RANGKUMAN PKWU SEMESTER 3

1. **Konsep dasar wirausaha**
2. Pengertian wirausaha
* Wira = pejuang, utama, gagah, berani, teladan dan jujur.
* Usaha = kegiatan yang dilakukan
* **Wirausaha** suatu kemampuan untuk mencipta sesuatu yang baru dan berbeda
1. Pelaku wirausaha dikenal dengan sebutan **Wirausahawan** (entrepreneur), yaitu seseorang yang memiliki kualitas jiwa kepemimpinan dan inovator dalam melakukan usaha.
2. **Kewirausahaan** adalah sebuah penerapan dan peningkatan sikap kreatif/inovatif untuk memecahkan masalah serta upaya memanfaatkan peluang yang ada.
3. **Sifat seorang wirausahawan :**

Percaya diri, mepunyai kemauan yang keras, gigih, pantang menyerah, berorientasi tugas dan hasil, berani mengambil resiko,kepemimpinan, berorientasi masa depan,orisinil, mengabdi pada bisnis yang dijalani

1. **Perbedaan wirausaha, wiraswasta, dan pengusaha**
* Wirausaha : seseorang yang mencipatakan usaha dan produk yang baru
* Wiraswasta : seseorang yang bekerja pada orang lain atau memiliki usaha sendiri namun hanya sebagai selingan/ paruh waktu
* Pengusaha : seseorang yang menjalankan bisnis dengan aktivitas jual beli guna mendapatkan keuntungan
1. **Perencanaan, peluang, resiko usaha makanan khas daerah**
2. **Bahan pangan** adalah semua bahan yang dapat dijadikan makanan. Secara umum, bahan pangan dapat dibagi menjadi 2 yaitu: **bahan pangan nabati dan hewani**
3. **Makanan** adalah segala sesuatu yang memiliki/mengandung gizi yang seimbang, mengandung serat dan zat-zat yang diperlukan tubuh untuk proses tumbuh kembang.
4. **Perencanaan dan peluang usaha makanan daerah**
5. **Mencari ide usaha**
* Factor internal : Pengetahuan, Pengalaman, Intuisi/pemikiran, Passion/bakat yang dimiliki
* Factor eksternal : Masalah/fenomena sekitar, permintaan pasar yang beragam, kondisi lingkungan sekitar, adanya kebutuhan yang belum terpenuhi, menciptakan pasar dengan inovasi baru, pemasaran online
1. **Resiko usaha**

Resiko usaha yaitu kegagalan dalam menangkap peluang usaha. Sebelum membuka usaha harus melakukan analisa resiko yang mungkin akan terjadi.

Contoh : Permintaan (perubahan mode, selera, daya beli), Perubahan perekonomian, Persaingan, Akibat lain (bencana alam, perubahan aturan, perubahan teknologi, dll)

1. **Factor non teknis** yang dapat mempengaruhi keberhasilan

Perencanaan, menetapkan tujuan, adaptasi, inovasi, pemasaran

1. **Pemetaan peluang usaha**
2. **Analisis SWOT** adalah analisis kondisi internal maupun eksternal suatu perudahaan yang selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi dan program kerja sesuai tujuan yang ingin dicapai. Analisis internal meliputi peniaian terhadap faktor-faktor **kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness)**. Sementara, analisis eksternal mencakup faktor-faktor **peluang/kesempatan (opportunity) dan ancaman (threats)**.
3. **Sumber daya usaha**

MAN (manusia), MONEY (uang), MATERIAL (bahan), MACHINE (peralatan), METHOD (cara kerja), MARKET (pasar), INFORMATION (informasi)

1. **System pengolahan makanan khas daerah**
2. **Makanan khas daerah** adalah makanan yang biasa di konsumsi di suatu daerah. Karakter masakan di suatu daerah biasanya mencerminkan karakter masyarakatnya. Makanan khas daerah dibuat dengan bahan, teknik dan cara sesuai dengan karakteristik daerahnya.
3. **Pengelompokkan masakan khas daerah**

