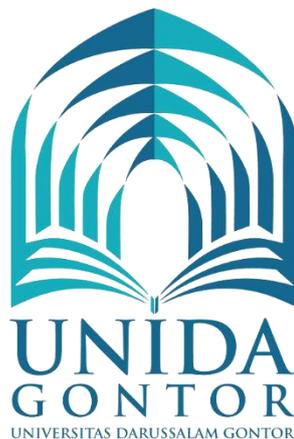


**KAZENG DRUM : DRUM ELEKTRIC PORTABLE BERBASIS
KEYBOARD SEDERHANA SEBAGAI FASILITAS TEPAT
GUNA MASYARAKAT MILENIAL PENCINTA MUSIK**

**LAPORAN AKHIR
KEGIATAN PROGRAM WIRAUSAHA MERDEKA
DI POLITEKNIK NEGERI JEMBER**



Oleh:

M. Syahrizal A Aswaja

NIM 412020421044

**UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR PONOROGO
TAHUN 2022**

**KAZENG DRUM : DRUM ELEKTRIC PORTABLE BERBASIS
KEYBOARD SEDERHANA SEBAGAI FASILITAS TEPAT
GUNA MASYARAKAT MILENIAL PENCINTA MUSIK**

**LAPORAN AKHIR
KEGIATAN PROGRAM WIRAUSAHA MERDEKA
DI POLITEKNIK NEGERI JEMBER**



Oleh:

M. Syahrizal A Aswaja

NIM 412020421044

**UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR PONOROGO
TAHUN 2022**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI JEMBER**

LEMBAR PENGESAHAN

**KAZENG DRUM : DRUM ELEKTRIC PORTABLE BERBASIS
KEYBOARD SEDERHANA SEBAGAI FASILITAS TEPAT
GUNA MASYARAKAT MILENIAL PENCINTA MUSIK**

Oleh:

M. Syahrizal A Aswaja

412020421044

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

Ketua Program WMK
Politeknik Negeri Jember



Dr. Dhanang Eka Putra S.P., M.Sc
NIP 198312102014041001

Koordinator Program Studi
S1 Manajemen,
Universitas Darussalam Gontor



Yayan Firmansyah S.E.I., M.PSDM
NIP 140347

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Illahi Rabbi dengan dapat diselesaikannya Laporan Akhir Kegiatan Wirausaha Merdeka ini, disusunnya laporan sebagai penilaian keikutsertaan mahasiswa peserta program MBKM Wirausaha Merdeka tentang Apa saja kegiatan program wirausaha merdeka? Bagaimana aspek terkait kewirausahaan? Hasil apa yang didapat selama mengikuti program tersebut? Dan berbagai hal lain seputar dunia wirausaha.

Banyak hal yang harus diuraikan tentang Kewirausahaan, khususnya bagi pelaku usaha sehingga terlaksanalah program wirausaha merdeka ini, yang dijadikan sebagai pembekalan awal. Oleh karena itu perlu diperhatikan betul partisipasi peserta, dan laporan ini dapat melihat dan memonitoring bagaimana indikator berjalan.

Program ini sendiri merupakan kreasi kreatif dari Kemendikbudristek, bekerjasama dengan beberapa Perguruan Tinggi di Indonesia, dengan tujuan mencetak Entrepreneur kompeten. Salah satu Perguruan Tinggi penyelenggara yang ada di Jawa Timur adalah Politeknik Negeri Jember. Kegiatan tersebut dijalankan dengan berbagai kegiatan yang variatif yang dapat melatih dan membentuk mental, karakter, dan jiwa berwirausaha. Materi, praktek, dan lain sebagainya. disusun secara sistematis. Sehingga peserta dapat menerimanya dengan baik. Oleh karena itu, kami mengucapkan banyak terimakasih kepada tim fasilitator Politeknik Negeri Jember selaku Penanggung Jawab Utama di bawah koordinasi Kemendikbudristek,

Laporan akhir ini berisi serba-serbi kegiatan, materi, dan rentetan MBKM sub wirausaha. Untuk nantinya dijadikan sebagai tolak ukur sekaligus bukti bagi mahasiswa terkait sejauh mana kompetensi yang telah didapat selama mengikuti program. Laporan ini selebihnya juga bisa digunakan untuk peserta generasi selanjutnya sebagai gambaran umum bagaimana retorika program ini. laporan ini dapat juga dijadikan berkas tambahan untuk PT (Perguruan tinggi) pengutus mahasiswa dalam menambah akreditasnya yang merupakan salah satu unsur terpenting persaingan dengan PT lainnya.

^Akhirnya saya sebagai peserta sekaligus penulis berharap agar apa yang telah kami dapatkan bermanfaat untuk kehidupan sosial, bangsa, Negara, bahkan

agama. Besar harapan kami untuk generasi selanjutnya dapat mengikuti jejak yang telah kami tinggal, agar bisa lebih baik lagi. Banyak kekurangan disana-sini sehingga permohonan maaf sangat pantas kami haturkan kepada pembaca, pengamat, dan pihak lainnya, agar kiranya dapat diberikan masukan dan dijadikan evaluasi. Semoga laporan ini dapat bermanfaat kedepannya, Terimakasih.

Jember, 10 Desember 2022

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PRAKATA	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Program	2
1.3 Manfaat Kegiatan	2
1.4 Tempat dan waktu pelaksanaan	2
BAB II. PEMBAHASAN	4
2.1 Kick Off	4
2.2 EDC (Entrepreneurship Development Class)	4
2.3 Pembekalan Magang Tematik Wirausaha Merdeka	10
2.4 Outbond	10
BAB 3. MAGANG TEMATIK WIRAUSAHA MERDEKA	11
3.1 Metode Pelaksanaan Kegiatan Magang	11
3.2 Keadaan Umum Industri Mitra	11
3.3 Analisis Usaha Magang Usaha	12
3.4 Implementasi Usaha Magang	17
BAB 4. INKUBASI BISNIS	19
4.1 Pendampingan Usaha	20
4.2 Coaching Clinic	25
BAB 5. BOOTCAMP	27
BAB 6. USAHA RINTISAN KAZENG DRUM	48
6.1 Gambaran Umum Rencana Usaha	49
6.2 Metode Pelaksanaan	50
6.3 Hasil Yang Ingin dicapai	61

BAB 7. KESIMPULAN DAN SARAN	65
7.1 kesimpulan	65
7.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	27
LAMPIRAN	28

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Serangkaian Kegiatan WMK	2
Tabel 2.1 Serangkaian Kegiatan EDC.....	5
Tabel 3.1 Serangkaian Kediatan Magang DUDI Tematik	13
Tabel 3.2 Analisi SWOT	18
Tabel 5.1 Jadwal Kegiatan Bootcamp.....	27
Tabel 5.2 Jadwal Kegiatan Bootcamp Hari Ke 2	30
Tabel 5.3 Jadwal Kegiatan Bootcamp Hari Ke 3	36
Tabel 5.4 Jadwal Kegiatan Bootcamp Hari Ke 4	40
Tabel 5.5 Jadwal Kegiatan Bootcamp Hari ke 5	45
Tabel 6.1 Segmentasi Pasar.....	49
Tabel 6.2 Perhitungan HPP	62
Tabel 6.3 Perhitungan Biaya Operasional per 100/unit/Bulan.....	63
Tabel 6.4 Biaya Fixed Cost	63
Tabel 6.5 Biaya Gaji untuk 100 unit Perbulan	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Pembelajaran digital marketing	13
Gambar 4.1 Inkubasi Bisnis Hari ke 1	20
Gambar 4.2 Inkubasi Bisnis Hari ke 2	21
Gambar 4.3 Inkubasi Bisnis Hari ke 3	22
Gambar 4.4 Inkubasi Bisnis Hari ke 4	22
Gambar 4.5 Inkubasi Bisnis Hari ke 5	23
Gambar 4.6 Inkubasi Bisnis Hari ke 6	23

Gambar 4.7 Inkubasi Bisnis Hari ke 7	24
Gambar 4.8 Suasana Choaching Clinic di GOR 45 POLIJE	25
Gambar 6.1 Contoh Seng Datar	51
Gambar 6.2 Contoh Pipa PVC	52
Gambar 6.3 Triplek atau Multiplex.....	52
Gambar 6.4 Piezoelectronic	53
Gambar 6.5 Busa Ati	53
Gambar 6.6 Design Drum Elektrik Portable	54
Gambar 6.7 Dasar Pad Drum Elektrik	54
Gambar 6.8 Skema Modul Bagian Dalam	55
Gambar 6.9 Pad Drum Elektrik.....	55
Gambar 6.10 Ukuran Rangka Drum Elektrik.....	56
Gambar 6.11 Flowchart (Alur Program)	57
Gambar 6.12 Skema modul	58
Gambar 6.13 Design Seluruh Sisstem.....	59
Gambar 6.14 Struktural Bisnis Kazeng Drum	60
Gambar 6.15 Bussiness Model Canvas	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kegiatan 1.1 Kick Off Program WMK POLIJE.....	68
Lampiran Kegiatan 1.2 Visitasi Kegiatan Magang oleh tim WMK.....	68
Lampiran Kegiatan 1.3 Suasana Magang di PT Pesen Digital.....	69
Lampiran Kegiatan 1.4 Kantor PT Psen Digital	69
Lampiran Kegiatan 1.5 Outbond Di GOR 45 POLIJE.....	70
Lampiran Kegiatan 1.6 Bersama Founder PT Pesen Digital	70
Lampiran Kegiatan 1.7 Suasana Sebelum Acara Bootcamp.....	71
Lampiran Kegiatan 1.8 Suasana Gelar Produk 1 Di GOR 45 POLIJE ...	71
Lampiran Kegiatan 1.9 Inkubasi Bisnis Bersama Mentor	72
Lampiran Kegiatan 1.1 Tim Satuan Kerja Kazeng Drum	72

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) merupakan kebijakan yang ditujukan untuk mengawal transformasi Pendidikan tinggi. Kebijakan ini dituangkan dalam Permendikbud Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi. Melalui kebijakan ini, kampus didorong menjadi fleksibel dalam melakukan kolaborasi bersama dunia usaha, dunia industri, dan masyarakat umum. Kolaborasi ini diwujudkan dengan pemberian hak belajar satu semester di luar program studi bagi mahasiswa (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2020), (Baro'ah, 2020), (Maisyaroh, Juharyanto, & Bafadal, 2021), (Rahmawati & Susilowati, 2021).

MBKM memberikan tantangan dan kesempatan untuk pengembangan kreativitas, kapasitas, kepribadian dan kebutuhan mahasiswa serta mengembangkan kemandirian dalam mencari dan menemukan pengetahuan melalui kenyataan dan dinamika lapangan seperti persyaratan kemampuan, interaksi sosial, kolaborasi, manajemen diri, tuntutan kinerja, target dan penerapannya. Program MBKM akan membekali mahasiswa untuk berkompetisi di dunia kerja, membuka wawasan, dan kesempatan untuk menggali keilmuan lain (Kampus Merdeka, 2020), (Susanty, 2020). Pada implementasinya, kebijakan ini tidak diberlakukan untuk semua program studi (Aipnema, 2021). Hal ini dikarenakan adanya kekhususan ilmu untuk profesi kesehatan. Akan tetapi, melihat program MBKM ini merupakan program yang sangat potensial dan mendukung peningkatan lulusan, maka program MBKM ini juga bisa diterapkan di program studi kesehatan (Nofia, 2020).

Berbagai bentuk implementasi program MBKM dan keberhasilan perolehan hibah MBKM menunjukkan keberhasilan dalam implementasi program MBKM. Berkaitan dengan hal tersebut, semua mahasiswa dari universitas berbagai daerah yang mengikuti seluruh alur kegiatan MBKM hingga selesai. Terdapat beberapa kegiatan MBKM antara lain pertukaran pelajar, magang merdeka, kampus

mengajar dan wirausaha merdeka. Dalam implementasi kegiatan MBKM ini yaitu wirausaha merdeka. Wirausaha merdeka adalah sebuah kegiatan merdeka kampus belajar merdeka dengan konteks pembelajaran kewirausahaan. Pada saat proses kegiatan WMK ada beberapa kegiatan didalamnya antara lain EDC (Entrepreneur Development Class), Magang Tematik, Inkubasi Bisnis, Bootcomp, Bussiness Matching, Gelar Produk, dan Rekognisi (final assessment WMK) yang harus diikuti agar pencapaian pembelajaran 20 sks bisa dicapai.

