

# Membuka Peluang Usaha di Kalangan Mahasiswa

Oleh  
Lili Adi Wibowo

Pada Acara “*The Most Wanted From  
Economic Class (Hot Rooms)*”  
Himpunan Jurusan Pendidikan Ekonomi  
FPIPS - UPI

# Tujuan Materi:

1. Memberikan motivasi kepada peserta menjadi seorang mahasiswa yang berjiwa entrepreneur dan mandiri
2. Menumbuhkan dalam diri peserta keberanian untuk berusaha di kalangan mahasiswa
3. Memberikan contoh seperti apa celah-celah atau peluang usaha yang dapat dilirik di kalangan perkampusan
4. Memberikan gambaran peluang usaha yang cocok bagi seorang mahasiswa tanpa meninggalkan tugas penting dalam arti belajar.



# Rencana Strategis UPI BHMN





# 5 Jalur yang dilakukan UPI

1. Diversifikasi Sumber Pendanaan
2. Strategi Inti Kemudi
  - Merampingkan struktur yang sederhana hubungan Rektor sampai jurusan, program lebih feleksibel
  - Memberikan kewenangan di Jurusan dan Program
3. Membuka Jalur-jalur dengan Dunia Luar



# ENTREPRENEUR

- Seseorang Yang Mempunyai Kreativitas Suatu Bisnis Baru Dalam Menghadapi Resiko Dan Ketidakpastian Yang Bertujuan Untuk Pencapaian Laba Dan Pertumbuhan Usaha Berdasarkan Identifikasi Peluang Dan Mendayagunakan Sumber-sumber Serta Memodali Peluang Tersebut

# CIRI-CIRI ENTREPRENEUR

- ❖ MEMPUNYAI HASRAT UNTUK SELALU BERTANGGUNG JAWAB BISNIS DAN SOSIAL
- ❖ KOMITMEN TERHADAP TUGAS
- ❖ MEMILIH RESIKO YANG MODERAT
- ❖ MERAHASIAKAN KEMAMPUAN UNTUK SUKSES
- ❖ CEPAT MELIHAT PELUANG
- ❖ ORIENTASI KE MASA DEPAN
- ❖ SELALU MELIHAT KEMBALI PRESTASI MASA LALU
- ❖ SIKAP HAUS TERHADAP “MONEY”
- ❖ SKILL DALAM ORGANISASI
- ❖ TOLERANSI TERHADAP AMBISI
- ❖ FLEKSIBILITAS TINGGI

# CIRI-CIRI PERUSAHAAN KECIL

- Manajemen Berdiri Sendiri
- Modal Disediakan Oleh Seorang Pemilik Atau Sekelompok Kecil
- Daerah Operasinya Lokal
- Ukuran Dalam Keseluruhan Relatif Kecil

## (+) KEKUATAN PERUSAHAAN KECIL

Kebebasan Untuk Bertindak  
Menyesuaikan Kepada Kebutuhan Setempat  
Peran Serta Dalam Melakukan Usaha/Tindakan

## (-) KEKURANGAN PERUSAHAAN KECIL

- ◆ Relatif Lemah Dalam Spesialisasi
- ◆ Modal Dalam Pengembangan Terbatas
- ◆ Karyawan Relatif Sulit Untuk Mendapat Yang Cakap



# Langkah Strategis Enterpreneur bagi Mahasiswa

1. Tentukan Visi & Misi serta Tujuan Usaha
2. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (Melalui Matrik *SWOT/TOWS*)
3. Rencana Program/kegiatan usaha (Melalui Program Pemasaran) yaitu :  
*STP & Marketing Mix*
  - a. Segmentasi Pasar/Konsumen
  - b. Targeting (Pasar/konsumen sasaran)
  - c. Positioning (Keunikan pada usaha kita)
  - d. *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran)
    - 1) Produk/Jasa
    - 2) Harga
    - 3) Distribusi
    - 4) Promosi

# Penjabaran Langkah Strategis

## 1. Visi, Misi dan Tujuan

### a. Visi

- Visi Biasanya diartikan sebagai jawaban mendasar terhadap pertanyaan “*what do we want to become*” (akan seperti apakah kita di masa depan)
- Visi adalah suatu pandangan yang jauh tentang perusahaan; tujuan-tujuan perusahaan dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut.

