



From  
the People of Japan



# Modul 1: Bangkit Lawan Pandemi dengan Inovasi Menjadi Bisnis Lestari

# Daftar Subbab



From  
the People of Japan



1.1. Wujudkan Kepedulian dengan Menjadi Bisnis Lestari

1.2. Berani Inovasi dan Tingkatkan Daya Saing dengan Prinsip Bisnis Lestari

1.3. Langkah Sederhana Memulai Transformasi Menjadi Bisnis Lestari



From  
the People of Japan



ASYX  
Good And Beneficial Tech



UKM INDONESIA

topkarir  
Portal Karirnya Anak Muda Indonesia



# SUB BAB 1

## Wujudkan Kepedulian dengan Menjadi Bisnis Lestari

# Sadarkah Kita?

Kita kan hidup di bumi, lahir disini, makan minum dari hasil perut bumi, bermukim, silaturahmi dan transaksi bisnis di bumi.

Tapi, pada tahun 2020 saja, kita menggunduli 12.2 juta hektar ruang hijau yang tadinya terlindungi pohon.



From  
the People of Japan



# Kondisi Lingkungan Indonesia

Di Indonesia sendiri, kita juga mengotori bumi dengan 67 juta ton sampah per tahun, karena hanya sekitar 18% saja yang dikelola atau diolah kembali.



From  
the People of Japan



## Warga Bekasi heboh ada limbah busa seperti awan

© Selasa, 2 November 2021 18:38 WIB



Aliran Kali Resmi di Kampung Pelaukan, Desa Karangsetia, Kecamatan Karangbahagia, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat tertutup limbah busa pada Selasa (2/11). (ANTARA/Pradita Kurniawan Syah).

# Akahkah Bumi Bertahan?



From  
the People of Japan



Kira-kira, kalau kita jadi bumi, gimana ya perasaan kita? Apakah kita akan sanggup untuk terus bersabar diperlakukan seperti ini? atau kita akan justru marah dan meledak?

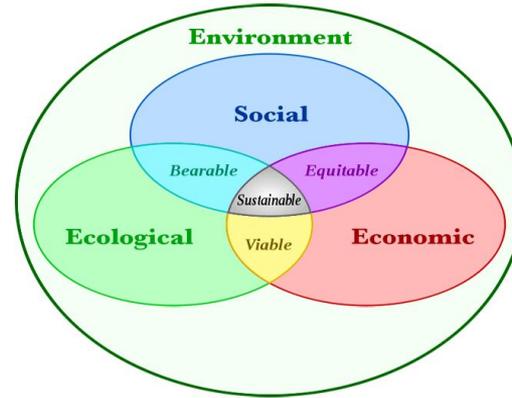
# Butuh Keseimbangan dan Kepedulian



From  
the People of Japan



Uang dan Profit bukan segalanya.



Bisa lestari dengan peduli planet, manusia, dan ekonomi adalah kuncinya.

Lestari juga tidak merugikan, justru menguntungkan dan sesuai dengan prinsip agama manapun dan bisa jadi ladang pahala.

# Apa itu Bisnis Lestari?



From  
the People of Japan



- Bisnis **Sirkular**: bisnis dapat memanfaatkan limbah usaha untuk usahanya sendiri terlebih bisa digunakan untuk menambah produk atau digunakan kembali untuk produksi. Sebagai contoh, sebuah restoran yang membuat limbahnya menjadi pupuk untuk sayuran yang menjadi bahan dasar makanan mereka.
- Bisnis **Inklusif**: bisnis yang dapat memberikan kesempatan kepada siapa saja tanpa memandang apapun kecuali kapabilitas. Dengan ini, bisnis memberikan kesempatan bagi para laki-laki, perempuan, bahkan penyandang disabilitas selama mereka dapat bekerja sesuai yang diinginkan.
- Bisnis **Tahan Banting**: bisnis bisa bertahan di kondisi penuh risiko seperti saat merebaknya wabah COVID-19. Dengan ini, bisnis bisa cepat beradaptasi pada perubahan. Sehingga tidak kalah ditekan oleh perubahan.

# Mengapa harus UMKM yang bertransformasi?



## PP 7 TAHUN 2021



- Perusahaan besar memiliki dampak lingkungan besar.
- UMKM memiliki dampak kecil namun faktor pengali yang besar dari jumlah.
- Transformasi adalah tugas bersama.

# Dunia Juga Bertransformasi



From  
the People of Japan



- Tren menjadi bisnis yang lebih hijau juga sudah menjamur di berbagai belahan dunia.
- Usaha-usaha besar membutuhkan mitra kerja sama
- Dari sisi keuangan, program lomba, hibah, dan pendanaan semakin banyak yang ingin membiayai dan memprioritaskan bisnis hijau.

# Kebijakan Bisnis Lestari: Pemerintah Peduli



From  
the People of Japan



1. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 51/2017 yang mewajibkan perusahaan publik untuk Menyusun laporan keberlanjutan bisnis yang sesuai dengan prinsip bisnis lestari.
2. Surat Edaran Kepala Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP) No. 16 Tahun 2020 tentang penetapan produk hijau atau hasil industri hijau belanja pemerintah didorong untuk lebih mengutamakan pemasok yang menerapkan bisnis lestari.

# Akibat Rusaknya Kepercayaan



From  
the People of Japan



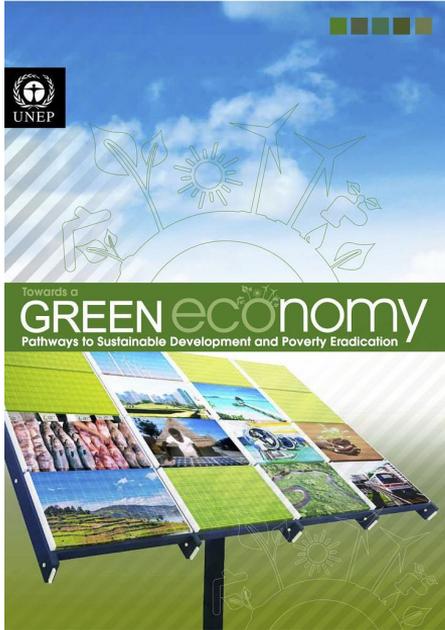
- Pernah dengar, sebuah cerita sebuah toko tutup karena rumor sering mengubah timbangan kepada pembeli?
- Atau mungkin seorang pembeli yang tidak diizinkan mengutang kembali di sebuah kios karena selalu sulit untuk ditagih?
- Itulah bagaimana akibatnya jika kepercayaan atau trust tidak dibina dengan baik antara pembeli dan penjual.



# Bisnis adalah Hubungan Kepercayaan



From  
the People of Japan



- Kuncinya adalah di bukti atau dokumentasi.
- Bukti atau dokumentasi ini tidak selalu soal laporan keuangan yang panjang, namun juga dapat berbentuk:
  - deskripsi produk,
  - katalog,
  - kemasan,
  - narasi visi & misi,
  - profil media sosial,
  - dan juga aktivitas bisnis yang bertanggung jawab sosial (inklusif) dan ramah lingkungan (hijau dan sirkuler)-dapat jadi nilai tambah.
- Semua dokumentasi ini dapat dirangkum dalam sebuah dokumen bernama profil perusahaan atau *company profile* yang sesuai dengan prinsip bisnis hijau, sirkuler, dan inklusif.

# Dokumentasi dalam Ekolabel



From  
the People of Japan



Penerapan dokumentasi juga didapat dari kepemilikan ekolabel. Menurut, Surat Edaran Kepala LKPP No. 16 Tahun 2020 tentang penetapan produk hijau atau hasil industri hijau, terdapat tiga tipe ekolabel yaitu:



**Tipe 1 untuk barang dan jasa yang tersertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi Ekolabel (LSE) berdasarkan kriteria SNI**



**Tipe 2 klaim swadeklarasi yang diverifikasi oleh Lembaga Verifikasi Ekolabel (LVE)**



**Tipe 3 yang berbasis pada data kuantitatif yang disampaikan oleh konsumen.**

# Siapa yang Peduli?



From  
the People of Japan



Sebagian dari kita akan berpikir, apakah benar sepenting itu dokumentasi? Yang paling penting kita bisa layani konsumen kemudian dapatkan penjualan. Belum tentu juga kita sempat urus dokumentasi. Sumber daya kita juga terbatas. **Siapa juga yang peduli dengan visi dan misi kita? Apalagi visi dan misi bisnis hijau dan inklusif?**



# Semua Peduli atas Bisnis Lestari



From  
the People of Japan



## INVESTOR.ID



### Kepedulian Masyarakat Produk Ramah Lingkungan Naik 112%

Jumat, 11 Juni 2021 | 09:43 WIB  
Indah Handayani (handayani@investor.co.id)

JAKARTA, investor.id - Riset dari Kantar menunjukkan bahwa jumlah konsumen yang lebih peduli terhadap produk ramah lingkungan di Indonesia meningkat 112% dari 2019 ke 2020.

Konsumen Indonesia juga kian menyadari pentingnya mempraktikkan gaya hidup yang lebih ramah lingkungan, dengan 86% mulai mengadopsi kebiasaan ramah lingkungan dalam kehidupan sehari-hari, dan 74% memilih brand yang memiliki kepedulian sosial. Data ini menunjukkan semakin banyaknya konsumen yang mulai lebih teliti melihat bahan-bahan dan proses pembuatan sebuah produk.



🏠 / Ekonomi



- ▣ Lingkungan
- ▣ Lingkungan Hidup
- ▣ Konsumen
- ▣ Ramah Lingkungan
- ▣ Ekonomi Indonesia

### Saat Pandemi Covid-19, Konsumen Indonesia Lebih Sadar Lingkungan

Arif Wicaksono - 02 September 2021 19:53 WIB



UKM INDONESIA



# Mentoknya Bisnis

- *Coba lihat sekitar kita, pasti ada sebuah bisnis yang dulunya ia merintis bisnisnya dari sebuah produk yang ia bangun sendiri dari alat-alat sederhana rumahnya.*
- *Kemudian ia mulai menjajakan ke tetangganya, responnya pun positif. Ia kemudian berjualan menggunakan gerobak untuk dapat pembeli lebih banyak.*
- *Respons masyarakat semakin bagus dan ia pun mampu untuk sewa kios tetap. Namun setelah ia memiliki kios tetap rasanya sudah sampai sana saja pencapaiannya. Ia ingin membuka cabang lain sulit sekali.*

## Apakah ini yang dinamakan mentok? Mengapa?

Padahal, pendapatan kotor rata-rata pelaku Usaha Mikro di Indonesia bisa mencapai kurang dari Rp10 juta per bulan atau Rp99 juta per tahun.

**Namun, untuk bisa naik ke kategori skala Usaha Kecil, omset penjualan kita harus bisa mencapai Rp2 miliar per tahun!**



From  
the People of Japan



# Inovasi dan Keunggulan



From  
the People of Japan



- Untuk menghindari bisnis menjadi mentok, perlulah inovasi.
- Inovasi berangkat dari nilai keunggulan produk.
- Produk bisa unggul karena:
  - Produk berkualitas
  - Harga bersaing
  - Produksi higienis
  - **Bisnis bertanggung jawab atas lingkungan**
- Jadi teruslah berinovasi!



# Ilustrasi Kasus Keunggulan



From  
the People of Japan



- *Coba datang ke sebuah pasar atau pameran yang mana ada dua toko batik yang bersebelahan. Mereka memiliki model yang sangat bagus dan sedang tren di masyarakat.*
- *Kedua produk tersebut sama-sama memiliki harga yang sama dan bersaing. Namun, toko batik yang di sebelah kanan menampilkan foto-foto para pengrajinnya yang merupakan wanita-wanita desa.*
- *Mereka pun memberikan narasi bahwa wanita tersebut diberdayakan agar bisa mendapatkan penghidupan yang layak. Kemudian juga menceritakan bahwa ada pengrajinnya yang tuli.*
- *Limbah hasil dari produk tersebut dibuat aksesoris ramah lingkungan yang dijual juga sebagai pelengkap batiknya. Sedangkan, di sebelah kiri, tokonya tidak memberitahu siapa yang membuatnya, mereka hanya menampilkan harga-harga saja. Menurut kamu, produk manakah yang lebih menarik konsumen?*



# Kepedulian Meningkatkan Nilai Keunggulan



From  
the People of Japan



- Konsumen kini lebih peduli tentang bagaimana rusaknya lingkungan dan berkurangnya daya tahan bumi, mereka tidak ingin berkontribusi kepada kerusakan bumi.
- Kemudian kita lihat juga, sebelum pandemi para investor hanya berfokus pada profit saja. Namun, sekarang kita banyak merenung bahwa, kita harus juga memperhatikan yang lainnya yaitu *profit, people, and planet* atau dalam kata lain bisnis yang lestari.
- Mungkin saat ini belum terdampak pada usaha-usaha kita. Namun, di masa yang akan datang pada jangka panjang semua akan semakin berlomba-lomba untuk menjadi hijau untuk mendapatkan pendanaan dan juga pasar yang lebih luas.
- **Perubahan itu harus dilakukan mulai sekarang, atau kita mau lihat bumi kita lebih buruk dari ini?**



# Langkah Awal Bisnis Lestari



From  
the People of Japan



1. Pola pikir atau *mindset*: pertama pola pikir hijau harus ada pada para wirausaha yang menyatakan bahwa bisnis lestari adalah hal yang harus dicapai.
2. Keterampilan dan pengetahuan atau *skill set*: keterampilan ini digunakan untuk dapat berinovasi menghasilkan produk dan layanan yang lebih baik dan hijau.
3. Alat dan metode atau *tool set*: prosedur dan metode yang dapat memantau bagaimana capaian organisasi bisa terealisasi.



# Kolaborasi UMKM dan Perusahaan Besar



From  
the People of Japan



- Salam Rancage didirikan oleh Aling Nur Naluri pada 2012.
- Berangkat dari masalah ekonomi, lingkungan dan sosial.
- Melihat banyak wanita di sekitarnya yang kurang penghasilan layak dan pencemaran di mana-mana serta terasa kurang eratnya ikatan sosial di komunitas mereka.
- Salam Rancage berfokus memproduksi kerajinan dari koran bekas.
- Saat ini sudah lebih dari 90 ibu berkontribusi di daerah Bogor dan Jakarta.
- Tak hanya itu, Kompas Gramedia juga melakukan kerja sama untuk membantu usaha ini untuk dapat memberdayakan masyarakat.



# Contoh Kasus 1: Rahsa Nusantara



- *Rahsa Nusantara merupakan bisnis minuman yang berawal dari pasangan suami istri di Bandung. Bisnis tersebut mulai dari usaha kecil dan bisa semakin besar.*
- *Sampai akhirnya mereka berada di titik terendah dan sadar bahwa untuk menjadi sebuah usaha yang besar tidak harus merugikan alam dan merugikan orang lain. Sehingga, mereka mencoba menciptakan produk dan cara melayani yang ramah lingkungan dan memberdayakan perempuan pada proses produksinya.*
- *Perubahan tersebut memberikan buah yang manis, saat pandemi justru lonjakan permintaan terjadi. Bisnis lestari bisa selalu jadi menguntungkan.*



# Contoh Kasus 2: Liberty Society



From  
the People of Japan



- *Liberty Society adalah sebuah bisnis pakaian yang ramah lingkungan dengan menerapkan inklusivitas dalam proses bisnisnya. Bisnis ini memberdayakan para perempuan yang mengungsi atau refugees dari negara-negara sedang berkonflik.*
- *Mereka tidak punya akses ke pasar. Pasar pun kian menguat dan mereka bisa menjadi produk-produk awal yang menggagas bisnis lestari. Tak lupa, Liberty Society juga membuat laporan dampak tahunan yang memukau banyak orang.*



# Contoh Kasus 3: Omah Cinta



From  
the People of Japan



- *Berawal dari keisengannya untuk mengisi waktu luang, Tri Indah sang pemilik bisnis Galeri Omah Cinta mulai membuat kerajinan tangan yang dibuat dari berbagai produk ramah lingkungan.*
- *Salah satunya yang terkenal adalah motif ecoprint yang didapat dari tanaman kering dan memberikan warna alami. Bisnisnya tumbuh dengan memiliki reseller di berbagai kota bahkan berencana untuk melebarkannya di Asia Tenggara.*



# Contoh Kasus 4: Kapten Cermo



- *Anggota Yonif MR 412/BES/6/2 Kostrad, Kapten Cermo Wijaya sangat suka dengan alam. Ia melihat potensi berbagai limbah kayu dibakar padahal masih memiliki nilai jual. Dengan potensi kreativitasnya ia mulai memotivasi masyarakat dan berbicara.*
- *Mulailah mereka membangun mebel dengan kayu limbah yang unik dan aneh yang justru memiliki nilai seni sendiri. Kini, kayu limbah tersebut bisa menjadi meja, kursi, dan lemari yang memiliki nilai jual. Furnitur tersebut dijual melalui media daring dan juga laris di pasar.*





From  
the People of Japan



ASYX  
Good And Beneficial Tech



UKM INDONESIA

topkarir  
Portal Karirnya Anak Muda Indonesia



## SUB BAB 2

# Berani Inovasi dan Tingkatkan Daya Saing dengan Prinsip Bisnis Lestari



# Laku Bukan Karena Banting Harga, Jual Nilainya!



From  
the People of Japan



Sekelumit cerita pengrajin di Yogyakarta, seorang ibu produsen pakaian dan kain batik. Biasa dijual per lembarnya Rp500,000.

- Suatu kali diundang 1 bulan bazaar ke sebuah mall premium di Jakarta. Beberapa hari jualan, susah sekali untuk laris. Padahal harga tidak dinaikkan, tetap dengan harganya yang minimum. Suatu hari sang anak memberinya masukan.

***“Bagaimana jika kemasannya dipercantik dengan kotak kado, diberi label nama brand dan tulisan “Warna alami hayati Jogja”?”***

Harga kain pun dinaikkan jadi Rp2 juta. Tahu apa yang terjadi? Kain malah laris! Padahal yang lebih sering kita lihat dilapangan, jika sedang diskon harga murah, baru bisa laku!

# Mengenali Nilai, Memahami Segmen Konsumen Lebih Dalam



From  
the People of Japan



- Dinamika pasar ini yang membuat setiap bisnis harus terus belajar memahami segmen konsumennya dengan lebih dalam.
- Menggambarkan siapa konsumen kita akan sangat erat dengan profil demografinya: seperti jenis kelamin, usia, suku, tingkat pendapatan, agama, atau lokasi misalnya (Bandung, Cimahi, atau bahkan sampai ke level kecamatan, sampai daftar nama2 komplek perumahannya)
- Namun di era digital tidak cukup, karena para pengusaha perlu tahu lebih dalam konteks yang dialami para pelanggannya. Ini penting karena kita sekarang bersaing dengan jutaan produk pilihan yang digenggam dari HP.



<https://teamwork.id/id/article/keunikan-konsumen-indonesia>

# Memahami Pelanggan



From  
the People of Japan



## Skill Set Memahami Pelanggan

- Persona konsumen/buyer berupa masalah dan tata nilai mereka dalam berbelanja. Hal ini menjadi penting karena sebuah inovasi akan terjadi jika produk kita menjadi solusi bagi konsumennya. Solusi yang meningkatkan kualitas kehidupan konsumen kita.

## Memahami Pelanggan

- Riset sederhana akan sangat membantu para pengusaha memahami konsumennya. Bentuknya adalah proses menggali lebih dalam kebiasaan hidupnya. Coba sempatkan banyak mengobrol dengan konsumen. Pilih 3-5 konsumen dan ajak berbicara dan gali pengalamannya. Jika perlu sungguh-sungguh mendengar umpan baliknya terhadap produk dan pelayanan kita.



<https://esgsuccess.com/back-to-basics-how-to-talk-to-your-customers/>

# Contoh Kasus



From  
the People of Japan



*Ani, Seorang produsen keripik singkong sehat diproduksi tanpa tambahan pengawet dan penguat rasa, harga terjangkau!*

*Diproduksi di Cimahi yang ingin ekspansi ke kota lain. Ingin sekali Ani melakukan ekspansi pasar keluar daerahnya. Apakah yang perlu dilakukannya?*

*Ani perlu mencari pelanggan yang menjadikan nilai tambah sehat di mana kriterianya adalah konsumen yang memilih camilannya tanpa pengawet dan penguat rasa.*



# Dewi



From  
the People of Japan



- Siapa Pelanggan yang memenuhi kriteria produk yang Ani hasilkan?
- Pelanggan bernama Dewi. Wanita karir berpendidikan dari kelompok pendapatan menengah atas. Beragam Islam dan tinggal di Depok, Jawa Barat. Di usianya yang menginjak 30-40 tahun, Dewi perlu memulai menjaga kondisi tubuhnya dengan menjaga konsumsi yang lebih sehat.

# Memetakan Persona

## Informasi Inti

Nama

Peranan

Profesi

Usia

Sedang peduli dengan apa terkait

Kesehatan/tubuhnya

Sedang peduli dengan apa terkait lingkungannya

Sedang peduli dengan apa terkait keluarganya

## Kategori Manakah Pelanggan Anda

Konsumen

Kustomer

Jika Kustomer, siapa yang jadi konsumen yang memakai / mengkonsumsi produk



From  
the People of Japan



## Kebiasaan

Bagaimana perjalanan pelanggan dari mulai la ingin membeli hingga la selesai mengkonsumsinya?

Bagaimana kebiasaan konsumen dalam berkonsumsi  
Bagaimana kebiasaan customer dalam membeli, apa pertimbangannya

Apa ketakutannya dalam mengkonsumsi produk

Apa harapan yang la inginkan dalam mengonsumsi produk?

## Tren

Tren negatif apa dikalangan konsumen seusianya, dan apa yang diwaspadai?

Tren positif apa dikalangan konsumen seusianya, dan apa yang diwaspadai?

## Lingkungan

Bagaimana lingkungan disekitar pelanggan?