1.2 TUJUAN PROGRAM

Pada saat kegiatan WMK di mulai, terdapat tujuan umum dan khusus mahasiswa dalam mengikuti kegiatan WMK ini antara lain :

1.2.1 Tujuan Umum :

- a. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan terkhusus pada bidang wirausaha
- b. Mendapatkan pengalaman belajar diluar kampus asal

1.2.2 Tujuan Khusus :

- a. Agar bisa membuka bisnis sendiri
- b. Mempunyai *brand* produk sendiri
- c. Menciptakan lapangan kerja
- d. Menjadi wadah *sharing* bersama dengan para mentor wirausaha

1.3 MANFAAT KEGIATAN

- a. Program wirausaha merdeka bermanfaat bagi mahasiswa dalam hal pengembangan hardskill maupun softskill
- b. Dapat membentuk karakter mahasiswa dalam mengembangkan ide kreatif pada saat membuat produk
- c. Dapat mengetahui cara branding suatu produksi

1.4 TEMPAT DAN WAKTU PELAKSANAAN

Kegiatan	Waktu pelaksana	Tempat
Kick Off	5 September 2022	GOR perjuangan POLIJE

EDC	6-9 September 2022	GOR perjuangan POLIJE
Outbound	10 September 2022	Lapangan POLIJE
Magang DUDI Tematik	12 September – 5 November 2022	PT. PESEN DIGITAL INDONESIA
Inkubasi Bisnis	16 – 20 November 2022	GOR Perjuangan POLIJE
Bootchamp	21-25 November	GOR Perjuangan POLIJE
Survey tempat dan penataan	26 November 2022	GOR perjuangan POLIJE
Gelar produk	2 November 2022	GOR perjuangan POLIJE
Bimtek BNSP	28-29 November	GOR perjuangan POLIJE
Gelar Produk	30 November 2022	GOR perjuangan POLIJE
Ujikom BNSP	1-5 November 2022	GOR perjuangan POLIJE
Bussines matching dan gelar produk	6 Desember 2022	GOR perjuangan POLIJE
Rekognisis		

Tabel 1.1 Serangkaian Kegiatan WMK

BAB II

PEMBAHASAN

2.1 KICK OFF

Kick Off Program Wirausaha Merdeka bertempat di GOR Perjuangan 45 Politeknik Negeri Jember dengan menghadirkan 650 mahasiswa dari total 1122 peserta Program Wirausaha Merdeka yang berasal dari 45 Perguruan Tinggi di Indonesia. Sambutan dari Direktur Politeknik Negeri Jember Saiful Anwar S.Tp., M.P mengatakan, program WMK bertujuan untuk memantik minat dan semangat mahasiswa dalam berwirausaha. Selain itu, juga menanamkan pola pikir dan kompetensi dasar dalam berwirausaha. Program tersebut dapat mendorong peningkatan pengalaman wirausaha guna meningkatkan daya kerja, kapasitas, dan kualitas lulusan perguruan tinggi. Polije dinilai sebagai perguruan tinggi yang best practice dengan memiliki sarana dan prasarana yang memadai. Serta cukup representatif sebagai wahana untuk menyiapkan mahasiswa maupun masyarakat untuk dilatih kompetensinya melalui Teaching Factory (TeFa). “Polije akan mempersiapkan segala sesuatunya terkait kebutuhan peserta sampai mereka terjun ke lapangan nantinya,” ucapnya. Program WMK dapat menciptakan generasi milenial yang kompeten untuk menjawab kebutuhan 2045 dalam menuju

2.2 EDC (Entrepreneurship Development Class)

EDC (*Entrepreneurship Development Class*) adalah kelas bisnis guna pemahaman dari pola pikir kewirausahaan dari para pelaku dan regulator *industry startup (Softskill)*, Mengenai kewirausahaan dan ciri-ciri kewirausahaan, kreativitas dan inovasi wirausaha, ide dan peluang bisnis, konsep pemasaran dan penjualan dalam wirausaha, jenis-jenis bisnis model, proposal kelayakan bisnis, etika bisnis.

EDC (*Entrepreneurship Development Class*) adalah sebuah wadah yang dibentuk dengan tujuan untuk mengembangkan, memotivasi, dan mendorong mahasiswa untuk berani memulai wirausaha serta mengidentifikasi, menentukan, dan melakukan dengan baik dan benar berkaitan dengan aktivitas kewirausahaan. Target utama dari pengadaan kegiatan ini adalah meningkatkan

pengetahuan dan pola pikir dalam bidang kewirausahaan dan memotivasi mahasiswa untuk menjadi wirusahawan sejak dini.

Tgl	Pemateri	Materi	Hasil Temuan
05-09-2022	Drs. Lukman Ekana Putra, Psi, M.Si	Wawasan Kewirausahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dalam berusaha kita harus merancang sebgus mungkin apa saja yang akan kita lakukan. 2. Buatlah Visi & Misi yang jelas untuk meraih hasil yang baik. 3. Dalam berwirausaha, jangan sesekali menjadikannya sebagai kerja sampingan, karena hasil yang akan di dapat juga tidak akan maksimal. 4. apabila Indonesia mempunyai 7% saja dari total keseluruhan penduduk yang berwirausaha, maka negeri ini akan makmur dan bagus

			<p>ekonominya, karena saat ini indonesia baru 3,5 dari 100%.</p> <p>5. tidak akan menjadi baik segala sesuatu yang dilakukan dengan asal – asalan, begitu pula dalam berwirausaha.</p>
06-09-2022	<p>Cahyadi Joko Sukmono M.Si</p> <p>Agus Hadi Prayitno, S.Pt., M.Sc., CPC</p>		<p>1. Kata kunci wirausaha adalah senang, yaitu suka dengan apa yang kita usahakan.</p> <p>2. Dalam Wirausaha kita harus mempunyai motivasi tinggi untuk selalu berkembang.</p> <p>3. Tidak diperkenankan bagi seorang wirausaha untuk malu dan ragu dalam melangkah</p>
07-09-2022	<p>Hilmi Zamrudiansyah</p> <p>Firdaus Malik S.ST</p>		<p>1. Berwirausaha itu tidak lari dari kata gagal.</p> <p>2. Kegagalan dalam berwirausaha itu wajar, jadi kita</p>

	I Gede Wiryawan S.Kom., M.Kom		<p>sebagai wirausahawan harus menyiapkan mental untuk sebuah kegagalan dan juga kesuksesan.</p> <p>3. Kebanyakan orang pintar itu sibuk belajar teori saja dan tidak segera memulai wirausaha.</p> <p>4. Ketika kita mempunyai sebuah produk, kita harus mencintai produk tersebut tetapi tidak berlebihan sehingga ketika berganti zaman kita tidak terpacu kepada produk kita yang terdahulu.</p>
08-09-2022	<p>Doni Agustinus Waluyo S.E</p> <p>Nazarudin Latif S.Pd</p> <p>Ir. H. Slamet Sulistiyono S.P</p>		<p>1. Tahap-Tahap Berbisnis : ide, Bootstrap,seed, Raja Lokal, Ekspansi kota lain, Terkenal nasional, luar negeri, banyak negara, multinasional.</p> <p>2. membangun ide bisnis : kepo</p>

			<p>terhadap bisnis, peka terhadap lingkungan, menganalisa dan sentuhan langsung.</p> <p>3. peluang bisnis : indonesia mempunyai kekayaan alam yang luas, sumber daya manusia, dll.</p>
09-09-2022	<p>Dhanang Eka Putra, S.P., M.Sc,</p> <p>Refa Firgiyanto, S.P., M.P.,</p>		<p>1. Pembekalan Praktek Wirausaha merdeka ubah mindset ubah perilaku, etika bekerja ,profesional dalam bekerja, disiplin waktu, proaktif saat bekerja, bisa diandalkan , memberikan kontribusi, dedikasi saat bekerja, akuntabilitas kerja sama tim, saling menghormati dan rendah hati. perilaku yang merusak etika kerja:berfikiran negatif, terlalu banyak</p>

			<p>alasan, memberikan feedback yang merugikan.</p> <p>2. komunikasi yang tepat dan efektif : upaya membuat pendapat, menyampaikan informasi, mendengar dengan aktif, dan terampil berbicara, gaya bicara yang tepat dan penampilan terakhir.</p> <p>3. mendengar yang baik tidak hanya mendengar tetapi konsentrasi dengan disertai usaha.</p>
10-09-2022	Outbond		<p>1. cara bersosial</p> <p>2. kebersamaan</p> <p>3. cara berinteraksi dengan orang lain</p> <p>4. kreatif</p> <p>5. imajinatif</p>

Tabel 2. 1 Serangkaian Kegiatan EDC

2.3 PEMBEKALAN MAGANG TEMATIK WIRAUSAHA MERDEKA

Pengenalan dan pembekalan program magang perlu dilakukan dengan sasaran mahasiswa dapat memahami substansi, tujuan, dan teknis pelaksanaannya. *Teknis program magang yang telah tertuang dalam buku pedoman*, perlu dibekalkan kepada mahasiswa sehingga sebagai acuan atau rambu-rambu dapat dilaksanakan dengan tepat oleh mahasiswa peserta magang. Bagian yang krusial dalam pelaksanaan magang ini adalah apa saja ruang lingkup yang harus dilakukan selama magang, prosedur magang, proses pembimbingan dan produk yang diharapkan dari program magang tersebut.

Secara umum pembekalan ini bertujuan agar mahasiswa dapat melaksanakan program magang sebagaimana yang diharapkan, Secara khusus pembekalan ini bertujuan untuk :

1. Meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap profesi dan etiket keguruan
2. Menanamkan perilaku pendidikan sesuai dengan etiket di sekolah
3. Mempersiapkan mahasiswa agar menguasai substansi dan teknis pelaksanaan magang.
4. Mempersiapkan mahasiswa agar dapat merencanakan, melaksanakan dan melaporkan hasil program magang.

2.4 OUTBOND

Outbound adalah suatu bentuk dari pembelajaran segala ilmu terapan yang disulasikan dan dilakukan di alam terbuka atau tertutup dengan bentuk permainan yang efektif, yang menggabungkan antara intelegensia, fisik dan mental.

1. Kegiatan awal para mahasiswa serentak melakukan senam pagi. Senam pagi dilakukan untuk melatih kebugaran tubuh dan dilakukan sebanyak 3 kali.
2. Games melatih kekompakan antar kelompok. Games tersebut dilakukan untuk melatih otak, kerjasama, dan daya ingatan

BAB III

MAGANG TEMATIK WIRAUSAHA MERDEKA

3.1 Pelaksanaan Magang

Metode Pelaksanaan kegiatan magang diawali dengan pemetaan yang didasari oleh peminatan masing-masing peserta wirausaha merdeka. Kegiatan ini dilakukan sebagai awal penempatan magang tematik wirausaha merdeka yang dilakukan melalui pengisian google form dari perguruan tinggi pelaksana kegiatan Wirausaha Merdeka.

Kegiatan selanjutnya terbentuk suatu kelompok berdasarkan tempat magang yang dipilih, dalam hal ini setiap tempat magang dianjurkan hanya menerima 10 orang dari peserta wirausaha merdeka. Kegiatan selanjutnya adalah survey tempat magang dan konfirmasi terkait penerimaan peserta magang dunia industry yang dalam hal ini dilakukan secara langsung ke PT. Pesen Digital Indonesia. Penerimaan dan pengadaan meeting perdana dilakukan setelah adanya surat balasan dari mitra DUDI PT.Pesen Digital Indonesia, agenda selanjutnya adalah pelaksanaan inti kegiatan berupa magang tematik Wirausaha Merdeka yang dilakukan selama 2 bulan terhitung sejak awal penerimaan hingga penarikan peserta dari lokasi magang.

3.2 Keadaan Umum Industri Mitra

PT. PESEN DIGITAL INDONESIA beralamat di Grand Clarysa Blok Babilonia Nomer 06 Jogoyudan, Kec Lumajang, Jawa Timur 67315, Indonesia.PT. Pesen Digital Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Khususnya jasa Digital Agency yang terdiri dari banyak bidang jasa seperti, jasa pembuatan website ,jasa Social Management,jasa Pembuatan/edit Foto&Video.dan masih banyak yang lainnya. Brand perusahaan ini dikenal dengan nama Pesen Digital yang di dirikan oleh Alfi Yusrian Sebagai founder beserta Ashif Zaenul Haq sebagai assistennya.

PT.Pesen Digital bertujuan untuk membantu umkm memasarkan produknya melalui Internet agar masyarakat dapat lebih mudah mendapatkan info lebih mudah tentang produk tersebut.Usaha untuk mewujudkan Perekonomian di indonesia

Pada era Society 5.0 atau masyarakat 5.0 yang berkonsep pada manusia yang berkolaborasi dengan teknologi untuk mempermudah menyelesaikan masalah sosial yang terintegrasi pada ruang dunia maya dan nyata. PT. Pesen Digital Indonesia bekerja keras mengajak para pelaku umkm agar dapat mengembangkan usahanya dengan memberikan fasilitas jasa pemasaran melalui internet serta pembuatan konten agar dapat menarik minat para pembeli .

PT. Pesen Digital Indonesia yakni dengan Jasa yang profesional berdasarkan sertifikasi yang telah dimiliki perusahaan. Target adanya membantu perkembangan perekonomian indonesia dengan menargetkan umkm di indonesia berbasis digital memiliki website serta social media yang dapat membantu mengembangkan usaha mereka ke jenjang yang lebih besar yang diharapkan dapat meningkatkan Profit serta memiliki nama di Masyarakat. PT. Pesen Digital Indonesia Dikerjakan secara profesional dengan hasil yang dapat memberikan kepuasan bagi para costumer.

3.3 Analisis Usaha Magang Usaha

PT. Pesen Digital Indonesia merupakan tempat magang kewirausahaan yang bergerak di bidang Digital Agency yang terdiri dari banyak jasa. Diantaranya yaitu;

1. Photography & Videography
2. Pembuatan Website
3. Social Media Management
4. Digital Marketing Course
5. Pembuatan Undangan digital
6. Editing foto,video,vector dll.

