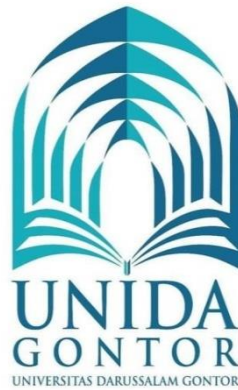


**TERRARIUM SUCCULENT SEBAGAI PRODUK KREATIVITAS
MAHASISWA YANG BERNILAI EKONOMIS**

**LAPORAN AKHIR
KEGIATAN PROGRAM WIRSAUSAHA MERDEKA
DI POLITEKNIK NEGRI JEMBER**



Oleh :

JANNATIN 'AALIYAH

412020518043

UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR

DESEMBER 2022

LEMBAR PENGESAHAN

**TERRARIUM SUCCULENT SEBAGAI PRODUK KREATIVITAS
MAHASISWA YANG BERNILAI EKONOMIS**

Oleh :

JANNATIN ‘AALIYAH

412020518043

Telah menyelesaikan kegiatan program MBKM Wirausaha Merdeka di Politeknik
Negeri Jember selama 1 semester (Agustus – Desember 2022)

Mengetahui,

Ketua Program Wirausaha Merdeka
Politeknik Negeri Jember

Ketua Program Studi
S1 Hubungan Internasional
Universitas Darussalam Gontor

Dr. Dhanang Eka Putra, S.P, M.Sc
NIP 1983121020140410001

Novi Rizka Amalia S.IP., M.A

PRAKATA

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan dengan judul **“Terrarium succulent sebagai produk kreativitas mahasiswa yang bernilai ekonomis ”** dalam waktu yang tepat. Tentunya dengan terselesainya laporan ini tidak lepas dari semua dukungan serta bantuan dari berbagai pihak yang terlibat, oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa selalu memberikan kesehatan, kelancaran, dan kemudahan dalam melaksanakan seluruh rangkaian kegiatan WMK Polije 2022 hingga bisa tersusunnya laporan ini dengan baik.
2. Ayah dan Ibu penulis yang tiada ada henti-hentinya memberikan dukungan baik secara moril dan materil.
3. Tim Panitia WMK Polije yang senantiasa memberikan seluruh tenaga, waktu, dan pikirannya demi kelancaran program ini.
4. Nikmah, selaku Dosen Pembimbing Lapang yang memberikan arahan.
5. Kembang Oemah Blossom yang telah memberikan kesempatan dan pengalaman untuk melaksanakan kegiatan magang tematik.
6. Rekan-rekan kelompok Wirausaha yang saling memberikan semangat dan motivasi.

Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga laporan ini bisa memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Mantingan, 21 Desember 2022

Penulis

DAFTAR ISI

Contents

LEMBAR PENGESAHAN	2
PRAKATA	3
DAFTAR ISI	3
BAB I	5
1.1 Latar Belakang	6
2.2 Tujuan program	6
2.3 Manfaat program	7
2.4 Tempat dan waktu pelaksanaan	7
BAB II	8
2.1 Kick Off	8
2.2 EDC	9
2.3 Pembekalan Magang Temtik	11
BAB III	13
3.1 Metode Pelaksanaan Kegiatan Magang	13
3.2 Keadaan Umum Industri Mitra	13
3.3 Analisa Usaha Magang	14
3.4 Implementasi Usaha Magang	14
BAB IV	16
4.1 Kegiatan Pembinaan	17
4.2 Kegiatan Coaching Clinic	17
BAB V	18
5.1 Penjelasan Umum	19
5.2 Materi Bootcamp	20
a. Value Proposition	22
b. Customer Segments	22
c. Customer Relationships	23
d. Channels	23
e. Key activities	23
f. Key Resources	24
g. Key Partners	24
h. Cost Structures	24
i. Revenue Streams	24
BAB VI	32

Terrarium succulent	Error! Bookmark not defined.
6.1 Gambaran Umum Rencana Usaha	32
6.2 Metode Pelaksanaan	32
6.3 Hasil Yang Ingin Dicapai.....	34
BAB VII.....	35
7.2 Saran.....	35
DAFTAR PUSTAKA	36

**BAB I
PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Wirausaha Merdeka merupakan salah satu program terbaru dari pemerintah terutama Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi yang dimana memberikan penawaran, pengalaman serta pembekalan khususnya bagi para mahasiswa yang kedepannya nanti akan menjadi seorang wirausahawan. Para mahasiswa secara mandiri dipersiapkan untuk mendapatkan gambaran umum tentang berwirausaha sesuai dengan bidang yang diminati. Kegiatan Wirausaha Merdeka ini sekaligus menjadi wadah aspirasi bagi para calon wirausaha kedepannya tentang bagaimana produk atau jasa yang akan mereka buat sehingga bisa berkembang dan terus bisa bersaing dengan para wirausaha lainnya.

Era globalisasi ini persaingan bisnis tidak dapat terelakkan. Pemasar yang akan menjual produknya (barang atau jasa) harus mampu memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan para konsumennya, sehingga bisa memberikan nilai yang lebih baik daripada pesaingnya. Pemasar harus mencoba memengaruhi konsumen dengan segala cara agar konsumen bersedia membeli produk yang ditawarkannya. Kenyataan di lapangan seringkali menunjukkan bahwa lulusan perguruan tinggi (fresh graduate) belum mampu secara optimal mengaplikasikan pengetahuan yang telah diperoleh dengan kenyataan di lapangan yang lebih kompleks.

2.2 Tujuan program

Tujuan Umum Wirausaha Merdeka

Tujuan umum program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM)

Wirausaha Merdeka adalah :

1. Menambah wawasan pengetahuan dan pemahaman mahasiswa mengenai skema alur berwirausaha mulai dari proses produksi sampai dengan pemasaran dimana sesuai dengan target pasar yang ditentukan.

2. Mengetahui cara menentukan target pasar serta biaya yang diperhitungkan sehingga bisa memiliki laba atau keuntungan yang maksimal.
3. Mengetahui gambaran umum tentang berwirausaha sehingga bisa dapat mencapai sebuah target yang telah diinginkan.

Tujuan Khusus Wirausaha Merdeka

Tujuan khusus dari Program Wirausaha Merdeka adalah :

1. Mewujudkan kemandirian para mahasiswa sebagai calon wirausaha muda
2. Memberikan pembekalan serta keterampilan mahasiswa sebelum menjalani dunia berwirausaha.

2.3 Manfaat program

Manfaat Wirausaha Merdeka

Manfaat Program Wirausaha Merdeka adalah :

1. Mengembangkan ketajaman bisnis mahasiswa dalam mempelajari bisnis yang akan dimulai nantinya.
2. Mendorong serta meningkatkan pengalaman mahasiswa dalam kemampuan daya kerja.
3. Melatih dan memberikan soft skills serta kemampuan manajerial.

2.4 Tempat dan waktu pelaksanaan

Lokasi kegiatan Wirausaha Merdeka di *Oemah Kembang Blossom*. Perintisan usaha pembuatan dan pengemasan produk kelompok mahasiswa magang wirausaha merdeka di *Oemah Kembang Blossom*, kecamatan Ambulu, Jember, Jawa Timur.