# Dewi & Kesehariannya

## Gaya konsumsinya bagaimana?

*‘saya sudah jarang ngemil, tapi masih beli untuk anak dan suami; tapi saya atur agar camilannya beragam’*

## Goal atau harapan beliau seputar camilan:

*“menyehatkan, beragam, ingin ada solusi pengelolaan sampah kemasan seperti minyak gorengnya yang sudah bisa diisi ulang”*

## Masalah yang dirasakan:

*“Sampah plastik sisa konsumsi tidak ada yang kelola”*

*“Repot hubungi satu-satu produsen camilan”*



From  
the People of Japan



## Profil Pelanggan

Demografi

Usia

Pendidikan

Agama

Pendapatan,

dll yang kita anggap relevan  
dengan produk



# Memperkaya Pemahaman atas Konsumen



From  
the People of Japan



*“Pagi saya minum jus, ajak anak mandi dan sarapan, siap-siap sekolah, bikin kopi masukin ke termos untuk jadi teman saya dan suami kerja. Lalu ngeprint worksheet anak-anak dan dampingi School From home, kadang ini saya nyambi kerja juga (nulis, balas email). karena ada exercise tertentu saya bisa tinggal sebentar setelah anak saya kasi arahan. jadi bisa nyambi Jam 10 ke atas biasanya sudah bisa fokus kerja sampai jam 17-17:30 WIB.*

*Malam ya family time, nanti jam 10 ke atas saya kerja lagi. Sampai jam berapanya ya tergantung deadline! Sementara, diakhir pekan saya biasanya memasak dan coba-coba menu baru”*

### Aspek fungsional:

Menemukan kain yang dirancang oleh para ahli



### Hal utama yang perlu didapat; :

Saat Anda bersama teman-teman Anda bersenang-senang untuk mempererat hubungan.



From the People of Japan



Sumber Gambar; <https://www.instagram.com/telusurkultur/>

### Hal yang Dibutuhkan Pelanggan

### Dimensi Pribadi:

Merasa puas dan yakin dengan kualitas pakaian & pelayanannya



### Dimensi Sosial:

Anda ingin memperkuat citra Anda sebagai profesional yang unggul





## Contoh lain



From  
the People of Japan



- Jika usaha furniture atau home decoration, misalnya. Anda bisa menggali lagi misalnya, waktu bersama keluarganya terbiasa melakukan apa saja? Apa saja aktivitasnya serta kegiatan apa yang dilakukannya bersama? Mereka suka bermain apa? Dan pertanyaan-pertanyaan lain yang membantu kita memahami keadaan yang mereka lakukan dalam kehidupannya bersama keluarga.
- Hal ini bermanfaat agar kita bisa tahu secara lebih spesifik soal kapan dan bagaimana produk kita relevan untuk mengisi kebutuhan dan meningkatkan kualitas rutinitas mereka.

Jika kita sekarang berandai-andai menjadi penjual snack, apa yang harus dilakukan? **Apakah perlu memproduksi banyak jenis keripik? Apakah perlu menyediakan cara beli isi ulang?** Hal ini tentunya perlu didiskusikan secara internal tim di masing-masing bisnis.

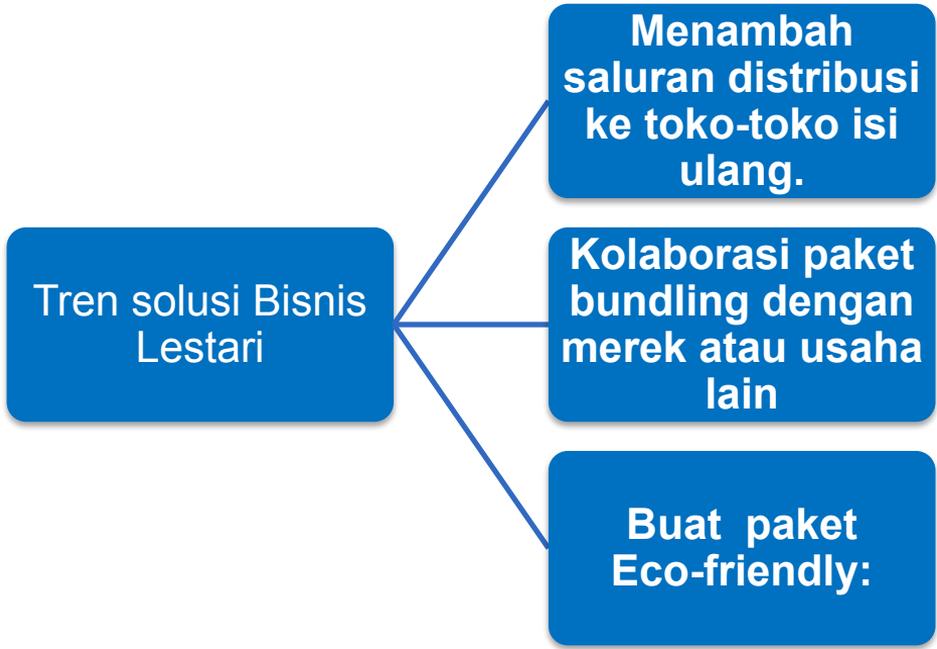


From  
the People of Japan





From  
the People of Japan





From  
the People of Japan



# Dimana Ide Inovasi Bisa Didapat?



From  
the People of Japan



# Bersama Tim, Inovasi bisa dilakukan dimana?

## Dapur

Mencipta Proses  
yang Efektif dan  
Esisen

- Model Keuntungan
- Jejaring
- Struktur Usaha
- Proses

## Produk/Jasa

Mencipta Produk  
yang Unggul

- Keunggulan Produk
- Sistem Produk

## Pengalaman

Mencipta perjalanan  
konsumen yang  
memuaskan

- Jasa
- Saluran
- Brand
- Ikatan Konsumen





From  
the People of Japan



### 3 Titik Mendapatkan Keuntungan Lebih Banyak

Mendapatkan keuntungan bisa kita dapatkan bukan saja dari **penjualan**, tapi bisa didapatkan dengan **melakukan usaha yang efektif dan efisien**, **menciptakan pengalaman konsumen** yang mengasyikkan sepanjang pelanggan mengkonsumsi produk kita.



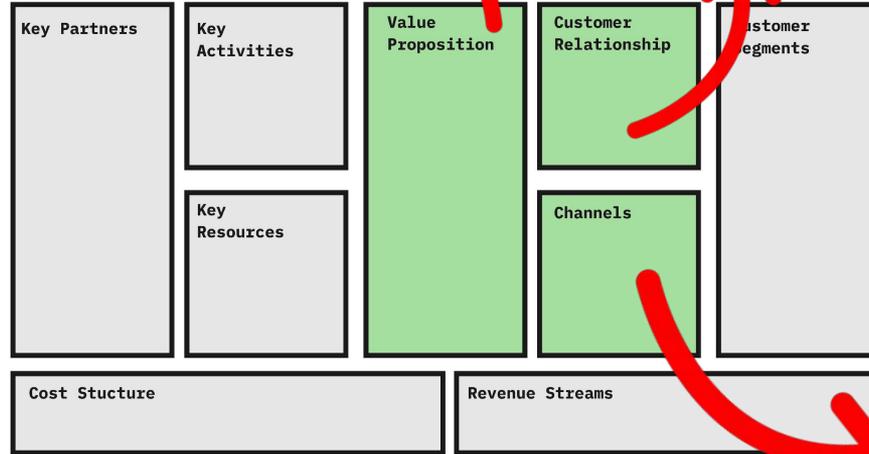
From  
the People of Japan



Ciptakan produk yang benar-benar **memberikan solusi bagi masalah pelanggan**. Lengkapi dengan aspek lainnya dari dimensi fungsi utama, budaya, emosional dan konteks yang melekat pada pelanggan

**Kunci kesetiaan kosumen dengan komunikasi yang personal**, berikan pelayanan yang terasa secara personal. Meminta umpan balik dan memberikan apresiasi atas umpan balik yang diberikannya.

Mulai saja  
dulu dari **3**  
**Aspek**  
**Berikut;**



Bangun secara inovatif & hubungan pelanggan yang kuat dengan saluran-saluran digital maupun pertemuan langsung yang hangat. **Sampaikan dengan pesan dengan cara dan saluran sesuai dengan sudut pandang dan karakter .pelanggannya**

# Ayo Mulai Bergerak dengan Bisnis Lestari!



From  
the People of Japan



# 1

Penuhi kebutuhan-kebutuhan pelanggan dengan **produk yang memberikan solusi** bagi mereka. Jangan lupa bahwa mereka tak hanya membutuhkan barangnya yang **memenuhi kebutuhan fungsionalnya, tapi juga kebutuhan emosionalnya, pribadinya dan kebutuhan sosialnya.**

# 2

Sampaikan pesan-pesan yang mengikatnya untuk menjadi setia dengan pelayanan yang personal baginya. **Tambahkan pesan-pesan yang menguatkan bahwa produk yang disampaikannya bukan hanya baik secara fungsional yang baik, tapi prosesnya dibangun dengan aktivitas-aktivitas yang merujuk pada perilaku Bisnis Lestari**

# 3

Pesan-pesan dinarasikan dengan baik sesuai dengan tata bahasa yang sesuai dengan karakter pelanggannya. **Sampaikan melalui saluran-saluran yang tepat, dipilih dengan seksama yang paling efektif menjangkau segmentasinya.** Buat juga narasi pada kemasannya dengan singkat padat jelas dan dipastikan dapat dipahami bukan saja terkait fungsi produk, namun prinsip-prinsip bisnis lestarnya tersampaikan dengan baik



From  
the People of Japan

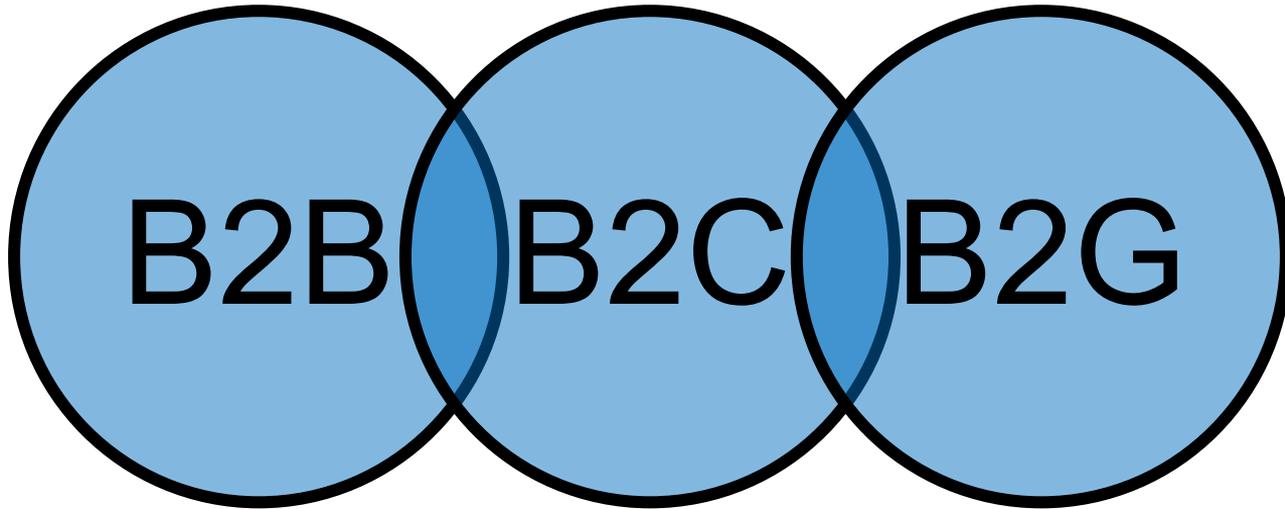


# Tawarkan Kerjasama dengan Pendekatan Bisnis Lestari

# Bermitra dengan Siapa



From  
the People of Japan



# Tawarkan Kerjasama dengan Pendekatan Bisnis Lestari



## Sirkular

- Menawarkan kerjasama untuk olah limbah kertas untuk dijadikan perlengkapan kantor di perusahaan itu juga, seperti tempat tisu, kotak penyimpanan, map, dll. Hal ini tentu akan menarik karena membantu perusahaan untuk lebih sirkuler, dan kerjasama ini bisa mereka masukkan ke Laporan Keberlanjutan tahunan perusahaannya.

## Pemberdayaan

### Masyarakat Sekitar

- Pelajarilah Jadi pelajarilah kalangan komunitas yang menjadi perhatian para usaha, apakah memiliki kecocokan atau tidak dengan komunitas yang bisnis kita berdayakan.

## Tata kelola yang baik

- Pada umumnya terdapat mekanisme tender yang transparan. Untuk bisa ikut, bisnis peserta tentu perlu berbadan usaha formal.

**Bisnis kita dapat** menawarkan proses pemberdayaan kelompok masyarakat sekitar tempat usaha dan kelompok marginal tertentu yang menjadi perhatian perusahaan yang kita bidik..

# Pelayanan atau Distribusi Non Food



From  
the People of Japan



## Untuk produk non-food ini terdapat beberapa ciri, diantaranya:

1. Tidak habis sekali konsumsi dan atau durasi pemakaian lama
2. Kurang bisa mengandalkan B2C atau konsumen retail saja, perlu masuk ke customer B2B atau perusahaan/organisasi.
3. Targetkan segmen B2B lebih luas lagi.
4. Sekarang sudah ada alokasi 40% anggaran pengadaan pemerintah untuk dipenuhi dari UMKM. Pemerintah sedang giat dalam upaya “pengadaan hijau”. Kesempatan yang bagus!



From  
the People of Japan



Dalam proses mengembangkan usahanya Bisnis Lestari dituntun untuk **mengembangkan fondasi berusaha yang baik, bertanggung jawab pada alam dan menuntun organanisasinya untuk menguasai bisnis yang bertanggung jawab dengan membangun budaya & perilaku organisasi** setahap dengan setahap menjadi organisasi pembelajar yang senang belajar dan berproses



From  
the People of Japan



# Ekolabel & Kepentingannya Bagi Bisnis Lestari



Penggunaan ekolabel untuk memberikan informasi produk kepada konsumen, saat ini sedang digalakkan di seluruh dunia. kandungan informasinya. **Seluruh ekolabel mengandung informasi objektif dan transparan.**

Ada sekitar 400 ekolabel di dunia untuk dibedakan sesuai prakteknya, kemampuan **dan terbukti melakukan green public merupakan suatu prioritas.**

Di Korea misalnya, masyarakat dapat memperoleh poin jika membeli produk-produk yang ramah lingkungan dan jika dapat digunakan dalam membayar banyak hal seperti bayar listrik salah satu kegunaannya.

Download from Dreamstime.com  
1932045  
Makjaja Sridhi | Dreamstime.com

# Pembelajaran



From  
the People of Japan



- Para pelaku usaha perlu berempati baik B2C, B2B maupun B2G, belajar mengkontekstualisasikan pelanggan dengan ruang, waktu dan keadaan dari kaca mata pelanggan.
- Sehingga dapat melakukan inovasi agar bisnis kita bukan sekedar menjual produk, tapi justru bisa menawarkan Solusi dan menghasilkan outcomes yang dibutuhkan pelanggan.



From  
the People of Japan



# *#JanganLelahBerproses*



From  
the People of Japan



ASYX  
Good And Beneficial Tech



UKM INDONESIA

topkarir  
Portal Karirnya Anak Muda Indonesia



# SUB BAB 3

## Langkah Sederhana Transformasi Memulai Bisnis Lestari

# Memulai Perubahan Paradigma



From  
the People of Japan



- Setelah memiliki cara pandang atau *mindset* lestari dan semangat untuk inovasi, pada bagian ini kita dapat memulai untuk menyusun langkah transformasi! Tapi sebelum membahas lebih jauh, apakah yang dimaksud dengan transformasi?
- **Transformasi adalah perubahan mendasar dan besar pada diri seseorang ataupun perusahaan. Mendasar karena bersifat paradigmatik atau mengubah cara pandang.**
- Transformasi juga adalah perubahan besar. Setelah terjadi perubahan paradigma, maka turunannya akan menjadi banyak berubah. Hal-hal mendetail akan sangat berbeda cara pandangannya, jauh berbeda dengan sebelum kita melakukan proses merubah cara pandang.



# Transformasi UMKM

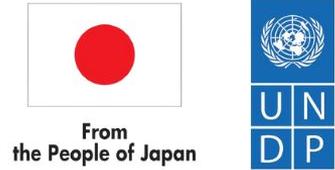


From  
the People of Japan



- Filosofi dasar menjadi sangat penting untuk menekankannya pada perubahan cara kerja, yang secara umum, akan memiliki dampak biaya yang sangat minimum.
- **Bisa jadi mungkin daftar kegiatannya saja bisa cukup banyak. Tapi karena usahanya masih kecil, maka perubahan ini memiliki kesulitan yang relatif lebih mudah ditangani.**
- Transformasi mungkin dapat juga dikatakan sebagai proses hijrah menjadi lebih baik dengan paradigma yang sesuai untuk melakukan proses perubahan.

# Apa saja yang perlu untuk memulai langkah transformasi?



- Langkah-langkah transformasi sebaiknya dimulai dengan daftar langkah aksi prioritas.
- **Melakukan proses identifikasi secara detail dan mengurutkannya dalam prioritas yang diselesaikan satu persatu dalam setiap urgensinya.**
- Melakukan evaluasi terstruktur pada praktik perusahaannya saat ini.

Salah satu toolkit atau alat bantu untuk melakukannya, bisa menggunakan **kuesioner GUSTI untuk Bisnis Lestari.**

## **GUSTI**

adalah **perangkat evaluasi** yang sangat mudah dalam mengidentifikasinya. Terdiri dari 25 pertanyaan **yang hanya perlu dijawab dengan Ya dan Tidak.**  
Sangat mudah!

# Pilar Penting Bisnis Lestari

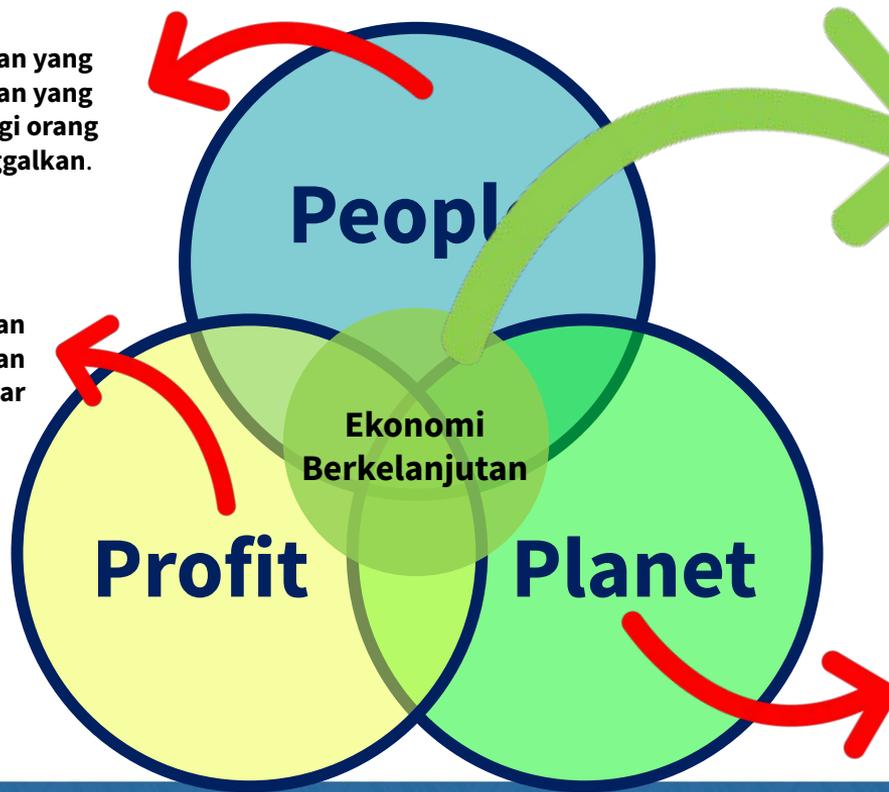


From  
the People of Japan



Melahirkan legacy. **Warisan yang berupa nilai-nilai kehidupan yang dapat menjadi suri teladan bagi orang yang ditinggalkan.**

Model Bisnis yang **Berkembang dan dapat menyesuaikan dengan kebutuhan pasar**



Bisnis Lestari dalam jangka panjang akan **melahirkan bisnis yang adaptif, dampak positif dan kesuksesan jangka panjang**

Keberlanjutan, **kelestarian dan berkembangnya dampak sosial, ekonomi dan lingkungan**



From  
the People of Japan



# G U S T I



From  
the People of Japan



# G; Gesit Digital.

Di era sekarang, (*Agile*) **Gesit Digital sangat penting agar kita bisa hemat kertas, mengurangi emisi akibat transportasi, dan juga, menghemat waktu.**



From  
the People of Japan



# U; Untung

Untung berisi tentang bagaimana UMKM **berstrategi agar sebisa mungkin perusahaan bisa untung terus, baik melalui perluasan pasar dan omset, penghematan, atau keduanya.** Kemudian strategi ini dapat dijaga keberlanjutannya.

# S; Sirkuler



From  
the People of Japan



Sirkuler dimaksudkan agar UMKM melakukan upaya agar sisa atau limbah usahanya itu digunakan kembali (reuse) atau setidaknya diolah kembali (recycle).

Jika **reuse itu artinya dipakai ulang oleh bisnisnya sendiri**, maka **recycle dapat dilakukan dengan melakukan kerjasama dengan pendaur ulang lain, bahkan dalam prakteknya bisa dijual.**

Yang utama adalah **kita dapat mengambil upaya agar limbah yang dihasilkan dapat dikelola dengan baik hingga tidak menumpuk begitu saja di pembuangan akhir.**



From  
the People of Japan



# T; Tahan Banting

Dalam bahasa Inggris, tahan banting dikenal sebagai **resilience**. Tahan banting distartegikan dengan **beragam upaya yang dilakukan UMKM agar ia memiliki beragam alternatif dengan menyiapkan jaring-jaring pengaman untuk ragam jenis risiko yang mungkin dihadapi.**

# I; Inklusif



From  
the People of Japan



Inklusif adalah lawan kata dari eksklusif.

Artinya, **Bisnis Lestari memberi ruang partisipasi bagi tim atau karyawan, masyarakat sekitar, bahkan yang lebih mulia lagi, memberi ruang keterlibatan masyarakat marginal tertentu** agar bisa meraih pendapatan melalui rantai pasok bisnis yang didirikan.

Semua ini diperuntukkan bagi kebaikan bagi bisnis, bumi, tim dan masyarakat yang bahagia. Jika kesemuanya dipastikan kebahagiaannya maka bisnis juga akan lancar kedepannya.