PT. Pesen Digital Indonesia menjalankan usahanya dengan konsep marketing secara online. Adapun konsep marketing secara online tersebut menggunakan media sosial seperti:

1. Instagram
2. Website
3. Tiktok

4. Youtube
Dan masih banyak yang lainnya



Gambar 3.1 Pembelajaran Digital Marketing PT. Pesen Digital Indonesia

Laporan kegiatan selama magang di pt pesen digital indonesia sebagai berikut:

No	Tanggal	Uraian Pekerjaan
1	Sabtu 17-September 2022	Perkenalan staff atau karyawan dan pembelajaran tentang pengertian Digital Agency serta dasar-dasar yang dipahami sebelum belajar digital agency
2	Minggu 18 September 2022	Pembelajaran Tentang algoritma kata kunci yang berada di internet dan dapat mengetahui bagaimana cara mengatur Search Engine Optimization (SEO) menggunakan kata kunci

3	Senin 19 September 2022	Pengoperasian Internet Marketing menggunakan link-link untuk di post di berbagai platform fungsinya untuk menguasai search engine di google
4	Selasa 20 September 2022	Pengoperasian internet marketing setor link 50 pertama
5	Rabu 21 September 2022	Penambahan Setor link sebanyak 50 link melalui platform yang berbeda
6	Kamis 22 September 2022	Penambahan Setor link sebanyak 100 Link sehingga dengan jumlah total link yang sudah di setor 200
7	Jumat 23 September 2022	Hari Libur
8	Sabtu 24 September 2022	Penambahan Setor link sebanyak 100 Link sehingga dengan jumlah total link yang sudah di setor 300
9	Minggu 25 September 2022	Penambahan Setor link sebanyak 100 Link sehingga dengan jumlah total link yang sudah di setor 400
10	Senin 26 September 2022	Pembekalan Tentang materi Digital agency dari pengertian sampai Cara membangun bisnis Digital Agency
11	Jumat 30 September 2022	Hari Libur
12	Sabtu 01 Oktober 2022	Sesi Pembelajaran tentang Foto bussiness Profile di studio
13	Minggu 02 Oktober 2022	Mempelajari bagaimana cara pembuatan website serta membeli hosting dan domain yang gratis maupun berbayar
14	Kamis 06 Oktober 2022	Pembelajaran tentang branding serta memikirkan brand pribadi
15	Jum'at 07 Oktober 2022	Hari libur

16	Sabtu 08 Oktober 2022	Kedatangan pihak pengawas polije di kantor Pesen Digital Indonesia
17	Minggu 09 Oktober 2022	Desain Website milik salah satu costumer Pesen Digital Indonesia
18	Senin 10 Oktober 2022	Membuat Resume tentang Pengertian Website
19	Selasa 11 Oktober 2022	Mentoring Terhadap adik -adik magang smk tentang cara internet marketing melalui link link di berbagai platform
20	Rabu 12 Oktober 2022	Rapat bersama pesantren Bisnis indonesia
21	Kamis 13 Oktober 2022	Penyetoran Tugas yang diberikan Kepada adik tingkat magang
22	Jumat 14 Oktober 2022	Hari Libur
23	Sabtu 15 Oktober 2022	Resume Pembelajaran Jasa Social media Management di ketik di word sebagai laporan
24	Minggu 16 Oktober 2022	Mempelajari Cara taking video serta cara membuat konten yang dapat menarik perhatian
25	Senin 17 Oktober 2022	Menganalisi benih semangka seedless per jam pada per karyawan
26	Selasa 18 Oktober 2022	Mencari referensi pembuatan nama brand melalui ide gagasan yang tersedia di pikiran masing masing dan menyetorkan kepada owner
27	Rabu 19 Oktober 2022	Belajar Editing Menggunakan Correl draw serta photoshop
28	Kamis 20 Oktober 2022	Membuat Flyer Tentang peringatan Hari Santri
29	Jumat 21 Oktober 2022	Hari Libur

30	Sabtu 22 Oktober 2022	Membuat skema tentang video pemasaran digital marketing dengan tema "digital marketing bisa dilakukan dimana saja"
31	Minggu 23 Oktober 2022	Membuat akun Gmail Baru dengan kata kunci yang disediakan untuk melakukan pemasaran
32	Senin 24 Oktober 2022	Pembelajaran tentang public speaking
33	Selasa 25 Oktober 2022	Finalisasi Website milik Pelanggan Pesen Digital Indonesia
34	Rabu 26 Oktober 2022	Izin Mengisi Laporan di Logbook
35	Kamis 27 Oktober 2022	Membuat akun Pemasaran Baru menggunakan email sebelumnya dan melakukan Setor Link Kembali
36	Jumat 28 Oktober 2022	Hari Libur
37	Sabtu 29 Oktober 2022	Hari Libur (Maulid Nabi Muhammad SAW)
38	Minggu 30 Oktober 2022	Menyusun Business Road Map
39	Senin 31 Oktober 2022	Menyusun Business Road Map
40	Selasa 01 November 2022	Menyusun Business Road Map
41	Rabu 02 November 2022	Kedatangan Mentor tentang Branding dan Social media management
42	Kamis 03 November 2022	Final Report (Ambil salah satu website pengguna merapikan serta mengedit bagian tertentu)
43	Jumat 04 November 2022	Foto kenang kenangan bersama tempat magang terakhir
44	Sabtu 05 November 2022	Rekreasi bersama teman magang dan owner magang sebagai simbol kebersamaan dan perpisahan di Perkemahan Glagah Arum Lumajang

Tabel 3.2 Kegiatan Magang DUDI Tematik

3.4 Implementasi Usaha Magang

Marketing adalah serangkaian kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen, baik dengan cara memproduksi produk kemudian memberikan harga dan mempromosikannya kepada konsumen sehingga terjadilah penjualan.

Definisi lain dari marketing bisa disebut sebagai beberapa aktivitas yang saling berhubungan guna memenuhi apa yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan dari apa yang dibeli oleh konsumen. Dalam proses marketing dilakukan dua tahap marketing yaitu secara offline dan online.

Untuk metode pemasaran offline, strategi pemasaran yang digunakan untuk menarik target konsumen adalah dengan membuat *x-banner*. Dan melakukan survey kepada konsumen tentang produk yang kita buat dalam *Startup* bisnis kita

Sedangkan untuk target market online, dan sosial media seperti *Facebook Ads*, *Instagram Rells*, *Whatsapp Story*. Sehingga, cakupan untuk memilih pelanggan tetap lebih luas, sekaligus spesifik. Dalam proses marketing untuk mengetahui keefektivitas dalam *start up* nisnis wirausaha dibidang makanan minuman dilakukan suatu metode yaitu Metode Analisis SWOT.

Analisa SWOT pertama kali diperkenalkan oleh Albert S. Humphrey yang mempergunakan teknik ini pada tahun 1960-an ketika ia menginisiasi sebuah proyek penelitian yang dikerjakan di Stanford Research Institute. Sejak saat itu, perlahan analisis SWOT mulai dikenal luas oleh kalangan luas dan perlahan digunakan oleh para pebisnis pada masa itu untuk memanfaatkan metode analisis ini demi menumbuhkan sekaligus mengembangkan perusahaan mereka masing-masing. Analisa SWOT merupakan metode perencanaan suatu strategi dengan mempertimbangkan sekaligus mengevaluasi 4 komponen utama, yaitu: Strength (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman).

No	Strengths	Weaknes	Opportunities	Threats
----	-----------	---------	---------------	---------

Memiliki Legalitas usaha yang sudah Memenuhi syarat izin	Pengerjaan sedikit lama karena karyawan sedikit	Jasa yang Banyak sehingga dapat mengatasi berbagai keinginan pasar	Persaingan Digital Agency lain
Memiliki karyawan yang Profesional	Tidak dapat menentukan hari terget penyelesaian	Perkembangan Teknologi yang meningkat	Pelanggan yang terburu buru
Kualitas jasa yang Unggul & cukup memadai	.Daya saing masih Lemah	Dalam waktu dekat kan memiliki banyak costumer	Iklm investai kurang kondusif
Relasi yang cukup banyak	Masyarakat awam yang tidak mengerti	Banyak umkm yang masih offline	Kurangnya wawasan tentang digital agency
Kondisi sekitar yang memadai serta banyak peluang baru		Kebutuhan pasar	

Tabel 3.2 Analisis SWOT

Pada tabel analisis SWOT di atas bisa disimpulkan kalau PT. Pesen Digital Indonesia memiliki Produktivitas dalam Jasa, SDM, Perizinan, dan infrastruktur dalam pembuatan jasa. Implementasi kegiatan magang dapat disajikan dalam beberapa bentuk kegiatan sehari-hari yang dijalankan pada saat magang terhitung 2 bulan sejak penerimaan yaitu tanggal 17 september sampai dengan 5 november 2022.

BAB IV

INKUBASI BISNIS

Inkubasi bisnis sendiri diartikan sebagai pengembangan publik/swasta melalui skema kewirausahaan, ekonomi, dan proses sosial yang dirancang untuk memelihara bisnis dari ide hingga menjadi perusahaan rintisan. Inkubasi bisnis dapat dilakukan dengan program dukungan bisnis yang komprehensif. Tujuan utama dari inkubasi bisnis adalah membangun dan mempercepat pertumbuhan suatu ide usaha untuk meraih kesuksesan secara mandiri. Secara fisik, inkubator bisnis berarti ruang dan fasilitas untuk proses inkubasi bisnis atau mewadahnya. Inkubator bisnis memberikan pengusaha sebuah lingkungan yang mendukung tahap awal pengembangan perusahaan. Lingkungan ini diharapkan dapat membantu dan mengurangi biaya peluncuran perusahaan serta meningkatkan kepercayaan dan kapasitas pengusaha itu sendiri.

Secara definitif, inkubator bisnis menerima pengusaha ke dalam sebuah lingkungan tempat inkubasi bisnis lewat kesepakatan tertentu seperti capaian pendapatan penjualan atau profitabilitas. Selain itu, inkubator bisnis juga diposisikan sebagai kendaraan bagi para perintis usaha untuk mendorong penciptaan dan pertumbuhan perusahaan yang inovatif.

Secara umum, inkubator bisnis dapat diartikan sebagai tempat di mana pengusaha rintisan dapat memelihara dan mengembangkan wirausaha mereka untuk bertahan hidup dan tumbuh selama periode awal bisnis dibangun. Program inkubasi dalam inkubator bisnis menyediakan layanan dukungan bisnis dan sumber daya yang disesuaikan untuk para mahasiswa yang ingin menjadi entrepreneur dalam rintisan ini. Seperti halnya sebuah laboratorium praktik, inkubator bisnis juga memiliki system kerja di mana subjeknya adalah para pengusaha rintisan dan ide usahanya. Dalam prosesnya, terdapat beberapa langkah kerja atau fase yang harus dilalui seorang wirausaha dalam sebuah inkubator bisnis ini. Adapun fase system kerja tersebut antara lain adalah sebagai berikut.

4.1 Kegiatan pendampingan yang dilakukan oleh pendamping usaha

4.1.1 Kegiatan inkubasi *hari pertama* pada 17 November 2022, seluruh mahasiswa WMK melakukan kegiatan pendampingan sesuai dengan kelompok magang masing-masing. Inkubasi yang dilakukan oleh kelompok magang dari PT. Pesen Digital Indonesia melakukan pendampingan perdana di Gedung Olahraga 45 kampus Politeknik Negeri Jember. Kegiatan inkubasi pertemuan pertama adalah melakukan sebuah pengenalan diri masing-masing kepada pendamping. Adapun pembahasan pada pertemuan pertama selain pengenalan produk adalah sebagai berikut

- produk siap jual
- mencari hpp
- mencari harga jual



Gambar 4.1 Inkubasi Bisnis Hari 1

4.1.2 Kegiatan Inkubasi *hari kedua* pada 18 November 2022, seluruh mahasiswa peserta inkubasi bisnis yang masuk ke kelompok tempat magang di PT. Pesen Digital Indonesia dihimbau untuk memantapkan BMC bisnis mereka pada bagian-bagian tertentu. Adapun bagian-bagian yang dimantapkan adalah sebagai berikut.

- value proposition,
- segmen pasar, dan
- cush relationship



Gambar 4.2 Inkubasi Bisnis Hari 2

4.1.3 Kegiatan Inkubasi *hari ketiga* pada 20 November 2022, dilanjutkan inkubasi bisnis mengenai pemahaman karakter untuk mencari superteam. Selain itu, kita juga dibimbing cara berkomunikasi menggunakan teori pendekatan fenotip personaliti plus dsn disc dan genotif golongan darah dan stifin tanggal lahir.



Gambar 4.3 Inkubasi Bisnis Hari 3

4.1.4 Kegiatan Inkubasi *hari keempat* pada 22 November 2022, inkubasi bisnis di hari keempat mulai membuat bisnis plan dan target omset yang sesuai dengan model bisnis yang kita jalankan.



Gambar 4.4 Inkubasi Bisnis Hari 4

4.1.3 Kegiatan Inkubasi *hari kelima* pada 25 November 2022, kegiatan inkubasi bisnis bersama Bapak Muhammad Ubaidillah dengan

pembahasan dana pendampingan yang berkaitan dengan Finance management. Adapun detail pembahasannya adalah sebagai berikut.

- menghitung BEP
- ROI
- analisis keuangan



Gambar 4.5 Inkubasi Bisnis Hari 5

4.1.6 Kegiatan Inkubasi *hari keenam* pada 26 November 2022, kegiatan inkubasi bisnis dilanjutkan dengan pendampingan membuat *company profil*, sejarah usaha, dan visi misi usaha yang dijalankan.



Gambar 4.6 Inkubasi Bisnis Hari 6

4.1.7 Kegiatan Inkubasi *hari ketujuh* pada 27 November 2022, kelompok magang PT. Pesen Digital mulai menyusun pitch deck didampingi oleh Bapak Ubaidillah selaku mentor kelompok inkubasi bisnis untuk peserta Magang PT. Pesen Digital Indonesia. Selain itu, permodalan dalam penyusunan proposal kemitraan juga dilaksanakan pada hari ketujuh ini.



Gambar 4.7 Inkubasi Bisnis Hari 7

4.1.8 Kegiatan Inkubasi *hari kedelapan* 29 November 2022, merupakan hari terakhir inkubasi bisnis bersama Bapak Ubaidillah selaku mentor kelompok peserta magang PT. Pesen Digital Indonesia. Untuk pemantapan inkubasi terakhir ditutup dengan pemahaman mengenai legalitas usaha, NIB pribadi, PT pribadi, PT perusahaan, dan Merk Bisnis yang akan kita jalankan.

4.2 Kegiatan Coaching Clinic

Terdapat Coaching Clinic oleh Pendamping yang akan mementori kegiatan para mahasiswa dalam mengevaluasi bisnis yang akan dibangun dengan memberikan sebuah ide pemikiran nantinya. Coaching Clinic adalah pembimbingan singkat dalam bentuk pelatihan atau sesi perorangan yang ditujukan untuk penguasaan pengetahuan dan kecakapan di bidang tertentu. Coaching clinic juga membantu mahasiswa untuk mendapatkan wawasan tentang diri, bisnis, dan organisasi. Kegiatan Coaching Clinic dilakukan selama 5 hari sebagai berikut. Pemetaan kelompok coaching clinic setiap kampus berbeda beda, dalam hal ini mahasiswa dengan kampus asal Universitas Jember mendapatkan pendamping bapak Refa dari Politeknik Negeri Jember.



