

**PERINTISAN USAHA PEMBUATAN DAN PENGEMASAN
PRODUK SUKI SUKA KELOMPOK MAHASISWA MAGANG
WIRUSAHA MERDEKA DI PT MBEGOR JAYA MANDIRI,
KECAMATAN KALIWATES, JEMBER, JAWA TIMUR**

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



Oleh :

CHOIRUL DANANG RETNADI

412020421018

UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR

DESEMBER 2022

**PERINTISAN USAHA PEMBUATAN DAN PENGEMASAN
PRODUK SUKI SUKA KELOMPOK MAHASISWA MAGANG
WIRUSAHA MERDEKA DI PT MBEGOR JAYA MANDIRI,
KECAMATAN KALIWATES, JEMBER, JAWA TIMUR**

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



Oleh :

CHOIRUL DANANG RETNADI

412020421018

**UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR
DESEMBER 2022
KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI JEMBER**

UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR

HALAMAN PENGESAHAN

**PERINTISAN USAHA PEMBUATAN DAN PENGEMASAN
PRODUK SUKI SUKA KELOMPOK MAHASISWA MAGANG
WIRUSAHA MERDEKA DI PT MBEGOR JAYA MANDIRI,
KECAMATAN KALIWATES, JEMBER, JAWA TIMUR**

Oleh :

CHOIRULDANANG RETNADI

412020421018

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 Manajemen

Universitas Darussalam Gontor



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

NIP 1983121020140410001

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

NIP 140347

PRAKATA

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapang dengan judul **“Laporan Akhir Kegiatan Wirausaha Merdeka di PT. Mbegor Jaya Mandiri. Perintisan Usaha Pembuatan Dan Pengemasan Produk Kelompok Mahasiswa Magang Wirausaha Merdeka Di Pt Mbegor Jaya Mandiri, Kecamatan Kaliwates, Jember, Jawa Timur”** 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 materiil.
3. Tim Panitia WMK Polije yang senantiasa memberikan seluruh tenaga, waktu, dan pikirannya demi kelancaran program ini.
4. Dedik Hevea Ermanu, selaku Dosen Pembimbing Lapang yang memberikan arahan.
5. PT. Mbegor Jaya Mandiri 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.

Jember, 07 Desember 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PRAKATA	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Program.....	1
1.3 Manfaat Program.....	2
1.4 Tempat dan Waktu Pelaksanaan.....	3
BAB 2. EDC (Entrepreneurship Development Class)	4
2.1 Kick Off	4
2.2 EDC (Entrepreneurship Development Class)	5
2.3 Pembekalan Magang Tematik Wirausaha Merdeka.....	6
2.4 Outbond	7
BAB 3. MAGANG TEMATIK WIRAUSAHA MERDEKA	8
3.1 Metode Pelaksanaan Kegiatan Magang.....	8
3.2 Keadaan Umum Industri Mitra	9
3.3 Analisis Usaha Magang Usaha.....	12
3.4 Implementasi Usah Magang	14
BAB 4. INKUBASI BISNIS	16
4.1 Pendampingan Usaha	16
4.2 Coaching Clinic	16
BAB 5. BOOTCAMP	17
BAB 6. USAHA RINTISAN	34

6.1 Gambaran Umum Rencana Usaha	34
6.2 Metode Kegiatan	34
6.3 Hasil Yang Ingin Dicapai.....	36
BAB 7. KESIMPULAN DAN SARAN.....	40
7.1 Kesimpulan	40
7.2 Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA.....	42
LAMPIRAN.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kegiatan Outbound.....	7
Gambar 2 Diagram alir kegiatan magang	8
Gambar 3 Struktur Keorganisasian Perusahaan	10
Gambar 4 Desain BMC	22
Gambar 5 Bussiness Modal Canvas SUKI SUKA	39
Gambar 6 Kick Off Wirausaha Merdeka di POLIJE	43
Gambar 7 Praktik Pembuatan Sambal Mbegor	43
Gambar 8 Praktik Pembuatan Sambal Mbegor	44
Gambar 9 Praktik Pembuatan Produk SUKI SUKA	44
Gambar 10 Pemaparan Materi Tentang BTP Kepada Mastyarakat.....	45
Gambar 11 Kunjungan Pihak POLIJE di Tempat Magang PT. Mbegor	45
Gambar 12 Pameran Produk di GOR POLIJE	46

