Indonesia mempunyai latar belakang ekonomi yakni alasan utama melakukan kegiatan tersebut adalah ingin memperoleh perbaikan penghasilan. Perbedaan lain antara UMKM dengan usaha besar maupun didalam kelompok UMKM itu sendiri menurut status badan hukum. Jelas, semua perusahaan didalam kelompok usaha besar berbadan hukum. Namun tidak demikian dengan UMKM. Berdasarkan hasil survey BPS, terlihat bahwa sebagian besar UMKM tidak berbadan hukum yang mencapai sekitar 95,1 persen dari jumlah unit usaha.

## BAB II PERMASALAHAN KHALAYAK SASARAN

Dari beberapa permasalahan yang dihadapi koperasi dan usaha mikro kecil dan menengah yang menjadi pokok materi pelatihan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat meliputi :

1. Masih adanya pengusaha UMKM yang belum memahami Akuntansi sehingga tidak dapat menyusun neraca usaha.
2. Masih adanya pengusaha UMKM yang tidak memahi tentang struktur modal dan kekayaan usaha.

### **BAB III LOKASI KHALAYAK SASARAN**

- 3.1. Jarak antara Kampus Universitas Stikubank Semarang ke tempat lokasi pelatihan yaitu di Jalan Imam Barjo depan Kantor Bank Indonesia Semarang dalam jarak radius kurang lebih 4 kilo meter.
- 3.2. Sarana perjalanan dari kampus Universitas Stikubank Semarang ke lokasi pelatihan dapat menggunakan sarana angkutan umum maupun kendaraan pribadi karena lokasi tempat pelatihan di tengah kota..
- 3.3. Komunikasi dengan peserta khususnya dengan panitia setempat dapat dilakukan dengan telephon.

### **BAB IV TIM PELAKSANA**

|                |                                          |
|----------------|------------------------------------------|
| Jumlah Dosen   | : 5 orang                                |
| Gelar akademik | : S3 - 2 orang<br>S2 - 3 orang           |
| Gender         | : Laki-laki 2 orang<br>Perempuan 3 orang |

### **BAB V AKTIVITAS PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

- 5.1. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan dalam bentuk pelatihan melalui aktivitas :
  - a. Penggalan masalah yang dihadapi pelaku UMKM
  - b. Diskusi
  - c. Pembahasan kasus
- 5.1. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan dalam waktu 4 hari setiap hari Minggu pada saat berjualan yaitu tanggal 8, 15, 22 dan 29 Juli 2018, selama 2 jam tiap hari dimulai jam 8.00 dan diakhiri jam 10.00.
- 5.3. Evaluasi Kegiatan.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul pelatihan Manajemen Keuangan bagi koperasi dan usaha mikro kecil dan menengah di kabupaten Wonosobo menurut kami Tim pelaksana adalah berhasil dengan indikator peserta pelatihan menyatakan dapat memahami materi pelatihan yang disampaikan.



## BAB VI PARTISIPASI KHALAYAK SASARAN

Peserta pelatihan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat diberikan kesempatan seluas-luasnya selama kegiatan pelatihan dengan memberikan kesempatan menyampaikan pendapat baik pertanyaan maupun penyampaian permasalahan yang dihadapi atau terjadi di tempat kerjanya. Pelatihan menggunakan konsep pembelajaran bagi orang dewasa sehingga dibangun komunikasi dua arah antara pelatih dengan mahasiswa sasaran.

## BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat berupa pelatihan Manajemen Usaha Kecil bagi koperasi dan usaha mikro kecil dan menengah di Jawa Tengah adalah berhasil.