Gambar 4.8 Suasana Coaching clinic di GOR 45 POLIJE

Pengarahannya pola pikir millennial dari bisnis tradisional menjadi bisnis modern. Pengarahannya pola pikir sangat dibutuhkan bagi mahasiswa dalam membangun start up bisnis masing - masing. Pengarahannya yang diberikan terkait pemupukan ide dan cara kerja tiap bisnis kedepannya. Dalam hal ini mahasiswa harus mampu mengeksplor SDA (sumber daya alam) yang ada tiap masing - masing

daerah asal mahasiswa. Ini dilakukan untuk membangun start up yang berawal dari system kerja tradisional menuju modern.

Membangun start up bisnis modern tidaklah mudah karena harus memperhatikan pesaing yang sudah besar, apabila bisnis kita mencoba melawan bisnis yang sudah besar maka akan kalah dalam pemasaran, maka dari itu pemanfaatan pengekplorasi SDA harus benar – benar diterapkan dengan sebaik mungkin dan membuat sebuah bisnis yang berbeda dari kompetitor bisnis lainnya. Hal ini bertujuan untuk membangun bisnis yang tidak bisa dilakukan oleh kompetitor bisnis lain supaya bisnis para mahasiswa generasi milenial dapat berjalan seterusnya.

BAB V BOOTCAMP

5.1 Bootcamp Hari ke 1(Satu)

Waktu	Acara
07.00 – 07.45 WIB	Registrasi Peserta
07.45 – 08.00 WIB	Pre Test
08.00 – 10.00 WIB	Materi 1 Simple Branding (Bpk Eko Nuryahya)
10.00 – 12.00 WIB	Materi 2 Design Thingking (Bapak Victor Wahanggara)
12.00 – 13.00 WIB	ISHOMA
13.00 – 14.30 WIB	Pendampingan/ Inkubasi Bisnis (Mekanisme pelaksanaan menyesuaikan masing-masing pendamping)
14.30 – 16.00 WIB	Coaching Bisnis (Mekanisme pelaksanaan menyesuaikan masing – masing coach)

Tabel 5.1 Jadwal Kegiatan Bootcamp

Kegiatan bootcamp kegiatan wirausaha merdeka Politeknik Negeri Jember dimulai pada hari senin 21 November 2022. Bootcamp ini diadakan di 4 kabupaten yaitu di Jember, Lumajang, Pasuruan, dan Situbondo. Mahasiswa yang mengikuti bootcamp di Jember bertempat di Gor Perjuangan 45 Politeknik Negeri Jember. Acara ini dimulai pada pukul 08.00 WIB. Peserta harus datang 30 menit sebelum dimulai dan melakukan registrasi terlebih dahulu. Semua mahasiswa wajib memakai almamater dari kampus asalnya. Materi bootcamp yang pertama dari Bapak Eko Nuryahya tentang simply branding dimulai pukul 08.00 WIB - 10.00 WIB.

Ringkasan materi yang disampaikan sebagai berikut :

a. Pengertian Brand

Definisi Brand menurut Asosiasi pemasaran Amerika adalah suatu nama tanda, istilah, desain, atau kombinasi dari semuanya, dengan tujuan untuk mengidentifikasi sebuah produk atau jasa dari seorang penjual ataupun sekelompok penjual untuk membedakannya dari produk atau jasa dari competitor lainnya.

b. Simply Branding

- 1) Membuat : merek, slogan, sub kategori, identitas.
- 2) Mengenalkan : promosi, medsos, komunitas, event.
- 3) Memperkuat : cerita, customer support, komunitas, event.
- 4) Manajemen: brand extension, family brand.

c. Syarat Merek yang Nge-Top

- 1) Sesuai dengan target pasar
 - a) Geografis: Negara, wilayah, kepadatan, dan iklim.
 - b) Demografis :Jenis kelamin, usia, penghasilan, status, dan agama.
 - c) Psikografis : Kelas sosial, Gaya hidup, kepribadian, dan minat.
 - d) Perilaku : Alasan membeli, waktu pembelian, frekuensi pembelian, dan loyalitas.
- 2) Unik
- 3) Mudah diingat dan diucapkan
- 4) Hindari singkatan konsonan, selain sukar di ingat, juga sukar terasosiasi dengan product.
- 5) Hindari angka, karena angka juga susah di ingat dan gampang di tiru Dan tidak terasosiasi terhadap produk.
- 6) Terasosiasi oleh deferensi
- 7) Kata kunci produk unggulan

d. Makna/Value

Cara Membuat Tagline / Slogan

- 1) Siapa Spesifik Target Pasar anda ?

- 2) Apa diferensiasi produk anda ?
- 3) Apa alasan mereka untuk mau membeli ?
- 4) Apa komentar spontan pelanggan saat nyicip produk anda?
- 5) Menurut anda apa 3 kata kunci yang mewakili atau menggambarkan produk anda
- 6) Dimana target pasar anda berkumpul ?
- 7) Kapan Saatnya mereka menggunakan product anda

e. Identitas Brand

1) Tipografi

Pilih jenis huruf sesuai dengan karakter Brand dan sesuai dengan Target Marketnya. Jangan terlalu banyak jenis tipografi maksimal 3.

2) Logo / Simbol

Jika menggunakan tipografi sebagai logo agar terbaca jelas oleh target marketnya. Untuk brand startup Nama brand jangan lebih kecil dari bentuk logo

3) Warna

Maksimal 3 warna, kontras dengan kompetitor, sesuaikan dengan karakter brandnya

4) Bentuk / desain dasar yang khas

Meski banyak varian tapi Mempunyai desain yang khas.

Pemateri yang kedua yaitu bapak Victor Wahanggara yang dilakukan pada pukul 10.00 - 12.00 WIB. Ringkasan materi yang disampaikan sebagai berikut :

a. Pengertian design thinking

Adalah proses berulang di mana kita berusaha memahami pengguna, menantang asumsi, dan mendefinisikan ulang masalah dalam usaha untuk mengidentifikasi strategi alternatif dan solusi yang sebelumnya bisa tidak tampak dalam pemahaman awal kita.

b. Important elements

1. People-centered
2. Highly creative

- 3. Hands-on
- 4. Iterative
- c. Stanford model
 - 1.2 Empati
 - 2.2 Membentuk pengertian
 - 3.2 Mendefinisikan
 - 4.2 Prototipe

5.2 Bootcamp Hari ke 2 (Dua)

Waktu	Acara
07.00 – 08.00 WIB	Registrasi Peserta
08.00 – 10.00 WIB	Materi 3 Bussines Model Canvas (Bapak Agus Hadi Prayitno)
10.00 – 12.00 WIB	Materi 4 Pemahaman Karakter (Bapak Agus Hadi Prayitno)
12.00 – 13. 00 WIB	ISHOMA
13.00 – 14.30 WIB	Pendampingan/ Inkubasi Bisnis (Mekanisme pelaksanaan menyesuaikan masing-masing pendamping)
14.30 – 16.00 WIB	Coaching Bisnis (Mekanisme pelaksanaan menyesuaikan masing – masing coach)

5.2 Jadwal Kegiatan Bootcamp Hari ke 2

Kegiatan bootcamp wirausaha merdeka Politeknik Negeri Jember hari kedua dilakukan pada Selasa 22 November 2022. Kegiatan bootcamp ini masih dilakukan di 4 kabupaten yaitu di Jember, Lumajang , Pasuruan, dan Situbondo. Kegiatan bootcamp ini dilaksanakan secara luring dan daring. Bagi yang mengikuti bootcamp di Gor Perjuangan 45 Politeknik Negeri Jember hadir 30 menit sebelum

acara dimulai dan melakukan registrasi serta memakai jas almamater kampus asalnya. Kemudian masuk dan duduk bersama team satu kelompok ketika magang tematik. Pukul 08.00 acara dimulai sampai pukul 12.00 WIB. Pemateri hari ini yaitu dengan bapak Agus Hadi Prayitno. Materi yang pertama tentang Bussines Model Canvas.

Ringkasan materi yang disampaikan sebagai berikut.

a. Pengertian Bussines Model Canvas

Bussines model canvas adalah “ suatu metode yang dapat digunakan untuk diskusi, melakukan perbaikan dan inovasi dari usaha yang akan atau sedang dilakukan”.

b. 9 bagian konsep visual yang merangkum 4 bagian besar dalam perusahaan pada umumnya pelanggan, penawaran, sarana & prasarana, keuangan.

1. Key Partner

Siapa mitra utama untuk mendapatkan keunggulan kompetitif? Sebutkan siapa mitra utama dan penting di luar usaha yang dibutuhkan agar usaha dapat berjalan dengan baik?

- a. Pemasok bahan
- b. Jaringan pemasar
- c. Pemerintah
- d. Komunitas
- e. Mitra

2. Key Activities

Apa langkah-langkah penting untuk dapat mengakuisisi konsumen?Sebutkan aktivitas atau kegiatan-kegiatan utama apa saja agar usaha dapat berjalan dengan baik dan menguntungkan?

- a. Operasional produksi
- b. Penjualan
- c. Pemasaran
- d. Research & development
- e. Pelayanan

3. Key Resources

Apa sumber daya yang dimiliki dan dibutuhkan agar usaha berhasil? Seandainya usaha ini nanti dijalankan, sebutkan sumber daya apa yang dibutuhkan (miliki) agar usaha dapat berjalan dengan lancar dan baik?

- a. Fisik
- b. Non fisik
- c. Orang
- d. Keuangan

4. Value Propositions

Bagaimana kamu akan membuat hidup pelanggan lebih bahagia dengan produk yang ditawarkan?

5. Customer Relationship

Seberapa sering berinteraksi dengan pelanggan dan bagaimana mengikat perasaannya?

6. Channels

Bagaimana kamu akan mendistribusikan produk ke konsumen?

7. Customer Segment

Jelaskan target pelanggan kamu dalam beberapa kata.

- a. Geografis : Daerah, Negara, wilayah, ukuran wilayah, kepadatan, iklim.
- b. Demografis : Data Kependudukan Jenis kelamin, usia, penghasilan, status, agama.
- c. Psikografis : Cara hidup, Kelas sosial, gaya hidup, kepribadian, minat.
- d. Perilaku : Sikap, Alasan membeli, waktu membeli, frekuensi membeli, loyalitas.

8. Cost Structure

Biaya-biaya apa saja yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk dan memberikan layanan kepada konsumen dalam periode waktu tertentu? Sebutkan biaya apa saja yang digunakan dan berapa besarnya

dalam satuan waktu (1bulan atau 1 tahun,atau 1 kegiatan) yang butuhkan?

- a) Fixed cost (biaya tetap)
- b) Variable cost (biaya variabel)

9. Revenue Stream

Dari mana saja sumber penghasilan dan berapa banyak nilai yang dihasilkan dalam periode waktu tertentu.

Materi yang kedua yaitu tentang pemahaman karakter. Ringkasan materi kedua sebagai berikut :

a) Pengertian Karakter

Tabiat, sifat-sifat kejiwaan, akhlak atau budi pekerti yang membedakan seseorang dengan yang lain watak.

b) Bagaimana cara kita mengenal karakter orang lain, tetapi kita sendiri mengenal diri sendiri?

Untuk selalu berpikir positif kita harus mengenal diri kita mulai dari masa lalu, masa kini, dan masa depan yang lebih baik dari apa yang ingin kita capai. Jika kita telah mengenal diri kita maka akan lebih mudah untuk kita

mengolah informasi, mengenal perilaku, berkomunikasi dengan orang lain, dan membangun tim.

c) Vak Model

1) Visual

- a. Posisi kepala dan dahi agak menunduk.
- b. Jarang mengadakan kontak mata.
- c. Gerakan mata melihat atau menunduk ke arah kanan.
- d. Nada suara rendah dan tempo lambat.
- e. Sering jeda ketika berbicara.
- f. Kata-kata yang sering digunakan yaitu: merasa, pegang, sentuh, sedih, dsb.
- g. Berdiri dalam jarak dekat dengan orang lain.
- h. Suka sentuhan merasakan informasi.

i. Cenderung menghubungkan dengan pengalaman mereka sendiri.

j. Mudah terganggu emosi.

k. Penampilan dengan pakaian yang nyaman di tubuh

2) Auditori

a. Posisi kepala menoleh ke arah yang berbicara.

b. Memandang jauh dan menghindari kontak mata.

c. Gerakan mata melihat atau melirik ke arah atau sejajar dengan telinga.

d. Nada suara berirama.

e. Kata-kata yang sering digunakan yaitu: dengar, bunyi, suara, nada, dsb.

f. Selalu mengulang apa yang baru di dengar.

g. Sikap tubuh lemah dan mengalir.

h. Berdiri dekat dengan orang lain supaya dapat mendengar jelas.

i. Cara berpikir kronologi.

j. Gampang terganggu oleh keberisikan.

3) Kinestik

a. Posisi kepala dan dahi agak menunduk.

b. Jarang mengadakan kontak mata.

c. Gerakan mata melihat atau menunduk ke arah kanan.

d. Nada suara rendah dan tempo lambat.

e. Sering jeda ketika berbicara.

f. Kata-kata yang sering digunakan yaitu: merasa, pegang, sentuh, sedih, dsb.

g. Berdiri dalam jarak dekat dengan orang lain.

h. Suka sentuhan merasakan informasi.

i. Cenderung menghubungkan dengan pengalaman mereka sendiri

j. Penampilan dengan pakaian yang nyaman di tubuh.

d) Disc model

1) Dominan

- a. Suka memimpin/sok ngatur.
- b. Fast and furious.
- c. Tak tergoyahkan.
- d. Tegas/berani/nekad.
- e. Tidak sabaran/galak.
- f. To the point
- g. "Do My Way".