From  
the People of Japan



# Toolkit

Gesit Digital		
1	Memil dua dari 2 anggota tim mampu mengoperasikan beberapa aplikasi digital yang penting untuk mendukung produktivitas dan kesepatan perusahaan: misal:an perubahan (OHR, media sosial, e-commerce)	1
2	Menghasilkan produk dan layanan yang membantu masyarakat menyelesaikan permasalahan atau keinginannya, serta dapat dibeli masyarakat secara online minimal dua saluran digital	0
3	Memiliki tim yang kompak dan adaptif, yang mampu mengoptimalkan minimal 2 saluran digital untuk koordinasi, diskusi, saling memotivasi keil kerja, dan melakukan berbagai approval atau persetujuan atau hasil atau rencana kerja	1
4	Memiliki pemimpin perusahaan yang pro-aktif/empower yang dengan memiliki kontak lebih dari 50 mitra perusahaan, menjadi anggota di minimal 2 organisasi komunitas, dan mudah diakses oleh seluruh bagian internal secara online	1
5	Memiliki 1 bulan 1 kali melakukan review feedback konsumen baik dengan mengamati komen dan review konsumen di berbagai platform digital maupun dengan dilakuk evaluasi langsung, untuk memastikan arah inovasi bebas dari masukan konsumen	1

Untung		
1	Tetap tahu ada upaya terstruktur untuk membuka potensi pasar baru, dengan merancang produk dan layanan berbasis konsumen, memahami, mengoptimalkan, dan memasarkan	1
2	Selera terstruktur merencanakan dan menyelenggarakan kegiatan untuk memperkuat hubungan baik dengan konsumen dan mengoptimalkan melalui sisi nilai/benefit/utama konsumen, yang terulang di tingkat dan konsumen untuk perusahaan, dan selanjutnya, minimal 5 aktivitas per tahun	1
3	Mengoptimalkan cara atau cara baru, baru, atau cara yang lebih baik, produk, sampai pada saat ini dilakukan, promosi, dan pengembangan hubungan baik dengan konsumen, melalui diskusi dengan mentor atau ahli minimal 3 kali dalam setahun	0
4	Memiliki formula profit yang mengidentifikasi setidaknya 2 produk atau kegiatan sumber profit yang dijadikan andalan perusahaan di setiap tahunnya (contoh: sumber profit di dalam usaha masih, yang penting, penting, dan esensial, dan dapat bertahan dalam situasi yang menantang yang didasarkan ke konsumen adalah pelanggan, dan diposisikan sebagai bagian dari manuver promosi dan membangun wawasan konsumen)	0
5	Mengalokasikan sebagian untung perusahaan untuk mengungkap keterbatasan perusahaan terhadap bisnis inti, dengan mengembangkannya ke peluang di wilayah lain seperti deposito, saham, sewa tanah, kendaraan atau bisnis lain, dengan pertimbangan risiko dan manfaat yang matang	0

Sirkuler		
1	Memiliki 50% bahan baku produk rumah lingkungan (ayu beton, organik, nonplastik, kesediaan legal, dll) dan 50% komponen kemasan dari material yang bisa dipakai ulang (brass atau bahan yang sejenis)	1
2	Memiliki telah mengupayakan agar sisa produksi/deskru kembali sehingga tidak menimbulkan lingkungan (dibuat kembali atau digunakan secara langsung maupun tidak langsung)	1
3	Memiliki telah mengupayakan agar sisa produksi/deskru kembali untuk mendukung siklus bisnis	1
4	Memiliki telah ada upaya kekinian energi alternatif bisnis dengan penggunaan energi yang berasal dari sumber terbarukan (solar, organik, atau tenaga air, dll)	1
5	Mengkomunikasikan data capaian upaya sirkuler bisnis di berbagai media publikasi (brosur, buku, pdf, media sosial, siaran pers, dll)	1

Tahan Banting		
1	Memiliki kontak dan hubungan baik dengan lebih dari 15 merek/kelembagaan pemasok bahan baku maupun kemasan	1
2	Keputusan di minimal 2 komposisi/komponen atau material/teknologi yang dapat menjadi alasan pengaman ketika terjadi masalah atau hambatan tertentu	0
3	Mengikuti program asuransi untuk memitigasi risiko, minimal keaja asuransi kesehatan pribadi dan kendaraan tetap, serta asuransi mobil/kelembagaan di tingkat kota	1
4	Memiliki dengan aset (tanah, aset, hewan ternak, emas, dll) dengan nilai yang cukup untuk menjadi sumber biaya modal bisnis selama 5 bulan, dan cadangan kas sendiri minimal tiga bulan biaya rutin	0
5	Memiliki dapat cara alternatif yang melalui atau Standar Operasional Prosedur untuk memitigasi proses transfer pengetahuan kepada karyawan baru atau karyawan pengganti, memitigasi proses produksi dan Customer Service (FAQ, dll)	1

Inklusif		
1	Memiliki forum pertemuan atau imediasosial untuk seluruh jaban tim berpendapat, mengupayakan kerjasama, dan mengoptimalkan hubungan perbaikan, minimal 3 bulan sekali	1
2	Melibatkan kelompok masyarakat di sekitar tempat usaha dan/atau masyarakat tertentu yang langsung diuntungkan, harapadanya, melalui profil jejaring, dll sebagai mitra di dalam rantai pasok bisnis	0
3	Memiliki usaha yang sesuai dengan peraturan UMK setempat minimal untuk karyawan tetap dan memastikan kesejahteraan bagi karyawan atau bisnis terdampak secara signifikan dan saling menguntungkan	1
4	Mengalokasikan sumber daya untuk meningkatkan keterampilan mitra komunitas dan lapangan pada program rutin tahunan	0
5	Memiliki mekanisme partisipasi kesempatan atau penyampaian saran/masukan bagi tim internal dan mitra komunitas dan terlibat dalam pengambilan keputusan strategi perusahaan	1

Rekapitulasi GUSTI		
G	Gesit Digital	4
U	Untung	2
S	Sirkuler	5
T	Tahan Banting	3
I	Inklusif	3

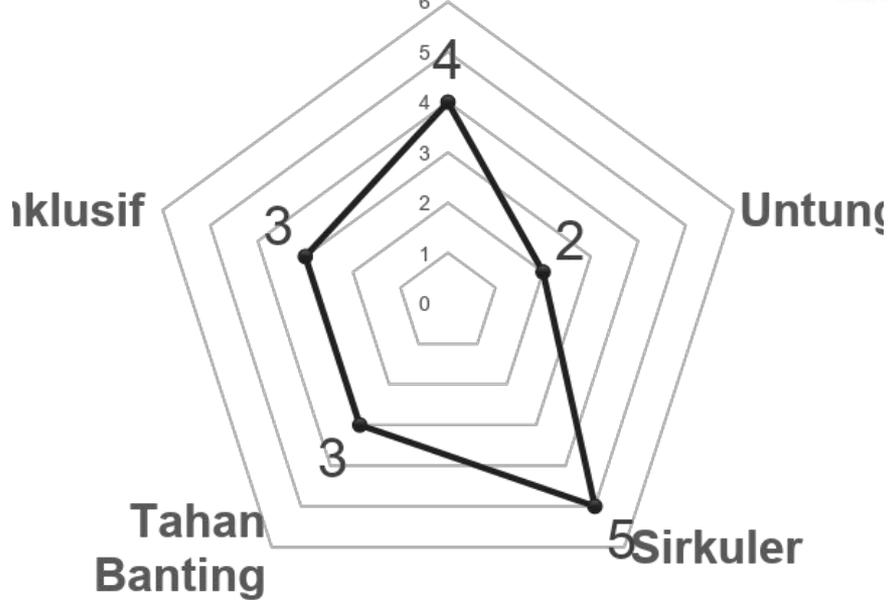
17



From the People of Japan



# GUSTI STORE





From  
the People of Japan



# 25 Daftar Langkah Prioritas GUSTI

# Gesit Digital



From  
the People of Japan



1. Minimal 2/3 anggota tim **mampu mengoperasikan beberapa aplikasi digital yang penting untuk mendukung produktivitas dan kecepatan perusahaan merespon perubahan seperti microsoft office, media sosial, dan ecommerce.** (Ya/Tidak)
2. **Menghadirkan produk dan layanan yang membantu masyarakat menyelesaikan permasalahan atau keinginannya, serta dapat dibeli masyarakat secara online melalui minimal dua saluran digital.** (Ya/Tidak)
3. **Memiliki tim yang kompak dan adaptif,** yang mampu mengoptimalkan minimal 2 solusi digital untuk koordinasi, diskusi, saling mereview hasil kerja, dan melakukan berbagai persetujuan atas hasil atau rencana kerja. (Ya/Tidak)
4. **Memiliki pemimpin perusahaan yang pro-aktif memperluas jejaring dengan memiliki kontak lebih dari 50 mitra perusahaan, menjadi anggota di minimal 3 organisasi/komunitas (offline atau online), dan mudah diakses oleh seluruh jajaran timnya (minimal secara online).** (Ya/Tidak)
5. Minimal 1 bulan 1 kali melakukan sesi review umpan balik konsumen baik dengan mengamati komen dan review konsumen di berbagai platform digital maupun dengan diskusi evaluasi bersama tim, untuk memastikan arah inovasi berbasis masukan konsumen. (Ya/Tidak)

# Untung



From  
the People of Japan



- 1. Setiap tahun ada upaya terstruktur untuk membuka potensi pasar baru dengan merancang produk dari kacamata kebutuhan konsumen, memvalidasi, mengukur besaran pasarnya. Melakukan** perhitungan terlebih dahulu, berapa jumlah penduduk potensial, sudah berapa produk sejenis disana, dan lain sebagainya. (Ya/Tidak)
- 2. Mengeksplorasi cara-cara baru berusaha - dari sisi pengadaan bahan baku, produksi, sampai pada urusan distribusi, promosi, dan pembangunan hubungan baik dengan konsumen - melalui diskusi dengan mentor atau ahli minimal 3 kali dalam setahun.** Kita mengajak mentor atau ahli mengevaluasi usaha kita apakah ada yang bisa dirubah agar lebih efisien atau produktif. (Ya/Tidak)
- 3. Secara terstruktur merencanakan dan menyelenggarakan kegiatan untuk memperkuat hubungan baik dengan konsumen dan mengunci loyalitasnya.** Contohnya , memiliki sesi ngopi bersama konsumen atau reseller untuk mengakanya urun sumbang ide inovasi dari konsumen untuk perusahaan, dan sejenisnya, minimal 5 aktivitas per tahun. Ini penting banget agar kita bisa empati dan mendalami apa yang penting dan diharapkan dari bisnis kita. (Ya/Tidak)
- 4. Memiliki formula profit yang mengidentifikasi setidaknya 5 produk atau kegiatan sumber profit yang dijadikan andalan perusahaan di setiap tahunnya.** Contoh untuk bisnis rumah makan, kita memiliki strategi bahwa sumber profit adalah es teh manis, ayam goreng, pepes jamur, es jahe, dan paket training masak ayam goreng; menu lain yang ditawarkan ke konsumen adalah pelengkap atau variasi. (Ya/Tidak)
- 5. Mengalokasikan sebagian untung perusahaan untuk mengurangi ketergantungan terhadap bisnis utama.** Contoh, dari seluruh profit, 10% ditempatkan ke peluang investasi lain seperti deposito, saham, hewan ternak, waralaba, atau bisnis lain, tentunya dengan pertimbangan risiko dan imbal hasil yang matang. (Ya/Tidak)

# Sirkuler



From  
the People of Japan



1. **Minimal 50% bahan baku produk ramah lingkungan (Eco label, organik, non-pestisida, bersertifikasi legal, dll) dan 50% komponen kemasan dari material yang bisa dipakai ulang (reuse) atau didaur ulang (recycle).** (Ya/Tidak)
2. **Minimal telah mengupayakan agar sisa produksi dikelola kembali (recycle) sehingga tidak mencemari lingkungan atau menumpuk di tempat pembuangan sampah, baik secara langsung atau tidak langsung melalui kemitraan.** Jika baru ada 1 action pun tidak masalah. (Ya/Tidak)
3. **Minimal ada sisa atau limbah produksi yang dipakai kembali (reuse) untuk mendukung aktivitas bisnis.** Misalnya, membuat program diskon bagi konsumen yang mengembalikan botol produk, atau jika produk kerajinan, furnitur dan fashion, terdapat program pengembalian baju pre-loved (bekas) untuk diolah lagi untuk dibuat jadi produk baru. (Ya/Tidak)
4. **Minimal telah ada upaya efisiensi energi penunjang bisnis (termasuk penggunaan energi yang berasal dari sumber terbarukan seperti biogas, solar panel, listrik tenaga air, dll) )** Contoh paling mudah, ganti lampu saja dulu agar hemat listrik, atau buat ruang kerja yang paparan cahayanya luas, jadi siang hari benar-benar tidak perlu pasang lampu. Banyak lho tempat usaha yang siang-siang juga masih perlu pasang lampu. (Ya/Tidak)
5. **Mengkomunikasikan data capaian upaya sirkuler bisnis di berbagai media publikasi (kemasan, label, profil media sosial, Company profile dll).** Misalnya membuat konten di media sosial sebulan sekali dan menuliskan: *“Yey, bulan ini kami sudah mengolah kembali 100 kg sampah organik dari dapur kami”* (Ya/Tidak)

# Tahan Banting



From  
the People of Japan



1. **Memiliki kontak dan hubungan baik dengan lebih dari 3 mitra/kolega pemasok bahan baku maupun kemasan.** Jangan hanya memiliki 1 pemasok saja. (Ya/Tidak)
2. **Tergabung di minimal 2 komunitas/ekosistem solidaritas tertentu yang dapat menjadi jejaring pengaman ketika terjadi masalah atau hambatan tertentu.** Ini beda ya dengan komunitas bisnis, melainkan lebih ke komunitas pendukung lain, misalnya akrab dengan keluarga besar, alumni SMA, dan sebagainya. (Ya/Tidak)
3. **Mengikuti program asuransi untuk memindahkan risiko, minimal berupa asuransi kesehatan pemilik dan karyawan tetap, serta asuransi musibah/kecelakaan di tempat kerja.** (Ya/Tidak)
4. **Memiliki cadangan aset (kas, stok, hewan ternak, emas dll) dengan nilai yang cukup untuk menutupi seluruh biaya rutin bisnis selama 6 bulan; dan cadangan kas sendiri minimal bisa menutupi 3 bulan biaya rutin.** Jadi jika terjadi kerugian, usaha masih memiliki cadangan untuk menjamin keberlanjutan usaha sambil memikirkan strategi selanjutnya. (Ya/Tidak)
5. **Memiliki dokumen profil usaha serta Standar Operasional dan Mutu tertulis untuk memudahkan proses transfer pengetahuan kepada karyawan baru atau karyawan pengganti, minimal terkait proses produksi dan Customer Service (FAQ, dll).** (Ya/Tidak)

# Inklusif



From  
the People of Japan



1. **Memiliki forum/ pertemuan rutin/mekanisme untuk seluruh jajaran tim berpendapat, menyampaikan komplain, dan mengajukan gagasan/usulan perbaikan. Minimal 3 bulan sekali aja.** Lebih cepat ya lebih baik. (Ya/Tidak)
2. **Melibatkan kelompok masyarakat di sekitar tempat usaha dan/atau masyarakat marginal tertentu (orang dengan disabilitas, narapidana, remaja putus sekolah, dll) sebagai mitra di dalam rantai pasok bisnis.** Agar mereka juga bisa meraih penghasilan dari bisnis kita. (Ya/Tidak)
3. **Memberi upah yang sesuai dengan peraturan UMR setempat minimal untuk karyawan tetap dan memastikan kesepakatan harga bersama mitra bisnis terjadi secara sukarela dan saling menguntungkan.** (Ya/Tidak)
4. **Mengalokasikan sumber daya untuk meningkatkan keterampilan mitra komunitas dan karyawan pada program rutin tahunan** Misalnya, buat program pelatihan gratis tahunan, ini bisa dikemas dengan program wajib jadi relawan untuk karyawan misalnya 4 jam setahun. (Ya/Tidak)
5. **Memiliki mekanisme partisipasi kepemilikan atau penyampaian saran/masukan bagi tim internal dan mitra komunitas untuk terlibat dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan.** Misalnya waktu pandemi nih, keputusan untuk potong gaji semua, atau ada yang diPHK, ini kan bisa diambil bersama. Cukup banyak yang lakukan ini dan justru tim nya jadi makin solid. Setelah evaluasi semua, nanti kelihatan mana yang sudah dan belum checklist kan? tinggal diskusikan bersama tim, perbaikan mana yang ingin diprioritaskan terlebih dulu. (Ya/Tidak)

# Yuk Isi Toolkit GUSTI



From  
the People of Japan



<https://bit.ly/toolkitgusti>



From  
the People of Japan



ASYX  
Good And Beneficial Tech



UKM INDONESIA

topkarir  
Portal Karirnya Anak Muda Indonesia



# MARI BERGESER JADI BISNIS LESTARI



From  
the People of Japan



# Modul 2: Dokumentasi untuk Komunikasi Bisnis dan Membangun Standar Mutu sesuai Prinsip Bisnis Lestari

# Daftar Subbab



From  
the People of Japan



2.4. Menyusun Dokumen Profil Bisnis Lestari

2.5. Siap Melaju dengan Standar Mutu dan Standar Operasional

2.6. Cermat Mengelola Berbagai Risiko Bisnis



From  
the People of Japan



ASYX  
Good And Beneficial Tech



UKM INDONESIA

topkarir  
Portal Karirnya Anak Muda Indonesia



# SUB BAB 4

## Menyusun Dokumen Profil Bisnis Lestari

# Mengapa Dokumentasi Penting?



From  
the People of Japan



- Dengan dokumentasi kita bisa:
  - Membangun rasa percaya calon mitra bisnis
  - Transfer visi dan keterampilan kepada karyawan
- Sebuah hasil riset yang menyatakan bahwa kemungkinan sukses menggapai sukses atau cita-cita bisa meningkat sampai dengan 300% jika dituliskan secara **detail** dan **komprehensif**.
  - Detail, yaitu mencakup data dan informasi yang terukur.
  - Komprehensif itu artinya mencakup ruang lingkup aspek yang lengkap.
- Untuk Bisnis Lestari, perlu penyesuaian terhadap *Standar Global Reporting Initiatives*, yang saat ini sudah menjadi rujukan ribuan perusahaan di dunia, dalam menyusun Laporan Keberlanjutan Bisnisnya.

# Profil Usaha



From  
the People of Japan



- **Profil Usaha** ini adalah **alat komunikasi untuk menceritakan diri dan bisnis kita sebagai bisnis yang ulung dan lestari.**
- **Profil usaha ini BEDA dengan katalog produk.**



Contoh Profil Usaha Lestari

≠



Contoh Katalog Produk

# Contoh Isi Profil Usaha



From  
the People of Japan



**BRIEF CORPORATE PROFILE**

**Company Profile**

Company Name  
PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

Date of Establishment  
16 December 1895

**Head Office**  
Central Office (Pusat)

Head Office  
BRI Building – Jalan Jenderal Sudirman  
Kai: 44-46, Jakarta, 10210

Telephone  
(62-21) 251-0244, 251-0254, 251-0264,  
251-0269, 251-0279

Fax  
(62-21) 250-0077

**Ownership and Legal Entity**

- Limited Liability Company.
- Listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) on 10 November 2003
- Stock code – BBR
- Shareholding:
  - a. Government of Indonesia – 56.75%
  - b. Public – 43.25%

**Activities, Brands, Products and Services**

Activities  
Banking and Financial Services

Products and Services  
Information on BRI's products and services can be accessed through the website <http://bri.co.id>, BRI Annual Report and BRI Sustainability Report.

**Operational Area**

Six countries - Indonesia, the United States (New York, Cayman Island, Hong Kong, Singapore, and Timor Leste.

**Markets Served**

Stakeholders  
General Public, Government and Corporate

Business Segment  
Micro, small and medium enterprises, Corporates

Geographical Segment  
Regions of Indonesia, Asia and the United States.

1 PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Sustainability Report 2020

**Employees and Other Staff Information**

BRI's workforce consists of permanent employees, contract employees and trainees. All employees are protected by the Collective Labor Agreement (PKB) for the 2019-2021 period. The number of workers as of December 31, 2020 was 88,184 people, a decrease from 91,620 in 2019. There were 61,508 workers who are members of the BRI Workers' Union by the end of 2020 or 68.27% of all employees. This report does not include the number of other staff, namely outsourced staff employed in BRI's work units. All information related to employees is based on Human Capital Business Partner Division's data.

**Number of Employees by Employment Status and Gender**

Breakdown	2018		2019		2020	
	Men	Women	Men	Women	Men	Women
Permanent Employees	45,209	39,714	41,763	20,026	42,060	20,378
Contract employees	10,021	18,949	10,543	19,318	8,773	16,923
Trainees	13	14	364	108	47	53
<b>Total</b>	<b>55,243</b>	<b>58,663</b>	<b>52,297</b>	<b>39,323</b>	<b>50,830</b>	<b>37,354</b>

**Number of Employees by Location and Gender**

Location	2018		2019		2020	
	Men	Women	Men	Women	Men	Women
Greater Jakarta Region	8,295	6,606	7,899	6,379	8,378	6,627
Sunarta Region	82,859	7,344	10,342	7,493	10,754	7,110
West Java Region	5,861	5,500	5,832	3,422	5,515	5,138
Central Java & Di Yogyakarta Region	8,297	6,739	8,503	6,534	8,327	6,348
East Java Region	7,035	5,633	7,206	5,837	6,976	5,543
Central & Eastern Indonesia	10,902	8,835	11,882	6,662	10,810	8,792
Other Regions	31	6	33	6	30	6
<b>Total</b>	<b>151,280</b>	<b>138,663</b>	<b>152,297</b>	<b>139,323</b>	<b>150,830</b>	<b>137,354</b>

2 PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Sustainability Report 2020

**DISTRIBUTION OF BENEFITS (Billion Rp)**

Payments to Fund Owners

Year	Value (Billion Rp)
2020	20,163
2019	16,716
2018	13,048

Tax Payments

Year	Value (Billion Rp)
2020	16,612
2019	17,563
2018	16,813

Partnership and Environmental Funds

Year	Value (Billion Rp)
2020	413
2019	558
2018	507

**SUSTAINABLE SOCIAL DEVELOPMENT**

**SERVING THE COMMUNITY**

**AgenBRILink**  
Number of BRILink Agents (Branchless Banking)

Year	Value
2018	401,550
2019	422,160
2020	504,233

**BRIFast Remittance**  
Amount of BRIFast Remittance Transactions

Year	Value
2018	6,851,999
2019	7,655,650
2020	7,945,030

**AgenBRILink**  
Number of BRILink Agents in Remote, Underdeveloped and Frontier Regions

Year	Value
2018	36,776
2019	39,328
2020	47,845

3 PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Sustainability Report 2020

# Contoh Isi Katalog Produk



From  
the People of Japan



## 01

### Business Process Outsourcing (BPO) / Business Process Management (BPM)

*Business Process Outsourcing (BPO) / Business Process Management (BPM)* merupakan kegiatan pengalihan sebagian proses bisnis perusahaan kepada pihak ketiga dengan tujuan untuk efisiensi biaya serta mengurangi resiko pada perusahaan sehingga perusahaan dapat lebih fokus pada bisnis intinya.