Pelaksanaan Wirausaha Merdeka di *Oemah Kembang Blossom*. Perintisan usaha pembuatan dan pengemasan produk kelompok mahasiswa magang wirausaha merdeka di *Oemah Kembang Blossom*, kecamatan, Ambulu, Jember,

Jawa Timur, dimulai pada tanggal 11 Oktober 2022 – 5 November 2022. Kegiatan ini meliputi dari proses perawatan, pengemasan, hingga pemasaran ke konsumen yang dilaksanakan setiap hari Senin, Rabu, Kamis, Sabtu, dan pada pukul 08.00-12.00 WIB.

BAB II

(ENTREPRENEUR DEVELOPMENT CLASS)

2.1 Kick Off

Kegiatan kick off atau grand launching merupakan kegiatan pertama atau pembukaan dari seluruh rangkaian Program Wirausaha Merdeka Politeknik Negeri Jember. Dalam kegiatan ini dibuka secara langsung oleh Direktur Utama Politeknik Negeri Jember Saiful Anwar, S.TP, M.P yang berlangsung di Gor Perjuangan 45 Politeknik Jember. Kegiatan Kick Off dihadiri oleh 650 mahasiswa dari 1122 total keseluruhan mahasiswa dari 45 Perguruan Tinggi se-Indonesia.

Acara kick off dimulai dengan sambutan ketua panitia Wirausaha Merdeka Dr. Dhanang Eka Putra, S.P, M.Sc yang kemudian dilanjutkan oleh sambutan dari beberapa pejabat undangan lainnya. Setelah adanya sambutan kemudian dilanjutkan dengan tanda tangan MOU Bersama dengan mitra magang terkait program Wirausaha Merdeka.

**RUNDOWN ACARA
GRAND LAUNCHING PROGRAM WIRAUSAHA MERDEKA
POLITEKNIK NEGERI JEMBER 2022**

Waktu	Kegiatan	Penanggung Jawab/Pembicara
08.00 - 08.30	Registrasi Peserta	Panitia
08.30 - 08.35	Pembukaan oleh MC	MC
08.35 - 08.40	Indonesia Raya	Panitia
08.40 - 08.50	Laporan Ketua Panitia	Dr. Dhanang Eka Putra, S.P., M.Sc
08.50 - 09.10	Sambutan Direktur Politeknik Negeri Jember	Saiful Anwar S.TP, M.P
09.10 - 09.30	Sambutan Bupati	Ir. H. Hendy Siswanto, ST., IPU
09.30 - 10.00	Sambutan Gubernur Jawa Timur	Dra. Hj. Khofifah Indar Parawangsa, M.Si
10.00 - 10.25	Sambutan dari Direktur Pendidikan Tinggi Vokasi sekaligus membuka kegiatan	Dr. Beny Bandanadjaya, S.T., M.T
10.25 - 10.50	Penandatanganan MOU/PKS bersama dengan PT Mitra Terkait Program WMK	Dr. Rizal Umami
10.50 - 11.00	Pembacaan Doa	Panitia
11.00 - 11.30	Kunjungan Gelar Produk Mitra UMKM bagi Para Undangan	Panitia
11.30 - 13.00	ISOHMA dan Kunjungan Gelar Produk Mitra UMKM bagi Para Peserta WMK	Panitia
13.00 - 13.05	Pembukaan oleh Moderator	Moderator
13.05 - 15.00	EDC Materi 1: Wawasan Kewirausahaan Bagi Mahasiswa	Drs. Lukman Ekana Putra, PSi, M.Si
15.00 - 15.30	Persiapan EDC dan Penutup	Moderator dan Panitia

Ttd,
Panitia WMK 2022

2.2 EDC

EDC (Entrepreneur Development Class) merupakan suatu kegiatan pembekalan materi bagi para peserta Wirausaha Merdeka yang memiliki maksud dan tujuan untuk menanamkan mindset serta kompetensi dasar di dunia wirausaha. Pemberian materi dan

motivasi didatangkan secara langsung pakar maupun pelaku usaha sukses yang dikelompokannya berdasarkan peminatan bidang usaha mahasiswa demi menggali ide bisnis yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan keahlian yang dimiliki setiap peserta. Materi yang disampaikan oleh pakar wirausaha tentunya tidak jauh-jauh dengan bagaimana mindset seorang wirausahawan. Menjadi seorang wirausaha juga harus berani mengambil resiko maupun siap menghadapi tantangan atau hambatan besar yang nantinya akan menjadi tolak ukur sebuah usaha atau ide bisnis yang akan dikembangkan.

**RUNDOWN ACARA
 ENTREPRENEUR DEVELOPMENT CLASS DARING
 POLITEKNIK NEGERI JEMBER 2022**

Hari 2 - Selasa, 6 September 2022

Waktu	Acara
08.00 - 08.30	Registrasi Peserta
08.30 - 09.30	Pre Test
09.30 - 11.30	Materi 1: Cahyadi Joko Sukmono M.Si (Ketua Umum ABDSI – DIY secara <i>daring</i>)
11.30 - 12.30	ISHOMA
12.30 - 15.00	Materi 2: Agus Hadi Prayitno, S.Pt., M.Sc., CPC (Politeknik Negeri Jember)
15.00	Penutup

Hari 3 - Rabu, 7 September 2022

Waktu	Acara
07.30 – 08.00	Registrasi Peserta
08.00 - 10.00	Materi 1: Hilmi Zamrudiansyah (CV. Macarindo Berkah Group)
10.00 - 12.00	Materi 2: Firdaus Malik S.ST (CV Daus Fondation)
12.00 - 13.00	ISHOMA
13.00 – 15.00	Materi 3: I Gede Wiryawan, S.Kom., M.Kom (Politeknik Negeri Jember)
15.00	Penutup

RUNDOWN ACARA
ENTERPRENEUR DEVELOPMENT CLASS DARING
POLITEKNIK NEGERI JEMBER 2022

Hari 4 - Kamis, 8 September 2022

Waktu	Acara
07.30 – 08.00	Registrasi Peserta
08.00 - 10.00	Materi 1: Doni Agustinus Waluyo S.E (Bedhag Coffe)
10.00 - 12.00	Materi 2: Nazarudin Latif S.Pd (Super Zeed)
12.00 - 13.00	ISHOMA
13.00 – 15.00	Materi 3: Ir. H. Slamet Sulistiyono S.P. (PT. Benih Citra Asia)
15.00	Penutup

2.3 Pembekalan Magang Tematik

Pembekalan sebelum melakukan kegiatan magang tematik merupakan unsur penting dari kegiatan ini. Tujuan dari adanya pembekalan ini ialah memberikan pengetahuan kepada para peserta wirausaha merdeka terkait dengan tugas dan kewajibannya ketika berada di tempat magang nantinya. Kegiatan ini wajib untuk diikuti oleh seluruh peserta wirausaha merdeka yang berjumlah oleh 650 mahasiswa dari 1122 total keseluruhan mahasiswa dari 45 Perguruan Tinggi se-Indonesia. Pembekalan magang dilaksanakan di Gor Perjuangan 45 Politeknik Negeri Jember pada Hari Jum'at pada tanggal 09 September 2022 pukul 08.00 WIB – 11.00 WIB.