## Pengertian:



- Utang adalah sejumlah uang atau sesuatu yang dapat dinilai dengan uang yang diterima dari pihak lain berdasarkan persetujuan dengan kewajiban mengembalikan atau melunasi
- Utang: transfer pendapatan masa mendatang untuk meningkatkan konsumsi masa sekarang

[www.themegallery.com](http://www.themegallery.com)



## Sindrom berutang:



- Kebiasaan
- Keterpaksaan
- Terperangkap dalam fenomena gali lobang tutup lobang

## Sikap terhadap utang :

Takut berutang  
Hobi berutang

## Manajemen Utang bertujuan:



- Dapat memanfaatkan 'utang' agar tidak membuat anda mengalami kebangkrutan
- Atau
- Pemanfaatan 'utang' untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga

## Jenis Utang:



- Segala jenis utang yang mempunyai ciri khas:
  - Nilai aset meningkat
  - Dapat memberikan penghasilan yang lebih besar dari biaya cicilan utang

- Segala jenis utang yang memiliki ciri khas:
  - Nilai aset berkurang
  - Tidak memberikan penghasilan yang sama atau lebih besar dari biaya cicilan utang
  - Bunga yang lebih tinggi

www.themegallery.com

## Aturan Main dalam Berutang



Perhatikan rasio utang dengan penghasilan

Perhatikan rasio total utang terhadap total aset

Perhatikan rasio penghasilan bersih dengan pembayaran utang

www.themegallery.com



## Karakteristik Kredit Konsumen



- Kredit dengan pembayaran sekali vs cicilan (Single-payment vs installment loans)
- Kredit dengan jaminan vs kredit tidak ada jaminan (Secured vs unsecured loans)
- Kredit dengan bunga berubah vs bunga tetap (Variable-rate versus fixed-rate loans)

[www.themegallery.com](http://www.themegallery.com)

## Kredit dengan pembayaran sekali vs pembayaran cicilan

(Single-Payment Loans Vs Installment Loans)



- Kredit dengan pembayaran sekali atau balon (Single-payment or balloon loans)
  - Kadang disebut juga pinjaman interim atau antara, karena digunakan hingga pembiayaan yang permanen dapat dilakukan
  - Pinjaman dibayar kembali dalam satu kali pembayaran ditambah bunga
  - Biasanya peminjaman jangka pendek (satu tahun atau kurang)

[www.themegallery.com](http://www.themegallery.com)

## TEKNIK MENJUAL



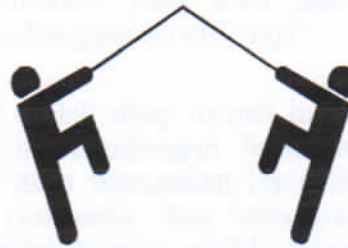
- Kredit dengan pembayaran cicilan (Installment loans)
  - Pinjaman dibayar kembali secara mencicil secara reguler
  - Pembayaran termasuk pinjaman pokok dan bunga
  - Biasanya digunakan untuk pembiayaan mobil, alat rumahtangga, dan barang mahal lainnya

www.themegallery.com

## Amortisasi pinjaman dengan cicilan (Installment Loan Amortization)



- Komponen cicilan akan semakin tinggi untuk membayar pokok dan semakin kecil untuk membayar bunga untuk setiap cicilan bunga berikutnya.
- Berdasarkan penghitungan bunga sederhana (a simple-interest calculation).



www.themegallery.com

## TEKNIK MENJUAL

Teknik atau seni menjual (salesmanship) sesungguhnya sulit untuk digambarkan dengan kata-kata karena kesan psikologis yang berperan dalam seni menjual merupakan hasil gabungan dari berbagai faktor, antara lain sikap yang menarik, penampakan atau "tampang" seseorang, suara, dan cara berbicara, cara mengemukakan pendapat, memberi perhatian pada orang lain, cara menanggapi dan menjawab pertanyaan, suasana sekeliling dan sebagainya. Kesan pertama yg baik sesungguhnya sudah merupakan setengah sukses.

## Arti dan Etika Menjual

- Prinsip menjual adalah mengushakan agar tujuan dapat dicapai melalui kesepakatan tanpa menimbulkan yang jelek atau perselisihan. Pelanggan sering juga dianggap seperti "raja".
- Etika menjual yang paling penting adalah sikap mental jujur dan bertanggungjawab. Dua hal ini digabungkan bersama dengan fator-fator teknik menjual akan merupakan reputasi (nama baik) bagi setiap penjual (saleman). Ada benarnya orang mengatakan " harta yang terindah bagimu adalah nama baik / reputasimu". Pekerjaan menjual adalah mulia dapat memberikan kesan dan citra yang baik adalah suatu modal yang uat untuk meraih sukses.