Salad Indonesia, hidangan utama, jajanan pasar, minuman

1. **Tahapan proses pengolahan masakan khas daerah**
* Belanja/purchasing
* persiapan alat dan bahan/preparation
* Teknik pengolahan makanan/production
* Penyajian dan Pengemasan/serving &packing
1. **Bumbu dasar masakan Indonesia**
* Bumbu dasar merah : balado, rendang
* Bumbu dasar kuning : soto, kari
* Bumbu dasar putih : opor, gudeg
1. **Pengolahan dan pengemasan**
2. **Metode pengolahan basah**
* Boiling : Merebus bahan makanan dalam cairan yang mendidih (sayur sop)
* Simmering : Memasak bahan makanan dengan cairan panas yang dipertahankan pada titik didih air (soto)
* Braising : Merebus dengan sedikit cairan dalam panci tertutup dengan api kecil.
* Blanching : Merebus bahan makanan dalam air mendidih dengan waktu yang relatif singkat sekitar 1-2 menit (side dish untuk steak)
* Stewing : diawali dengan menumis bumbu lalu memasukkan bahan makanan dan cairan berbumbu kemudian direbus dengan api sedang (rending)
* Poaching : Merebus secara perlahan dengan bahan cair sebatas menutup makanan dan api kecil (poached egg)
* Steaming : Mengukus
* Au bain marie : Mengetim (melehkan coklat)
* Pressure Cooking : Memasak dengan tekanan yang ada dalam sebuah panic tertutup rapat (bandeng presto)
1. **Metode pengolahan kering**
* Saute : Menumis (tumis kangkung)
* Deep Frying : Menggoreng dengan minyak banyak (kentang goreng)
* Roasting : Memasak dengan udara panas dan kering di sekeliling
* Shallow Frying : Menggoreng dengan minyak sedang (tempe goreng)
* Baking : Memasak dengan udara panas dan kering di sekeliling (kue)
* Grilling : Memasak dengan udara panas secara langsung bersentuhan dengan sumber panas (Ayam bakar Taliwang)
* Sangrai : menggoreng tanpa minyak (kacang sangrai)
* Besta : Melumuri suatu bahan dengan gula putih/gula merah(getas)
1. **Penyajian dan pengemasan**
* Penyajian : Digunakan jika makanan yang diproduksi langsung dimakan di tempat (dine in)
* Pengemasan : Digunakan jika makanan yang diproduksi dibawa pulang (take away)
* Pengelompokkan kemasan
* Berdasarkan frekuensi pemakaian
1. Kemasan sekali pakai (disposable)
2. Kemasan berulang kali pakai (multi trip)
3. Kemasan tidak dibuang (semi disposable)
* Berdasarkan struktur system kemasan
1. Kemasan primer : melindungi produk
2. Kemasan sekunder : melindungi kemasan lain
3. Kemasan tersier : melindungi saat distribusi
4. **Perhitungan HPP, Harga jual, BEP**
5. **Titik impas / Break Even Point (BEP)** adalah suatu keadaan dimana perusahaan dalam operasinya tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian (impas).Analisa BEP adalah alat analisa untuk mengetahui batas nilai produksi/volume produksi suatu usaha untuk mencapai nilai impas.
6. **HPP/ Harga pokok produksi**
* Fix cost/ biaya tetap : pengeluaran usaha yang tidak bergantung pada jmlah barang/jasa yang diproduksi
* Variable cost/biaya tidak tetap : pengeluaran usaha yang berubah seiring dengan perubahan jumlah barang/jasa yang diproduksi
* Biaya overhead/tidak langsung : pengeluaran usaha yang secara tidak langsung (pengeluaran tambahan) berpengaruh pada proses penjualan produk
1. **Rumus perhitungan HPP**
* **HPP** = Fix cost+ variable cost + biaya overhead
* **Harga jual** = HPP + Laba
* **Penerimaan kotor** = harga penjualan x jumlah produksi
* **Pendapatan bersih** = penerimaan kotor – total HPP
1. **Rumus BEP produksi**
* BEP Unit = $\frac{FC}{P-VC}$
* BEP Harga = $\frac{FC}{P-VC }×P$

Keterangan :

FC= fix cost

VC= variable cost

P= price/harga jual per unit

1. **Strategi promosi**
2. **Pengertian**
* **Strategi** merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan.
* **Promosi** merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa
* **Strategi Promosi** adalah rencana yang disusun untuk berupaya memberitahu atau menawarkan produk barang/jasa dengan tujuan menarik para konsumennya.
1. **Tujuan dan manfaat promosi**
* **Tujuan promosi**
1. Menyebarluaskan info produk
2. Memperkenalkan diri, membujuk dan memberikan daya tarik khusus bagi konsumen
3. Meningkatkan angka penjualan
* **Manfaat promosi**
1. Mengetahui produk yang diinginkan konsumen
2. Mengetahui tingkat kebutuhan konsumen akan suatu produk
3. Mengetahui kondisi persaingan pasar dan cara mengatasinya
4. **Sasaran promosi**
* **Segmentasi demografi**

Membagi konsumen berdasarkan ciri generik konsumen seperti : usia, gender, pekerjaan, pendidikan, pendapatan

* **Segmentasi geografi**

Membagi konsumen berdasarkan wilayah geografisnya seperti negara, provinsi, kota dan kabupaten

* **Segmentasi psikologi**

Membagi konsumen berdasarkan hal yang disuka baik dalam aktivitas yang dilakukan maupun pendapat konsumen seperti hobi dan ketertarikan

1. **Perbedaan pemasaran dan promosi**
* **Pemasaran**
1. Pemasaran adalah suatu kegiatan menyeluruh untuk mengakomodir permintaan pasar (memuaskan kebutuhan konsumen) dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mempromosikan dan melakukan penawaran yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra dan masyarakat.
2. Fokus : mencari cara memuaskan kebutuhan konsumen dari berbagai aspek
3. Berkaitan dengan membangun brand
4. Bauran pemasaran : price, product,promotion, place, process, physical evidence, people
5. Kegiatan pemasaran : memahami kebutuhan pelanggan dengan baik, mengembangkan produk, riset, komunikasi, menetapkan harga, mendistribusikan, mempromosikan produk dan pelayanan after sales (dikenal dengan 4P dan 7P)
* **Promosi**
1. Fokus : mengkomunikasikan pada konsumen terkait info produk agar tertarik melakukan pembelian
2. Berkaitan dengan proses penjualan
3. Bauran promosi : advertising, personal selling, sales promotion, direct marketing, public relation
4. Kegiatan promosi : periklanan,penjualan personal, promosi penjualan, pemasaran langsung, publisitas
5. **Bauran promosi/promotion mix**
* Manajer Pemasaran dapat mengembangkan suatu strategi pemasaran dengan mengintegrasikan beberapa jenis promosi menjadi suatu Promotion Mix yang efektif dan dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan
* Periklanan (Advertising), promosi penjualan (sales promotion), penjualan personal (personal selling), pemasaran langsung (direct marketing), hubungan masyarakat (public relation)