2) Intim

- a. Optimis/anti negatif.
- b. Populer/teman dimana-mana.
- c. Ekspresif/hobi ngomong.
- d. Pelupa/benci detil.
- e. Suka berkata tidak.
- f. lebay.com
- g. "Do The Fun Way".

3) Stabil

- a. Penjaga perdamaian.
- b. Single tasking/gampang stres.
- c. Sabar, slow, suka rutinitas.
- d. Kalo stres pergi tidur.
- e. Kalo marah dipendam.
- f. Demen musyawarah/plin – plan.
- g. "Do The Easy Way".

4) Cermat

- a. Kalo beli barang lama.
- b. Pecinta detil/suka data.
- c. Teliti, rapi, jaim.
- d. Apa saja dihitung.
- e. Disiplin tinggi.

- f. Pesimis/banyak khawatir.
- g. “Do The Right Way”.

5.3 Bootcamp Hari ke 3 (Tiga)

Waktu	Acara
07.00 – 08.00 WIB	Registrasi Peserta
08.00 – 10.00 WIB	Materi 5 Think Like CEO (Bapak Selamat Suchahyo)
10.00 – 12.00 WIB	Materi 6 Communication Skill (Bapak Eko Nuryahya)
12.00 – 13. 00 WIB	ISHOMA
13.00 – 14.30 WIB	Pendampingan/ Inkubasi Bisnis (Mekanisme pelaksanaan menyesuaikan masing-masing pendamping)
14.30 – 16.00 WIB	Coaching Bisnis (Mekanisme pelaksanaan menyesuaikan masing – masing coach)

Tabel 5.6 Jadwal Kegiatan Bootcamp Hari ke 3

Kegiatan bootcamp wirausaha merdeka Politeknik Negeri Jember hari kedua dilakukan pada Rabu 23 September 2022. Kegiatan bootcamp ini masih dilakukan di 4 kabupaten yaitu di Jember, Lumajang , Pasuruan, dan Situbondo. Kegiatan bootcamp ini dilaksanakan secara luring dan daring. Bagi yang mengikuti bootcamp di Gor Perjuangan 45 Politeknik Negeri Jember hadir 30 menit sebelum acara dimulai dan melakukan registrasi serta memakai jas almamater kampus asalnya. Kemudian masuk dan duduk bersama team satu kelompok ketika magang tematik. Pukul 08.00 acara dimulai sampai pukul 12.00 WIB. Pemateri yang pertama yaitu dengan Bapak Selamat Suchahyo Suchahyo mulai pukul 08.00 - 10.00 WIB.

Ringkasan materi yang disampaikan sebagai berikut :

Think Like CEO(leadership)

- a. Fundamental skill

1. Manajemen bisnis

Mengenal tata kelola perusahaan yang baik (Good Corporate Governance).

2. Manajemen keuangan

Financial Metric sebagai ukuran kinerja bisnis.

3. Leadership

Pemimpin wajib memiliki kepiawian dalam manajemen.

- b. Efective Leader

1. Quality : leadership is about intention and attention.

2. Capacity : capacity to react and create.

3. Competency : how to influence people in your area.

4. Pondasi Bisnis

Perlu ditanamkan dan ditetapkan dalam setiap konsep bisnis, fokus pada niat yang benar dan manfaat yang besar.

5. Startup Journey

- 1) Ide bisnis.

- 2) Konsep.

- 3) Komitmen.

- 4) Validasi.

- 5) Scalling.

- 6) Establishing.

6. Idea x innovation x validation

Inovasi adalah hal baru atau yang diperbaharui, sebuah proses, model bisnis, produk dan lainnya yang terbukti valid untuk menciptakan value (nilai-nilai/manfaat) baru yang dibandingkan dengan solusi yang sudah/pernah ada.

Pemateri yang kedua yaitu bapak Eko Nuryahya yang dilakukan pada pukul 10.00 - 12.00 WIB. Ringkasan materi yang disampaikan sebagai berikut :

COMMUNICATION SKILL

- a. Komunikasi alam bawa sadar

Komunikator yang baik kabar baiknya tidak harus cantik, tapi wajib menarik , mampu masuk dan mempengaruhi pikiran bawah sadar lawan bicaranya. Cara menyampaikan pesanlah yang membedakan kesuksesan sang komunikator.

Cara komunikasi bawah sadar

1) Repetisi atau pengulangan

Dalam periklan televisi ini dipakai, biasanya setelah iklan berdurasi panjang untuk brand awareness biasanya iklan dipotong beberapa detik pada pengulangan berkali-kali pada tagline dan merk. Yang akhirnya masuk dalam alam bawah sadar.

2) Anchoring

Saat kondisi sedang intens/fokus, sebuah pesan / sugesti menjadi sangat mudah masuk ke dalam pikiran bawah sadar. Anchor bisa berbentuk audio, visual maupun kenestetik. Iklan yang memakai artis menerapkan ini.

3) Menyajikan sesuatu yang unik

Belum pernah dilihat, didengar, dirasakan atau dialami orang sebelumnya

b. 3 elemen komunikasi

1) Kata-kata : konten isi dari pembicaraan

2) Intonasi

a) Naik turunnya nada Suara.

b) Cepat pelannya Tempo Bicara.

c) Power suara.

d) Warna suara.

3) Fisiologi (ekspresi wajah)

a) Gestur / bahasa tubuh.

b) Ekspresi wajah.

c. Pacing – leading

Pacing : semua usaha untuk membangun kesamaan . Tujuannya pacing membangun kepercayaan lawan bicara.

d. Psikologi penjualan

- 1) Pembeli akan memilih penjual yang disukai.
- 2) Pembeli condong beli ke Toko atau penjualnya

banyak kesamaannya.

- 3) Sama daerahnya.
- 4) Sama bahasanya.
- 5) Sama alamat.
- 6) Sama minat dan kegemaran

e. Tipe orang berdasarkan representasi panca Indera

- 1) Visual / Pengelihatan
- 2) Auditory / Pendengaran
- 3) Kenestatik / Perabaan
- 4) Auldfactory / Penciuman
- 5) Gustatory / Pengecapan

Bagaimana cara membedakannya

1) Tipe visual

Kata kerja : menatap. Melihat, menyaksikan, mengamati.

Kata sifat : cerah, berkilau, merah, gelap.

Biasanya berbicara dengan tempo yang cepat.

Cara berbicara dengan tipe ini : perlihatkan sesuatu, jangan di ceritakan saja buatlah gambar kertas, papan tulis atau diudara dengan tangan. Gunakan peraga seperti brosur, grafik, gambar, video atau slide.

2) Tipe auditory

Kata kerja : kedengaran. Membicarakan, berbunyi, teriak, menyatakan.

Kata sifat : nyaring, keras, bising.

Berbicara dengan tempo yang ritmis/berirama.

Cara berbicara dengan tipe ini : ciptakan irama badan sesuai dengan ritme kata-kata. Gunakan alat bantu seperti musik, dan bunyi-bunyian untuk mendukung cerita.

3) Tipe kinestatik

Kata kerja : merasa, menangkan, memegang, memijit, menangan.

Kata sifat : kasar, lembut, sakit, bahagia.

Berbicara dengan suara yang berat pelan dan dalam.

Cara berbicara dengan tipe ini :

Berikan barang-barang yang bisa disentuh. Beri kesempatan untuk membuat catatan-catatan sendiri. Gunakan praktek atau role play untuk menjelaskan sesuatu

f. Penampilan

Penampilan mencakup :

- 1) Usia
- 2) Pekerjaan
- 3) Penghasilan
- 4) Pendidikan

g. Empati

Empati adalah peka menangkap pesan Ikut merasakan apa yang lawan bicara rasakan agar bisa masuk ke dunia mereka (Pacing). Bahwa setiap kondisi emosional tertentu menimbulkan ekspresi wajah tertentu juga.

h. Pertunjuk bola mata

- 1) Visual constructi (vc) : membangun gambar-gambar.
- 2) Audio constructi (ac) : membangun suara-suara.
- 3) Konestatik : membangun suara-suara.
- 4) Visual remembered(vr) : mengingat gambar-gambar.
- 5) Audio remembered(ar) : mengingat suara-suara.
- 6) Audio internal dialog(aid) : berbicara dengan diri

sendiri.

5.4 Bootcamp Hari ke 4 (Empat)

Waktu	Acara
07.00 – 08.00 WIB	Registrasi Peserta
08.00 – 10.00 WIB	Materi 7 Finance Management (Bapak Selamat Sucahyo)

10.00 – 12.00 WIB	Materi 8 Marketing & Distribusi (Bapak Eko Nuryahya)
12.00 – 13.00 WIB	ISHOMA
13.00 – 14.30 WIB	Pendampingan/ Inkubasi Bisnis (Mekanisme pelaksanaan menyesuaikan masing-masing pendamping)
14.30 – 16.00 WIB	Coaching Bisnis (Mekanisme pelaksanaan menyesuaikan masing – masing coach)

Tabel 5.4 Jadwal Kegiatan Bootcamp Hari ke 4

Kegiatan bootcamp wirausaha merdeka Politeknik Negeri Jember hari ke keempat dilakukan pada Kamis 24 September 2022. Kegiatan bootcamp ini masih dilakukan di 4 kabupaten yaitu di Jember, Lumajang, Pasuruan, dan Situbondo. Kegiatan bootcamp ini dilaksanakan secara luring dan daring. Bagi yang mengikuti bootcamp di Gor Perjuangan 45 Politeknik Negeri Jember hadir 30 menit sebelum acara dimulai dan melakukan registrasi serta memakai jas almamater kampus asalnya. Kemudian masuk dan duduk bersama tim satu kelompok ketika magang tematik. Pukul 08.00 acara dimulai sampai pukul 12.00 WIB. Pemateri yang pertama yaitu dengan Bapak Selamat Suchyo Suchyo mulai pukul 08.00 - 10.00 WIB.

Ringkasan materi yang disampaikan sebagai berikut :

Finance Management

1) Resiko Bisnis

a) Resiko reputasi

Yaitu resiko yang berdampak pada buruknya nama baik sebuah bisnis

b) Resiko operasi

Yaitu resiko yang terjadi dampak dari aktivitas operasional bisnis sehari – hari.

c) Resiko Finansial

Yaitu resiko yang menyebabkan kerugian secara finansial.

d) Resiko kepatuhan

Yaitu resiko yang terkait pelanggaran terhadap aturan.

e) Resiko Strategik

Yaitu resiko yang erat kaitannya dengan kesalahan dalam menetapkan strategi bisnis.

2) Identifikasi resiko

a) Buat daftar resiko yang ada dalam bisnis.

b) Kelompokkan sesuai kategori.

c) Urutkan sesuai dengan dampak yang ditimbulkan terhadap bisnis.

d) Tetapkan skala prioritas penanganan.

Pemateri yang kedua yaitu bapak Eko Nuryahya yang dilakukan pada pukul 10.00 - 12.00 WIB. Ringkasan materi yang disampaikan sebagai berikut :

Marketing & distribusi

a. Marketing

1) Selling

Tujuan selling (push) : mendorong calon pelanggan/konsumen mau mencoba produk anda.

2) Promotion

Tujuan promotion : menarik calon konsumen mencari produk anda.

3) Positioning

Tujuan positioning: merumuskan strategi agar menang dalam persaingan, strategi blue ocean, kesesuaian produk dengan slogan.

4) Branding

Tujuan branding : konsumen loyal dengan merek anda

b. Specific Targetting

1) Geografis : negara, wilayah, kepadatan, iklim.

2) Demografis: jenis kelamin, usia, penghasilan, status, agama.

3) Psikografis: kelas sosial, gaya hidup, kepribadian, minat

4) Perilaku: alasan membeli, waktu pembelian, frekuensi pembelian, loyalitas.

c. Hukum semut

1) Jenis semut :

- a) Semut sekolah
- b) Semut kampus
- c) Semut rumahan
- d) Semut kantoran

2) Sarang semut : dimana semut menghabiskan waktunya atau stay minimal selama 4 jam.

3) Pengundang semut : dimana semut menghabiskan waktunya

4) Jalur semut : dimana semut lewat, yang terbaik diantara saranbg semut dan pengundang semut.

5) Terlihat semut: pastikan toko atau warung anda terlihat langsung oleh semut, perhatikan jarak dan sudut pandang semut anda.

d. Double scoring

1) Hilangkan: faktor apa saja yang dapat dihilangkan untuk menang bersaing dalam jangka panjang.

2) Tingkatkan: faktor apa yang perlu ditingkatkan diatas standart kompetitor yang ada.

3) Kurangi: faktor apa saja yang harus dikurangi, terutama yang membebani biaya, namun tak penting bagi pelanggan.

4) Ciptakan: faktor apa yang belum pernah ada di industry ini sebelumnya, yang akan menjadi pembeda dalam jangka panjang.

e. Saluran distribusi : perusahaan atau individu yang mempunyai fungsi menyalurkan produk / jasa dari produsen ke konsumen. Tugasnya adalah menjangkau pelanggan semerata mungkin dan jangan ada celah competitor untuk merebut pelanggan, saat konsumen tidak menemukan produk anda.

f. 10 saluran distribusi dasar

1) Konvensional :

- a) Pabrik
- b) Distributor
- c) Pengecer
- d) Konsumen

2) Franchise

- a) Franchisor
- b) Master franchisor
- c) Franchisee
- d) Konsumen

3) Direct Selling

- a) Pabrik
- b) Gudang
- c) MGR - SPV SELER
- d) Konsumen

4) MLM

- a) Pabrik
- b) Stokis
- c) Upline dowlne
- d) Konsumen

5) Online

- a) Web
- b) Kurir
- c) Konsumen

6) Reseller

- a) Pabrik
- b) Distributor
- c) Reseller
- d) Konsumen

7) Dropship

- a) Web
- b) Kurir
- c) Konsumen
- 8) Tele sales
 - a) Produsen
 - b) Kurir
 - c) Konsumen
- 9) Affiliate
 - a) Web
 - b) Kurir
 - c) Konsumen
- 10. Pergudangan

Yang perlu diperhatikan:

- a) Merampingkan pola distribusi.
- b) Mendidik online dropshiper.
- c) Hemat pengiriman.
- d) Tidak ribet packing pengiriman.
- e) Gudang disediakan pihak ekspedisi atau logistik.
- f) Tidak membutuhkan admin packing.
- g) System paymen dan logistic teroptimasi di web.