## Penjual

- Berbagai perusahaan membutuhkan tenaga ini, khususnya para penjual (salesman) dan sangat dihargai bagi mereka yang terampil dan berpengalaman.
- Bukankah peranan penjual itu penting dan profesi ini memberi peluang hidup yg menarik ? Hal ini mungkin disebabkan karena adanya “paham menak” atau pandangan seolah-olah kedudukan sebagai pamong pemerintah dalam satu-satunya kedudukan yg terhormat, sedang pengusaha swasta apalagi penjual adalah “warga nomor dua”.

## Sikap Mental Penjual

- Kepercayaan Diri  
Kepercayaan diri yang tinggi akan mendorong keberanian yang tinggi, terutama dalam menghadapi calon pembeli dan mengambil resiko. Langkah yang beresiko tinggi adalah judi. Resiko akan semakin tinggi jika langkah yang akan ditempuh tidak melalui pertimbangan yang matang
- Kemauan, Semangat & Kegairahan  
Karsa atau daya kemauan adalah salah satu faktor pendorong yang penting untuk mewujudkan apa yang diinginkan menjadi kenyataan melalui kerja keras. Mengharapkan sesuatu tanpa berusaha yang diinginkan. Menyerah sebelum berusaha adalah pasrah dan sukses tanpa bekerja hanya mungkin dalam tulisan”. Sukses hanya mungkin dicapai melalui kerja keras

- **Gigih dan Ulet**

Seorang penjual harus memiliki kegiatan dan keuletan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Istilah "tidak mungkin" harus dijauhkan dan dihilangkan dari pikiran. Tiap usaha adalah "aksi" sehingga wajar jika mendapat "reaksi". Sukses hanya diperoleh jika tiap tantangan yang ada dapat diselesaikan secara tepat dan baik.

- **Kepribadian Menarik**

Seseorang akan memiliki kepribadian yang menarik jika dia memiliki gairah, kepercayaan diri, wajar, tanggap, rasa humor, berusaha berbuat baik dan tingkah laku menyenangkan.

- **Kesediaan Memberi Pelayanan Terbaik**

Tiap penjual yang ingin sukses selain harus rela bekerja keras juga harus bersedia dan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik.

- **Keyakinan dan Kebanggaan**

Tiap penjual yakin dan bangga terhadap barang dan jasa yang ditawarkan kepada orang lain. Keraguan terhadap apa yang dijual, akan juga menimbulkan keraguan kepada calon pembeli. Keraguan berarti setengah kegagalan.

## SIKAP MENTAL PENJUAL

- ▶ *Kepercayaan diri*
- ▶ *Kemauan, semangat dan kegairahan*
- ▶ *Gigih dan ulet*
- ▶ *Kepribadian menarik*
- ▶ *Kesediaan memberi pelayanan terbaik*
- ▶ *Ada keyakinan dan kebanggaan*

## PENJUAL HARUS .....

- ▶ Memiliki pengetahuan dan kebanggaan atas barang/jasa yang ditawarkan
- ▶ Yakin atas kebagusan barang dan jasa dan kemampuannya.
- ▶ Yakin, bahwa cara yang dijalankan benar, tepat dan baik.
- ▶ Yakin, bahwa barang / jasa yang ditawarkan memberi kepuasan dan manfaat bagi pengguna.



## Strategi memulai Bisnis

### Kemampuan Penjual

- Kemampuan yang harus dimiliki seorang penjual antara lain :
- Kemampuan melakukan observasi dan identifikasi terhadap kebutuhan masyarakat, keadaan pasar, saingan dan para pembeli.
- Kemampuan mempengaruhi orang lain, menanam dan memelihara kepercayaan orang lain.
- Kemampuan menentukan harga yang tepat dan baik
- Kemampuan mengenal kondisi fisik dan psikologis
- Kemampuan membuat suasana yang menyenangkan
- Kemampuan mencari dan memperoleh informasi yang tepat
- Kemampuan membuat rencana dan evaluasi penjualan