Solusi layanan BPO/BPM mendukung peningkatan kinerja perusahaan diantaranya melalui **Shared Service Operation** (meliputi layanan *Finance & Accounting, General Affairs, ATM Managed Service, Cash Management, Human Resources, dan Others*), serta **Health Services** (meliputi layanan *Integrated Health Claim Management dan Employee Health Services*).

Ruang lingkup layanan dapat disesuaikan berdasarkan kebutuhan dan skala bisnis perusahaan.

### SHARED SERVICE OPERATION

*Shared Service Operation* merupakan solusi layanan pengelolaan kegiatan operasional perusahaan melalui *sharing resources, standarisasi dan digitalisasi proses, konsolidasi, integrasi sistem, dan self-service* sehingga dapat meningkatkan produktivitas perusahaan dengan membuat proses menjadi lebih *lean, efisien dan efektif*. Solusi layanan *Shared Service Operation* meliputi *Finance & Accounting, Human Resources, General Affairs, Cash Management, ATM Managed Service*, serta kegiatan operasional perusahaan lainnya sehingga perusahaan menjadi lebih fokus pada fungsi strategis dan *core business-nya*. Ruang lingkup layanan ini dapat disesuaikan berdasarkan kebutuhan perusahaan.

### FINANCE & ACCOUNTING

Solusi *Shared Service Finance & Accounting* meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam proses keuangan dan akuntansi perusahaan. Solusi ini meliputi *Invoice to Pay, Bill to Cash, General Ledger, Fixed Asset, dan Reporting*.

- |   |  |
|---|--|
| <b>A. Invoice to Pay (Account Payable)</b><br>Layanan ini meliputi <i>invoice processing project/mon project, invoice payment processing, month-end reporting, master data vendor</i> , serta <i>travel &amp; entertainment claim</i> . | <b>D. Fixed Asset</b><br>Layanan ini meliputi <i>depreciation dan disposal</i> .           |
| <b>B. Bill to Cash (Account Receivable)</b><br>Layanan ini meliputi <i>generate invoice, customer admin, receipt processing, master data mgmt</i> serta <i>month-end reporting</i> .  | <b>E. Reporting</b><br>Layanan ini meliputi <i>trial balance dan financial statement</i> . |
- 

### Manfaat

- Menghilangkan redundansi melalui standarisasi proses keuangan dan akuntansi perusahaan.
- Mengoptimalkan *cash & working capital management* melalui pengelolaan dan percepatan proses *invoice to pay dan bill to cash*.
- *Clear segregation process, compliance, auditable, accurate, dan traceable* untuk mendukung *Good Corporate Governance (GCG)*.

Katalog Produk Telkom Digital Solution 2021 | 1

# Bagian Profil Usaha: Sampul



From  
the People of Japan



Halaman Sampul berisikan:

- Nama Usaha
- Logo Usaha
- Tulisan “Profil Usaha Bisnis Lestari”
- Tahun laporan, misalnya “2021”

*Sambal Dewinta*

Tolong Jangan Marah kalau Ketagihan!

Profil Usaha Bisnis Lestari 2021

CV Sambal Dewinta Nusantara

1

Contoh Sampul

# Bagian Profil Usaha: Sambutan Pemilik



From



- Sambutan Direktur atau Pemilik yang menceritakan soal kapan usaha mulai berdiri, mengapa didirikan, tahun-tahun di mana peristiwa atau capaian penting terjadi, lalu perkembangan bisnis ke depan.
- Dalam konteks bisnis lestari, perlu disampaikan juga cerita soal rencana untuk mengurangi limbah atau meningkatkan dampak sosial bisnis kita.

## SAMBUTAN PEMILIK 102-14

*Petunjuk: Tuliskan komponen-komponen di bawah ini dalam tiga paragraf:*

- *Komitmen UMKM untuk memberikan dampak positif secara sosial dan lingkungan hidup*
- *Fokus isu lingkungan dan sosial yang menjadi perhatian UMKM*
- *Capaian tahun ini dalam bentuk pointers*
- *Strategi bisnis dan sustainability ke depan untuk meningkatkan dampak positif*

Foto:

Nama, Jabatan

Contoh Format Sambutan Pemilik

# Bagian Profil Usaha: Sejarah Perusahaan



From



## SEJARAH PERJALANAN PERUSAHAAN

*Petunjuk: Ceritakan sejarah berdiri dan perjalanan perusahaan anda dalam 2 paragraf singkat:*

- *Pendiri, kapan, dan mengapa usaha didirikan*
- *Tahapan perkembangan signifikan dari bisnis sejak berdiri hingga saat ini (misal. gunakan pointers diikuti dengan waktu)*
  - o *Tahun 1995: UMKM didirikan oleh Ibu Maya untuk memproduksi makanan sehat terjangkau oleh masyarakat.*
  - o *Tahun 2000: UMKM membuka cabang pertama di Semarang.*

Berdiri sejak tahun 1999, Cailys merupakan UKM yang memproduksi rengginang homemade khas Bandung. Selama dua puluh tahun, Cailys berhasil melakukan inovasi terhadap produknya melalui perkembangan di bawah ini:

- Tahun 2015 : Cailys memproduksi berbagai varian rasa rengginang, seperti rasa barbeque, keju, rendang, dan lain-lain.
- Tahun 2019 : Cailys berinovasi dalam hal bentuk untuk menghasilkan produk rengginang mini yang ditargetkan untuk kalangan muda.
- Tahun 2021 : Cailys membuka kantor cabang di Palembang.
- Tahun 2022: Cailys berhasil meningkatkan produktivitas per bulan dari 100 pcs menjadi 150 pcs

Sejarah Perusahaan, ini bisa dituliskan dengan:

- Paragraf cerita singkat,
- Lalu disusun poin-poin tahun penting dan peristiwa di tahun tersebut,
  - Tahun usaha berdiri,
  - Tahun dapat sertifikat PIRT,
  - Tahun mulai buka cabang pertama kali atau buka program *reseller*,
  - Tahun penetapan komitmen bisnis untuk mengolah kembali limbahnya,
  - Dan lain sebagainya.

Contoh Format Sejarah Perusahaan

# Bagian Profil Usaha: Informasi Perusahaan



From  
the People of Japan



Ringkasan informasi perusahaan, seperti nama lengkap perusahaan, alamat, visi dan misinya, keanggotaan asosiasi, dan jumlah karyawan atau komunitas mitra, informasi cabang atau titik distribusi, dan jumlah produk.



Ilustrasi Informasi

# Bagian Profil Usaha: Informasi Perusahaan



From  
the People of Japan



INFORMASI PERUSAHAAN 102-1,102-2,102-3,102-4,102-7, 102-13,102-16Peunt

Petunjuk: Isi kolom di bawah ini dengan kalimat singkat!

Nama Perusahaan	Kojo Cloth
Bidang Usaha	Sektor Pakaian Jadi
Visi & Misi	<p>Visi : Menjadi sambal pilihan keluarga Indonesia yang melestarikan aneka sambal tradisional khas dari tanah Kalimantan, Indonesia.</p> <p>Misi :  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjunjung tinggi tanggung jawab nasional dan internasional melalui kolaborasi dengan berbagai pihak;</li> <li>• Membangun kualitas desain, kesesuaian dengan pesanan, dan performa layanan sebagai prioritas;</li> <li>• Membangun budaya edukasi bagi pelanggan, pemegang saham, supplier mitra, instansi pemerintah, dll.</li> <li>• Menciptakan budaya profesional, etika, dan sopan santun sebagai bagian keberlangsungan perusahaan.</li> </ul> </p>
Alamat Kantor Pusat	Jln. Ciputra No. 10 Bandung, Jawa Bandung
Alamat Kantor Pemasaran	Medan: Jln. Hujan Indramayu: Jln. Lany Padalarang, Bandung Barat: Jln. Hendri

	Banjarmasin, Kalimantan Barat: Jln. Aston
Skala Usaha	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Total Karyawan : 25 orang terdiri 10 orang di level manajemen, dan 15 orang di level produksi.</li> <li>• Total Produksi Maksimum pada tahun berjalan: .....unit/ton/kuantitas</li> <li>• Jumlah Pabrik/Cabang/ lokasi operasional:....</li> </ul>
Keanggotaan Asosiasi	Kami menjadi anggota dari asosiasi.....
Performa Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Total Aset: Rp.....</li> <li>• Total Kewajiban/ Utang: Rp....</li> <li>• Total Modal: Rp....</li> </ul>

Contoh Format Informasi Perusahaan

Contoh Format Informasi Perusahaan

# Bagian Profil Usaha: Struktur Organisasi



From  
the People of Japan



- Struktur organisasi, berisikan informasi nama-nama dari direktur, manajer, dan staf.
- Bagian ini penting untuk diketahui oleh calon mitra sebagai bentuk kredibilitas.
- Acara-acara tahunan seperti rapat bisa disertakan.
- Program yang dilakukan untuk menjamin keselamatan dan kesehatan karyawan juga bisa dimasukkan.

## STRUKTUR & TATA KELOLA 102-18

*Jelaskan peran dari masing-masing individu dalam struktur tata kelola UMKM.*

Nama	Jabatan
Lany	Pemilik
Dhifa	Manajer keuangan

*Petunjuk : Jelaskan dalam dua paragraf singkat*

- *Siapa yang bertanggung jawab membuat keputusan tertinggi?*
- *Dokumen apakah yang mengatur tugas dan tanggung jawab masing-masing orang? (Misal. Anggaran Dasar Perusahaan)*
- *Berapa kali rapat seluruh karyawan dan manajemen diadakan setiap tahun? Biasanya diadakan untuk membahas apa?*

Contoh Format Struktur Organisasi

# Bagian Profil Usaha: Produk Unggulan



From  
the People of Japan



Produk unggulan berisikan produk yang diproduksi.

- Contoh: Sambal Dewinta menceritakan, bahwa jenis sambal yang dia produksi itu ada 20 jenis sambal, tapi yang unggulan adalah 5 ini, yaitu sambal roa, cakalang, sambal cumi, sambal bawang, dan sambal bajak.
- Sertifikasi yang sudah dimiliki untuk menjamin keamanan produk bisa ditambahkan pada bagian ini.

## PRODUK UNGGULAN

*Petunjuk:*

- Sebutkan jenis produk diikuti dengan gambar.
- Berikan informasi setiap produk secara singkat (bahan baku, keunggulan, dan fungsi produk).
- Informasi produk tidak lebih dari satu halaman.

Nama Produk	Informasi Produk	Gambar Produk

Contoh Format Produk Unggulan

# Bagian Profil Usaha: Kinerja Ekonomi



From  
the People of Japan



Kinerja dan Distribusi Nilai Ekonomi berisikan:

- Penjualan 2-3 tahun terakhir,
- Struktur pendapatan,
  - besaran persentase yang untuk karyawan,
  - besaran persentase untuk mitra pemasok,
  - dan besaran persentase yang dialokasikan untuk donasi atau sumbangan untuk pemberdayaan komunitas (jika ada)



Ilustrasi Kinerja Ekonomi

# Bagian Profil Usaha: Kinerja Ekonomi



From  
the People of Japan



## DISTRIBUSI NILAI EKONOMI 201-1

Petunjuk:

1. Isi dengan angka
2. Untuk aspek yang tidak relevan, boleh dikosongkan.

Nilai Ekonomi yang diperoleh	
Penjualan bersih	
Pendapatan lain-lain	
Jumlah nilai Ekonomi yang diperoleh	Rp
Nilai Ekonomi yang didistribusikan	
Dividen Pemegang Saham (Bagi hasil)	
Gaji Karyawan	
Pajak Pemerintah	
Pembayaran bahan baku kepada pemasok	
Dana CSR/ Donasi untuk masyarakat lokal	
Jumlah nilai ekonomi yang didistribusikan	Rp
Nilai Ekonomi yang ditahan	Rp
Nilai Kapitalisasi Bisnis	
Total Aset	Rp
Total Kewajiban / hutang	Rp
Total Modal	Rp

Petunjuk:

- Di bawah tabel ini, jelaskan dalam 2 paragraf tentang kegiatan CSR Anda dan dampak yang sudah terlihat [203-1] [413-1] sejauh ini.

.....

.....

## PRAKTIK PENGADAAN 204-1, 204-2

Petunjuk: Tuliskan dalam 2 paragraf tentang bagaimana usaha anda memilih supplier dan kriteria apa yang digunakan untuk memilih supplier.

.....

.....

Proporsi Pemasok	Persentase %	Asal Wilayah
Lokal (Daerah.....)	70 %	Bali, Madura
Luar Negeri (Negara.....)		

## Contoh Format Kinerja Ekonomi

## Contoh Format Kinerja Ekonomi

# Bagian Profil Usaha: Kinerja Lingkungan



From  
the People of Japan



- Kinerja Lingkungan sebaiknya menjelaskan status ramah lingkungan bahan baku yang digunakan, manajemen energinya, manajemen air, dan manajemen limbahnya.
- Pada perusahaan besar data ini biasanya detail, sedangkan untuk UMKM bisa berbentuk daftar dan ceklis.



Ilustrasi Kinerja Lingkungan

# Bagian Profil Usaha: Kinerja Lingkungan



From  
the People of Japan



## KINERJA LINGKUNGAN

BAHAN BAKU 301-1, 301-2,301-3

Checklist	Ya/Tidak
1. Menggunakan Material Ramah Lingkungan Dalam Produk	
2. Menggunakan Material Daur Ulang Limbah	
3. Menggunakan Kemasan Ramah Lingkungan	
4. Menggunakan bahanbaku/ material bersertifikasi hijau seperti SVLK untuk kayu, eco label, dll	

Petunjuk:

- Dari tabell di atas, tuangkan menjadi paragraf singkat

.....

.....

Contoh Format Kinerja Lingkungan

Bahan baku Utama	Satuan	Jumlah
1.	Ton	
2.		
<b>Total Bahan Baku Utama</b>		....
<b>Bahan baku Daur Ulang</b>		
1.		
2.		
<b>Total bahan baku Daur Ulang</b>		% ...
<b>Kemasan</b>		
1.		
2.		

Petunjuk:

- Strategi dan keberhasilan penghematan bahan baku dan penggunaan daur ulang dari produk anda:

.....

.....

Contoh Format Kinerja Lingkungan

# Bagian Profil Usaha: Kinerja Lingkungan

MANAJEMEN ENERGI & EMISI 302-1, 302-4, 305-1, 305-2

\*penghitungan emisi menggunakan [www.bgkgqgcalculator.com](http://www.bgkgqgcalculator.com)



From  
the People of Japan



ENERGI		EMISI	
Jenis Sumber Energi	Volume	Jenis Emisi	Volume (dalam ton CO2eq)
<b>Cakupan 1</b>			
Konsumsi BBM Operasional	..... Liter	Bahan Bakar Operasional - Pertamina	
		Bahan Bakar Operasional - Solar	
		Bahan Bakar Operasional - Pertalite	
		Bahan Bakar Kayu	
		LPG	
		Kertas	
		Refrigerant/Pendingin	
		<b>Total Emisi Cakupan 1</b>	

Contoh Format Kinerja Lingkungan

Cakupan 2			
Listrik PLN	... Kwh	Listrik PLN	
		Total Emisi Cakupan 2	
		Total Pengurangan Emisi (Penanaman Pohon)	
<b>Total Energi</b>		<b>Total Emisi Seluruh Cakupan</b>	

Petunjuk:

- Jelaskan strategi keberhasilan efisiensi energi usaha anda

.....

.....

Petunjuk:

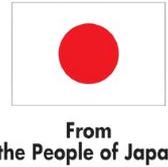
- Jelaskan strategi keberhasilan efisiensi emisi usaha anda

.....

.....

Contoh Format Kinerja Lingkungan

# Bagian Profil Usaha: Kinerja Lingkungan



## MANAJEMEN AIR 303-1

Jenis Sumber air	Volume (dalam liter)
Air PDAM	
...	
Total	

Petunjuk:

- Jelaskan strategi keberhasilan efisiensi penggunaan air usaha anda

.....

.....

Contoh Format Kinerja Lingkungan

## MANAJEMEN LIMBAH 306-2

Jenis Limbah	Total Volume (dalam kg)	Presentase dari total volume yang dikelola dengan		
		Daur Ulang	Digunakan Kembali	Dibuang ke TPA
Kayu	100 kg	10%	20%	70%
...				
Total				

Petunjuk:

- Jelaskan strategi keberhasilan manajemen limbah usaha anda

.....

.....

Contoh Format Kinerja Lingkungan

# Bagian Profil Usaha: Kinerja Sosial



From  
the People of Japan



Kinerja sosial pemberdayaan masyarakat,

- Berisikan kegiatan untuk meningkatkan skill atau kualitas kehidupan kelompok masyarakat tertentu, yang bukan merupakan konsumen.
- Contohnya Sambal Dewinta cerita bahwa dia memiliki program rutin triwulan dengan ibu-ibu PKK di kelurahannya, untuk latihan membuat sambal yang higienis, ibu-ibu yang lulus, bisa jadi mitra pemasok sambalnya.
- Data berapa ibu-ibu yang dilatih dan pendapatan yang sudah tersalurkan untuk mereka juga dapat dimasukkan.



Ilustrasi Kinerja Sosial

# Bagian Profil Usaha: Kinerja Sosial



From  
the People of Japan



## KINERJA SOSIAL

KEPEGAWAIAN 401-1,401-2

Petunjuk:

- Jelaskan dalam pointer tentang mengapa karyawan itu penting bagi usaha Anda dan apa yang sudah Anda lakukan untuk memberdayakan karyawan secara singkat.

.....

Komposisi Karyawan

Jenis Kelamin		
Laki-Laki		
Perempuan		
Usia		
	L	P
<30		
30-50		
>50		
Tingkat Pendidikan		
	L	P
SMA		
S1		
S2		
Status		
	L	P
Permanen		
Kontrak		
Jabatan		
	L	P
Direktur		
Manajer		
Staff		

Petunjuk:

- Jelaskan proporsi karyawan dengan disabilitas fisik bila ada.

Contoh Format Kinerja Sosial

## Remunerasi Karyawan Tetap

Jenis Remunerasi	Ada/ Tidak
Gaji Pokok	
Uang Makan	
Uang Transport	
BPJS Kesehatan	
BPJS Ketenagakerjaan	
BPJS Pensiun/Jaminan Hari Tua	
Asuransi Swasta	
Hanya memberikan penggantian biaya berobat ke fasilitas kesehatan terdekat jika ada yang kecelakaan di tempat kerja.	
Hanya memberikan penggantian biaya berobat ke fasilitas kesehatan terdekat jika ada yang sakit.	
Tidak ada	

Contoh Format Kinerja Sosial

# Bagian Profil Usaha: Kinerja Sosial



From  
the People of Japan



Rasio Gaji Karyawan dibanding dengan Upah Minimum Regional (UMR)

Rasio Gaji Pokok Karyawan Tetap dibanding dengan UMR	<p>.....(misal. Rata-rata 20% di atas UMR Kabupaten X Rp. 2.000.000)</p> <p><i>Petunjuk:</i></p> <p>1. Isi dengan di atas atau sama dengan UMR yang berlaku di wilayah Anda</p> <p>2. Berapa perkiraan besar gaji tersebut berada di atas di bawah UMR?</p>
Rasio Gaji Pokok Karyawan Kontrak dibanding dengan UMR	<p>.....(misal. Rata-rata 20% di atas UMR Kabupaten X Rp. 2.000.000)</p> <p><i>Petunjuk:</i></p> <p>1. Isi dengan di atas atau sama dengan UMR yang berlaku di wilayah Anda</p> <p>2. Berapa perkiraan besar gaji tersebut berada di atas di bawah UMR?</p>

Contoh Format Kinerja Sosial

## PELATIHAN KARYAWAN 404-1,404-2

Tuliskan pelatihan yang signifikan membantu karyawan meningkatkan kapasitasnya

Nama Pelatihan	Durasi	Total Karyawan yang mengikuti pada tahun berjalan
1. Menjahit	2 hari	20 orang
2.		

*Petunjuk:*

- Jelaskan dalam pointer tentang mengapa pelatihan penting bagi karyawan Anda;
- Apa yang akan lakukan untuk meningkatkan kemampuan karyawan pada tahun-tahun berikutnya?

Contoh Format Kinerja Sosial

# Bagian Profil Usaha: Kinerja Sosial



From  
the People of Japan



## KESEHATAN DAN KESELAMATAN KERJA (K3) 403-7, 403-9

Upaya Usaha anda	Ya / Tidak
1. Punya dokumen prosedur keselamatan kerja yang dikomunikasikan pada karyawan	
2. Punya alat pemadam kebakaran	
3. Punya kotak atau alat P3K	
4. Mengadakan pelatihan fire-drill	
5. Mengadakan pelatihan pertolongan pertama atau P3K	
6. Ada penggantian biaya pengobatan kecelakaan kerja	
7. Ada buku catatan kejadian kecelakaan kerja	

Petunjuk:

- Dari tabel di atas, tuangkan ke dalam paragraf dengan menelaskan strategi usaha anda untuk memastikan kesehatan dan keselamatan karyawan

.....

.....