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Rundown Kick Off Wirausaha Merdeka	4
Tabel 2 Rundown EDC Wirausaha Merdeka	5
Tabel 3 Rundown Pembekalan Magang Tematik.....	6
Tabel 4 HPP Mitra Magang PT. Mbegor Jaya Mandiri	13
Tabel 5 Rundown Bootcamp	18
Tabel 6 model VAK.....	27
Tabel 7 model DISC	28
Tabel 8 Perhitungan HPP	37

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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.

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.

1.2 Tujuan Program

1.2.1 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.

1.2.2 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.

1.3 Manfaat Program

1.3.1 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.

1.4 Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Lokasi kegiatan Wirausaha Merdeka di *PT. Mbegor Jaya Mandiri*. Perintisan usaha pembuatan dan pengemasan produk kelompok mahasiswa magang wirausaha merdeka di PT. Mbegor Jaya Mandiri, kecamatan Kaliwates, Jember, Jawa Timur.

Pelaksanaan Wirausaha Merdeka di *PT. Mbegor Jaya Mandiri*. Perintisan usaha pembuatan dan pengemasan produk kelompok mahasiswa magang wirausaha merdeka di PT. Mbegor Jaya Mandiri, kecamatan Kaliwates, Jember, Jawa Timur, dimulai pada tanggal 12 September 2022 – 5 November 2022. Kegiatan ini meliputi dari proses produksi, pengemasan, hingga pemasaran ke konsumen yang dilaksanakan setiap hari Senin, Rabu, Kamis, dan Sabtu pada pukul 09.00-15.00 WIB.

BAB 2. EDC (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. Khoifiah Indar Parawangsa, M.Si
10.00 - 10.25	Sambutan dari Direktur Pendidikan Tinggi Vokasi sekaligus membuka kegiatan	Dr. Bety 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 Eka Putra, Psi, M.Si
15.00 - 15.30	Persiapan EDC dan Penutup	Moderator dan Panitia

Ttd,
Panitia WMK 2022

Tabel 1 Rundown Kick Off Wirausaha Merdeka

Sumber : Panitia WMK Politeknik Negeri Jember

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 pengelompokannya 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 ENTERPRENEUR 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 (Bediag Coffie)
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 Sulistyone S.P. (PT. Benih Citra Asia)
15.00	Penutup

Tabel 2 Rundown EDC Wirausaha Merdeka
Sumber : Panitia WMK Politeknik Negeri Jember

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 kesuluruhan 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

Tabel 3 Rundown Pembekalan Magang Tematik
Sumber : Panitia WMK Politeknik Negeri Jember

2.4 Outbound

Kegiatan outbound merupakan kegiatan akhir dari seluruh rangkaian acara yang berada didalam EDC. Kegiatan pertama dalam acara ini sambutan oleh ketua tim panitia Wirausaha Merdeka Bapak Dr. Dhanang Eka Putra, S.P, M.Sc dan dilanjutkan dengan senam pagi bersama. Kegiatan outbound ini dipandu secara langsung oleh Event Organizer dari Personaraia tour and travel dengan mengusung tema **“Membangun Mindset, Karakter, Dan Leadership Wirausaha Merdeka”**

Acara ini kemudian dilanjutkan dengan membentuk kelompok yang beranggotakan 10 orang. Dalam pemilihan kelompok dilakukan secara acak oleh penyelenggara acara bertujuan agar para mahasiswa bisa saling berkenalan dan membangun interaksi antar sesama calon wirausaha muda. Permainan dalam outbound ini juga disajikan secara menarik dan seru diantaranya ialah satu kelompok berbaris ke belakang kemudian mendengarkan instruksi dari panitia untuk melakukan kegiatan lompat ke kanan maupun kiri secara kompak, permainan menjaga lilin dari ujung pertama sampai ujung akhir, dan kemudian menciptakan sebuah kreasi dari barang bekas berupa koran dan sedotan. Kegiatan ini bertujuan agar saling meembangun kekompakan dan komunikasi para anggota.