5.5 Bootcamp Hari ke 5 (Lima)

Waktu	Acara
07.00 – 08.00 WIB	Registrasi Peserta
08.00 – 10.00 WIB	Materi 9 Sosial Media Optimasi (Bapak Victor Wahanggara)
10.00 – 12.00 WIB	Materi 10 Menaklukan Marketplace (Bapak Fathul Huda)

12.00 – 13.00 WIB	ISHOMA
13.00 – 14.30 WIB	Pendampingan/ Inkubasi Bisnis (Mekanisme pelaksanaan menyesuaikan masing-masing pendamping)
14.30 – 16.00 WIB	Coaching Bisnis (Mekanisme pelaksanaan menyesuaikan masing – masing coach)

5.5 Jadwal Kegiatan Bootcamp Hari ke 5

Kegiatan bootcamp wirausaha merdeka Politeknik Negeri Jember hari ke kelima dilakukan pada jumat 25 September 2022. Kegiatan bootcamp ini masih dilakukan di 4 kabupaten yaitu di Jember, Lumajang , Pasuruan, dan Situbondo. Kegiatan bootcamp ini dilaksanakan secara luring dan daring. Bagi yang mengikuti bootcamp di Gor Perjuangan 45 Politeknik Negeri Jember hadir 30 menit sebelum acara dimulai dan melakukan registrasi serta memakai jas almamater kampus asalnya. Kemudian masuk dan duduk bersama team satu kelompok ketika magang tematik. Pukul 08.00 acara dimulai sampai pukul 12.00 WIB. Pemateri yang pertama yaitu dengan Bapak victor Wahanggara mulai pukul 08.00 - 10.00 WIB.

Ringkasan materi yang disampaikan sebagai berikut :

Sosial Media Optimasi

- a. Algoritma instragram
 - 1) Kronologi feed
 - 2) Rangking feed
- b. Ranked feed
 - 1) Valuasi
 - 2) Cash flow pengiklanan
 - 3) Konten yang bermanfaat mengenai entertain dan edukasi.
- c. Relevansi

Explore adalah pengguna lain yang bukan follower, dinilai suka dengan konten kita.

Post : images, carousel, IG TV, story, dan video.

- d. Tool kit
 - 1) Social blade
 - 2) IG blade
 - 3) Social buzz

Pemateri yang kedua yaitu bapak Fathul Huda yang dilakukan pada pukul 10.00 - 12.00 WIB. Ringkasan materi yang disampaikan sebagai berikut :

Menaklukkan Marketplace :

Sosial media adalah platform yang sering digunakan masyarakat di era sekarang (sebagai media komunikasi, informasi, promosi, dll).

Jurus sukses berjualan di marketplace

- a. Pilih marketplace ternama dan yang memiliki trafik pengunjung tinggi.
- b. Buat akun toko online di beberapa marketplace.
- c. Jual dengan harga diskon/promo/bundling.
- d. Jual produk berkualitas.
- e. Kenali kebutuhan konsumen/yang paling banyak dicari konsumen.
- f. Beri pelayanan yang baik dan ramah kepada konsumen.
- g. Berikan fasilitas yang memadai.
- h. Perbanyak produk yang dijual.
- i. Lakukan pembukuan dengan baik.

BAB VI

USAHA RINTISAN

KAZENG DRUM

Dimulai dari pembuatan website Ketika magang di PT. Pesen Digital Indonesia, Kami ditugaskan untuk membuat sebuah undangan digital yang berbasis web. Di dalam undangan tersebut terdapat replika surat undangan seperti halnya surat asli berbentuk fisik. Terdapat halaman menampilkan cover dari sebuah surat undangan dan sebuah tombol untuk membuka undangan tersebut. Ketika kita klik tombol “buka undangan” web akan merespon dan menampilkan isi dari undangan tersebut dibarengi dengan musik yang romantis. Kemudian Kami berinovasi untuk mengubah musik romantis tersebut dengan suara alat musik yang bisa kita kontrol melalui alat yang sederhana, mudah digunakan, dan menghasilkan suara yang enak untuk di dengar. Lalu muncul sebuah ide untuk membuat aplikasi sederhana berbasis website yang berisikan aplikasi untuk bermain drum.

Sebagian besar dari anggota magang kami, lebih tepatnya 3 dari 4 orang peserta magang Wirausaha Merdeka di PT. Pesen Digital Indonesia adalah orang yang menyukai musik. Salah satu masalah yang kami alami ketika kita bermain musik adalah ketidaklengkapan alat musik yang kita punya. Adapun alat musik yang familiar, mudah dibawa, dan mudah ditemukan ialah gitar. Selain harganya yang relatif murah, kemudahan dalam bermain musik tersebut membuat alat musik gitar banyak disukai oleh pecinta musik. Namun berbeda halnya dengan alat musik lain yang berperan penting dalam mengiringi musik, yaitu Drum. Tidak banyak orang yang bisa memainkan alat musik drum secara handal. Harganya yang mahal dan cenderung susah untuk dibawa kemana-mana membuat penggemar drum lebih sedikit dibandingkan dengan penggemar gitar.

Namun, tidak sedikit orang yang ingin mempelajari bagaimana cara bermain drum. Hal ini ditandai dengan banyak pelajar dari mulai pelajar SD, SMP, SMA maupun Mahasiswa yang suka memukul-mukul meja seakan-akan mereka bermain drum. Maka dari itu, Pembuatan drum elektrik portabel yang murah dan mudah digunakan memiliki peluang yang besar.

6.1 Gambaran Umum Rencana Usaha

Bisnis merupakan suatu usaha yang didirikan oleh sekelompok orang dengan mengembangkan suatu sumber daya alam yang berupa olahan makanan untuk meningkatkan pendapatan saat ini. Drum elektrik portable yang menarik saat ini untuk dijadikan suatu bisnis dan usaha, adalah drum elektrik portable. Kazeng Drum merupakan drum electric portable yang menggunakan module keyboard sederhana, yang dapat dihubungkan dengan smartphone atau PC sebagai sumber suara.

Fungsinya adalah untuk memainkan drum tanpa harus menggunakan drum asli, jadi bisa digunakan didalam ruangan kecil/kamar jadi tidak terlalu menggunakan space ruang yang besar. Rangkaian Drum set lebih sederhana yaitu hanya berbasis keyboard sehingga mudah di gunakan di segala jenis HP/Laptop, Suara lebih jernih daripada competitor dengan harga yang sama, Secara singkatnya, pembuatan hanya memodifikasi modul keyboard USB dengan cara merubah tombol switchnya menjadi piringan drum set sederhana menggunakan micro switch sehingga memungkinkan kita untuk memukul piringan tersebut dan mengeluarkan suara dari HP/PC, Sebelum melakukan distribusi kami perlu melakukan aktivasi brand melalui social media, yang kemudian costumer kami arahkan ke E-commerce. adapun secara offline kami akan arahkan ketoko official/kantor kami, Penjualan akan dilakukan secara online melalui E-commerce adapun untuk secara online bisa menghubungi/mendatangi kami di toko official/kantor

Segmen pasar	<ul style="list-style-type: none">• Remaja usia 12-25 tahun• Pelajar SMP, SMA, Perkuliahan dll.• Musisi Pemula• Masyarakat Menengah Kebawah
--------------	--

Table 6.1 Segmentasi Pasar

Dari tabel segmentasi diatas terdapat potensi dalam peluang pasar. Sumber daya bahan baku petai dapat ditemukan di sektor pertanian. Sektor pertanian di Indonesia sangat luas yang memiliki potensi sangat besar dalam pemenuhan kebutuhan hidup masyarakat. Salah satunya Pemenuhan kebutuhan perilaku

masyarakat yang awalnya kurang menyukai petai akan menjadi suka dengan cara membuat inovatif dari petai itu sendiri.

6.2 Metode Pelaksanaan

Dalam melakukan penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan strategi penelitian Design and Creation. Dalam buku *Researching Information Systems and Computing* yang menjelaskan bahwa Design and Creation merupakan penggabungan antara metodologi penelitian dan metodologi pengembangan aplikasi (Oates, 2005). Penelitian dengan cara Design and Creation sangat cocok diterapkan untuk mengelola penelitian ini sebab jenis penelitian ini memungkinkan suatu penelitian dapat sejalan dengan pengembangan yang hendak dilakukan terhadap suatu penelitian.

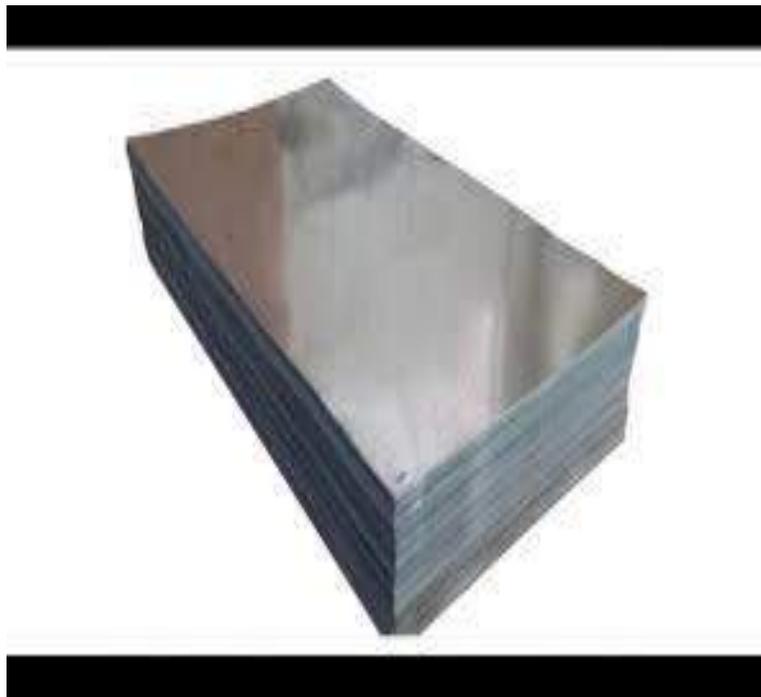
Strategi penelitian Design and Creation berfokus pada pengembangan produk IT baru, atau disebut juga artefak. Tahapan artefak IT diantaranya :

1. Constructs : konsep atau kosakata yang digunakan dalam domain yang berkaitan dengan IT tertentu. Misalnya, pengertian entitas, objek atau aliran data.
2. Models : kombinasi dari konstruksi yang mewakili situasi dan digunakan untuk membantu masalah pemahaman dan pengembangan solusi. misalnya, diagram aliran data, penggunaan skenario kasus atau storyboard.
3. methods : panduan tentang model yang akan diproduksi dan tahapan proses yang harus diikuti untuk memecahkan masalah dengan menggunakan IT.
- 4) Instantiations : sistem kerja yang menunjukkan bahwa konstruksi, model, metode, ide, genre atau teori dapat diimplementasikan dalam sistem berbasis komputer.

pembuatan hanya memodifikasi modul keyboard USB dengan cara merubah tombol switchnya menjadi piringan drum set sederhana menggunakan micro switch sehingga memungkinkan kita untuk memukul piringan tersebut dan mengeluarkan suara dari HP/PC, dan Proses pembuatan 1 set Kazeng Drum lite dengan bahan-bahan dan peralatan lengkap paling cepat membutuhkan 4 hari dengan 8 jam kerja sehar.

Metode pengujian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode pengujian langsung yaitu dengan menggunakan pengujian Black Box. Black Box pengujian adalah metode pengujian perangkat lunak yang menguji fungsionalitas aplikasi yang bertentangan dengan struktur internal atau kerja (pengujian whitebox). Pengetahuan khusus dari kode aplikasi / struktur internal dan pengetahuan pemrograman pada umumnya tidak diperlukan. Kebenaran perangkat lunak yang diuji hanya dilihat berdasarkan keluaran yang dihasilkan dari data atau kondisi 43 masukan yang diberikan untuk fungsi yang ada tanpa melihat bagaimana proses untuk mendapatkan keluaran tersebut. Dari keluaran yang dihasilkan, kemampuan program dalam memenuhi kebutuhan pemakai dapat diukur sekaligus dapat diketahui kesalahan-kesalahannya.