Pemateri pada kegiatan ini ialah ibu Dessy Putri Andini, SE, M.M selaku perwakilan dari tim panitia Wirausaha Merdeka Polije 2022 menyampaikan bahwa “magang adalah upaya pengembangan pengetahuan, pembentukan keterampilan, dan peneguhan sikap yang dilakukan melalui belajar dengan berbuat (learning by doing). Prinsip magang adalah pengenalan secara dini (early exposure) kepada mahasiswa”. Tujuan dari adanya magang dalam wirausaha merdeka adalah memberikan gambaran atau pandangan kepada seluruh peserta yang nanti kedepannya mereka akan menjalani atau bahkan membuka sendiri dunia wirausaha.

RUNDOWN ACARA
ENTERPRENEUR DEVELOPMENT CLASS DARING
POLITEKNIK NEGERI JEMBER 2022
DI GOR PERJUANGAN 45'

Hari 5 – Jum'at, 9 September 2022

Waktu	Acara
07.30 - 08.00	Registrasi Peserta
08.00 - 11.00	Pembekalan 1 di Gor: Dr. Dhanang Eka Putra S.P., M.Sc, (Politeknik Negeri Jember)
11.00 - 13.00	ISHOMA
13.00 - 15.00	Pembekalan 2 di: Refa Firgiyanto S.P., M.P (Politeknik Negeri Jember)
15.00 -16.00	Post Test
16.00	Penutup

BAB III

MAGANG TEMATIK WIRAUSAHA MERDEKA

3.1 Metode Pelaksanaan Kegiatan Magang

Pemintaan Lokasi Magang
(September 2022)

Keberangkatan ke lokasi
magang (11 Oktober 2022)

Kegiatan di tempat magang
(11 Oktober – 5 November 2022)

Penarikan peserta magang
(5 November 2022)

3.2 Keadaan Umum Industri Mitra

1. Profil Magang Mitra

Oemah Kembang Blossom adalah sebuah green house kecil yang berdiri dikarenakan adanya hobby yang dimiliki oleh pemilik terkait dengan tanaman. *Oemah kembang blossom* memiliki 2 tanaman unggul sebagai tanaman utama yaitu kaktus dan anggrek.

Oemah Kembang Blossom, ini berfokus kepada latihan dasar hingga tahap akhir yaitu focus tentang bagaimana perawatan awal sejak kelahiran, perawatan ke jenjang dewasa, perawatan dari penyakit, menghias sampai tahap penjualan ke para konsumen

3.3 Analisa Usaha Magang

3.3.1 Penentuan HPP Mitra Magang

Penentuan HPP Mitra Magang HPP (Harga Pokok Penjualan) adalah harga beli (harga perolehan) dari barang yang hendak dijual. HPP mengacu pada biaya untuk memproduksi barang yang akan dijual secara langsung oleh perusahaan. Jumlah ini termasuk biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja yang langsung digunakan untuk menentukan laba atau keuntungan Ketika telah membuat produk tersebut.

3.3.2 Cash Flow Mitra Magang

Cash flow merupakan aliran arus kas yang dimana berisi tentang semua transaksi yang memberikan pemasukan atau pengurangan terhadap perusahaan. Dalam bidang keuangan, istilah tersebut berfungsi untuk menggambarkan jumlah uang tunai yang dihasilkan dan dikonsumsi dalam periode waktu tertentu. Pemasukan yang lebih besar daripada pengeluaran akan menciptakan cash flow yang positif. Sebaliknya, cash flow akan menjadi negative apabila pengeluaran lebih besar daripada pemasukan

3.3.3 Business Plan (Rencana Bisnis)

Perencanaan bisnis atau business plan merupakan suatu kegiatan penting yang harus dipertimbangkan oleh sebuah 13 perusahaan sebelum melakukan atau memulai sebuah usaha. Dalam business plan, sebuah perusahaan perlu menuliskan secara rinci tentang konsep bisnis, keuangan, atau pemasaran yang nanti kedepannya akan menjadi seperti apa. Rencana bisnis yang dimiliki oleh *Oemah Kembang Blossom* ada 2 (dua) hal meliputi: 1. perawatan : Penambahan jenis produk dan pengembangan produk yang ada. Agar lebih berkualitas dalam penyajian. 2. Marketing : Penambahan atau perluasan target pasar untuk masyarakat umum dengan bekerja sama dengan toko Pusat Oleh-Oleh Jember.

3.4 Implementasi Usaha Magang

Implementasi dalam dunia usaha maupun bisnis merupakan proses yang menempatkan rencana strategis ke dalam tindakantindakan yang nantinya bertujuan untuk memperkuat dunia bisnis yang dibangun. Secara sederhana, implementasi usaha merupakan teknik dimana suatu perusahaan atau organisasi mengembangkan memanfaatkan, dan mengintegrasikan struktur organisasi budaya, sumber daya orang dan system control untuk mengikuti strategi agar bisa mencapai tujuan dari perusahaan tersebut didirikan, Implementasi yang terjadi pada *Oemah Kembang Blossom*:

1. Pra-Perawatan

Pra produksi disini menjelaskan bahwasannya sebelum memulai produksi dilakukan kegiatan terlebih dahulu yaitu menyiapkan alat dan melakukan penimbangan bahan-bahan yang nantinya akan diproduksi. Penimbangan bahan dilakukan harus secara teliti agar bahan yang nantinya dicampurkan tidak ada kekurangan .

2. Perawatan

Proses perawatan pada tanaman kaktus succulent di mulai dari semaian biji, perawatan media, aklimatisasi, hingga dewasa. Pada fase perawatan ini membutuhkan waktu sekitar 2-3 bulan hingga biji kaktus dapat tumbuh menjadi tanaman yang bisa dipindahkan

3. Pengemasan

Pada tahap pengemasan, dilakukan kepada tanaman kaktus yang sudah dewasa dan siap untuk di jual kepada para konsumen. Pengemasan tanaman berbeda dengan pengemasan makanan, yaitu cukup dengan memindahkan tanaman kaktus dari media nya, dicuci, dikeringkan selama 2 hari kemudian di bungkus dengan Koran atau pun tisu baru setelah itu kaktus succulent siap untuk diperjual belikan.

4. Pemasaran

Pemasaran dilakukan dua cara yaitu, yang pertama dipasarkan secara online melalui platform digital seperti instagram, shopee. Kedua, dipasarkan

secara offline dengan cara menjualkan terrarium succulent di tempat pelelangan, acara budaya, pertemuan UMKM, dan acara-acara besar lainnya.