## Contoh Format Kinerja Sosial

Jenis Kecelakaan	Jumlah kasus
Kecelakaan ringan (menyebabkan hilangnya hari kerja kurang dari 2 hari)	
Kecelakaan sedang (menyebabkan hilangnya hari kerja lebih dari 2 hari)	
Kecelakaan berat (menyebabkan hilangnya salah satu anggota badan/fungsinya)	
Fatalitas (Kematian)	

## Contoh Format Kinerja Sosial

# Bagian Profil Usaha: Kinerja Sosial

## KEAMANAN PRODUK 416-1,416-2

...% dari total produk ditarik dari pasar setelah mendapat komplain dari konsumen

Petunjuk:

- Jelaskan strategi dan perbaikan untuk memastikan keamanan produk usaha anda

.....

.....

## PEMASARAN DAN PELABELAN 417-1

Petunjuk:

- Jelaskan strategi pemasaran dan pelabelan yang memastikan keamanan produk bagi lingkungan dan sosial

\*Untuk memastikan keamanan produk, PT ..... memberikan informasi dalam kemasan produk, yang meliputi:

1. Komposisi produk
2. Tanggal Kadaluarsa
3. Logo Halal
4. Eco friendly



From  
the People of Japan



## PEMBERDAYAAN MASYARAKAT 413-1

Petunjuk:

- Jelaskan kegiatan CSR/pemberdayaan masyarakat yang dilakukan selama tahun berjalan diikuti dengan lokasi kegiatan tersebut dan tujuannya.

Selama tahun..., UMKM..... memberdayakan masyarakat melalui program:

Program	Tujuan	Jumlah Penerima Manfaat:
		Laki-Laki:
		Perempuan:

Selama tahun....., perusahaan berkontribusi pada kelestarian lingkungan hidup dengan:

- 1.
- 2.
- 3.

## Contoh Format Kinerja Sosial

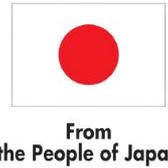
## Contoh Format Kinerja Sosial



UKM INDONESIA



# Bagian Profil Usaha: Strategi



Terakhir adalah Strategi Keberlanjutan dan Kelestarian Bisnis,

- Apa fokus yang dipilih, apakah akan mengolah limbah jadi 100% terolah kembali,
- atau 100% dipakai kembali sehingga semakin sirkuler?
- atau fokusnya akan lebih ke sosialnya, atau sosial dan lingkungannya?

## STRATEGI SUSTAINABILITY

1) Fokus:

Target:

Strategi:

2) Fokus:

Target:

Strategi:

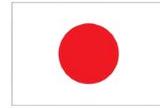
3) Fokus:

Target:

Strategi:

Contoh Strategi Usaha

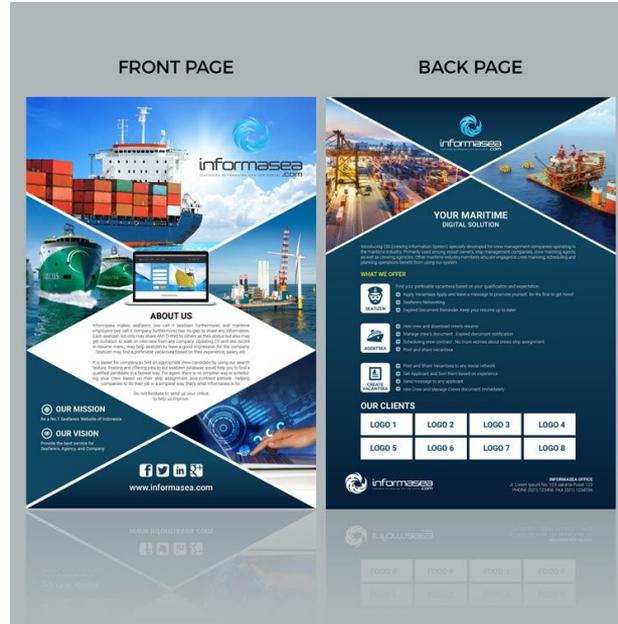
# Tips Mengoptimalkan Company Profile



From  
the People of Japan



- Menjadi mini brosur
- Desain kartu nama dan kop surat
- Konten media sosial (FAQ, Jadwal *feed* konten, katalog produk, dll)



Ilustrasi Mengubah Profil Usaha Menjadi Berbagai Bentuk



From  
the People of Japan



ASYX  
Good And Beneficial Tech



UKM INDONESIA

topkarir  
Portal Karirnya Anak Muda Indonesia



## SUB BAB 5

# Siap Melaju dengan Standar Mutu dan Standar Operasional

# Pertumbuhan Usaha



From  
the People of Japan



- Data menyebutkan bahwa pertumbuhan rata-rata Usaha Mikro di Indonesia hanya 4.15% padahal pertumbuhan aktivitas ekonomi secara umum adalah 5.4%
- Bagaimana supaya usaha mikro juga bisa bertumbuh dengan lebih cepat?
- Bagaimana transformasi menjadi Bisnis Lestari bisa mendukung pertumbuhan tersebut?



Ilustrasi Pertumbuhan

# Masalah Mutu



From  
the People of Japan



- Salah satu yang menjadi kendala pertumbuhan usaha mikro adalah konsistensi standar mutu.
- Misalnya: ketika konsumen pesan 5-10 unit, rasa dan kualitas sangat baik. Namun ketika pesan lebih banyak, rasa atau fitur mutu lainnya mulai berubah. Akhirnya membuat konsumen kecewa dan khawatir untuk membeli lagi.



Ilustrasi Standar Mutu

# Environmental, Social, and Governance



From  
the People of Japan



## Environmental (Lingkungan)

- Kriteria lingkungan dapat mencakup penggunaan energi perusahaan, limbah, polusi, konservasi sumber daya alam, dan perawatan hewan.
- Kriteria juga dapat digunakan dalam mengevaluasi risiko lingkungan yang mungkin dihadapi perusahaan dan bagaimana perusahaan mengelola risiko tersebut.

## Social (Sosial)

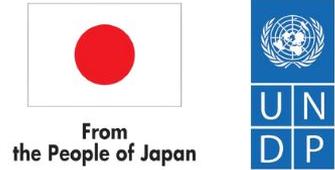
- Kriteria sosial melihat hubungan bisnis perusahaan.
- Apakah itu bekerja dengan pemasok yang memegang nilai yang sama seperti yang diklaimnya?
- Apakah perusahaan menyumbangkan persentase dari keuntungannya kepada masyarakat setempat atau mendorong karyawan untuk melakukan pekerjaan sukarela di sana?
- Apakah kondisi kerja perusahaan sangat memperhatikan kesehatan dan keselamatan karyawannya?
- Apakah kepentingan pemangku kepentingan lainnya diperhitungkan?

## Governance (Tata Kelola)

- Tentang tata kelola, investor mungkin ingin tahu bahwa perusahaan menggunakan metode akuntansi yang akurat dan transparan dan bahwa pemegang saham diizinkan untuk memberikan suara pada isu-isu penting.

# Prinsip Bisnis Lestari dan ESG Matrix

Prinsip Bisnis Lestari sangat selaras dengan Lingkungan, Sosial dan Tata Kelola (ESG)



Proses	Environmental (Lingkungan)	Social (Sosial)	Governance (Tata Kelola)
Pengadaan Bahan Baku	✓		
Proses Produksi	✓	✓	
Pendistribusian Produk	✓	✓	✓
Pasca Produksi: Pengolahan Limbah & Konsumen	✓	✓	✓

Hal ini terlihat bahwa tiap proses bisnis lestari, melibatkan konsep ESG itu sendiri. Ketika kita menerapkan prinsip bisnis lestari maka kita akan memiliki dampak yang baik bagi lingkungan, sosial dan tata kelola.

# Dokumentasi Standar Mutu Pangan

- Langkah awal adalah dengan memenuhi standar Sertifikasi Produksi Pangan Industri Rumah Tangga atau PIRT sebelum mendapatkan sertifikasi izin edar BPOM.
- Standar mutu** dari produk yang dihasilkan. Untuk produk minuman kami, standar ini mencakup warna, aroma, tekstur atau kekentalannya, penampakan, dan tentunya, rasa.
- Misalnya produk kami yang A, secara standar rasanya harus *manis semriwing*. Ketika ada produk yang kurang *semriwing*, harus dicek mungkin ada tahapan produksi yang salah.



From  
the People of Japan



Kualitas atau mutu produk jadi harus ditentukan oleh produsen, dicatat dan didokumentasi agar mutu produk dapat diukur, terutama oleh karyawan yang memproduksinya. Standar produk jadi meliputi warna, penampakan, tekstur, rasa dan kemasan yang digunakan. Tabel di bawah ini merupakan contoh yang dapat digunakan untuk memeriksa mutu produk akhir Sambal Dalam Kemasan. Untuk menyesuaikan dengan produk yang dihasilkan IRT-P di lapangan, perlu diisi kolom Hasil Pengamatan yang diperoleh berdasarkan pengamatan saat proses produksi.

Pengamatan Produk Akhir	Mutu yang Diinginkan	Tampilan Produk Akhir	Hasil Pengamatan (Deskripsikan)*
Rasa	Pedas		
Aroma/Bau	Khas sambal, aroma dan bau cabe dan bumbu sambal		
Tekstur	Kental		
Penampakan	Biji cabe dan hancuran cabe dan rempah masih terlihat		
Warna	Merah cabe		

\*) diisi oleh penanggungjawab produksi

Contoh Standar Mutu Pangan

# Standar Proses: Formula atau Resep Detail



From  
the People of Japan



- **Formula atau resep detail**, mencakup komposisi bahan dan cara membuatnya.
- Perlu didokumentasikan agar tidak terjadi ketimpangan pada tiap produksi.
- Jika berbeda, jelas akan ada dampak pada aroma, rasa, dan kriteria kualitas lainnya.

BAHAN	JUMLAH (gram)
Cabe merah	400
Cabe rawit	110
Tomat	550
Bawang putih	160
Gula merah	100
Garam	80
Terasi	100
Bawang merah	200
Lengkuas	50
Salam	10
Penyedap rasa	2
Air	750
Pengawet (sodium benzoate, jika diperlukan)	2

## Daftar Peralatan :

Pisau, blender, kompor semawar, pengaduk kayu, meja produksi, bak pencucian botol, panci stainless steel, timbangan, penutup botol dan peniris botol.

## CARA PEMBUATAN SAMBAL BAJAK DALAM KEMASAN :

1. Semua bahan dibersihkan dari kotoran dan dicuci bersih , potong potong.
2. Siapkan blender lalu haluskan bumbu dan tambahkan air sedikit demi sedikit sambil terus diblender.
3. Tumis bumbu sampai harum selama 10 menit lalu kecilkan api, masukkan daun salam jika diperlukan tambahkan pengawet dan aduk serta dimasak dengan api kecil selama 45 menit sampai menjadi pasta. Pisahkan atau sisihkan daun salam.
4. Cuci botol jam dan tutupnya, lalu rebus atau kukus 30 menit.
5. Turunkan suhu menjadi 60-70 derajat C, sehingga siap dimasukkan ke dalam kemasan botol jam.
6. Selagi panas, sambal bajak diisikan ke dalam botol gelas dengan bantuan corong dan sendok.
7. Sambal dalam gelas jar kemudian pasteurisasi 70°C selama 20 menit

Contoh Formula atau Resep Detail

<https://istanaumkm.pom.go.id/fileview/sambal-dalam-kemasan>

# Standar Proses: Bagan Standar Alur Proses

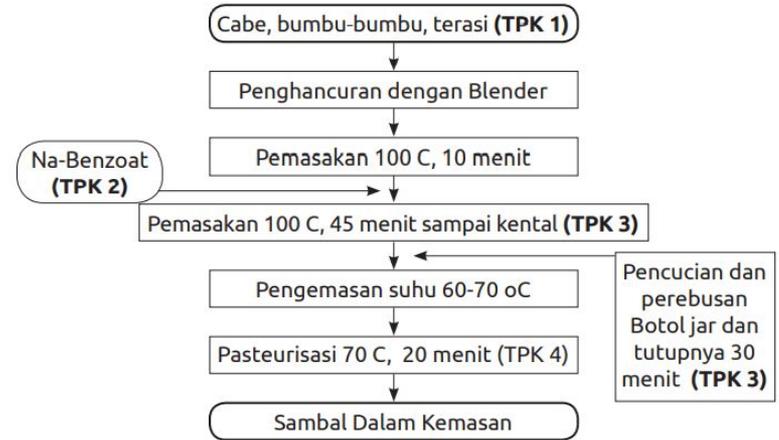


From  
the People of Japan



- **Bagan standar alur proses pengolahan** yang harus dilakukan tim produksi.
- Alur ini memberikan gambaran apa yang harus dilakukan secara general.

## 4. ALUR ATAU DIAGRAM PROSES PRODUKSI



Keterangan : TPK = Tahap Pengendalian Kritis

Contoh Alur Proses Produksi

# Standar Proses: Layout Tempat Produksi



From  
the People of Japan

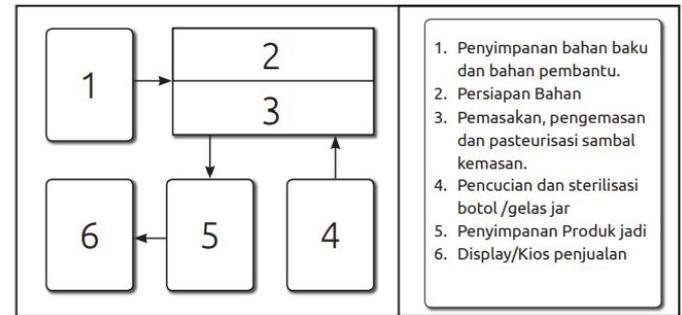


**Layout tempat produksi**, yang perlu disusun agar setiap tahapan produksi bisa berjalan secara satu jalur tanpa persilangan, untuk menghindari kontaminasi untuk produk makanan yang dapat mempengaruhi masa kadaluarsanya.

## 9. LAYOUT SARANA PRODUKSI

Layout sarana produksi atau alur proses produksi ditetapkan dengan tujuan mengatur area kerja dan segala fasilitas produksi untuk dapat beroperasi produksi dengan ekonomis, aman dan nyaman, sehingga dapat meningkatkan semangat kerja dan hasil kerja karyawan. Sedangkan dari segi keamanan pangan pengaturan tata letak fasilitas pabrik ditujukan untuk menghindari adanya kontaminasi silang, terutama antara bahan baku dan produk jadi atau kontaminasi silang dari karyawan ke produk yang sedang diolah.

Secara lebih terperinci pola tata letak yang bisa digunakan dapat dilihat pada Lampiran 3. Pada produk sambal dalam kemasan ini sebagai contoh ditetapkan tata letak dengan Bentuk U dengan tempat pencucian dan pemanasan botol di luar ruangan produksi.



Contoh Layout Proses Produksi

# Contoh Proses Produksi Standar



Senin-Jumat Pukul 09.00-15.00 WIB Halo BPOM: 1500533

ISU TERKINI Pangan yang Disimpan Beku Bangun Generasi Berkualitas dengan Mewujudkan Pangan Aman dan Bernutrisi

**ISTANA UMKM** Pendaftaran Produk Regulasi Teknologi Proses Permodalan Pemasaran Manajemen Usaha Layanan Publik Cari

f Japan

Beranda / Teknologi Proses / Pangan / Produksi Pangan Olahan Terkemas

## Produksi Pangan Olahan Terkemas



Pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati produk pertanian,

FAQ (Tanya-Jawab)

### Artikel Terbaru



**LATAR BELAKANG**  
MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM DAN  
FACEBOOK RAPAT  
PEMBAHASAN DALAM  
RANGKA KEMUDAHAN  
PERIZINAN BAGI UMKM  
OBAT TRADISIONAL  
DAN KOSMETIK DALAM  
ASPEK PEMENUHAN  
PENANGGUNG JAWAB  
TEKNIS

19 Jul 2021



Contoh Proses Produksi Pangan yang Tersedia pada Istana UMKM

Sumber: <https://istanaumkm.pom.go.id/>

# Standar Mutu dan Operasional Non Pangan



From  
the People of Japan



Berdasarkan contoh standar mutu pangan, produsen bukan pangan juga dapat membuat tabel standar mutunya yaitu dengan cara sebagai berikut:

1. Menentukan kriteria mutu, contoh: kerapihan, kecepatan layanan, ketepatan ukuran, *finishing* warna, kotak/wadah kemasan yang digunakan, dan lain - lain.
2. Menyusun bagan alur proses sesuai siklus hidup produk (*life cycle*) yaitu dari tahapan pengadaan dan pemilihan bahan baku, pemrosesan atau pengolahan, pengemasan, pendistribusian sampai layanan purna jual.

# Sertifikasi Standar Mutu Non-Pangan

- Perkembangan bisnis lestari membuka peluang B2B atau *Business to Business*, dan juga B2G atau *Business to Government*.
- Kedua pihak tersebut yang memberikan banyak pesanan.
- Tidak hanya pangan, namun juga non pangan.
- Standar mutu non pangan yang diakui pemerintah adalah melalui Surat Edaran Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah (LKPP) nomor 16 tahun 2020.



From  
the People of Japan



Ilustrasi Sertifikasi Produk Non-Pangan

# Standar Mutu: Ekolabel Tipe I

- Bahan bakunya - berapa kandungan daur ulangnya
- Bahan kimia pendukungnya, untuk setiap kategori produk, akan ada ambang batas toleransi yang berbeda-beda juga.
- Pemakaian airnya, apakah berlebihan, ini akan diperiksa.
- Pemakaian energi listriknya.
- Kemasannya.
- Prosedur manajemen limbah atau dampak lingkungan.
- Sistem manajemen energinya.

Ekolabel tipe I hanya dapat dikeluarkan oleh lembaga sertifikasi seperti SNI, KAN. Untuk contoh lebih lengkap dapat mengakses [di sini](#).



From  
the People of Japan



## Ramah Lingkungan

Ekolabel Tipe I

# Standar Mutu: Ekolabel Tipe II

- Ekolabel tipe II yang bersifat swadeklarasi atau klaim dari masing-masing perusahaan dan tidak memerlukan proses pemeriksaan untuk sertifikasi, melainkan cukup diverifikasi oleh Lembaga Verifikasi Ekolabel yang terdaftar di [Kementerian Kehutanan dan Lingkungan Hidup](#).
- Bersamaan dengan logo tersebut, sebuah produk dapat menuliskan deklarasi klaim-klaim seperti berikut:
  - “Dapat terurai”
  - “Mudah terurai”
  - “Dapat didaur ulang”
  - “Menggunakan pewarna alami”
  - “100% *recycled fiber*”



From  
the People of Japan



Ekolabel Tipe II

# Standar Mutu: Ekolabel Tipe III

- Standar mutu olahan kayu
- Jadi untuk bisnis *furniture*, pastikan kayu-kayu yang digunakan adalah kayu-kayu resmi yang sudah mengantongi Sertifikasi SVLK atau Sistem Verifikasi Legalitas Kayu dari Kementerian Kehutanan dan Lingkungan Hidup RI.
- Sertifikasi ini membangun kepercayaan kepada konsumen bahwa kayu yang dipakai merupakan kayu yang legal dan ramah lingkungan.



From  
the People of Japan



Ekolabel Tipe III

# Contoh SOP: Rahsa Nusantara



From  
the People of Japan



Memiliki lebih dari 50 jenis produk yang kami kelompokkan ke dalam beberapa kategori yaitu:

- bahan murni
- bumbu dan bahan masakan
- camilan
- jamu konsentrat
- jamu siap seduh, dan lainnya.



Sari Lemon  
Rp49.000  
★★★★★ 2 reviews



Dehealth Supplies - Cuka Apel Vinega  
Rp45.000  
★★★★★ 1 review



Madu Baduy  
Rp109.000



Rasana Bumbu Putih  
Rp69.000  
★★★★★ 5 reviews

Quick view



Rasana Bumbu Kuning  
Rp69.000  
★★★★★ 2 reviews



Rasana Bumbu Merah  
Rp69.000

# Contoh SOP: Alur Rahsa Nusantara

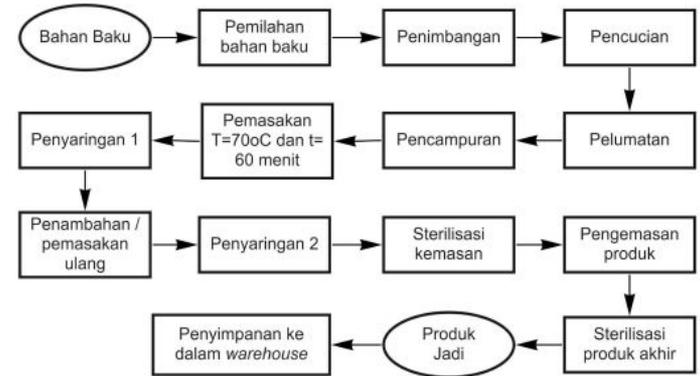


From  
the People of Japan



PT BHINEKA RAHSA NUSANTARA  
Jalan Cisituh Indah VI No. D8-D9, Dago, Coblong, Bandung, Jawa Barat.  
+62 811-111-0508 | email: halo@rahsa.id

## Alur Proses Produksi Minuman Botanical



## Tahapan Penting:

- Tahapan Pemilahan: penggunaan bahan terbaik.
- Tahapan Pemasakan: kritis yang menentukan kualitas, harus sesuai dengan ketentuan.
- Tahapan pengemasan: sterilisasi dan penyimpanan pada gudang.

## Alur Produksi Rahsa Nusantara

Bandung, 14 Oktober 2021  
Penanggung Jawab,

Jaya Sukmana

# Lingkup Sertifikasi



From  
the People of Japan



Sertifikasi sendiri akan memiliki ruang lingkup dan daftar ceklis pemeriksaan yang berbeda beda.

- Perusahaan *offtaker* yang peduli dengan apakah produsen calon mitranya memperlakukan mitra dan karyawan secara *fair*, akhirnya ada sertifikat dan label *FairTrade*.
- Sertifikasi yang mengkonfirmasi bahwa sebuah perusahaan beroperasi untuk mencapai misi dampak sosial tertentu, yaitu *Benefit Corporation* atau B-Corp.
- *Forest Stewardship Council* atau FSC adalah sertifikasi yang diambil oleh perusahaan besar global maupun nasional. Sertifikat FSC ini adalah bentuk bukti bahwa suatu produk kayu atau turunan kayu menggunakan **bahan kayu yang dihasilkan dari proses budidaya yang lestari**, dimana pohon yang ditanam kembali lebih banyak dari pada yang dipanen.