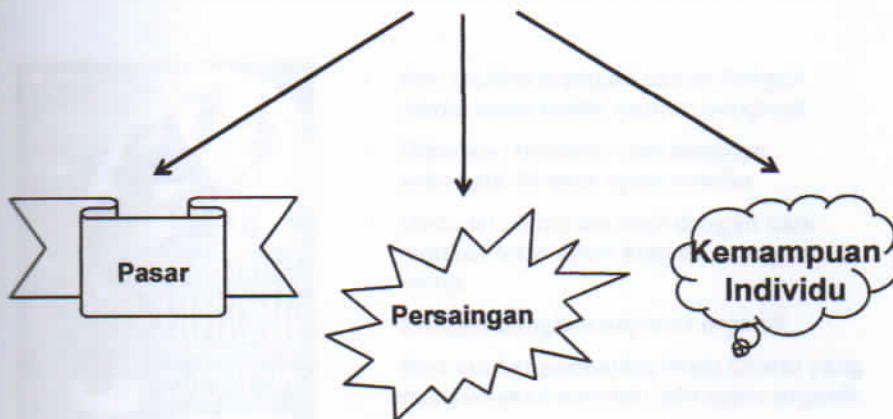
### Penjual harus mampu .....

- Melakukan observasi / identifikasi kebutuhan, pasar dan pesaing
- Mempengaruhi orang, menanam/memelihara kepercayaan
- Menentukan harga yang tepat
- Mengenal fisik dan psikologis konsumen
- Membuat suasana menyenangkan
- Mencari dan memperoleh informasi yang tepat
- Membuat perencanaan dan evaluasi yang tepat.

## Strategi memulai Bisnis

### Pertemuan 6

#### Pertimbangan Memulai Bisnis / Usaha

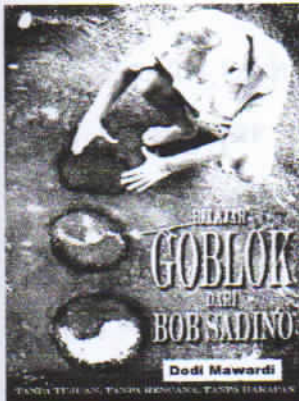


### Contoh Pengusaha yang memanfaatkan peluang



- Chairul Tanjung memulai karir sebagai pekerja di *Burger King* sebagai Manager Operasional.
- Kemudian pindah ke Indofood sebagai manager Operasional.
- Pindah ke perusahaan milik Bob Sadino.
- Bob Sadino memperkenalkan dunia *Entrepreneur* kepada CT.
- Saat ini CT merupakan CEO Trans Corp, yang memiliki bisnis di retail (carefour), Televisi ( Trans 7 & Trans TV), portal berita, dan beberapa bisnis lainnya

### Contoh Pengusaha yang memanfaatkan peluang



- Bob Sadino memulai usaha dengan bisnis sewa mobil, namun bangkrut
- Diberikan bantuan oleh temanya sebanyak 50 ekor ayam petelur
- Memulai bisnis kembali dengan cara menjual telur ayam kepada orang-orang asing.
- Mengembangkan sayuran organik
- Membuat supermarket (Kem Chick) yang menyediakan sayuran dan ayam organik.
- Memiliki perusahaan property



### Kesalahan dalam memulai usaha bisnis

- Mengecilkan arti bisnis
- Mendemotivasi diri
- Keyakinan terhadap usaha yang masih kecil
- Membatasi / menutup networking
- Tidak menunjukkan bahwa Anda memiliki "selling Skill"

### Momentum Menjadi Entrepreneur

1. Bosan terhadap pekerjaan
2. Mengejar kekayaan materi
3. Cita-cita
4. Menginginkan hidup yang lebih bebas
5. *"take it or leave it"* unsur keterpaksaan

#### 4 K , Kunci Smart and Good Entrepreneur

1. Keberanian (yang smart)

- Resiko
- Keputusan (timing)