BAB IV

INKUBASI BISNIS

4.1 Kegiatan Pembinaan

Kegiatan pendampingan usaha sebelum gelar produk amat sangat penting bagi para peserta wirausaha merdeka. Materi yang di paparkan oleh pendamping berupa legalitas usaha dan perizinan terkait mendirikan sebuah usaha berupa produk maupun jasa. Selain materi yang dipaparkan diatas dalam kegiatan pendampingan juga menjelaskan target apa saja yang di tuju ketika pemasaran produk dan pembuatan profil usaha . kegiatan pertemuan kepada pendamping usaha ini dilakukan setelah sesi bootcamp dengan tepat sampai kegiatan wirausaha merdeka usai . para peserta di bimbing dan di latih oleh pendamping langkah demi langkah untuk menuju wirausaha yang sukses serta kompeten pada masa yang akan datang.

4.2 Kegiatan Coaching Clinic

Kegiatan coaching diartikan sebagai kegiatan yang melibatkan orang yang ahli atau berpengalaman untuk membantu orang yang ingin belajar dalam mengembangkan keterampilan dan kepribadiannya untuk meraih kesuksesan dalam dunia wirausaha. Coaching dalam hal ini memberikan feedback dan berperan sebagai seorang dalam proses atau struktur tentang bagaimana seorang mengelola sebuah wirausaha sehingga mampu menghasilkan performa atau wirausaha yang lebih efektif. Selain memberikan feedback atau masukan para coaching juga bisa membantu menyelesaikan hambatan dalam wirausaha. Contohnya masalah atau hambatan yang dihadapi ialah rasa takut gagal ketika ingin memulai usaha. Pada prinsipnya, ketakutan dan keberanian merupakan sifat alamiah semua manusia. Semua orang pasti pernah merasa takut, khawatir bahkan ragu ketika hendak memulai sesuatu yang baru. Demikian juga ketika akan memulai sebuah usaha atau bisnis. Bayangbayang kegaglan kerap menghantui semua calon wirausahawan. 17 Coach (Pelatih) memberikan saran atau masukan hendaknya ketika merasa takut atau gagal dalam memulai usaha cobalh berpikir

positif dan optimis. Dapatkan energi positif dari bacaan yang membangun pola pikir kita sebagai wirausahawan yang sukses kedepannya.

BAB V BOOTCAMP

5.1 Penjelasan Umum

Bootcamp merupakan salah satu program Wirausaha merdeka yang diadakan selama 5 hari dimulai tanggal 21 November 2022 tanggal 25 November 2022.

Acara ini berupa pelatihan secara intensif oleh pemateri yang berpengalaman dibidangnya masing-masing. Adapun tujuan dari kegiatan bootcamp adalah sebagai berikut:

1. Melatih dalam pembuatan bisnis model
2. Melatih mahasiswa dalam merintis pendirian usaha
3. Mewujudkan ide bisnis mahasiswa secara nyata sesuai dengan segmen pasar
4. Mendorong pengalaman pengurusan legalitas produk
5. Meningkatkan keahlian studi kelayakan pasar sesuai dengan Value Proposition

Kegiatan bootcamp dilaksanakan secara hibrid, yaitu secara tatap muka langsung (luring) dan tidak langsung(online). Mahasiswa yang hadir secara online berada di tempat magang masing-masing. Mahasiswa yang datang secara luring bertempat di 4 kabupaten, yaitu Jember, Pasuruan, Lumajang, Situbondo. Kegiatan ini dibuka pukul 08.00, tetapi audiens dipersilahkan untuk mengisi pre test dan absen terlebih dahulu sebelum menerima materi dari narasumber. Dalam satu hari terdapat dua pemateri, yaitu materi pertama dimulai pukul 08.00 hingga pukul 10.00, lalu dilanjutkan oleh pemateri kedua hingga pukul 12.00.

BOOTCAMP JEMBER	Jam	MATERI	PEMATERI
Senin, 21 November 2022	08:00 - 10:00	Simply Branding	Eko Nuryahya
	10:00 - 12:00	Design Thinking	Victor Wahanggara
Selasa, 22 November 2022	08:00 - 10:00	Business Model Canvas	Agus Hadi Prayitno
	10:00 - 12:00	Pemahaman Karakter	Agus Hadi Prayitno
Rabu, 23 November 2022	08:00 - 10:00	Think Like CEO (Leadership)	Selamet Sucahyo
	10:00 - 12:00	Communication Skill	Eko Nuryahya
Kamis, 24 November 2022	08:00 - 10:00	Finance Management	Selamet Sucahyo
	10:00 - 12:00	Marketing & Distribusi	Eko Nuryahya
Jumat, 25 November 2022	08:00 - 09:00	Sosial Media Optimasi	Victor Wahanggara
	10:00 - 12:00	Menaklukan Marketplace	Fathul Huda

5.2 Materi Bootcamp

5.2.1 Simply Branding

Pemaparan materi tentang Design Thinking dipaparkan oleh bapak Donny Waluyo di jam ke dua pada hari Senin tanggal 21 November 2022. Bapak Donny A. Waluyo merupakan owner dari Bedhag kopi Jember, beliau telah menjadi owner dari brand tersebut sejak tahun 2016. Selama 8 tahun ini, brand yang dibentuk oleh pak Donny telah membawa beberapa prestasi, yaitu menjadi peserta uji cita rasa terbaik vol IV pada tahun 2018, menjadi 10 top kuliner di Jember pada tahun 2019, menjadi finalis apresiasi kreasi Indonesia pada tahun 2021. Dengan pengalamannya ini beliau membagikan ilmunya pada acara Bootcamp mengenai Design Thinking.

Design Thinking merupakan suatu metode untuk menyelesaikan masalah dengan pendekatan yang berpusat pada pengguna. Dalam dunia wirausaha, design thinking memiliki beberapa manfaat, diantaranya sebagai berikut:

1. Mengurangi resiko sebelum meluncurkan ide
2. Mempercepat proses pembelajaran
3. Menghasilkan solusi yang inovatif, bukan inkremental

Untuk menyelesaikan masalah dengan menggunakan metode design thinking dengan melalui beberapa tahap sebagai berikut:

- Empati Mengerti apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh target market agar dapat menciptakan produk benar-benar dibutuhkan oleh banyak orang.
- Definisikan Mendefinisikan apa yang menjadi masalah utama dari hasil empati.
- Ideasi Menggali ide-ide produk. Fokus pada solusi yang dirasa menjawab masalah. Solusi dikelompokkan menjadi; layak (feasible), diinginkan (desirable), berkelanjutan (viable).
- Prototipe Membuat contoh produk untuk dites dan kemudian dievaluasi apakah masih ada yang kurang atau berlebihan.
- Uji Mengenalkan hasil ide atau produk kepada masyarakat/konsumen.