# Lantas Apakah Murah?



From  
the People of Japan



- **Tentu saja tidak, sertifikasi dan kepengurusan label akan memakan banyak biaya.**
- Sertifikasi memerlukan proses audit dan berbayar.
- Namun, perlu kita pahami sertifikasi ini harus dimaknai sebagai investasi untuk memperluas pasar, meyakinkan konsumen, dan menjadi kandidat yang dipertimbangkan dalam pengadaan.
- Mindset ini yang perlu ditanamkan untuk naik kelas.
- Sertifikasi ini juga merupakan dokumen yang memiliki aspek hukum.
- Sehingga sangat perlu untuk dijaga dan dirawat.
- Melakukan kesalahan seperti meminjamkan ke pihak lain akan menyebabkan dicabutnya sertifikasi.

# Mulai dari Mana?



Mulai dengan urusan legalitas badan usaha seperti CV, PT, atau Koperasi, lalu daftarkan deh ke [oss.go.id](http://oss.go.id) agar punya Nomor Induk Berusaha.

DAFTAR MASUK

BERANDA | INFORMASI | REGULASI | PANDUAN | KONTAK

Pencarian...

**524 Jenis PB UMKU\***  
**Sudah Bisa Diproses\*\***

\*PB UMKU = Perizinan Berusaha Untuk Menunjang Kegiatan Usaha  
\*\*untuk PB UMKU lainnya akan bisa diproses selambat-lambatnya 1 Desember 2021

PANDUAN OSS

AJUKAN PERIZINAN USAHA MIKRO & KECIL

AJUKAN PERIZINAN USAHA MENENGAH & BESAR

Daftar Legalisasi Usaha Melalui OSS.GO.ID

# Bisnis Lestari dan Standar Mutu



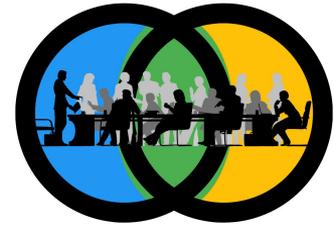
From  
the People of Japan



**Bisnis  
Sirkular**



**Bisnis  
Hijau**



**Bisnis  
Inklusif**

*Untuk mencapai semuanya, diperlukan langkah untuk memulai dan semangat perbaikan tahun ke tahun sehingga dapat mencapai standar mutu dan menjadi bisnis lestari.*



From  
the People of Japan



ASYX  
Good And Beneficial Tech



UKM INDONESIA

topkarir  
Portal Karirnya Anak Muda Indonesia



# SUB BAB 6

## Cermat Mengelola Berbagai Risiko Bisnis

# Pernah dengar cerita seperti ini?



From  
the People of Japan



Duh ini konsumen marah ga ya kalau aku naikkan harga, ini telur kok jadi langka banget harga juga jadi melonjak

Ruko yang kusewa untuk usaha kebakaran, barang habis semua, harus saya yang tanggung. Gimana ini bayarnya, tabungan pasti ga cukup, minjem ke siapa?



Nomor WA-ku di hack orang, mohon kalau ada yang terima pesan dari saya minta pinjaman uang, mohon abaikan ya

## Inilah pentingnya elemen T dari GUSTI

Tahan Banting □ untuk itu penting memahami berbagai jenis risiko, agar kita bisa menghindari atau mengelolanya.

# Apa itu risiko?

**Risiko itu adalah ketidakpastian yang bisa diprediksi atau dikelola.**

- Terkadang pelaku usaha itu suka mencampurkan antara ketidakpastian dengan risiko. Contohnya peristiwa kebakaran padahal penyebabnya secara umum sudah diketahui seperti:
  - sambungan listrik yang tidak resmi sehingga tidak aman
  - penggunaan kabel colokan yang tidak sesuai dengan daya listrik yang ditampungnya
  - kalau pakai kompor lupa dimatikan
- Jadi kedepannya jangan perlakukan peristiwa kebakaran, kecolongan uang dari karyawan, atau WA di hack, sebagai “ketidakpastian” yang sifatnya tidak bisa sama sekali kita kendalikan. Itu semua adalah risiko, artinya, bisa dikelola, bisa dikendalikan.



From  
the People of Japan



# Kalau begitu apa itu Ketidakpastian?



From



*Force Majeure* atau keadaan yang benar-benar memaksa dan sama sekali tidak bisa dikendalikan, sehingga dapat menjadi alasan LEGAL bagi sebuah bisnis untuk tidak memenuhi janji sesuai kontraknya.

- Contoh paling nyata adalah pandemi COVID-19 dan bencana besar lainnya yang tidak bisa diprediksi polanya.
- Di beberapa kasus, banjir tidak menjadi *Force Majeure* karena di beberapa kota banjir dapat diprediksi pola kejadiannya seperti kapan dan sedalam apa. Jadi saat masuk bulan-bulan banjir, bisnis sudah harus menyiapkan rencana untuk menghadapi banjir sehingga tidak mengganggu operasional bisnisnya.



# Macam-macam Risiko Internal untuk UMKM dan Bisnis Lestari



From  
the People of Japan



# 1

## Risiko Keamanan Digital

- **Lupa password** sampai tidak bisa login ke akun email, media sosial atau e-commerce bisnis kita.
- Nomor HP untuk bisnis hangus karena lupa isi pulsa jadinya tidak bisa dihubungi konsumen.
- Nomor WA di hack karena **tidak pasang kode pengaman untuk membuka HPnya**, ketika hilang atau dipinjam orang, siapa saja bisa langsung buka aplikasi di dalamnya, termasuk WA.
- **Lupa password** sampai tidak bisa login ke akun email, media sosial atau e-commerce bisnis kita.
- Risiko **data kontak konsumen hilang** gara-gara HP hilang atau rusak. Ini bisa dihindari kalau kontak di HP itu dicadangkan datanya menggunakan aplikasi yang menghubungkan kontak dengan email.
- Risiko keamanan konten, harus berhati-hati publikasi konten, jangan sampai mengandung hal-hal yang **menyinggung SARA** tertentu.

## Mengekspor kontak

1. Di tablet atau ponsel Android, buka Aplikasi kontak .
2. Ketuk Menu  > **Setelan** > **Ekspor**.
3. Pilih satu atau beberapa akun yang akan diekspor kontakannya.
4. Ketuk **Ekspor ke file .VCF**.

## Memulihkan kontak dari cadangan

1. Di ponsel Anda, buka aplikasi **Setelan**.
2. Ketuk **Google**.
3. Ketuk **Menyiapkan & memulihkan**.
4. Ketuk **Pulihkan kontak**.

# Macam-macam Risiko Internal untuk UMKM dan Bisnis Lestari



## Alat Pembayaran Berkembang Transaksi Makin Mudah Makin Bijak Mengelolanya



“  
Walaupun penggunaan alat pembayaran semakin menawarkan kemudahan bahkan juga memberikan keuntungan lainnya seperti cashback atau potongan harga, Sobat harus tetap bijak menggunakan uang.

[sikapiuangmu.ok.go.id](http://sikapiuangmu.ok.go.id) @SikapiUangmu @SikapiUangmu @SikapiUangmu

Menggunakan ATM atau Transfer, E-Money, E-Wallet (Gopay, OVO), Rekening Bersama E-Commerce (Tokopedia, Shopee)



From  
the People of Japan



### Risiko Aktivitas Bisnis

# 2

- Korupsi atau pencurian uang, ini sangat bisa dihindari kalau transaksi dikelola **secara elektronik atau digital**. Upayakan agar keberadaan uang fisik seminimal mungkin.
- Risiko tingginya produk *reject* atau tidak layak jual, ini sangat bisa dihindari dengan membuat **standar mutu dan standar operasional** yang sudah mengantisipasi tahapan kritis yang sangat bisa menentukan kualitas produknya.
- Risiko retur barang ketika konsinyasi, ini bisa diatasi dengan **lebih seksama memilih mitra konsinyasi**, apakah segmen pasar tokonya sesuai dengan karakteristik konsumen kita.

# Macam-macam Risiko Internal untuk UMKM dan Bisnis Lestari



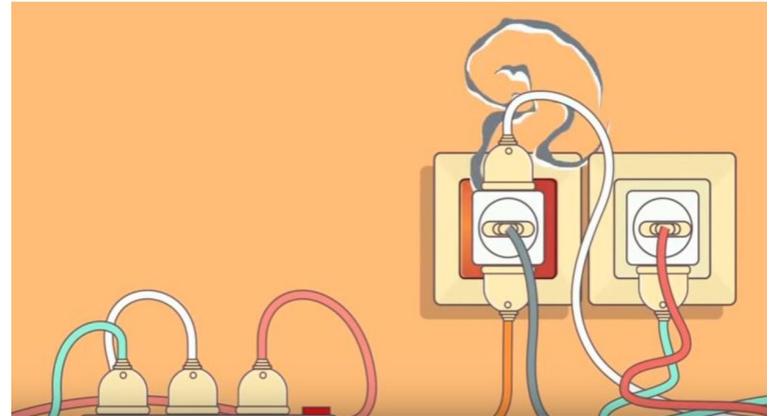
From  
the People of Japan



## 3

### Risiko Lingkungan

- **Kebakaran** akibat instalasi sambungan listrik yang tidak rapi atau memampuk colokan listrik.
- Karyawan sering sakit karena sirkulasi udara di tempat kerja atau kualitas air minumnya tidak baik.
- Risiko sampah/limbah bisnis kita mengotori bumi, ini harus dikurangi agar operasional bisnis lebih **Sirkuler**, dengan mengolah atau menggunakan kembali limbah/sampah produksi kita.



# Macam-macam Risiko Internal untuk UMKM dan Bisnis Lestari



From  
the People of Japan



## 4

### Risiko Sosial

- Konflik antara atau dengan karyawan atau iklim kerja yang tidak produktif (toxic). Ini sangat bisa dihindari dengan adanya kejelasan ruang lingkup tugas, indikator kinerja, jenjang karir dan transparansi skema insentif kinerja bagi karyawan.
- Konflik dengan mitra bisnis, baik itu mitra pemasok, produksi, maupun mitra distribusi seperti reseller. Untuk mengurangi risiko ini, diperlukannya aturan main atau **Syarat dan Ketentuan yang jelas**.

# Macam-macam Risiko Eksternal untuk UMKM dan Bisnis Lestari



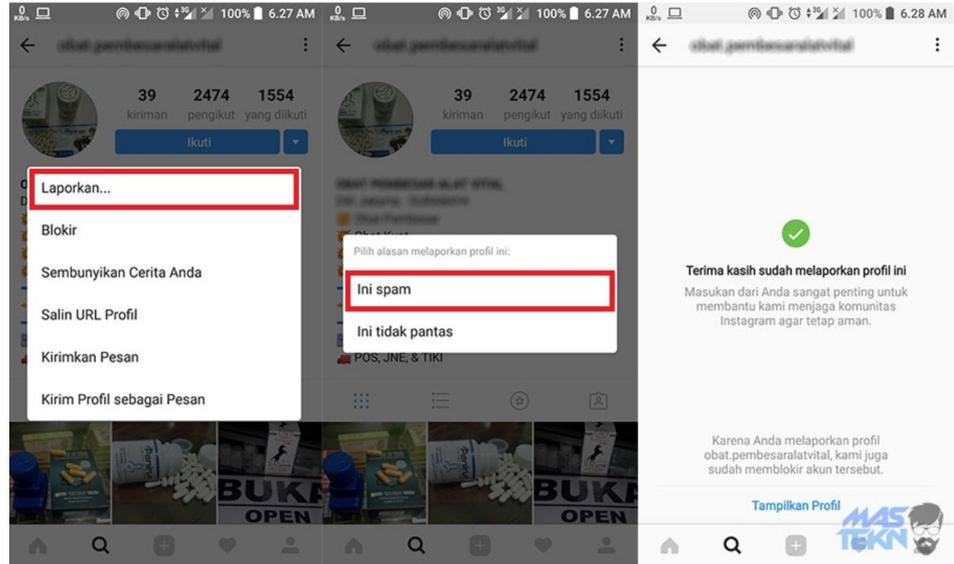
From  
the People of Japan



# 1

## Risiko Keamanan Digital

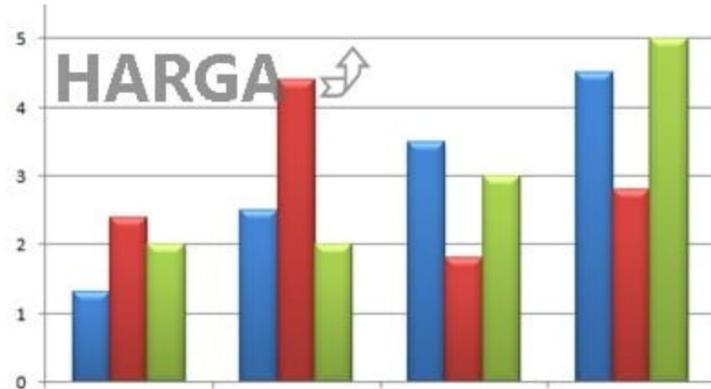
- Risiko pencontekkan konten atau bahkan membuat akun bisnis yang mirip dengan nama/logo bisnis kita. Ini kayaknya sepele, tapi lumayan bisa membuat bisnis kita kehilangan pendapatan. Mereka disangka konsumen adalah kita, jadi pendapatan yang harusnya masuk ke kita malah masuk ke mereka. Kalau ini terjadi, kita bisa tegur mereka, atau report ke aplikasi digital yang digunakan.



### Ilustrasi Melaporkan Akun Palsu

Jangan lupa untuk selalu mengingatkan pelanggan bahwa transaksi yang sah hanya di rekening anda

# Macam-macam Risiko Eksternal untuk UMKM dan Bisnis Lestari



**Harga Bahan Baku Naik**

Mitigasinya:

- Mengurangi spesifikasi produk
- Mencari bahan baku substitusi
- Efisiensi usaha dengan mengurangi biaya pemasaran, pegawai
- Tapi itu dapat dikelola sebelumnya dengan menghitung HPP dengan tepat yang akan dijelaskan di slide selanjutnya

## 2

### Risiko Aktivitas Bisnis

- Ini yang berkaitan dengan kelangkaan bahan baku, kenaikan harga, fluktuasi nilai tukar kalau yang bahan bakunya ada yang impor atau jualannya juga ekspor.
- Seperti di pandemi sekarang:
  - Bagi eksportir, harga sewa meningkat 400%
  - Di sisi pasar, konsumen mulai bergeser pola pembeliannya menjadi lebih suka pesan online
- Untuk mengelola risiko, kuncinya ada di perhitungan **Harga Pokok Produksi (HPP)** yang tepat, sehingga kita bisa mengatur toleransi tebal tipisnya margin laba.

# Macam-macam Risiko Eksternal untuk UMKM dan Bisnis Lestari



From  
the People of Japan



## 3

### Risiko Lingkungan

- Risiko terkait ketersediaan energi, dan kerawanan banjir serta bencana lainnya.
  - Hal ini bisa dimitigasi atau mengurangi kemungkinannya dengan lebih teliti memilih tempat usaha. Pastikan lokasi apakah mempunyai sejarah banjir.
  - Sebelum menyewa juga memastikan instalasi listrik bagus.
- Risiko terkait perubahan regulasi.
  - Ikut aktif di asosiasi atau minimal ikut komunitas usaha di daerah bisnis dijalankan sehingga bisa mendapatkan informasi lebih awal tentang gagasan perubahan regulasi.
  - Jadi, kita dapat memberikan masukan terhadap regulasi tersebut agar tidak bertentangan dengan kepentingan dunia usaha.



Daftar asosiasi dan himpunan pengusaha dapat dilihat di website Kamar Dagang (KADIN) Indonesia. Klik keanggotaan  asosiasi/himpunan. Atau berikut tautan:

<https://kadin.id/public/files/files-6053e8bf01b6acef76bd12db9b46bf1c1e64c5de.pdf>

# Macam-macam Risiko Eksternal untuk UMKM dan Bisnis Lestari



From  
the People of Japan



Massa berdemo di kawasan DPRD Sukoharjo. Foto: Bayu Ardi Isnanto/detikcom

## 4

### Risiko Sosial

- Risiko terkait keharmonisan hubungan perusahaan dengan masyarakat disekitarnya. Misal, limbah bisnisnya mencemari sungai sehingga masyarakat melakukan demo.
- Risiko ini dapat dihindari dengan menjadi Bisnis Lestari yang Sirkuler dan Inklusif

# Ilustrasi Perhitungan Harga Pokok Produksi yang Akurat

## Bisnis Produksi Sambal



From  
the People of Japan



Keterangan	Harga
2 Kg Cabe Merah Keriting	Rp 80.000, -
10 Kg Cabe Merah Besar	Rp 400.000, -
1 Kg Bawang Putih	Rp 30.000, -
500 Gram Gula Pasir	Rp 6.000, -
Air Bersih 2 Liter	Rp 10.000, -
Tomat 5 Kg	Rp 75.000, -
Gas Masak 30 Menit	Rp 1.000, -
<b>TOTAL</b>	<b>Rp 602.000, -</b>

- Kemudian diolah menjadi **100 unit kemasan sambal** per 100 gram
- Berarti harga bahan rata-rata per unit kemasan sambal adalah **Rp 6.020,-**

Keterangan	Harga
1 Unit Kemasan Sambal	Rp 6.020, -
1 Botol Kemasan 100 Gram	Rp 2.000, -
1 Sticker Label	Rp 500, -
<b>TOTAL HPP</b>	<b>Rp 8.520, -</b>

- Kita lihat **harga pasaran** ada di sekitar **Rp 15.000,-**
- Jika kita jual di harga pasaran agar bersaing maka potensi margin laba kotor per unit adalah **Rp 6.480** atau

$$72\% \text{ dari HPP} = \frac{15.000 - 8.520}{8.520}$$

- Harga jual kita **minimal 100% dari Harga Pokok Produksi**
- Agar mendapatkan ruang untuk fluktuasi biaya bahan baku dan komisi reseller
- Oleh karena itu kita harus cari cara untuk terus menghemat faktor produksi seperti **cari pemasok kemasan lebih murah** dan **beli cabai dari pasar induk**

# Rangkuman Tips Mengelola Risiko untuk UMKM dan Bisnis Lestari



From  
the People of Japan



## Mitigasi Risiko Non-Keuangan

1

### Mengadopsi Prinsip Bisnis Lestari

- Prinsip Bisnis Lestari adalah ESG yaitu harus selaras dengan lingkungan (environment), sosial (social), dan tata kelola (governance).
- Memperhatikan aspek lingkungan seperti mengelola limbah.
- Memperhatikan aspek sosial seperti lingkungan kerja, pegawai, vendor, reseller, pelanggan, dan masyarakat sekitar.
- Memperhatikan aspek tata kelola seperti standar mutu dan standar operasional. Memastikan *quality control (QC)* atau kontrol kualitas dari produk atau servis kita.

2

### Mematuhi Regulasi

- Berusaha untuk memenuhi unsur legalitas dari usaha yang dijalankan dan selalu mencari tahu regulasi terbaru.

## Mitigasi Risiko Keuangan

1

### Menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) lebih akurat

- Mengikuti cara menentukan HPP seperti slide sebelumnya.

2

### Skema Gaji yang Jelas

- Pemilik usaha memisahkan keuangan pribadi dan bisnisnya.
- Membuat skema gaji yang jelas kepada pemilik usaha serta kepada karyawan.

3

### Menciptakan Nilai Keunggulan

- Nilai keunggulan atau keunikan produk/jasa kita dapat membantu meraih margin laba kotor yang diinginkan.

4

### Optimalkan Teknologi Digital

- Menggunakan teknologi digital dalam mengelola keuangan seperti menggunakan aplikasi untuk mencatat pengeluaran. Hal ini lebih mudah untuk mengelola arus kas bisnis.



From  
the People of Japan



ASYX  
Good And Beneficial Tech



UKM INDONESIA

topkarir  
Portal Karirnya Anak Muda Indonesia



# YUK Mulai Transformasi!!!



From  
the People of Japan



# Modul 3: Menyusun Rencana Pengembangan Skala Usaha

# Daftar Subbab



From  
the People of Japan



3.7. Memahami Ragam Akses Modal dan Akses Pasar

3.8. Menghitung Potensi Pertumbuhan Bisnis yang Realistis



From  
the People of Japan



ASYX  
Good And Beneficial Tech



UKM INDONESIA

topkarir  
Portal Karirnya Anak Muda Indonesia



# SUB BAB 7

## Memahami Ragam Akses Modal dan Akses Pasar

# Ambil tidak ya kesempatan ini?



From  
the People of Japan



- **Bisnis produksi kerajinan dari kayu limbah** mendapat pesanan dari Eropa 1 kontainer per bulan, selama 3 bulan.
- Karena dokumentasi rapi dan laporan keuangan rapi, **bank menawarkan pinjaman 1 milyar** tanpa agunan fisik, cukup dengan kontrak pembelian oleh *buyer* eropa tersebut.
- **Apakah ambil peluang ini?** Tapi kalau ternyata pesanan dari Eropa hanya berlangsung 3 bulan, terus kapasitas produksi yang sudah diperbesar buat apa? Dan bagaimana bayar cicilan setelahnya?



# Kapan ambil kesempatan itu?



From  
the People of Japan



1

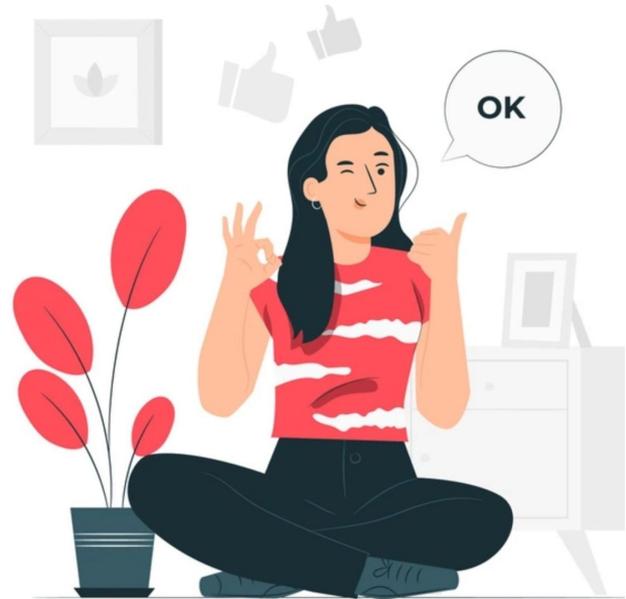
## Produk/Jasa Kita Dicintai oleh Konsumen

Ketika produk/jasa kita laku dan *repeat order*-nya tinggi yaitu konsumen setelah membeli, kemudian membeli lagi dan lagi, sehingga menjadi **pelanggan**.