Gambar 1 Kegiatan Outbound
Sumber : Data Pribadi (2022)

BAB 3. MAGANG TEMATIK WIRAUSAHA MERDEKA

3.1 Metode Pelaksanaan Kegiatan Magang



Gambar 2 Diagram alir kegiatan magang
Sumber: Data Pribadi (2022)

3.2 Keadaan Umum Industri Mitra

3.2.1 Profil Mitra

PT. Mbegor Jaya Mandiri adalah perusahaan yang mempunyai visi sebagai perusahaan yang memberikan keberkahan kepada masyarakat. Kami saat ini memproduksi sambal kemasan, bumbu barbeque & marinade sauce, Terasi bubuk siap pakai dan aneka camilan snack. PT. Mbegor Jaya Mandiri dipimpin oleh Yosie Ermawan SH.,MH. Lahirnya sambal ini sendiri pak Yosie menyadari bahwa persaingan di dunia sambal itu cukup tinggi karena pemainnya sangat banyak oleh sebab itu beliau menciptakan produk ini menjadi berbeda dengan sambal lain. Dengan membuat produk sambal yang diasap namun tidak meninggalkan sambal-sambal yang sifatnya tradisional, sehingga ada aroma yang unik saat dimakan.

Perusahaan kami telah memiliki beberapa sertifikat yang mendukung kegiatan usaha kami antara lain :

1. Nomor Induk Berusaha (NIB)
2. Izin Usaha Industri (IUI)
3. Akta Notaris
4. SK Menkumham
5. Good Manufactur Practice (GMP)
6. Sertifikat Izin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT)
7. No. Sertifikat Halal : ID35110000213810921
8. Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP)
9. NPWP : 90.339.846.9-626.000

3.2.2 Tujuan Utama Mitra

Visi PT. Mbegor Jaya Mandiri adalah sebagai berikut :

“Menjadi perusahaan berskala global yang memberikan keberkahan buat umat manusia”.

Misi PT. Mbegor Jaya Mandiri adalah sebagai berikut :

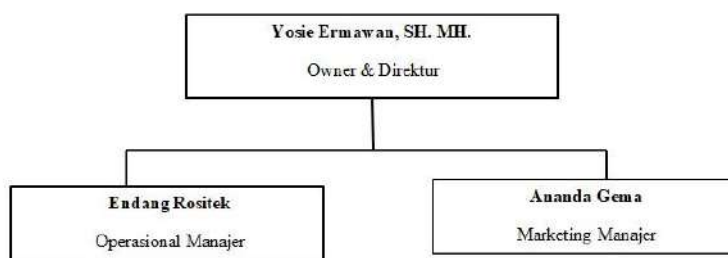
“Terpercaya memberikan kualitas produk yang terbaik, Inovasi sesuai perkembangan jaman dan kebutuhan masyarakat, Menjadikan hidup lebih mudah dan nyaman”.

Motto PT.Mbegor Jaya Mandiri sebagai berikut :

“ Sempurnakan Rasa “.

3.2.3 Struktur Organisasi Mitra

Struktur organisasi di PT. Mbegor Jaya Mandiri Pengolahan dan Pengemasan Produk dibuat sebagai bentuk dalam mendeskripsikan uraian tugas. Hal ini dijelaskan apabila sebuah tugas dari masing-masing karyawan dapat dijabarkan secara rinci dan tentunya kondisi tersebut mampu untuk membantu karyawan.



Gambar 3 Struktur Keorganisasian Perusahaan
*Sumber: Struktur Organisasi PT. Mbegor Jaya Mandiri
Perintisan Usaha Pembuatan dan Pengemasan*

Adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Owner & Direktur

Pemilik PT. Mbegor Jaya Mandiri sekaligus Direktur yang bertugas atau memegang seluruh andil dan tanggung jawab di PT. Mbegor Jaya Mandiri

2. Manajer Operasional

Seseorang yang berperan penting dalam urusan tanggung jawab atas segala proses dan jalannya operasional perusahaan, mulai dari *quality control, K3, dan lainnya*. Bertugas untuk mengontrol semua SDA dan SDM dengan mengerahkan semua usaha demi sebuah tujuan yang membantu organisasi dalam mencapai sasarnya.