5.2.3 Business Model Canvas (BMC)

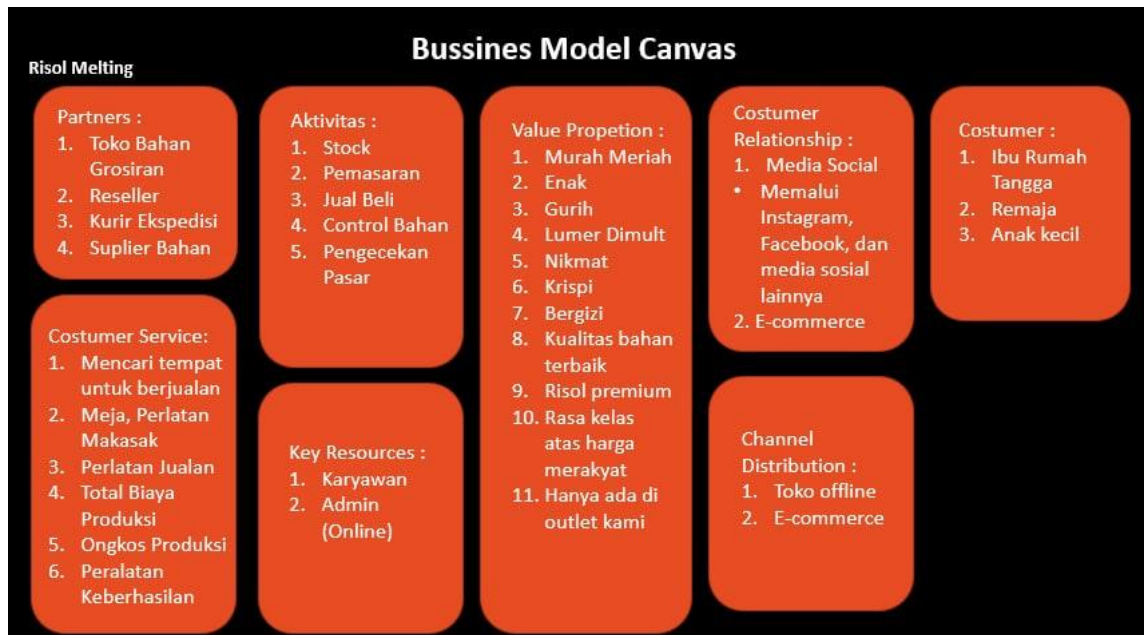
Pemaparan materi business model canvas (BMC) dipaparkan oleh pak Agus Hadi Prayitno, S.Pt., M.Sc., CPC yang merupakan founder dari Preneur Academy. Materi business model canvas (BMC) dipaparkan pada jam pertama 08.00 hari Selasa tanggal 22 November 2022.

Business model canvas (BMC) adalah alat manajemen strategis untuk mendefinisikan serta mengkomunikasikan ide atau konsep bisnis dengan cepat dan mudah. BMC berbentuk dokumen satu halaman yang bekerja melalui elemen fundamental bisnis atau produk, serta menyusun ide dengan cara yang koheren. BMC sisi kanan berfokus pada pelanggan (eksternal), sedangkan canvas sisi kiri berfokus pada bisnis (internal). Baik faktor eksternal dan internal bertemu di sekitar Value Proposition, yang merupakan pertukaran nilai antara bisnis dan konsumen.

Untuk memulai suatu bisnis, BMC dapat menjadi strategi awal untuk mendeskripsikan suatu produk dengan mudah. Berikut manfaat dari penggunaan BMC untuk suatu bisnis :

1. Untuk menggambarkan dengan cepat tentang apa yang dibutuhkan oleh suatu ide.
2. Memungkinkan owner untuk memahami proses yang diperlukan untuk membuat keterhubungan antara masalah dengan solusi, sehingga membuatnya menjadi suatu bisnis.
3. Memperlihatkan seperti apa pengaruh keputusan pelanggan terhadap sistem bisnis
4. Memungkinkan setiap orang untuk mendapatkan ide yang jelas tentang gambaran bisnis.

Untuk membuat BMC dengan baik dan benar, terdapat 9 bagian yang diilustrasikan ke dalam dokumen berbentuk kotak-kotak.



a. Value Proposition

Value Proposition adalah pondasi untuk segala bisnis/ produk. Value Proposition merupakan konsep dasar dari pertukaran nilai antara bisnis dengan pelanggan/klien. Umumnya, value ditukar oleh customer dengan uang ketika masalah mereka diselesaikan oleh solusi bisnis/ produk yang ditawarkan. Pertanyaan yang perlu ditanyakan saat mendefinisikan bisnis/ produk adalah:

- Masalah apa yang bisnis saya pecahkan?
- Mengapa seseorang ingin masalah ini diselesaikan?
- Apa motivasi yang mendasari masalah ini?

b. Customer Segments

Customer Segments adalah praktik membagi basis pelanggan menjadi kelompok individu yang serupa dengan cara tertentu, seperti usia, jenis kelamin, minat, dan kebiasaan berbelanja. Hal-hal yang perlu dipertimbangkan saat menentukan Customer Segments pada bisnis adalah sebagai berikut:

- Untuk siapa kita memecahkan masalah?
- Siapa orang yang akan menghargai Value Proposition saya?
- Apakah mereka bisnis lain?

- Jika ya, apa karakteristik dari bisnis tersebut?

c. Customer Relationships

Customer Relationships didefinisikan sebagai bagaimana bisnis berinteraksi dengan pelanggannya. Jadi, apakah bisnis bertemu langsung dengan konsumen? Atau lewat telepon? Ataupun bisnis sebagian besar dijalankan secara online sehingga hubungannya juga akan online? Beberapa contohnya adalah:

- Secara langsung
- Online
- Acara
- Telepon

d. Channels

Channels didefinisikan sebagai jalan yang digunakan pelanggan untuk berhubungan dengan bisnis dan menjadi bagian dari siklus penjualan. Channels umumnya tercakup dalam rencana pemasaran untuk bisnis. Pertanyaan bagus untuk ditanyakan saat mengidentifikasi channels untuk menjangkau pelanggan adalah:

- Bagaimana cara memberi tahu customer segment tentang value proposition dari bisnis kita?
- Dimana pelanggan kita?
- Apakah mereka ada di media sosial?
- Apakah mereka sedang mengendarai mobil dan mendengarkan radio?

e. Key activities

Key activities adalah semua aktivitas yang berhubungan dengan produktivitas bisnis yang berkaitan dengan sebuah produk, di mana kegiatan utamanya adalah menghasilkan proposisi nilai. Poin ini diperlukan sebagai salah satu strategi bisnis terpenting yang harus Anda lakukan untuk membuat elemen business model canvas ini berfungsi.

f. Key Resources

Key artinya sumber daya yang dibutuhkan bisnis. Sumber daya ini adalah apa yang dibutuhkan secara praktis untuk melakukan tindakan/ aktivitas bisnis:

- Ruang kantor
- Komputer
- Hosting

g. Key Partners

Key Partners adalah daftar perusahaan/ pemasok/ pihak eksternal lain yang mungkin diperlukan untuk mencapai key activities bisnis dan memberikan value kepada pelanggan. Gambaran dari Key Partners yakni 'jika bisnis saya tidak dapat mencapai value proposition sendirian, siapa lagi yang perlu saya andalkan untuk melakukannya?'. Contohnya adalah 'jika saya menjual bahan makanan kepada pelanggan, saya mungkin memerlukan pembuat roti lokal untuk menyediakan roti segar ke toko saya'. Mereka adalah mitra kunci untuk mencapai value yang dijanjikan bisnis saya kepada pelanggan.

h. Cost Structures

Cost Structures didefinisikan sebagai biaya moneter operasi bisnis.