2

## Memiliki Standar Operasional dan Standar Mutu

Manajemen produksi 100 unit per hari akan berbeda dengan manajemen produksi 1000 unit per hari. Oleh karena itu penting untuk memiliki standar operasional dan standar mutu sejak bisnis masih tergolong kecil. Yang kemudian akan selalu diperbarui saat bisnis berkembang.



# Model Bisnis

Jika bisnis kita sudah siap untuk mendapatkan akses modal, maka kita perlu mengetahui jenis-jenis akses modal yang ada. Tetapi sebelum itu kita perlu membahas model bisnis yang ada.

- B2C – Business to Consumer : Menjual langsung ke konsumen
- B2B – Business to Business : Menjual ke bisnis lain
- B2G – Business to Government : Menjual ke pemerintah
- B2B2C – Business to Business to Consumer : Menjual ke konsumen melewati distribusi milik bisnis lain (konsinyasi)

## Arus Kas Positif



Biasanya terjadi kepada bisnis B2C yang dimana ia menjual langsung ke konsumen karena skema transaksinya “**ada uang ada barang**”.

Sehingga **jika butuh modal**, biasanya bertujuan untuk **meningkatkan kapasitas produksi** seperti investasi perluasan fasilitas produksi, menambah cabang, membeli mesin baru atau teknologi, dll.



## Arus Kas Negatif

Biasanya terjadi kepada bisnis B2B, B2G, dan B2B2C. Karena skema transaksinya baru **menerima pembayaran dari konsumen 30 hari, 60 hari, atau 90 hari** kemudian.

Sehingga **modal** yang dibutuhkan adalah yang **mendukung kelancaran modal kerja** agar tetap menjaga kelangsungan bisnis seperti membeli bahan baku, biaya produksi, dan gaji karyawan.



From  
the People of Japan



# Akses Modal

berdasarkan Jenis Institusi Penyediannya



From  
the People of Japan



1. Pinjaman Perbankan
2. Pinjaman Koperasi
3. Pinjaman *Leasing* yang biasa untuk membeli mobil atau motor
4. Modal Ventura, yang menanamkan modal berupa saham
5. Pinjaman Online (Pinjol)

Untuk Pinjaman Online perlu diluruskan beberapa hal, yaitu:

1. Ada ribuan penyedia Pinjaman Online tapi **hanya ratusan yang LEGAL** dan sudah terdaftar resmi di Otoritas Jasa Keuangan (OJK).
2. Kita **HARUS TELITI** jika mau mengakses Pinjaman Online, harus dari perusahaan *Financial Technology (Fintech)* yang legal dan ada logo OJK.



## PERUSAHAAN FINTECH LENDING BERIZIN DAN TERDAFTAR DI OJK

PER 6 OKTOBER 2021

Izin Usaha

Terdaftar

Nomor	Nama Sistem Elektronik	Website	Nama Perusahaan	Surat Tanda Berizin/Terdaftar	Tanggal	Jenis Usaha	Sistem Operasi
1.	<b>Danamas</b>	<a href="https://p2p.danamas.co.id">https://p2p.danamas.co.id</a>	PT Pasar Dana Pinjaman	KEP-49/D.05/2017	06 Juli 2017	Konvensional	Android
2.	<b>investree</b>	<a href="https://www.investree.id">https://www.investree.id</a>	PT Investree Radhika Jaya	KEP-45/D.05/2019	13 Mei 2019	Konvensional dan Syariah	Android dan iOS
3.	<b>amartha</b>	<a href="https://amartha.com">https://amartha.com</a>	PT Amartha Mikro Fintek	KEP -46/D.05/2019	13 Mei 2019	Konvensional	Android
4.	<b>DOMPET Kilat</b>	<a href="https://www.dompetkilat.co.id">https://www.dompetkilat.co.id</a>	PT Indo Fin Tek	KEP -47/D.05/2019	13 Mei 2019	Konvensional	Android
5.	<b>KIMO</b>	<a href="http://kimo.co.id">http://kimo.co.id</a>	PT Creative Mobile Adventure	KEP -48/D.05/2019	13 Mei 2019	Konvensional	Android
6.	<b>TOKO MODAL</b>	<a href="https://www.tokomodal.co.id">https://www.tokomodal.co.id</a>	PT Toko Modal Mitra Usaha	KEP -49/D.05/2019	24 Mei 2019	Konvensional	Android
7.	<b>UANGTEMAN</b>	<a href="https://uangteman.com">https://uangteman.com</a>	PT Digital Alpha Indonesia	KEP -50/D.05/2019	24 Mei 2019	Konvensional	Android
8.	<b>modalku</b>	<a href="https://modalku.co.id">https://modalku.co.id</a>	PT Mitrausaha Indonesia Grup	KEP -81/D.05/2019	30 September 2019	Konvensional	Android
9.	<b>KTA KILAT</b>	<a href="http://www.pendanaan.com">http://www.pendanaan.com</a>	PT Pendanaan Teknologi Nusa	KEP -82/D.05/2019	30 September 2019	Konvensional	Android
10.	<b>Kredit Pintar</b>	<a href="http://kreditpintar.co.id">http://kreditpintar.co.id</a>	PT Kredit Pintar Indonesia	KEP -83/D.05/2019	30 September 2019	Konvensional	Android
11.	<b>Maucash</b>	<a href="http://maucash.id">http://maucash.id</a>	PT Astra Welab Digital Arta	KEP -84/D.05/2019	30 September 2019	Konvensional	Android
12.	<b>Finmas</b>	<a href="https://www.finmas.co.id">https://www.finmas.co.id</a>	PT Oriente Mas Sejahtera	KEP -85/D.05/2019	30 September 2019	Konvensional	Android
13.	<b>KlikACC</b>	<a href="https://klikacc.co.id">https://klikacc.co.id</a>	PT Aman Cermat Cepat	KEP -87/D.05/2019	30 September 2019	Konvensional	Android
14.	<b>Akseleran</b>	<a href="https://www.akseleran.co.id">https://www.akseleran.co.id</a>	PT Akseleran Keuangan Inklusif Indonesia	KEP -122/D.05/2019	13 Desember 2019	Konvensional	Android dan iOS
15.	<b>Ammana.id</b>	<a href="https://ammana.id">https://ammana.id</a>	PT Ammana Fintek Syariah	KEP -123/D.05/2019	13 Desember 2019	Syariah	Android dan iOS
16.	<b>PinjamanGO</b>	<a href="https://www.pinjamango.co.id">https://www.pinjamango.co.id</a>	PT Dana Pinjaman Inklusif	KEP -124/D.05/2019	13 Desember 2019	Konvensional	Android dan iOS



From  
the People of Japan



### Berikut tautan dan contoh dokumennya

<https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/financial-technology/Documents/PENYELENGGARA%20FINTECH%20TERDAFTAR%20DAN%20BERIZIN%20DI%20OJK%20PER%206%20OKTOBER%202021.pdf>

# Akses Modal

## berdasarkan Jenis Kontrak Kerjasamanya



From  
the People of Japan



# 1

### Akses Modal dengan Akad Pinjaman

- Memiliki karakteristik:
  - **Dana yang dipinjam harus dikembalikan.** Sesuai dengan periode cicilan, jangan waktu pinjaman, dan biaya imbal hasil/bunga.
  - **Pemberi pinjaman tidak memiliki hak suara** untuk mengambil keputusan strategistapi dapat memberikan saran perbaikan.
  - **Peminjam harus menyerahkan agunan tertentu.** Tidak harus agunan seperti tanah dan bangunan, bisa saja seperti mobil, perhiasan, dll.
- Akses modal ini ditawarkan umumnya oleh bank, koperasi jasa keuangan, *fintech* khusus pinjaman, dan perusahaan pembiayaan atau disebut *leasing*.
- Contoh:
  - **ASYX memberi pinjaman kredit modal kerja** dengan ketentuan dapat menerima agunan berupa bukti kepemilikan stok seperti sertifikat Sistem Resi Gudang dan dokumen penunjang *purchase order*/bukti tagihan.
  - Bank sudah ada yang menerima dokumen penunjang berupa histori penjualan *E-Commerce*.



# Beberapa Jenis Akad Modal Pinjaman



From  
the People of Japan



## 1 Kredit Modal Kerja

- Kredit yang diberikan oleh bank kepada debiturnya untuk membiayai kebutuhan modal kerja suatu perusahaan seperti bayar gaji, utang, membeli bahan baku, dll.
- Jangka waktu yang pendek karena pada umumnya hanya 1 siklus bisnis.
- Kelebihan:
  - Ada fleksibilitas, beberapa bank menyediakan skema cadangan kredit yang biaya bunga/bagi hasil hanya dihitung dari dana yang digunakan. Contoh:
  - Pinjaman 300 juta dicadangkan di rekening giro, yang ditarik/dipakai hanya 200 Juta, maka biaya bunga hanya dihitung dari 200 Juta tersebut.
- Kekurangan:
  - Umumnya membutuhkan agunan fisik dan harus ada rencana usaha yang jelas.
  - Tidak bisa diakses oleh usaha yang belum memiliki rekam jejak penjualan usaha (harus diatas 24 bulan).

## 2 Kredit Investasi

- Digunakan oleh suatu pihak untuk membiayai berbagai belanja ekspansi perusahaan seperti pembelian aset, mulai dari tanah, bangunan dan peralatan usaha.
- Jangka waktu yang panjang biasanya lebih dari 5 tahun. Memiliki *grace period* yang dimana 6-12 bulan pertama boleh hanya membayar bunga saja. Kemudian cicilan pokok baru dibayar setelah bulan ke 7 atau 12 setelah fasilitas/bangunan sudah selesai dan bisa beroperasi.
- Kelebihan
  - Ada *grace period* sehingga tidak memberatkan biaya cicilan kredit saat fasilitas belum beroperasi.
- Kekurangan:
  - Umumnya membutuhkan agunan fisik dan harus ada rencana usaha yang jelas.

# Beberapa Jenis Akad Modal Pinjaman



From  
the People of Japan



## 3 Invoice Financing (Pembiayaan Bukti Tagih)

- Pembiayaan modal kerja berdasarkan faktur/invoice tagihan pembeli. Diberikan untuk memenuhi kebutuhan arus kas usaha yang memiliki banyak piutang penjualan kepada pihak lain karena pihak lain baru membayar 30 - 90 hari kemudian.
- Jangka waktu yang sangat pendek yaitu 30 - 90 hari.
- Kelebihan:
  - Pinjaman dapat disesuaikan dengan kebutuhan periode dana talangan sehingga tidak perlu membayar bunga 1 tahun.
- Kekurangan:
  - Umumnya tarif bunga per bulan yang dibayarkan lebih tinggi daripada tarif bunga 1 tahun dibagi 12 bulan.
  - Jika tujuan invoice adalah perusahaan tidak dikenal atau belum berbadan hukum maka akan sulit dapat persetujuan.
- Contoh:
  - Vendor sepatu menjual ke distributor dengan total Rp 1 Milyar dan ketentuan pembayaran adalah 60 hari setelah penerbitan faktur.
  - Vendor memohon ke lembaga keuangan *invoice financing* dan disetujui untuk diberikan sebesar 80%.
  - 20% sisanya akan dibayarkan (setelah dikurangi biaya jasa lembaga keuangan) kepada vendor setelah debitur (yaitu distributor) melunasi ke lembaga keuangan.

	Investree	Maybank Akseleran	Bank Mandiri
<b>Nilai Pinjaman</b>	Maks. Rp 2 Miliar	Tergantung Nilai Faktur	Tergantung Nilai Faktur
<b>Batas Pinjaman</b>	80% dari Nilai Faktur	80% dari Nilai Faktur	100% dari Nilai Faktur
<b>Lama Pinjaman</b>	30 – 180 hari	3 – 6 bulan	Tergantung Nilai Faktur
<b>Rata-Rata Pinjaman</b>	620 Juta	-	-
<b>Informasi</b>	<a href="https://investree.id/busines-loan/invoice-financing">https://investree.id/busines-loan/invoice-financing</a>	<a href="https://www.akselaran.co.id/blog/invoice-financing/">https://www.akselaran.co.id/blog/invoice-financing/</a>	<a href="https://www.bankmandiri.co.id/skbdn">https://www.bankmandiri.co.id/skbdn</a>

# Beberapa Jenis Akad Modal Pinjaman



From  
the People of Japan



## 4 Supply Chain Financing (Pembiayaan Rantai Pasok)

- Pembiayaan yang fokus pada *supply chain* atau rantai pasokan produk di mana membiayai pembelian barang dari distributor, reseller, retailer, supplier, perusahaan logistik, hingga perusahaan pengerjaan produksi.
- SCF menjaga seluruh komponen dalam proses produksi hingga penjualan terjamin keberlangsungannya
- Contoh:
  - Usaha makanan yang dibiayai pembelian barangnya dari 2 distributor, maka lembaga pembiayaan memiliki kesempatan untuk memberikan pembiayaan tidak hanya kepada usaha makanan tersebut, tapi juga kepada 2 distributornya

## 5 Pembiayaan Proyek

- Model pendanaan yang sering dipakai untuk mendanai sebuah proyek jangka panjang, pada umumnya proyek-proyek infrastruktur, seperti pembangunan jalan tol, pelabuhan, pembangkit listrik.
- Jangka waktu sangat panjang
- Salah satu penyedia layanan project financing adalah platform Infishta di mana menyediakan pembiayaan bagi pelaku usaha di bidang perikanan di seluruh wilayah Indonesia dengan skema crowdfunding (patungan) menggunakan ukuran lot seperti saham (1 lot = 100 lembar)

	BRI	Bank Sinarmas	Bank DBS Indonesia
<b>Nilai Pinjaman</b>	Rp 100 Juta – Rp 50 Miliar	100% dari nilai pembelian barang – 2x nilai pembelian barang rata-rata per bulan	100% dari nilai pembelian barang
<b>Jaminan</b>	Kontrak Kerja/Faktur ( <i>Invoice</i> )	Kontrak Kerja/Faktur ( <i>Invoice</i> )	Kontrak Kerja/Faktur ( <i>Invoice</i> )
<b>Lama Pinjaman</b>	1 – 12 bulan	12 bulan (per 1 tahun diperbarui)	Pada saat <i>invoice</i> jatuh tempo
<b>Syarat Pinjaman</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Kontrak Kerja/Faktur (<i>Invoice</i>)</li><li>- Identitas Diri: KTP, NPWP</li><li>- Legalitas Usaha: SIUP, SITU, TDP, Akta Pendirian dan perubahannya</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Dokumen Legalitas</li><li>- Dokumen keuangan</li><li>- Dokumen lainnya</li></ul>	Dokumen terkait Kontrak Kerja/Faktur ( <i>Invoice</i> )
<b>Informasi</b>	14017	1500153	<a href="https://www.dbs.id/id/corporate-id/trade/other-trade-products/supply-chain-financing">https://www.dbs.id/id/corporate-id/trade/other-trade-products/supply-chain-financing</a>

# Akses Modal

## berdasarkan Jenis Kontrak Kerjasamanya



From  
the People of Japan



# 2

### Akses Modal dengan Pola Kerjasama Ekuitas/Saham

- Memiliki karakteristik:
  - **Dana modal yang diberikan tidak perlu dikembalikan** karena ditukar dengan persentase kepemilikan saham tertentu.
  - Calon penerima modal **harus berbadan hukum Perseroan Terbatas**.
  - **Menyerahkan dokumen profil dan rencana pengembangan bisnis.**  
*Business Plan* □ Dokumen versi lengkap  
*Pitch Deck* □ Dokumen versi singkat
  - **Pemberi modal memiliki hak suara** dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan.
- Pemilik bisnis ada yang takut karena ada yang ikut campur, tapi ada pemilik bisnis yang senang karena memiliki partner bisnis yang 1 visi.
- Untuk pemilik bisnis yang takut, maka solusinya adalah dengan tidak memberikan porsi saham ke pihak luar lebih dari 50%.
- Skema ekuitas ini biasanya ditawarkan oleh perusahaan modal ventura. Ia mencari bisnis kecil atau baru yang memiliki potensi dan bertarget untuk menjual saham tersebut 3-5 tahun dengan harga lebih mahal.



# Beberapa Jenis Akad Modal Ekuitas

1

## Investor Saham Pasif

- Investor hanya mendanai bisnis tetapi tidak memiliki hak suara sehingga ia hanya bisa dapat memberikan saran, tidak dapat menentukan arah strategis perusahaan.

2

## Investor Saham Aktif

- Investor memiliki hak suara untuk menentukan arah strategis perusahaan sesuai dengan porsi kepemilikan saham
- Contoh. Pemilik bisnis memiliki porsi saham 40%, 2 investor lainnya masing-masing 30%. Ketika semua memiliki pendapat masing-masing, pemilik bisnis yang menang voting karena ia memiliki porsi saham lebih besar. Tetapi ketika 2 investor memiliki pendapat yang sama, maka pendapat 2 investor itu yang akan dipakai karena total porsi saham kedua investor adalah 60% lebih besar dari 40%.

3

## Investor Saham Prioritas / Saham Preferen

- Bukti kepemilikan atas suatu perusahaan dengan hak yang lebih tinggi atas aset dan laba perusahaan dibanding pemegang saham biasa karena investornya memberikan dana yang lebih besar dari pemilik saham biasa.

4

## Investor Saham Istimewa

- Investor pada saham istimewa atau disebut juga dengan *golden stock* memiliki hak lebih dibandingkan dengan pemegang saham lainnya. Walaupun kepemilikan sahamnya hanya 1% tetapi dia yang memiliki kendali untuk menentukan arah strategis bisnis perusahaan.



From  
the People of Japan



# Akses Modal

## berdasarkan Jenis Kontrak Kerjasamanya



From  
the People of Japan



### Akses Modal dengan Akad Kemitraan Proyek/Syirkah/*Business Opportunity*

3

- Merupakan peluang bisnis dengan sistem bagi hasil. Biasanya menawarkan paket investasi skema bagi hasil dari keuntungan proyek budidaya lele, kebun, pembukaan cabang restoran, dll.
- Selama tawaran tersebut lebih tinggi dari bunga deposito dan kemudian juga memiliki reputasi yang bagus, maka pasti akan ada investor yang ingin menanamkan modalnya.
- Contoh: Saya memiliki restoran Dewinta dan ingin segera membuka 10 cabang baru di kota lainnya tetapi saya tidak mau meminjam uang ke bank.
- Pada akad kemitraan proyek, pencari modal harus menyiapkan proposal dengan paket-paket investasi tertentu. Kemudian menunjukkan perhitungan detail estimasi omset dan profit, serta risiko-risiko yang perlu diketahui.
- Oleh karena itu, saya menawarkan paket investasi pembukaan cabang restoran Dewinta dengan janji keuntungan operasional 30% dan jangka waktu 3 tahun untuk investor.
- Kontrak kerjasama ini harus dipahami bahwa tidak ada jaminan untung, investor harus mau untuk tanggung untung rugi bersama.

**STEAK AND CHEESE  
REBORN  
STEAK ANTI MAINSTREAM**

**Franchise Resto  
Steak Kekinian  
Pertama di  
Indonesia**

**149 JUTA SIAP BUKA  
FULL COMPLETE  
SETUP RESTAURANT**

**BONUS BERLIMPAH AKHIR TAHUN**  
Bonus Smart TV 40 Inch  
Free Franchise Ayam geprek abang Ireng  
Free Franchise Royal Cokelat cafe

**steak & cheese**  
Steak Anti Mainstream

**ROYAL COKELAT  
CAFE**

## Daftar Paket Usaha / Franchise / Waralaba Makanan Terbaru

Klik Tombol WhatsApp, maka otomatis Anda akan terhubung dengan Customer Service masing-masing paket usaha



From  
the People of Japan



**EKSIS SEJAK 2011**

MULAI ~~9,5 Juta~~ **8,5 Juta**

0812-8538-5007  
www.kuchkuchhotahu.com  
@kuchkuchhotahu

Kuch Kuch Hotahu

**PAKET USAHA TAIWAN STREET SNACK**

Instagram : @uncledazs  
WA : 0823-1075-2299

Uncle Dazs

**Bisnis Korean Street Food**

Kini Hadir di Indonesia

10 JT 5,5 JT

@odeng.rtl  
0822-1531-6568

Odeng RTL

### Contoh Paket Franchise

# Akses Modal

berdasarkan Jenis Kontrak Kerjasamanya



From  
the People of Japan



# 4

## Akses Modal dengan Akad Hibah atau Biaya Pinjaman Murah

- Pertama kita harus tau karakteristik bunga bank, yaitu:
  - Pinjaman ultra mikro yaitu 10 Juta kebawah memiliki bunga sekitar 1,5-2% per bulan atau 18-24% per tahun.
  - Pinjaman diantara 10 Juta – 500 Juta di sekitar 12-18% per tahun.
  - Diatas 500 Juta dapat lebih murah lagi.
  - Perlu dicatat bahwa angka tarif ini dapat berubah-ubah.
  - Jangka waktu juga mempengaruhi biaya bunga bank. Pinjaman yang hanya 30 hari atau 60 hari, hitungan biaya bunga per bulannya akan lebih mahal dari yang 1 tahun. Tetapi jika memang butuhnya hanya 30 hari atau 60 hari, tetapi lebih baik untuk jangka waktu tersebut.

- Jika kita ingin **mencari biaya bunga yang lebih murah** dari tarif umum, kita dapat mengakses **Kredit Usaha Rakyat (KUR)**.
- Jika kita ingin **mencari modal hibah**, kita dapat **mengikuti lomba-lomba bisnis** yang menawarkan hadiah menarik. Tapi perlu diingat itu juga memerlukan proposal bisnis.