2. Kemampuan (creadibility)

- Strategic concept
- Skill
- Tactic
- Motivator
- control

3. Kreatifitas

4. Keteguhan hati (*Persistance*)

#### Cara mudah memulai bisnis tanpa Modal uang

- Menjual ide orisinil kepada investor
- Menjual pengalaman yang dimiliki untuk melakukan kerjasama
- Menjual jaringan untuk dijadikan pasar komoditi
- Menjual kreatifitas untuk menjadi *creativepreneur* atau *technopreneur*
- Menjual informasi sebagai modal awal bisnis

## Membentuk struktur kepemilikan bisnis

1. Propriethorship (Perseorangan)
2. Partnership (kerjasama perorangan)
3. Corporation (kerjasama dengan banyak orang)

*Semua bentuk tersebut akan berakibat terhadap Resiko, Hak serta kewajiban yang akan di timbulkannya*

## Strategi dan Cara (Route) Memulai Bisnis

### 1. The Buffer Route

- Meminta bantuan orang lain untuk menjadi pendiri perusahaan (donatur)
- The buffer bisa berasal teman, keluarga atau orang yang tertarik dengan business plan yang ditawarkan

### 2. The Spin-off Route

- Memulai dari Subkontraktor
- Memulai menjadi konsultan freelance
- Memulai dari pemasok kecil
- Memulai dari marketing

### 3. The Moonlighting Route

Pada strategi ini, maka pengembangan bisnis dilakukan tanpa mengganggu pekerjaan yang dilakukan saat ini.

### 4. The Part-time Job Route

mirip dengan spin off, namun tidak ada ikatan yang kuat secara kontrak



## **SURAT TUGAS**

**Nomor : 104/J.01/UNISBANK/Pm/XII/2018**

Yang bertanda tangan di bawah ini, Rektor Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang menugaskan kepada :

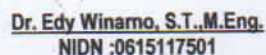
- I. 1. Nama : Maryono, A.Kp., S.E., M.M., AK, Sebagai Ketua Tim Pengabdian  
NIDN : 0605046201  
Pangkat / Golongan : Pembina Tk. I / IV B  
Jabatan Akademik : Lektor Kepala
2. Nama : Ida Nurhayati, S.E., M.Si, Sebagai Anggota  
NIDN : 0617046802  
Pangkat / Golongan : Penata Tk. I / III D  
Jabatan Akademik : Lektor
3. Nama : Dr. Taswan, M.Si, Sebagai Anggota  
NIDN : 0616026502  
Pangkat / Golongan : Pembina Tk. I / IV B  
Jabatan Akademik : Lektor Kepala
4. Nama : Suzy Widyasari, S.E., M.Si., Sebagai Anggota  
NIDN : 0631037102  
Pangkat / Golongan : Penata / III C  
Jabatan Akademik : Lektor
5. Nama : Sri Rahayuningsih, S.E., M.M, Sebagai Anggota  
NIDN : 0627126101  
Pangkat / Golongan : Penata/III C  
Jabatan Akademik : Lektor
6. Nama : Sapti Dwi Mukti., Sebagai Anggota  
NIM : 1505520320  
Pangkat / Golongan : -/-  
Jabatan Akademik : -
7. Nama : Muh. Abdul Latief, Sebagai Anggota  
NIM : 1505520342  
Pangkat / Golongan : -/-  
Jabatan Akademik : -
- II. Unit Organisasi : Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang
- III. Tugas : Sebagai Tim Pengabdian
- IV. Judul : "Pelatihan Manajemen Usaha Kecil Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Semarang"
- V. Tempat : Semarang
- VI. Jangka Waktu : 1 Desember 2018 s/d 28 Februari 2019

Demikian harap dilaksanakan dan setelah selesai diharap memberikan laporan pengabdian masyarakat.

Mengetahui  
Yang Bersangkutan Telah  
Menjalankan Tugas

  
Dr. Edy Winamo

Semarang, 7 Desember 2018  
a.n Rektor  
Wakil Rektor 1,

  
**Dr. Edy Winamo, S.T., M.Eng.**  
NIDN : 0615117501

Tembusan kepada Yth :

1. Wakil Rektor I, II, III UNISBANK
2. Dekan FEB
3. Ka. LPPM
4. Kabag. Personalia / Kabag Keuangan / LPPM