- Berapa biaya untuk mencapai key activities bisnis saya?
- Berapa biaya key resources dan key partnerships saya?
- Berapa biaya untuk mencapai value proposition bagi pelanggan/ pengguna saya?

i. Revenue Streams

Revenue Streams didefinisikan sebagai cara bisnis mengubah Value Proposition atau solusi untuk masalah pelanggan menjadi keuntungan finansial. Penting juga untuk memahami harga bisnis sesuai dengan pain of purchase customer sebagai alat untuk menyelesaikan masalah bagi pelanggan.

- Pay per product (pay per view)
- Biaya layanan

- Fixed rate
- Subscription

5.2.4 Pemahaman Karakter

Pemaparan materi pemahaman karakter dipaparkan oleh pak Agus Hadi Prayitno, S.Pt., M.Sc., CPC pada jam kedua dihari Selasa tanggal 22 November 2022. Karakter merupakan tabiat; sifat-sifat kejiwaan, akhlak atau budi pekerti yang membedakan seseorang dengan yang lain; watak. Terdapat 2 model untuk memahami karakter seseorang, yaitu model VAK model dan Disch model.

5.2.4.1 pemahaman VAK

VAK merupakan suatu model untuk memahami karakter melalui 3 aspek, yaitu visual, auditory, dan kinesthetic. Untuk memahami karakter termasuk dalam aspek adalah

<i>VISUAL</i>	<i>AUDITORY</i>	<i>KINESTHETIC</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Posisi kepala dan dahi agak menunduk • Jarang mengadakan kontak mata • Gerakan mata melihat atau menunduk ke arah kanan • Nada suara rendah dan tempo lambat • Sering jeda ketika berbicara • Berdiri dalam jarak dekat dengan orang lain • Suka sentuhan merasakan informasi • Cenderung menghubungkan dengan • Pengalaman mereka sendiri • Mudah terganggu emosi • Penampilan dengan pakaian yang nyaman di tubuh 	<ul style="list-style-type: none"> • Posisi kepala menoleh ke arah yang berbicara • Memandang jauh dan menghindari kontak mata • Gerakan mata melihat atau melirik ke arah atau sejajar dengan telinga • Nada suara berirama • Selalu mengulang apa yang baru di dengar • Sikap tubuh lemah dan mengalir • Berdiri dekat dengan orang lain supaya dapat mendengar jelas • Cara berpikir kronologi • Gampang terganggu oleh keberisakan 	<ul style="list-style-type: none"> • Posisi kepala dan dahi agak menunduk • Jarang mengadakan kontak mata • Gerakan mata melihat atau menunduk ke arah kanan • Nada suara rendah dan tempo lambat • Sering jeda ketika berbicara • Berdiri dalam jarak dekat dengan orang lain • Suka sentuhan merasakan informasi • Cenderung menghubungkan dengan pengalaman mereka sendiri • Penampilan dengan pakaian yang nyaman di tubuh

Tabel 6 Model VAK

5.2.4.2 Model DISC

DISC adalah singkatan dari Dominant (Dominan), Influence (Berpengaruh), Steadiness (Stabil) dan Compliant (Patuh). Model DISC ini ditemukan oleh seorang psikolog Universitas Harvard yang bernama Dr. William Moulton Marston pada tahun 1920. Beliau mengembangkan teori bahwa seseorang konsep pengembangan diri seseorang berdasarkan satu dari empat faktor :

1. Dominance,
2. Inducement,
3. Steadiness, atau
4. Compliance.

Ini adalah yang membentuk teori DISC yang sampai saat ini banyak digunakan.

Dominan	Intim	Stabil	Cermat
<ul style="list-style-type: none"> • Suka memimpin/sok ngatur • Fast and furious • Tak tergoyahkan • Tegas/berani/nekad • Tidak sabaran/galak • To the point • “Do My Way” 	<ul style="list-style-type: none"> • Optimis/anti negatif • Populer/teman dimana-mana • Ekspresif/hobi ngomong • Pelupa/benci detil • Suka berkata tidak lebay.com • “Do The Fun Way” 	<ul style="list-style-type: none"> • Penjaga perdamaian • Single • tasking/gampang stres • Sabar, slow, suka rutinitas • Kalo stres pergi tidur • Kalo marah dipendam • Demen musyawarah/plinplan • “Do The Easy Way” 	<ul style="list-style-type: none"> • Kalo beli barang lama • Pecinta detil/suka data • Teliti, rapi, jaim • Apa saja dihitung • Disiplin tinggi • Pesimis/banyak khawatir • “Do The Right Way”

Tabel 17 – 11 DISC

5.2.5 Think Like CEO (Leadership)

CEO adalah singkatan dari chief executive officer. Sementara, artinya CEO yakni seseorang yang memiliki posisi tertinggi di perusahaan. CEO memiliki tugas utama

termasuk di dalamnya membuat keputusan- keputusan besar terkait perusahaan, mengelola seluruh operasional dan sumber daya perusahaan, serta berperan sebagai pemeran utama dalam mengelola komunikasi antara dewan direksi, operasional perusahaan, sekaligus menjadi wajah dari perusahaan. Sebagai seorang pemimpin, hal yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut :

- Kualitas : kepemimpinan adalah tentang niat dan perhatian
- Capacity : kapasitas untuk bereaksi dan berkreasi
- Kompetensi : bagaimana mempengaruhi orang-orang di daerah Anda

5.2.6 Communication Skill

Materi communication skill dipaparkan oleh pak Eko Nur Yahya pada jam ke dua hari Rabu tanggal 23 November 2022. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Menurut pak Eko “Kualitas hidup anda tergantung kuliatas komunikasi anda”, hal ini menunjukkan seberapa penting peran komunikasi terhadap kualitas hidup seseorang. Untuk meningkatka skill komunikasi, pak Eko merumuskan ke dalam 7 aspek, yaitu sebagai berikut:

A. Komunikasi alam bawa sadar

- Repetisi atau pengulangan
- Anchoring
- Menyajikan sesuatu yang unik

B. Elemen komunikasi

- Kata-kata Konten isi dari pembicaraan
- Intonasi
- Naik turunnya nada Suara
- Cepat pelannya Tempo Bicara
- Power suara
- Warna suara
- Fisiologi (expresi wajah)

- gestur / bahasa tubuh
- Ekspresi wajah

C. Pacing – leading

Pacing merupakan semua usaha untuk membangun kesamaan dengan tujuannya pacing adalah membangun kepercayaan lawan bicara. Setelah membangun kesamaan berhasil barulah sampaikan pesan keinginan kita yang biasa kita sebut mengarahkan pembicaraan atau leading. Tipe orang berdasarkan representasi panca Indera

- Visual / Pengelihatan
- Auditory / Pendengaran
- Kinestetik / Perabaan

D. Penampilan Berpenampilan menarik agar dipandang normal oleh lawan bicara.

E. Empati 30 Peka menangkap pesan dan ikut merasakan apa yang lawan bicara rasakan agar bisa masuk ke dunia mereka (Pacing)

F. Pertunjuk bola mata

- Visual Constructi (Vc) Membangun Gambar-gambar
- Audio Constructi (Ac) Membangun Suara-suara
- Kinestetik Membangun Suara-suara
- Visual Remembered(Vr) Mengingat Gambar-gambar
- Audio Remembered(Ar) Mengingat Suara-suara
- Audio Internal Dialog(Aid) Bicara dengan diri sendiri

5.2.7 Finance Management

5.2.7.1 Pengertian

Manajemen keuangan pada intinya adalah praktik pembuatan rencana bisnis untuk kemudian dipastikan pelaksanaannya untuk setiap departemen. Dengan manajemen keuangan yang baik, perusahaan dimungkinkan memperoleh data untuk membuat visi, mengambil keputusan investasi dan memiliki wawasan untuk mendanai investasi, mengontrol likuiditas, profitabilitas, kas, dan sebagainya.