**APRESIASI WIRAUSAHA MUDA PEMULA DAN PENGGERAK WIRAUSAHA BERPRESTASI TAHUN 2021**

Dr. H. ZAINUDIN AMALI, M.SI. MENPORA RI

**Persyaratan Wirausaha Muda Berprestasi**

- Wirausaha Muda berusia 16 - 30 tahun
- Memiliki usaha secara perorangan yang telah berjalan minimal 2 (dua) tahun (dibuktikan dengan laporan keuangan)
- Memenuhi kriteria Usaha Mikro atau Usaha Kecil
- Bisnis yang dijalankan tidak melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan
- Belum pernah mendapatkan penghargaan sejenis dan Tidak sedang mengikuti kegiatan penghargaan sejenis
- Peserta diharuskan mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dan tidak dapat diwakilkan
- Peserta yang sudah pernah mengikuti kegiatan ini di tahun sebelumnya sampai dengan tahap final tidak diperbolehkan untuk mengikuti kegiatan ini.
- Persyaratan lebih lengkap bisa dibaca dalam Petunjuk Teknis yang dapat diakses melalui [www.kemenpora.go.id](http://www.kemenpora.go.id)

**Pendaftaran secara daring melalui link:**  
[wirausahaberprestasi.kemenpora.go.id](http://wirausahaberprestasi.kemenpora.go.id)

Batas Pendaftaran: 15 September 2021  
Seleksi: September - Oktober 2021  
Penyerahan Penghargaan: 28 Oktober 2021

Hubungi Kami:  
Wimpi 082110340079  
(Senin-Jumat 08.00-15.00 WIB)

**TOTAL HADIAH 360 Juta**

**Kategori**  
INDUSTRI KREATIF  
TEKNOPRENEUR  
SOCIOPRENEUR  
RELIGIOPRENEUR

**Persyaratan Penggerak Wirausaha**

- Peserta dari perorangan maupun lembaga
- Melakukan pembinaan, pendampingan maupun pengembangan, kewirausahaan pemuda, Telah menjalankan kegiatan minimal 3 (tiga) tahun dibuktikan dengan dokumentasi kegiatan
- memiliki minimal 5 (lima) Wirausaha Muda Berprestasi (WMP) binaan.

**PEMUDA MAJU OLAHRAGA JAYA** [www.kemenpora.go.id](http://www.kemenpora.go.id) @kemenpora @KEMENPORA\_RI Kemenpora RI

## PENYALURAN KUR BERDASARKAN PENYALUR

No	Penyalur	Total Penyaluran KUR	
		Plafon	Jml. Debitur
1	PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.	58.397.886.002.269	2.093.475
2	PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk.	13.102.218.299.000	135.538
3	PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk.	9.901.483.435.120	100.326
4	PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk.	61.805.100.000	222
5	PT. Bank Central Asia, Tbk.	77.495.844.077	569
6	PT. Bank Bukopin, Tbk.	-	-
7	PT. Bank Maybank Indonesia, Tbk	11.150.000.000	24
8	PT. Bank Sinarmas, Tbk	240.591.964.500	852
9	PT. Bank Permata, Tbk	3.026.000.000	13
10	PT. BTPN, Tbk	-	-
11	PT. OCBC NISP, Tbk	-	-
12	PT. Bank Artha Graha Internasional, Tbk	-	-
13	PT. BRI Syariah, Tbk.	1.981.802.985.054	32.272
14	PT. BRI Agroniaga, Tbk	13.061.251.000	97
15	PT. Bank CTBC Indonesia	-	-
16	PT. Bank Nationalnobu, Tbk	17.796.000.000	433
17	PT. Bank Mandiri Taspen	13.727.000.000	342
18	PT. BNI Syariah, Tbk	602.305.783.810	3.183
19	PT. Bank Syariah Mandiri	45061000000	396
20	PT. BPD Bali	292.263.000.000	2.796
21	PT. BPD Kalimantan Barat	83.455.600.000	707
22	PT. BPD NTT	-	-
23	PT. BPD DIY	133.509.500.000	1.997
24	PT. BPD Sulselbar	29.779.840.000	359

No	Penyalur	Total Penyaluran KUR	
		Plafon	Jml. Debitur
25	PT. BPD Sumut	239.427.000.000	2942
26	PT. BPD Sumatera Barat (Bank Nagari)	533.578.500.000	3900
27	PT. BPD Sumatera Selatan Babel	234.649.400.200	5077
28	PT. BPD Jawa Barat dan Banten, Tbk	375.796.259.380	2829
29	PT. BPD Kalimantan Selatan	76.479.500.000	917
30	PT. BPD Riau Kepri	266.823.000.000	2148
31	PT. Bank NTB Syariah	-	-
32	PT. BPD Lampung	69.573.000.000	1829
33	PT. BPD Papua	7.749.100.000	93
34	PT. BPD Bengkulu	19.378.000.000	111
35	PT. BPD Kalimantan Timur Kalimantan Utara	57.983.500.000	591
36	PT. BPD Jambi	33.600.000.000	341
37	PT. BPD Jateng	1.067.544.000.000	7600
38	PT. BPD Sulawesi Tenggara	15.755.680.000	110
39	PT. BPD Kalimantan Tengah	9.010.168.740	75
40	PT. Bank SulutGo	23.570.708.704	427
41	PT. BPD Jawa Timur, Tbk	-	-
42	PT. Internusa Tribuana Citra Multi Finance	11.190.245.000	790
43	PT Indosurya Inti Finance	-	-
44	PT. First Indo American Leasing	-	-
45	Koperasi Obor Mas	1.300.418.056	56
46	Koperasi Kospin Jasa	32.465.202.004	961
47	KSP Guna Prima Dana	5.357.000.000	151
Total		88.089.649.286.914	2.404.549



From  
the People of Japan



Berikut tautan untuk mencari daftar bank, lembaga pembiayaan,  
dan koperasi penyalur KUR:

<https://kur.ekon.go.id/>

# Perbedaan UMi dan KUR



From  
the People of Japan



## Pembiayaan Ultra Mikro (UMi)

- 1 UMi disalurkan oleh lembaga keuangan bukan bank yaitu melewati Badan Layanan Umum (BLU) Pusat Investasi Pemerintah (PIP).
- 2 Pinjaman UMi maksimal hanya Rp 10 Juta.
- 3 Penerima UMi yaitu hanya pelaku usaha ultra mikro yaitu yang tidak memenuhi syarat untuk menerima KUR.
- 4 Tenor jangka pendek dibawah 52 minggu.
- 5 Pelaku usaha ultra mikro tidak perlu agunan.
- 6 Pelaku usaha UMi wajib ada pendampingan dan pelatihan.

## Kredit Usaha Rakyat (KUR)

- 1 KUR disalurkan oleh lembaga keuangan dan perbankan.
- 2 Pinjaman KUR mencapai Rp 25 Juta untuk usaha mikro dan Rp 500 Juta untuk usaha ritel.
- 3 Penerima KUR yaitu usaha mikro dan kecil, yang dimana usaha mikro memiliki kriteria omzet tahunan maksimal Rp300 juta.
- 4 Tenor jangka panjang bisa lebih dari 1 tahun.
- 5 Pelaku usaha kecil perlu agunan untuk mendapatkan KUR.
- 6 Pelaku usaha KUR tidak wajib ada pendampingan dan pelatihan.



From  
the People of Japan



ASYX  
Good And Beneficial Tech



UKM INDONESIA

topkarir  
Portal Karirnya Anak Muda Indonesia



# SUB BAB 8

## Menghitung Potensi Pertumbuhan Bisnis yang Realistis

# Pilih yang mana ya?



From  
the People of Japan



- Kita punya bisnis dan ingin mengakses modal sekitar Rp 500 Juta, tapi kita tidak memiliki jaminan aset fisik dengan nilai 130% dari Rp 500 Juta.
- Berarti pilihan pinjamannya ada Kredit Usaha Rakyat (KUR), *invoice financing*, pinjaman personal, dan ekuitas yaitu jual saham. Kita harus menilai mana yang lebih cocok untuk kita sebelum memilih.
  - 1) **KUR** memiliki suku bunga flat 0,41% per bulan atau Rp2.050.000/bulan. Apakah kita mampu dan berapa lama?
  - 2) **Invoice financing** memiliki biaya sebesar 0,375% per bulan atau Rp1.875.000/bulan tetapi kita harus memiliki faktur tagihan/*invoice* kepada pembeli.
  - 3) Apakah ada yang memberikan **pinjaman personal** sampai Rp500 Juta, berapakah biaya bunga nya? Atau bunga nya dibayar diakhir periode?
  - 4) Kita harus menilai berapa persen **persentase porsi saham** yang pantas yang akan diberikan kepada pemberi modal tersebut.



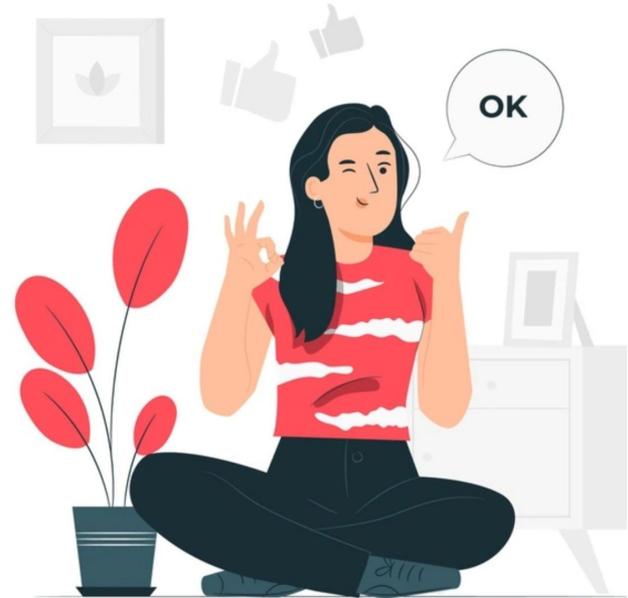
# Pilih Pinjaman Personal atau Saham Deh



From  
the People of Japan



- Biasanya memilih pilihan ini karena tidak ada ikatan untuk membayar biaya pinjaman setiap bulannya.
- Tetapi untuk pilihan ini biasanya kita akan diminta **dokumen Proposal Bisnis atau Pitch Deck**, yaitu dokumen seperti **Company Profile** yang dilengkapi dengan **informasi proyeksi pertumbuhan bisnis** dan prediksi nilai perusahaan.
- Jika kita ingin naik kelas, menghitung potensi pertumbuhan ini perlu dilakukan. Kecuali kita hanya ingin usahanya mikro terus dan memiliki *mindset* jalani bisnis mengalir saja.
- Untuk konteks usaha mikro, kita **dapat hitung potensi pertumbuhan** dengan cara paling sederhana, yaitu dengan **melihat perkembangan data-data penjualan**, minimal selama 2 tahun terakhir.



# Kalau Tidak Punya Data Bagaimana?



From  
the People of Japan



- **Sulit** untuk menghitung potensi pertumbuhan tanpa data atau catatan yang ada, tapi kita bisa **mencoba mencari datanya** terlebih jika sudah **berjualan online atau via transfer bank**, sehingga kita tinggal periksa mutasi rekening bank. Kita dapat mencari:
  - Rata-rata penjualan per bulan
  - Penjualan itu berasal dari berapa orang konsumen
- Jika sudah di dapat, kemudian kita **berdiskusi dengan tim** dan **menetapkan target misal omset naik 50%**. Kemudian menetapkan strategi apa yang perlu dilakukan, misal:
  - Menambahkan jumlah jaringan reseller, atau tetap jumlahnya tetap sama tapi mereka dibina dengan baik agar dapat menjual lebih.
  - Menambah anggaran promosi sebesar 20%.
- **Jika tidak memiliki data awal** maka metode pertama untuk **menghitung target** adalah dengan **berdasarkan pengeluaran pemilik usaha**.

# Menghitung Target Penjualan berdasarkan Pengeluaran



From  
the People of Japan



1

**Memisahkan keuangan pribadi dan usaha.** Jangan membeli bahan baku dengan kas bisnis dan bayar uang sekolah anak juga dengan kas bisnis.

2

Misal bu Ani memiliki pengeluaran rumah tangga rutin sebesar Rp 4 Juta per bulan. Jadi **targetnya** bisa mentransfer dari rekening bisnis ke rekening pribadi sebesar **Rp 5 Juta per bulan.**

3

Bisnis yang baik adalah dengan tidak mengambil seluruh keuntungan usaha, ada yang ditahan. Misal asumsi kita ingin mengambil **50% dari keuntungan untuk pribadi.** Berarti target keuntungan adalah 5 Juta dibagi 50% □ **Rp 10 Juta per bulan.**

4

Jika target keuntungan usaha adalah Rp 10 Juta per bulan maka omzet nya harus berapa? Jika asumsi **margin laba adalah 25%** maka omzet adalah 10 juta dibagi 25% □ **Rp 40 Juta per bulan**

5

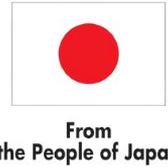
Rata-rata harga jual Sambal Dewinta adalah Rp 15.000 per kemasan 100 gram maka yang laku harus berapa? Berarti tinggal 40 juta dibagi dengan 15 ribu □ **2670 kemasan botol per bulan**

6

Jika harus laku 2670 botol per bulan, maka per hari nya jika kita hanya bisa **menjual selama 25 hari** maka 2670 botol dibagi 25 hari □ **107 botol per hari**



# Menghitung Target Penjualan berdasarkan Pengeluaran



Kriteria	Rp	%
Target atau harapan penghasilan untuk pemilik	5.000.000	
Keputusan bagi hasil keuntungan bisnis yang boleh diambil pemilik		50%
Target laba bersih usaha yang perlu dicapai	10.000.000	
Margin laba dari omset usaha		25%
Target omset bulanan	40.000.000	
Rata-rata harga produk	15.000	
Target jumlah produk yang laku setiap bulan	2.667	
Jumlah hari bekerja/berjualan dalam sebulan	25	
Target penjualan rata-rata per hari	107	



angka otomatis, tidak usah diisi



Sahabat lestari dapat menggunakan *template* yang sudah disediakan. Berikut tautannya:

[https://docs.google.com/spreadsheets/u/1/d/1BCasAME85jHrYRiCg1vu\\_TgYB2utBaH/edit?usp=drive\\_web&ouid=101473561390620906931&rtpof=true](https://docs.google.com/spreadsheets/u/1/d/1BCasAME85jHrYRiCg1vu_TgYB2utBaH/edit?usp=drive_web&ouid=101473561390620906931&rtpof=true)

# Strategi Meraih Penjualan 107 Botol per Hari



From  
the People of Japan



Perlu kita ketahui dengan harga jual Rp 15.000 dengan margin laba 25% berarti **total biaya sebesar 75%** atau **Rp 11.250**. Harga Pokok Produksi diketahui sebelumnya sebesar Rp 8.250, berarti ada ruang untuk **sharing komisi** sebesar Rp 2.730 atau dibulatkan **Rp 2.500 per botol**.

Beberapa strategi yang dapat dilakukan:

Membuat paket *bundling* 3 rasa sambal untuk meningkatkan nilai transaksi per konsumen. Konsumen akan tertarik karena hitungan per botolnya jadi lebih murah serta mendapatkan 3 jenis rasa berbeda.



Jualan online dengan mengirim pesan promosi ke 100 orang berbeda per hari. Jika 1 bulan 25 hari, maka perlu untuk memiliki 2.500 kontak pelanggan. Dari sini mungkin bisa mendapat 10 orang pembeli dan sekali beli 3 unit botol. Jadi 1 hari dapat menjual 30 unit botol.

Menawarkan beberapa orang menjadi *reseller* khususnya kepada orang yang hobi berjualan atau mempunyai toko atau warung. Jika ada 4 orang *reseller* dengan target total per hari 20 unit botol.

# Menghitung Proyeksi Pertumbuhan Bisnis



From  
the People of Japan



**Yakin Bisa Jual ke 100 Orang Dapat Transaksi 30 Unit Botol per Hari?**

Hal tersebut memang ditanya oleh investor tapi kita bisa membahas metode proyeksi pertumbuhan bisnis berdasarkan data dengan lebih profesional. Secara umum berikut indikator yang digunakan untuk menghitung pertumbuhan perusahaan:

- Indikator pertumbuhan aset
- Pertumbuhan omzet
- Pertumbuhan profit
- Pertumbuhan cabang

Karena usaha mikro tidak memiliki laporan keuangan yang standar seperti laporan laba rugi dan neraca, maka potensi pertumbuhan dapat dihitung dari estimasi atau perkiraan penjualan. Pendekatan umum untuk memperkirakan secara realistis berapa % omzet bisnis naik tahun depan antara lain:

**Top-Down Approach** (Perhitungan dari Atas ke Bawah) dan **Bottom-Up Approach** (Perhitungan dari Bawah ke Atas)

# Menghitung Proyeksi Pertumbuhan Bisnis



From  
the People of Japan



## *Top-Down Approach* (Perhitungan dari Atas ke Bawah)

- 1 Mencari tau nilai transaksi bisnis dari bisnis yang ingin kita masuki (sambal, pakaian, kerajinan, dll.). Kemudian berapa *brand* atau perusahaan yang bermain disitu? Dan kira-kira berapa yang bisa kita ambil pangsa pasarnya?
- 2 Misal transaksi sambal sampai Rp 10 triliun per tahun dan jumlah pemainnya ada 1000. Terdapat 3-5 mega *brand* menguasai 30% pangsa pasar.
- 3 Karena bersaing dengan 1000 *brand*, kita targetkan 0,01% dari pangsa pasar Rp 10 triliun berarti target Rp 1 milyar per tahun.
- 4 Setelah itu targetnya diturunkan, perlu lakukan apa saja untuk mencapai itu?
  - Menentukan anggaran khusus seperti membuat iklan seperti apa, butuh karyawan sebanyak apa, dan berapa banyak peralatan yang dibutuhkan

**Cara ini tidak cocok dengan UMKM karena harus mendapatkan data transaksi pasar secara spesifik dan biasanya hanya perusahaan besar yang mampu karena biaya yang mahal untuk melakukan risetnya**

## *Bottom-Up Approach* (Perhitungan dari Bawah ke Atas)

- 1 Mencari data penjualan tahun lalu, melihat produk paling laku dan yang kontribusi labanya yang paling bagus.
- 2 Jika dari data penjualan dari tahun 2019 ke tahun 2020 meningkat 20%, berarti pada tahun 2021 berapa target pertumbuhan penjualannya?

**Kita bahas di slide berikutnya →**

# Menghitung Proyeksi Pertumbuhan Bisnis



From  
the People of Japan



## *Bottom-Up Approach* (Perhitungan dari Bawah ke Atas)

Dengan pendekatan ini, kita akan bertanya ke:

### Bertanya ke Mitra Reseller:

- Berapa target kenaikan penjualan untuk tahun depan?
- Untuk mencapai hal tersebut, membutuhkan apa saja?



### Jawaban Mitra Reseller:

- Butuh katalog produk yang lebih bagus
- Butuh dibuatkan konten-konten media sosial untuk *diposting*
- Tambahan insentif penjualan
- Butuh kelancaran pasokan stok karena sebelumnya suka telat pengirimannya

### Bertanya ke Admin Media Sosial:

- *Follower* dapat meningkat seberapa banyak?
- Kontak konsumen bisa meningkat berapa persen?
- Penjualan *online* bisa meningkat berapa persen?
- Butuh anggaran promosi berapa besar?

# Menghitung Proyeksi Pertumbuhan Bisnis



From  
the People of Japan



## Bottom-Up Approach (Perhitungan dari Bawah ke Atas)

- Setelah kita bertanya ke semua kanal informasi, kemudian kita dapat menilai kira-kira **peningkatan penjualan bisa sebesar 50%**.
- Kemudian kita mendapatkan angka kenaikan **biaya produksi yang biasanya per bulan Rp 30 Juta menjadi Rp 50 Juta**.
- Supaya margin laba tetap 25% maka **omzet yang ditargetkan adalah menjadi Rp 67 Juta**.
- Jika omzet tahun sebelumnya adalah Rp 40 Juta maka untuk menjadi Rp 67 Juta, **target kenaikan penjualan adalah 67,5%**.

$$(67 \text{ Juta} = 50 \text{ Juta} \div \frac{75}{100})$$

$$(67,5\% = \frac{(67 \text{ Juta} - 40 \text{ Juta})}{40 \text{ Juta}} \times 100\%)$$

# Saran Tambahan untuk Bisnis Lestari



Berikut beberapa hal yang dapat dilakukan bagi bisnis lestari dalam membuat target bisnis kedepannya:

- Jangan lupa juga menghitung peluang penambahan pendapatan kalau kita menjual sampah-sampah organik atau sampah plastik dan kertas yang dihasilkan oleh proses produksi kita.
- Hal ini bisa menjadi tambahan suatu pendapatan yaitu pendapatan non-operasional
- Jika ingin disumbangkan, kita perlu mencatatnya agar dapat dilaporkan berapa banyak sampah sisa produksi yang sudah kita kelola dan berhasil dicegah untuk tertumpuk di Tempat Pembuangan Akhir (TPA)
- Kita juga dapat memasang komitmen pemberdayaan yaitu 2.5% dari laba bersih kita sumbangkan untuk pemberdayaan berupa pelatihan ibu rumah tangga atau sahabat kita penyandang disabilitas untuk juga bisa membuat sambal.

**Jadi dalam menghitung potensi pertumbuhan bisnis, kita tidak hanya menghitung pertumbuhan omset saja, tapi juga pertumbuhan praktik ramah lingkungan dan ramah sosial bisnis kita.**

# Penutup



From  
the People of Japan



Pada kenyataannya, menghitung potensi pertumbuhan bisnis perlu dengan simulasi beberapa skenario. Oleh karena itu, untuk memudahkan proses perhitungan umumnya akan dibutuhkan alat bantu berupa format anggaran yang merincikan perhitungan beban - beban pengeluaran dan target penjualan yang diperlukan untuk memastikan dapat menutupi seluruh pengeluaran tersebut, ditambah dengan target profit.

Bagi sahabat yang ingin melakukan simulasi berikut kami sediakan format skenario perhitungannya:

- a. Versi detil yang relevan untuk bisnis dengan tim lebih dari 5 orang
- b. Versi sederhana yang relevan untuk bisnis dengan tim kurang dari 5 orang



From  
the People of Japan



**ASYX**  
Good And Beneficial Tech



UKM INDONESIA

**topkarir**  
Portal Karirnya Anak Muda Indonesia



# Yuk Mulai Hitung!!!