### b. Misi

- Misi perusahaan adalah tujuan dan alasan mengapa perusahaan ada
- Misi akan memberikan arah sekaligus batasan proses pencapaian tujuan
- Misi pada dasarnya merupakan usaha formal untuk memperjelas apa yang dikehendaki oleh pemilik perusahaan ketika mendirikan perusahaan

### c. Tujuan

- Tujuan adalah target yang secara rasional ingin dicapai oleh Perusahaan, oleh karenanya harus dirumuskan secara spesifik

# Analisis Lingkungan Eksternal & Internal

## Dengan Menggunakan Matrik SWOT/TOWS

- Merupakan alat yang dipergunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan.
- Dengan matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan serta menyesuaikannya dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

### Akronim SWOT

- |                            |             |   |                      |
|----------------------------|-------------|---|----------------------|
| • <i>S = Strengths,</i>    | → Kekuatan  | } | Lingkungan Internal  |
| • <i>W = Weaknesses,</i>   | → Kelemahan |   |                      |
| • <i>O = Opportunities</i> | → Peluang   | } | Lingkungan Eksternal |
| • <i>T = Threats</i>       | → Ancaman   |   |                      |

# Masukan ke dalam Matrik TOWS

	<b>Strengths (S)</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. .</li><li>2. Identifikasi</li><li>3. Kekuatan</li><li>4. .</li></ol>	<b>Weaknesses (W)</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. .</li><li>2. Identifikasi</li><li>3. Kelemahan</li><li>4. .</li></ol>
<b>Opportunities (O)</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. .</li><li>2. Identifikasi</li><li>3. Peluang</li><li>4. .</li></ol>	<b>SO Strategies</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. menggunakan</li><li>2. kekuatan untuk</li><li>3. menangkap</li><li>4. kesempatan</li></ol>	<b>WO Strategies</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. mengatasi</li><li>2. kelemahan dengan</li><li>3. mengambil</li><li>4. keputusan</li></ol>
<b>Threats (T)</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. .</li><li>2. Identifikasi</li><li>3. Ancaman</li><li>4. .</li></ol>	<b>ST (Strategies)</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. menggunakan</li><li>2. kekuatan untuk</li><li>3. menghindarkan</li><li>4. ancaman</li></ol>	<b>WT Strategies</b> <p>meminimalkan kelemahan &amp; menghindarkan ancaman</p>

**Matrik TOWS dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis seperti gambar di bawah ini**

**(Matrik SWOT):**

- **Strategi SO**

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya

- **Strategi ST**

Strategi digunakan dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman

- **Strategi WO**

Strategi diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

- **Strategi WT**

Strategi didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman

# Rencana Kegiatan Usaha (Melalui Program Pemasaran)

## STP

- S = Segmentasi
- T = Targeting
- P = Positioning

### SEGMENTASI

Mengelompokkan Konsumen berdasarkan kebutuhan dan keinginan yang sama

Contoh : Mahasiswa UPI suka Jajan

### TARGETING

Memilih Salah satu segmen yang akan dilayani/ditawarkan kepada konsumen

Contoh: Produk/ Jasa yang ditawarkan khusus kepada penggemar Jajanan makanan ringan saja

### POSITIONING

Menempatkan Keunggulan dan Keunikan produk/jasa yang kita jual

Contoh: Makanan Ringan (gorengan) yang rasanya gurih, renyah dan non kalestrol

# MARKETING MIX (BAURAN PEMASARAN)

- **PRODUK/JASA**

Tentukan jenis, kualitas, mutu dan merek produk atau jasa yang akan dijual

- **HARGA**

Penentuan harga didasarkan rumus

$$\text{Nilai} = \frac{\text{Manfaat}}{\text{Harga}}$$

- Artinya Konsumen akan berani membeli produk/jasa dengan harga mahal, apabila memiliki manfaat yang lebih dibandingkan harga

- **DISTRIBUSI**

- Pikirkan bagaimana caranya bahwa produk/jasa Anda dapat dengan mudah diperoleh oleh Konsumen

- **PROMOSI**

- Lakukan promosi dengan biaya yang Anda miliki, melalui pemilihan media promosi yang tepat.
- Lebih gunakan Promosi “*Word of Mouth*“ dari mulut ke mulut

# Langkah yang dapat dilakukan Mahasiswa dalam Berbisnis

- Ada 2 Langkah yang dapat dilakukan oleh Mahasiswa
  1. Bekerjasama dengan Unit Usaha yang ada di UPI  
Contoh:
    - Kantin-kantin di Lingkungan UPI
    - Jurusan atau Program (di Jurusan Pendidikan Ekonomi ada Lab. Unit Bisnis Jurusan Pendidikan Ekonomi
    - Himpunan-himpunan
    - Unit Kegiatan Mahasiswa lainnya
  2. Mandiri atau Berkelompok
    - Usaha sendiri
    - Bekerjasama dengan Orang tua, Keluarga, Teman dll



## Contoh-contoh Usaha dijalankan :

- Ikut Tender Lelang untuk berjualan Makanan/ Minuman, produk di Lab Unit Bisnis yang diadakan akhir bulan Desember 2005
- Memanfaat Kemampuan dan Keterampilan yang dimiliki seperti:
  - Kursus Bahasa Inggris, Komputer, Matematika, Akuntansi, Ekonomi dll
  - Keterampilan Memasak, Sablon, Menggambar dll
- Bekerjasama dengan Mitra Bisnis yang sudah sukses dengan cara ikut memasarkan produknya



# V I S I

- Upi Menjadi Jantungnya Pendidikan Indonesia yang memiliki Keunggulan Komparatif dan Kompetitif.. .....