5.2.7.2 Tujuan manajemen keuangan:

- Memaksimalkan keuntungan dengan memberi wawasan. Contohnya, wawasan terkait kenaikan biaya bahan baku yang dapat memicu kenaikan harga pokok penjualan. 31
- Melacak likuiditas dan arus kas untuk memastikan bahwa perusahaan punya cukup uang untuk memenuhi kewajiban.
- Memastikan perusahaan patuh terhadap peraturan negara hingga industri.
- Mengembangkan skenario keuangan berdasarkan keadaan bisnis sekarang dan prediksi terkait berbagai hasil berdasarkan kemungkinan kondisi pasar di masa depan.

5.2.8 Marketing & Distribusi

Distribusi adalah kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dari produsen sampai ke tangan konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan jenis, jumlah, harga, tempat, dan waktu yang dibutuhkan. Manajemen distribusi adalah kegiatan yang pada kegiatan utama pendistribusian suatu produk, yang meliputi:

- Pengemasan: Menyediakan pengemasan yang memadai untuk suatu produk agar dapat diangkut dengan aman.
- Manajemen Persediaan: Mempertahankan tingkat persediaan yang baik sangat penting untuk distribusi. Manajemen inventaris merupakan salah satu tanggung jawab utama untuk manajemen distribusi.
- Pemrosesan Pesanan: Setelah pesanan masuk dari pelanggan, manajemen distribusi perlu merencanakan pengiriman. Ini melibatkan pengumpulan stok, memuatnya dan mengirimkannya tepat waktu. Persetujuan harus dikirim dan pembuatan faktur dilakukan agar langkah ini valid.
- Logistik: Moda transportasi penting dipertimbangkan untuk semua pesanan. Jika mereka membutuhkan pengiriman ke luar negeri, harus ada kesepakatan agar izin disetujui dengan cepat. Pemuatan

dan penanganan perlu diputuskan sehingga semua peralatan yang dibutuhkan tersedia di lokasi.

- Komunikasi: Diperlukan komunikasi yang jelas baik di dalam maupun di luar lokasi di pusat distribusi. Ini untuk memastikan bahwa produk yang dikirim benar dan pelanggan tahu kapan mereka akan menerima barang mereka. Jika pengiriman tertunda, manajemen distribusi perlu segera memberi tahu semua pihak yang berkepentingan. Distribusi melibatkan aktivitas sebagai berikut:
- Membeli barang dan jasa dari produsen atau pedagang yang lebih besar
- Mengklasifikasi barang atau memilahnya sesuai dengan jenis, ukuran, dan kualitasnya
- Memperkenalkan barang atau jasa yang diperdagangkan kepada konsumen, misalnya dengan reklame atau iklan
- Sistem transportasi yang baik untuk membawa barang ke wilayah yang berbeda.
- Sistem pelacakan yang baik sehingga barang sampai pada waktu dan jumlah yang tepat.
- Pengemasan yang baik
- Melacak tempat-tempat di mana produk dapat ditempatkan sedemikian rupa sehingga ada peluang maksimum untuk orang dapat membelinya.
- Sistem untuk mengambil kembali barang dari pasar.

5.2.9 Sosial Media Optimasi

Sosial media adalah platform digital yang memfasilitasi penggunaanya untuk saling berkomunikasi atau membagikan konten. social media marketing adalah proses marketing yang dilakukan lewat media sosial, seperti Facebook, Instagram, atau Twitter. Sebuah penelitian menyebutkan bahwa lebih dari 3,2 miliar orang di dunia menggunakan media sosial dewasa ini. Angka ini menjadi peluang bagi pebisnis untuk 33 memasarkan

produknya di media sosial. Berikut merupakan keuntungan yang didapatkan apabila memasarkan produk di sosial media :

- a. Meningkatkan brand awareness Sebuah produk akan semakin diakui keberadaannya ketika diunggah di media sosial secara terus-menerus. Ini karena perlahan-lahan masyarakat akan mulai menaruh perhatian.
- b. Mendapatkan feedback produk dan strategi pemasaran Ini adalah tahap lanjutan dari efek social media marketing. Setelah diakui keberadaannya, sebuah produk akan mulai jadi topik pembicaraan. Perhatian tersebut akan mempengaruhi terhadap keputusan pengguna internet, minimal like atau komen.
- c. Mempelajari kompetitor Mempelajari kompetitor jadi lebih mudah dengan social media marketing, karena dengan sosial media pebisnis dapat dengan mudah untuk mengawasi kompetitor.

5.2.10 Menaklukan Market

- Kenali kebutuhan pasar
- Deskripsikan masalah
- Temukan ide bisnis
- Kembangkan ide bisnis
- Tingkatkan kualitas ide bisnis

BAB VI USAHA RINTISAN

TERRARIUM SUCCULENT

6.1 Gambaran Umum Rencana Usaha

Ide bisnis usaha rintisan ini berdasarkan hobby yang bisa menghasilkan uang. Dari hasil pengalaman magang serta ilmu yang kami dapatkan selama 1 bulan di jember, kami menemukan penemuan bahwa cara kembang biak kaktus maupun anggrek memiliki kadar mudah dan juga sulit, namun apabila memiliki niat dan semangat yang tinggi maka itu akan mudah untuk dilalui, karena itu kami mendapatkan ide yaitu terrarium succulent, hal ini memang tidak baru, dan sudah banyak yang melakukannya, namun disini saya tidak ingin mengcopy nya namun saya ingin ATM, yaitu amati, tiru dan modifikasi.

Keunggulan dari produk ini dibandingkan dengan yang lain adalah produk menggunakan bahan-bahan yang nantinya akan kita dapatkan dari beberapa kenalan yang kami dapatkan di tempat magang kemarin, kemudian akan kami kembang biakan, apabila sudah terpenuhinya total bahan yang kami ingin kan maka kami akan memulai untuk memasuki pasar. Karakteristik pasar sasaran yang kami tuju adalah remaja dan dewasa (19- 40 tahun). Kami mengambil sasaran pasar tersebut, karena di umur tersebut mereka akan mencari hal baru yang bisa didapatkan tanpa harus membuang uang itu menjadi hal yang tidak berguna. Maksud kami adalah kami ingin menjualnya dengan target pembeli yang ingin menemukan hobby baru, ingin mediasi mata dengan cara menanam tanaman hijau yang cantik, dan pembeli yang ingin menghadiahkan sebuah tanaman tanpa mengeluarkan harga yang mahal.