Adapun dari susunan dari rancang perancangan bangun drum elektrik sebagai berikut:



Gambar 6.1 Contoh Seng Datar

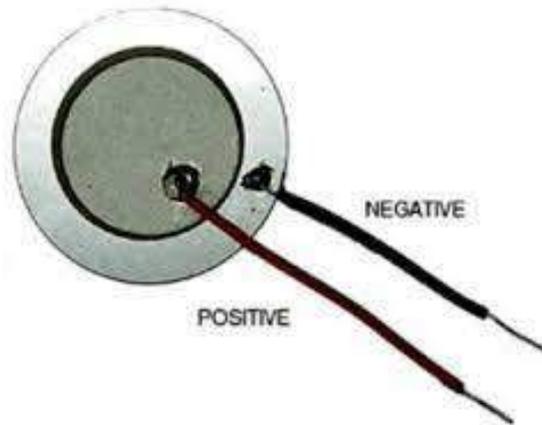


Gambar 6.2 Contoh Pipa PVC



JUAL : TRIPLEKS / MULTIPLEX ECERAN

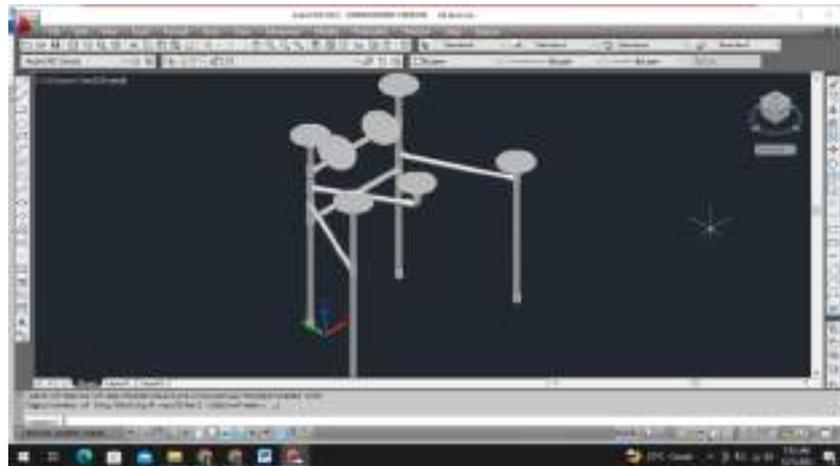
Gambar 6.3 Triplek atau Multiplex



Gambar 6.4 Piezoelektronik



Gambar 6.5 Busa Ati



Gambar 6.6 Design 3D Drum Elektrik Portable

Untuk desain gambar drum elektrik portable disini kami menggunakan Autocad/CADD

Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam perancangan *pad* :

1. Potong triplek/multiplek berbentuk lingkaran dengan diameter 25cm, untuk *pad kick* berdiameter 35cm dan untuk *pad xtra* berbentuk segi panjang dengan ukuran 20x10cm. Beri lubang untuk jalur kabel dari sensor, kemudian pasang tutup pipa PVC ke bagian belakang triplek/multiplek menggunakan baut.



Gambar 6.7 Dasar *pad* drum elektrik

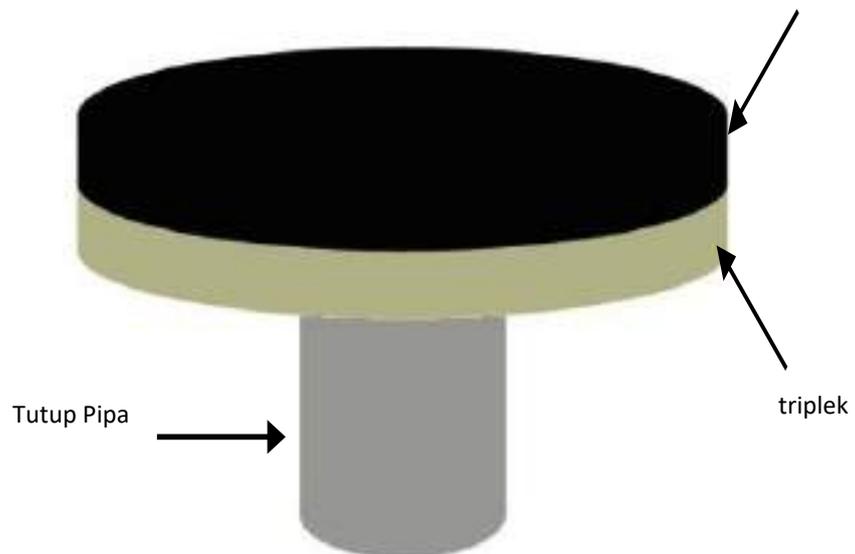
2. Potong seng dan busa ati sesuai dengan ukuran

triplek/multiplek yangtelah dibuat. Tempel seng dan busa ati menggunakan lem.



Gambar 6.8 Peredam pukulan *pad* drum elektrik

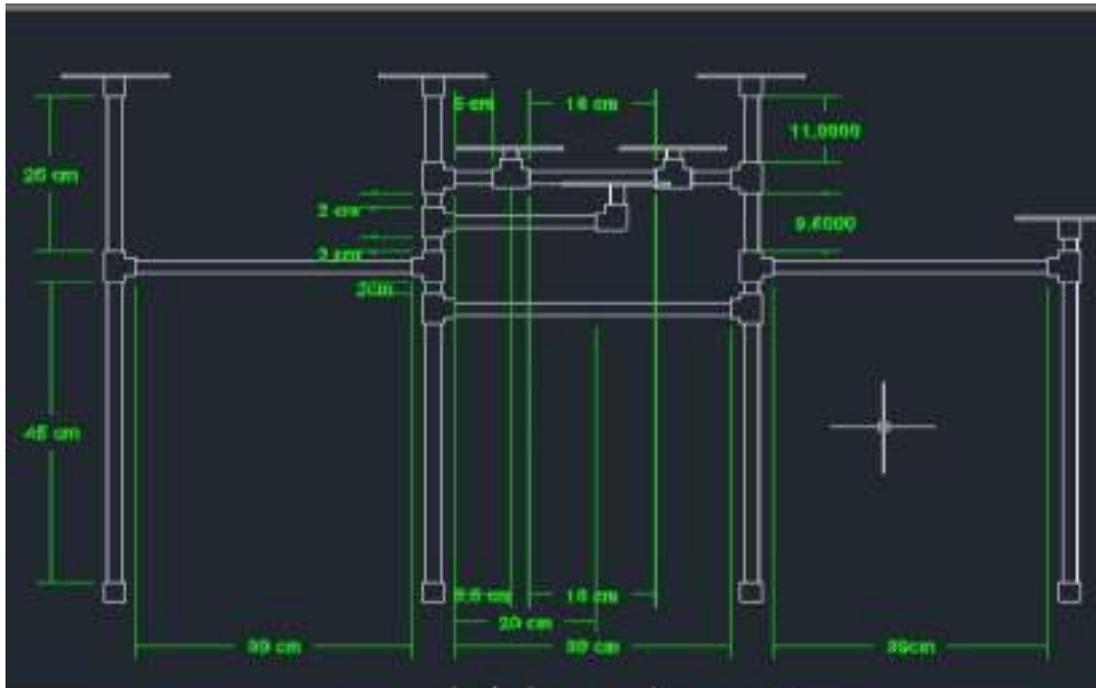
3. Langkah selanjutnya yaitu gabungkan triplek/multiplek dengan busa ati yang telah ditempel seng, posisi seng berada ditengah lapisan perhatikan gambar berikut:



Gambar 6.9 *Pad* drum elektrik

Komponen penting selanjutnya yang akan dibuat yaitu rangka dan pedal daridrum elektrik, adapun tahapan-tahapanya sebagai berikut :

- Potong pipa PVC dengan ukuran 45cm@ empat batang, 2.5cm@ satu batang, 2cm@ tiga batang, 39cm@ satu batang, 5cm@ dua batang. 30cm@satu batang, 11cm@ satu batang, 9cm@satu batang,18cm@satu batang, Rangkailah pipa seperti gambar dibawah ini.



Gambar 6.10 Ukuran Rangka Drum Elektrik

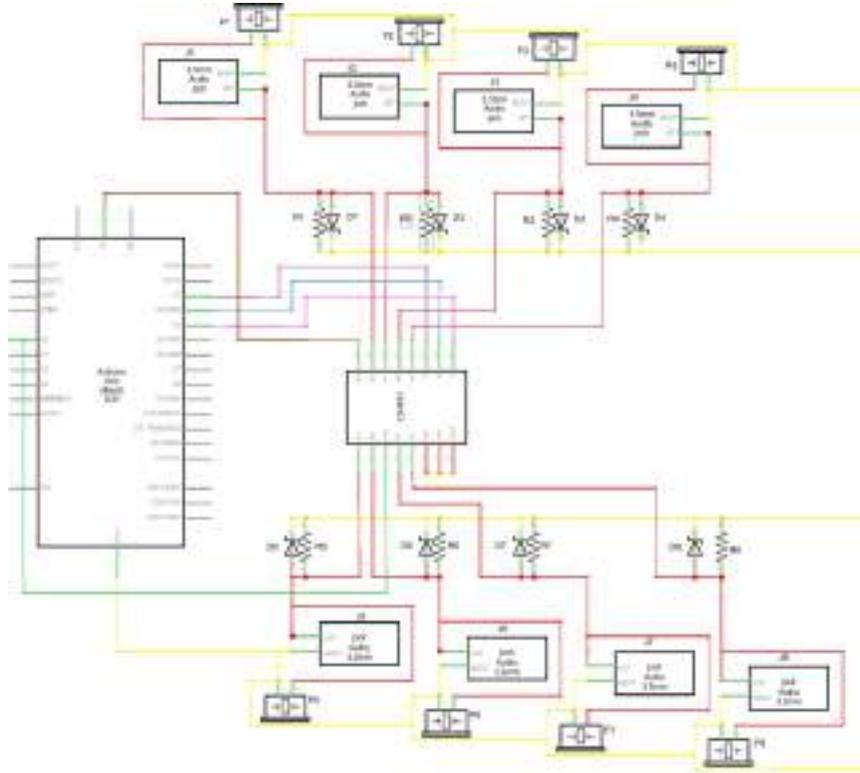
Dalam perancangan *microcontroller*, arduino menggunakan perangkat lunak sendiri yang sudah disediakan diwebsite resmi arduino. Bahasa yang digunakan dalam perancangan lunak adalah bahasa C/C++.

Pada saat alat dalam kondisi menyala, alat akan melakukan proses inisialisasi bagian-bagian pada rangkaian alat mulai dari inisialisasi *header*, deklarasi variabel, port yang digunakan , serta fungsi-fungsi lainnya.

Untuk memperjelas, Berikut ditampilkan *flowchart* perancangan rancang bangun secara umum bagaimana alat ini bisa berjalan.

Skema modul *microcontroller* yang akan dibuat sebagai berikut :

Keterangan komponen :



Gambar 6.12 Skema Modul

1. D = dioda zener 5.1Volt.
2. R = resistor 1M .
3. P = sensor *piezoelectric*.
4. J = jack mono audio.
5. Arduino Uno Rev 3.6. IC CD4051.

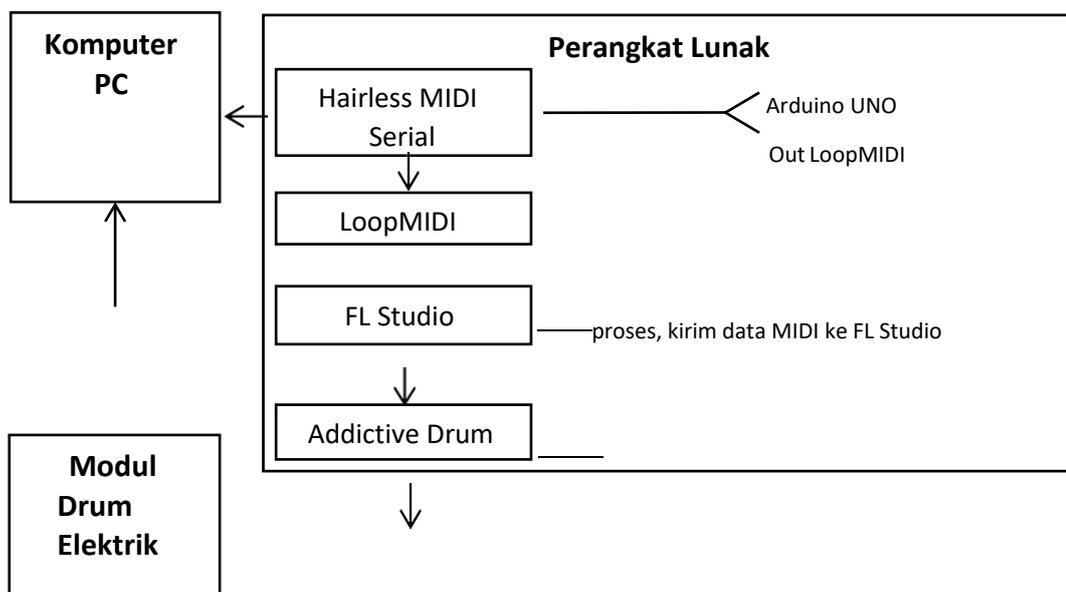
Keterangan kabel :

1. Hijau : Menghubungkan kaki IC CD4051 (Out) ke pin Analog A0.
2. Kuning :Menghubungkan kaki negatif sensor, kaki IC CD4051(inh,vee,Gnd) ke pin *ground*.
3. Merah : Menghubungkan kaki positif sensor ke IC CD4051 melewati

resistor dan dioda zener.

4. Ping : Menghubungkan kaki IC CD4051 (C) ke pin digital PWM 4.
5. Biru : Menghubungkan kaki IC CD4051 (B) ke pin digital PWM 3.
6. Ungu : Menghubungkan kaki IC CD4051 (A) ke pin digital PWM 2.
7. Cokelat : Menghubungkan kaki IC CD4051 (+5V) ke pin 5V.

Perancangan keseluruhan sistem merupakan gambaran secara utuh tentang rancang bangun yang akan dibuat. Adapun perancangan dari keseluruhan rancang bangun sebagai berikut.



Gambar 6.13 Desain seluruh sistem

Data yang diterima dari sensor akan diteruskan ke modul drum elektrik lalu teruskan ke komputer. Selanjutnya yang berperan adalah aplikasi Hariless MIDI yang menyambungkan *port* USB Arduino UNO dengan aplikasi virtual kabel MIDI (LoopMIDI). Data MIDI yang berupa nilai byte selanjutnya diteruskan ke aplikasi *digital audio workstation* (Fl Studio), nilai byte akan

disesuaikan dan diproses menjadi nilai *velocity* dari komponen drum pada *Plugin Addictive Drum*.