3. Manajer Pemasaran

Seseorang yang berperan penting dalam urusan tanggung jawab atas segala promosi dan penjualan perusahaan. Bertugas untuk mengontrol dan mendorong semua promosi di beragam media, mulai dari media cetak maupun media digital demi meningkatkan pendapatan perusahaan.

Adapun tugas dan wewenang manajer antara lain:

- a. Melakukan sebuah perencanaan.
- b. Mengelola dan mengawasi segala kegiatan yang berlaku dalam manajemen.
- c. Menentukan standar kualitas sebuah perusahaan.
- d. Mengadakan evaluasi dan selalu memberikan pengaruh baik.
- e. Mengawasi segala kegiatan yang berkaitan halnya dengan inspeksi keuangan termasuk dalam membayarkan pajak.

3.2.4 Sumber Daya Manusia

Karyawan merupakan bagian dengan bertugas dalam membantu kegiatan proses produksi agar berjalan sesuai dan target produksi tercapai. Pada tahun 2019 PT. Mbegor Jaya Mandiri memperkerjakan 8 karyawan untuk mempermudah proses produksi produk-produknya. Namun pada tahun 2020 hingga saat ini PT. Mbegor Jaya Mandiri tidak memperkerjakan karyawan dikarenakan pandemi Covid-19. Oleh sebab itu Pak Yosie Ermawan selaku owner bersama keluarganya tetap menjalankan semua pekerjaan secara mandiri.

3.3 Analisis Usaha Magang

3.3.1 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. HPP pada PT. Mbegor Jaya Mandiri dapat dilihat pada table dibawah ini

PERHITUNGAN HPP SAMBAL MBEGOR			
BAHAN	HARGA	KEBUTUHAN	HARGA
Cabe Merah Besar	Rp 60.000,00	1 Kg	Rp 60.000,00

Cabe Kecil	Rp 85.000,00	1 Kg	Rp 85.000,00
Bawang Putih	Rp 27.000,00	1Kg	Rp 27.000,00
Bawang Merah	Rp 30.000,00	1 Kg	Rp 30.000,00
Garam	Rp 3.000,00	50 gr	Rp 3.000,00
Botol	Rp 40.000,00	20	Rp 2.000,00
Jumlah Sambal Yang Dihasilkan adalah 20 botol		TOTAL	Rp 207.000,00
			Rp 207.000,00
			20
		HPP	Rp10.350,00

Tabel 4 HPP Mitra Magang PT. Mbegor Jaya Mandiri

3.3.2 Cash Flow Mitra Magang

Cash flow merupakan aliran arus kas yang dimana berisi tentang semua transaksi yang memberikan pemasukan atau pengeluaran 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 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 PT. Mbegor Jaya Mandiri. Pengolahan dan Pengemasan Produk Sambal Kemasan. ada 2 (dua) hal meliputi:

1. Produksi : 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 tindakan-tindakan 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 PT. Mbegor Jaya Mandiri meliputi:

1. Pra-Produksi

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

2. Produksi

Proses produksi dimulai dengan pencucian bahan, pemotongan bahan, kemudian semua bahan yang di potong digoreng seperti bahan cabai, bawang putih, bawang merah di goreng sampai setengah matang. kemudian semua bahan di ditiriskan dan diblender sampai setengah halus. Semua bahan dicampur jadi satu di wajan yang sudah disiapkan memakai minyak 750 ml. Semua bahan di goreng memakai waktu 25 menit lalu masukkan bahan tambahan pangan dijadikan satu di wajan. Di aduk sampai 25 menit dan di ukur suhunya sampai 100 derajat, setelah suhunya sudah 100 derajat kemudian ditambahkan lagi minyak 250 ml. Aduk terus hingga minyak naik , itu tandanya sudah matang. Kemudian angkat sambal yang udah matang dipindahkan ke wadah, setelah itu dimasukkan ke sinar UV berfungsi untuk menurunkan suhu panas, setelah beberapa menit dicek suhu hingga 75 derajat kebawah.