Potensi sumberdaya yang kami gunakan sangat melimpah sehingga mendukung usaha yang kami rintis. Sumberdaya berupa ketersediaan bahan baku yang kami perlukan berlimpah di pasar, outlet dll.

6.2 Metode Pelaksanaan

Dalam pembuatan produk ini terdapat alat-alat dan bahan yang di perlukan. Untuk alat-alat itu sendiri yang dibutuhkan diantaranya; pasir malang, serabut kelapa, benang, pupuk, air, biji semai, tumbuhan induk, sekop, pot, spidol, sekam bakar, cocopeat. Untuk bahannya sendiri yaitu tanaman induk, biji semai.

Cara membuat terrarium succulent:

Hal pertama yang harus disiapkan dalam membuat terrarium succulent adalah dengan menyediakan adanya tanaman dewasa dan tanaman yang siap menuju dewasa untuk di hias dalam pot kecil. Jenis kaktus succulent yang diperlukan tentunya ada bermacam-macam dan tidak hanya satu jenis. Jenis-jenis yang kami perlukan ada banyak, namun kami akan memberi sedikit contoh seperti sukulen roseum, echeveria minima, lidah buaya, bola emas, donkey tail, giok, zebra, dan yang lainnya.

Untuk mendapatkan hasil yang maksimal hal yang harus sangat diperhatikan adalah kesehatan pada tanaman. Karena kesehatan pada tanaman akan mempengaruhi daya jual nantinya. Pada tanaman yang sehat maka akan memancarkan aura tanaman yang mahal yang mampu memikat mata para pembeli agar tergiur dengan satu pot tanaman cantik dengan harga yang terjangkau.

Untuk pemasarannya kami menggunakan target pasar anak sekolah dan warga sekitar . Dalam menjalankan usaha rintisan ini memerlukan 4 SDM :

1. Direktur utama : Choirul Danang Retnadi
2. Manajer keuangan : Mohammad Ali Mahsun Al Lutfi
3. Manajer produksi : Jannatin 'Aaliyah
4. Manajer Promosi : Khusna Salsabila

Peran setiap SDM :

1. Direktur utama : Mengoordinasikan, mengawasi serta memimpin manajemen perseroan dan memastikan semua kegiatan usaha perseroan dijalankan sesuai dengan visi, misi dan nilai perseroan.
2. Manajer keuangan : Menyusun perencanaan keuangan , pengoperasikan kebutuhan keuangan, bekerjasama dengan manajer divisi lain, membantu pengambilan keputusan investasi dll.
3. Manajer produksi : merencanakan produksi dan melakukan penjadwalan, melakukan koordinasi di proses pengadaan bahan produksi, melakukan pengawasan proses produksi dll.
4. Manajer pemasaran : merencanakan, mengarahkan atau mengkoordinasikan kebijakan dan program pemasaran, antara lain melihat permintaan untuk produk dan jasa yang ditawarkan.

6.3 Hasil Yang Ingin Dicapai

Peluang keberlanjutan usaha ini cukup bagus melihat dari berbagai tokoh di masyarakat yang ingin menemukan hobby baru melalui terrarium succulent. Setiap pembeli yang akan membeli produk kami nantinya, kami juga ingin berbagi ilmu dan pengalaman terkait bagaimana cara merawat sampai mampu mengembang biakan kaktus tersebut di green house mereka. Kami juga memiliki cita-cita akan terbangunnya kesadaran masyarakat mengenai krisis iklim yang bisa merusak dan menghilangkan berbagai tanaman. Oleh karena itu dari sini kami ingin menumbuhkan sifat mencintai tanaman.

Kelayakan usaha

BAB VII

KESIMPULAN

Kegiatan Wirausaha Merdeka yang diadakan oleh pihak Politeknik Negeri Jember berlangsung selama 3 bulan, dimulai pada 5 September 2022 hingga 6 Desember 2022 yang dibagi kedalam 5 macam kegiatan, yaitu: EDC (Entrepreneur Development Class), Magang Tematik Kewirausahaan, Inkubasi Bisnis, Bootcamp, dan Rintisan Usaha. Tujuan dari seluruh rentetan kegiatan ini adalah untuk mempersiapkan mahasiswa/i peserta Wirausaha Merdeka menjadi seorang entrepreneur dengan model bisnisnya.

Hasil dari program Wirausaha Merdeka ini dapat dilihat dari usaha rintisan yang dibuat dikarenakan tolak ukur penilaian Wirausaha Merdeka dilihat dari bisnis usaha yang dirintis membuat memahami serta mengetahui di bidang bisnis khusus kuliner makanan ringan dan saus sambal baik dimulai dari menyiapkan modal dan menjadi produk yang dapat di produksi dan laku di pasaran. serta sebagai salah usaha untuk membuka ladang usaha masyarakat Indonesia dan memanfaatkan sumberdaya yang ada di lingkungan dengan semaksimal mungkin.

7.2 Saran

Setelah mengikuti kegiatan program Wirausaha Merdeka beberapa bulan di Politeknik Negeri Jember banyak menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta dapat terjun langsung menjadi seorang entrepreneur dengan mendapatkan mentoring secara langsung dari para UMKM bisnis di Jember. Pada kesempatan ini penulis memberikan sedikit saran kepadapihak kampus dengan harapan semuanya menjadi

Kendala lainnya dalam pelaksanaan wirausaha merdeka tidak seimbangny antara rasioanggaran dengan beban tugas yang harus dilaksanakan, oleh sebab itu pihak panitia pelaksana dari Politeknik Negeri Jember mengupayakan semaksimal mungkin menyesuaikan anggaran dengan beban tugas yang dilaksanakan. Selanjutnya, untuk tahun anggaran 2022/2023, kami mengharapkan untuk pelaksanaankegiatan harus sesuai dengan time line yang sudah ditetapkan dan juga Koordinasi yang baik. Supaya program kedepannya terlaksana dengan maksimal maka segenap panitia Perguruan tinggi yang

terpilih menjadi tempat terlaksananya program wirausaha merdeka ini harus sistematis dan terarah supaya nantinya tidak akan ada lagi kendala-kendala yang dapat merugikan peserta yang mengikuti program ini

DAFTAR PUSTAKA

<https://kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/program/magang/detail>

<https://kampusmerdeka.um.ac.id/index.php/magang-praktik-kerja/> Profil Usaha PT. Mbegor Jaya Mandiri:

https://drive.google.com/drive/folders/1PVvDv-hdBvrZ4Pp9sEhN9F0UDSi347fT?usp=share_link

PEDOMAN PENULISAN LAPORAN AKHIR KEGIATAN WIRAUSAHA MERDEKA Oleh TIM WMK POLIJE 2022