Gambar 6.14 Struktural Bisnis Kazeng Drum

Dalam usaha yang kami rintis ini untuk produksi drum, saya selaku CEO bertugas memastikan semua rencana yang sudah kami rencanakan berjalan dengan baik dan sesuai dengan visi misi yang telah kami susun sebelumnya. Dimulai dari peran Chief Tecnology Officer (CTO), chief financial officer (CFO), Chief Marketing Officer (CMO), maupun Chief Operating Officer (COO).

Selain itu, Dalam usaha yang kami rintis ini untuk produksi drum elektrik, Chief Tecnology Officer (CTO) pada divisi pengembangan produk, yang secara tidak langsung, berkontribusi pada pertumbuhan usaha rintisan. karena bagian ini juga melakukan relasi dengan pihak lain, hal itu ditujukan untuk mengembangkan dan menumbuhkan usaha rintisan secara lebih baik. Bagian dan devisi ini di tuntut untuk bisa berpikir inovatif dan mengidentifikasi peluang penambahan,

penghapusan, atau modifikasi terhadap produk, layanan, dan proses, agar tujuan usaha terlaksana dengan baik.

Adapun Chief financial officer (CFO) bertugas untuk perhitungan hpp, dimana hpp itu sebagai tolak ukur untuk menentukan harga jual dan mengetahui laba yang didapat. Dibagian ini dimulai dari menginput semua data pengeluaran yang dikeluarkan secara langsung maupun tidak langsung untuk menghasilkan produk, dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead. Dari ketiga biaya tersebut kemudian dijumlah, dan diinput dalam rumus HPP yaitu $HPP = \text{Total Biaya Produksi} / \text{Jumlah unit yang dihasilkan}$. Setelah mengetahui HPPnya kita bisa menentukan harga jual produk tersebut, untuk mendapatkan laba maka tarif pada waktu menjual yang ditetapkan harus lebih besar dari HPP.

Dalam bisnis ini, Chief Operating Officer (COO) bertanggungjawab pada pembuatan keputusan mengenai administrasi dan operasional produksi. Memastikan proses produksi berjalan dengan baik sesuai dengan model bisnis yang telah ditetapkan.

Berbeda halnya dengan Chief Marketing Officer (CMO) Penjualan memerankan dalam menghasilkan keuntungan. Diposisi ini dimulai dari selesainya produk yang sudah di produksi lalu mengatur posisi dimana yang pas untuk dijual. Bukan hanya itu, masukan dari teman-teman juga menjadi patokan. Namun yang jelas target penjualan tertuju dengan yang kita harapkan agar produk yang kita produksi laku di pasaran. Selain itu mengembangkan strategi marketing bersama dengan CMO salah satunya menggunakan sistem FIFO (First In First Out). Serta memahami kebutuhan konsumen dan mengembangkan penawaran yang memiliki 'nilai' yang menarik. Salah satunya produk petai yang kami produksi, dibuat dengan petai pilihan meskipun baunya kurang nyaman akan tetapi di produk kami, tidak berbau sama sekali melainkan nyaman untuk dimakan serta tidak mengubah kekhasan rasa dari petai itu sendiri sehingga hal ini menarik untuk dijual dan menghasilkan keuntungan.

6.3 Hasil Yang Ingin Dicapai

6.3.1 HPP

Perhitungan HPP

No	Nama Barang	Satuan	Harga Satuan	Total
1	Timah Solder 0,8 mm 10m	Pcs	Rp 13.500.00	Rp 6.750.00
2	Kabel jumper Dupont Pelangi 10cm FF FM MM	Pcs	Rp 300.00	Rp 5.400.00
3	Kabel double 2 pin kawat	Meter	Rp 2. 750.00	Rp5,400.00
4	PAPAN PCB TITIK TR 18cmx8cm	Pcs	Rp 1.900.00	Rp35,750.00
5	Toples ukuran 10x15x3 cm (optional)	pcs	Rp 6.500.00	Rp1,900.00
6	Pipa paralon ukuran 1/2"	Meter	Rp 6.000.00	Rp6,500.00
7	Sambungan Pipa ukuran 1/2"	Pcs	Rp 1.950.00	Rp36,000.00
8	Lem paralon	Pcs	Rp 3. 750.00	Rp21,450.00
9	Keyboard Kabel Usb	Pcs	Rp 35.000.00	Rp375.00
10	Lem tembak	Pcs	Rp 1.000.00	Rp35,000.00
11	plat tembaga	Pcs	Rp 2.000.000	Rp8,000.00
12	Triplek	230x150cm	Rp 50.000.00	Rp24,000.00
13	Matras busa tebal 0,5 cm	230x150cm	Rp 61.00.00	Rp10,000.00
14	Cat plastik/Pilox	Pcs	Rp 8.000.00	Rp21,525.00
15	baut	Pcs	Rp 800.00	Rp 6.400.00
16	Mur	Pcs	Rp 500.00	Rp4,000.00
17	Sambungan Pipa 90 dereajat	Pcs	Rp 2.000.00	Rp2,000.00
18	DOV PVC	Pcs	Rp 20.000.00	Rp20,000.00
19	Biaya Operasional Unit			Rp 2,605.00
	Total		Rp Rp199,950.00	Rp Rp255,655.00

Tabel 6.2 Perhitungan HPP

No	Keterangan	Satuan	Toko	Jumlah	Harga
1	Cutter Novus S-200	Pcs	Senyum Media	1	Rp. 5,000.00
2	Alat Lem Tembak GG-20	Pcs	Senyum Media	1	Rp 25,000.00
3	Gergaji besi/pipa	Pcs	Toko Mitra Sejati	1	Rp 7,000.00
4	Tool paket lengkap solder set 60 watt	Pcs	S88.Shopping	1	Rp 210,000.00
5	Tang potong kabel kawat monster/plato super	Pcs	Refla Part Tangerang	1	13,500.00
	Total				Rp 260,500.00

Table 6.3 Perhitungan Biaya Operasional per 100 unit/bulan

No	Keterangan	Satuan	Jumlah
1	Listrik	Bulanan	Rp 500,000.00
2	Wi-fi	Bulanan	Rp 300,000.00
3	Packaging	Bulanan	Rp 500,000.00
Total			Rp 800,000.00

Tabel 6.4 Biaya Fixed Cost

No	Jenis Karyawan	Jumlah	Gaji Perbulan	Total
1	Karyawan Produksi	2	Rp 1,000,000.00	Rp 2,000,000.00
2	Karyawan Admin & Marketing	1	Rp 1,000,000.00	Rp 1,000,000.00
Total				Rp 3,000,000.00

Tabel 6.5 Biaya Gaji untuk 100 Unit Per bulan

6.3.2 BEP (Break Even Point)

$$\begin{aligned}
 \text{BEP Per Unit} &= \text{Biaya tetap}/(\text{harga perunit} - \text{Variable cost per unit}) \\
 &= 3.800.000/(499.000 - 255.655) \\
 &= 3.800.000/243.345 \\
 &= 15,615 \text{ unit}
 \end{aligned}$$

$$\text{BEP Per Penjualan} = \text{Fixed Cost} / [1 - (\text{Total Variable Cost}/\text{Harga Total})]$$

$$= 3.800.000/[1-(255.655/499.000)]$$

$$= 3.800.000 / [1-0,51233]$$

$$= 3.800.000 / 0,48767$$

$$= 7.792.154,53$$

BEP Per Biaya = (Total Fixed Cost + Total Variable Cost) / Total Unit

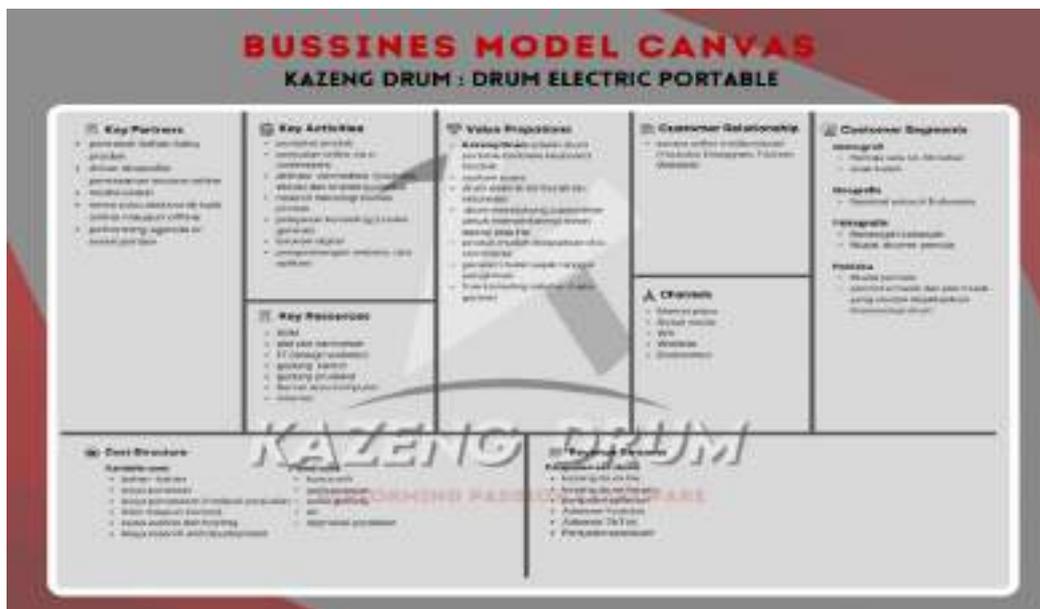
$$= (3.800.000 + 255.655 \times 100) / 100$$

$$= (3.800.000 + 25.565.500) / 100$$

$$= 29.365.500 / 100$$

$$= 293.655$$

6.3.3 Business Model Canvas



Gambar 6.11 Business Model Canvas

6.3.4 Harga Produk

Adapun harga produk ini akan kami jual dengan harga Rp 499.000.

BAB 7

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 KESIMPULAN

Kegiatan Wirausaha Merdeka ini bermula dari kegiatan EDC yang diakhiri dengan outbond, selanjutnya ialah kegiatan magang DUDI selama 2 bulan, berlanjut inkubasi, bootcamp, BIMTEK. Setelah kegiatan BIMTEK adalah kegiatan ujikom perorangan yang diuji langsung oleh asesor dari Surabaya yang dilaksanakan selama 5 hari. Setelah ujikom berakhir adalah kegiatan penutupan ceremony yang diawali dengan sambutan ketua WMK, bisnis matching, gelar produk dan diakhiri dengan foto bersama.

Hasil dari 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 khususnya bisnis teknologi ini dimulai dari menyiapkan modal dan menjadi produk yang variatif membutuhkan pengetahuan dibidang ini sehingga produk yang kita produksi laku dan dapat diterima oleh masyarakat. Berikut ini pengertian dari produk yang kami pilih dimulai dari drum elektrik biasa menjadi produk unggulan dan menjadi produk yang variatif.

Kazeng Drum Merupakan drum electric portable yang menggunakan module keyboard sederhana, yang dapat dihubungkan dengan smartphone atau PC sebagai sumber suara.

7.2 SARAN

Setelah mengikuti kegiatan program wirausaha merdeka selama satu semester di politeknik negeri jember banyak mendapat wawasan dan ilmu pengetahuan. pada kesempatan ini penulis memberikan sedikit saran kepada pihak penyelenggara agar dengan harapan semuanya menjadi lebih baik di masa yang akan datang, juga demi kemajuan PT (Perguruan Tinggi).

Kendala lainnya dalam pelaksanaan wirausaha merdeka tidak seimbangannya antara rasio anggaran 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 pelaksanaan kegiatan 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 sistrematis dan terarah supaya nantinya tidak akan ada lagi kendala-kendala yang dapat merugikan peserta yang mengikuti program ini.

DAFTAR PUSTAKA

BUDIMAS,(2022). PROGRAM MAGANG WIRAUSAHA MERDEKA MENINGKATKAN MENTAL BERDAYA WIRAUSAHA MAHASISWA.

SUM,ARTO,(2020). Kampus Merdeka ; Realitas Pembelajaran Online, Riset dan Pengembangan Wirausaha.

Hasbullah,Rokhani,Surahman,Memen, Almada,P.D.,& Faizaty,E,N. Model Pendampingan UMKM Pangan Melalui Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi

WIJAY Aidhan.(2019). Efektifitas Program Magang Mahasiswa Bersertifikasi (PMMB) Dalam Mendukung Tujuan Mata Kuliah Kerja Praktik (KP) di Universitas Hang Tuah

Pradana Setiadi, David P.E. Saerang, Treesje Runtu.(2014). PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI DALAM PENENTUAN HARGA JUAL PADA CV. MINAHASA MANTAP PERKASA.

Ni Ketut Yulia.(2003. SEGMENTASI PASAR, PENENTUAN TARGET DAN PENENTUAN POSISI.

Wella, Adhi Kusnadi, Rangga Winantyo.(2018). PROGRAM PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN DI UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA.

Gemilang Sekar Widiyanti, Mohamad Satori.(2022). Perancangan Usaha Rintisan Berkelanjutan dengan Pendekatan Sistem Dinamis.

LAMPIRAN



Lampiran kegiatan 1.1 Kick Off Program Wirusaha Merdeka di POLIJE



Lampiran Kegiatan 1.2 Visitasi Kegiatan Magang Oleh Tim Wirusaha Merdeka



Lampiran Kegiatan 1.3 Suasana Magang di PT PESEN DIGITAL INDONESIA



Lampiran Kegiatan 1.4 Basecamp/kantor PT PESEN DIGITAL INDONESIA



Lampiran kegiatan 1.5 Outbond Di GOR 45 POLIJE



Lampiran kegiatan 1.6 Bersama Founder PT PESEN DIGITAL INDONESIA



Lampiran Kegiatan 1.7 Suasana sebelum dimulainya acara bootcamp



Lampiran Kegiatan 1.8 Suasana Gelar Produk 1 Di GOR 45 POLIJE



Lampiran 1.9 Inkubasi bisnis bersama Bapak Ubed Owner Sultan Thai Tea



Lampiran Kegiatan 1.10 Tim Satuan Kerja Kazeng Drum