3. Pengemasan

Sambal yang telah selesai digoreng harus segera dimasukkan ke UV untuk mendinginkan panas setelah beberapa menit kemudian di ukur suhu panasnya sampai dibawah 70 derajat. Botol pengemas harus

4. Pemasaran

Pemasaran dilakukan dua cara yaitu, yang pertama dipasarkan secara online melalui nomor whatsapp yang akan dihubungi oleh konsumen jika nantinya akan memesan sambal yang diinginkan., Bukan hanya melalui whatsapp saja konsumen juga bisa mengunjungi toko onlinenya yaitu tokopedia.

Kedua, dipasarkan secara offline dengan cara menjualkan sambal ini dipameran atau langsung mendatangi store offlinenya.

BAB 4. IKUBASI BISNIS

4.1 Kegiatan Pendampingan

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. Bayang-bayang kegaglan kerap menghantui semua calon wirausahawan.

Coach (Pelatih) memberikan saran atau masukan hendaknya ketika merasa takut atau gagal dalam memulai usaha cobalah berpikir positif dan optimis. Dapatkan energi positif dari bacaan yang membangun pola pikir kita sebagai wirausahawan yang sukses kedepannya.

BAB 5. BOOTCAMP

3.1 Penjelasan Umum

Bootcamp merupakan salah satu program Wirausaha merdeka yang diadakan selama 5 hari dimulai tanggal 21 November 2022 hingga tanggal 25 November 2022. Acara ini berupa pelatihan secara intensif oleh pemateri yang berpengalaman dibidangnya masing-masing. Adapun tujuan dari kegiatan bootcamp ini 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)	Selamat Sucahyo
	10:00 - 12:00	Communication Skill	Eko Nuryahya
Kamis, 24 November 2022	08:00 - 10:00	Finance Management	Selamat 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

Tabel 5 Rundown Bootcamp

5.2 Materi Bootcamp

5.2.1 Simply Branding

Pemaparan materi tentang Simply Branding di kemukakan oleh Eko Nuryahya pada hari pertama Bootcamp, yaitu hari Senin tanggal 21 November 2022. Materi ini menjelaskan pengertian mengenai brand secara sederhana. Menurut penjelasan dari pak Eko, brand bukanlah suatu logo atau merek, melainkan brand adalah nama plus makna. Dengan adanya brand pada suatu produk maka dapat membedakan produk tersebut dengan produk pesaing, baik dari nama ataupun kualitas. Menurut penjelasan dari pak Eko, untuk membuat nama brand harus diperhatikan beberapa aspek, yaitu sebagai berikut :

1.Sesuai dengan target pasar

Konsumen secara keseluruhan memiliki kebutuhan masing-masing, sehingga untuk mengikat konsumen ditentukan terlebih dahulu konsumen mana yang akan dituju, yaitu dengan melakukan targetting market agar produk tertuju kepada konsumen potensial atau konsumen yang benar-benar membutuhkan produk tersebut. Begitu pula untuk menentukan nama brand perlu disesuaikan siapa target market yang dituju, agar konsumen potensial bisa paham mengenai kualitas produk tersebut hanya dengan mendengar atau melihat nama brand tersebut.

2. Unik (tidak generik atau belum ada sebelumnya)

Produk-produk yang memiliki brand, khususnya produk pesaing memiliki nama brand yang bermacam-macam, jadi penggunaan nama yang unik dapat membuat brand mudah diingat dan dapat dengan mudah dibedakan dengan produk pesaing.

3.Mudah Diingat dan diucap

Banyaknya nama brand dapat membuat konsumen bingung untuk mengingatnya, maka dalam menentukan nama brand diupayakan memiliki nama yang mudah diingat dan mudah diucap. Untuk mengecek nama brand mudah diucap dengan cara mengungkapkan nama brand sebanyak 10 kali dengan cepat, apabila pengucapan lancar maka nama tersebut termasuk dalam kategori mudah diucap.

4.Hindari singkatan Konsonan

Bentuk nama brand berupa singkatan dapat mempermudah konsumen untuk membedakan suatu produk dengan produk lainnya, akan tetapi dengan nama brand singkatan dapat juga membuat konsumen bingung untuk mengingat, yaitu karena hanya menggunakan huruf konsonan, karena huruf konsonan tidak bisa dibaca menjadi suatu kata.

5.Hindari Angka

Untuk mempermudah nama brand diingat oleh konsumen salah satunya adalah tidak menggunakan nama brand dengan angka, karena penggunaan angka pada brand dapat membingungkan konsumen karena tidak bisa dibaca dan penggunaan angka sudah terlalu banyak digunakan di brand lain.

6. Terasosiasi oleh deferensiasi

Produk akan dimintai oleh konsumen apabila produk tersebut memiliki deferensiasi atau pembeda dari produk yang lain, maka brand harus dapat mendeskripsikan deferensiasi tersebut dengan cara mensosiasikan nama brand dengan deferensiasi produk.

7. Kata kunci produk unggulan

Suatu brand pasti memiliki beberapa produk yang serupa, untuk menguatkan brand tersebut, yaitu dengan cara menggunakan atau memadukan nama brand dengan salah satu produk unggulan.

5.2.2 Design Thinking

Pemaparan materi tentang *Design Thinking* dipaparkan oleh bapak Donny A. 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:

- Mengurangi resiko sebelum meluncurkan ide
- Mempercepat proses pembelajaran
- 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.

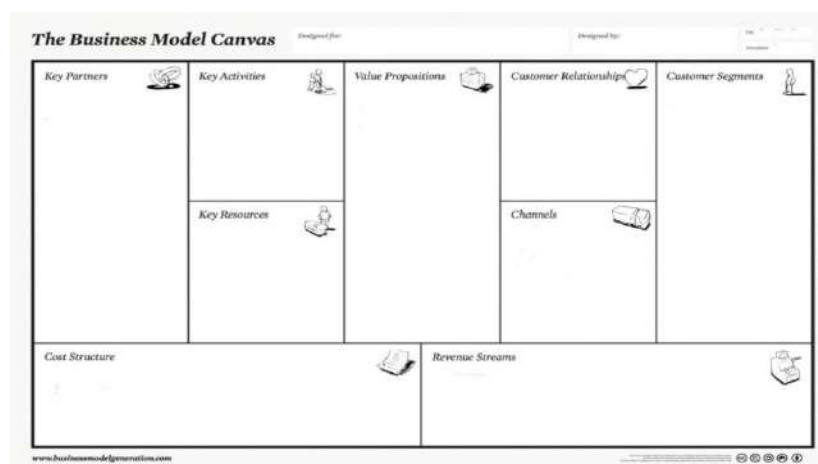
Business model canvas (BMC) adalah alat manajemen strategis untuk mendefinisikan serta mengkomunikasikan ide

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 kanvas 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 :

- Untuk menggambarkan dengan cepat tentang apa yang dibutuhkan oleh suatu ide.
- Memungkinkan owner untuk memahami proses yang diperlukan untuk membuat keterhubungan antara masalah dengan solusi, sehingga membuatnya menjadi suatu bisnis.
- Memperlihatkan seperti apa pengaruh keputusan pelanggan terhadap sistem bisnis.
- 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



Gambar 4 Desain BMC

Sumber: Panitia MWK Polije (2022)

(1) 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?

(2) 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?

(3) 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

(4) **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?

(5) **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.

(6) **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

(7) **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.

(8) **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?

(9) **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 Model VAK

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

<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 	<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 	<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

<p>dengan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pengalaman mereka sendiri • Mudah terganggu emosi • Penampilan dengan pakaian yang nyaman di tubuh 	<ul style="list-style-type: none"> • Cara berpikir kronologi • Gampang terganggu oleh keberisakan 	<p>merasakan informasi</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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: Dominance, Inducement, Steadiness, atau Compliance. Ide inilah 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 	<ul style="list-style-type: none"> • Optimis/anti negatif • Populer/teman dimana-mana • Ekspresif/hobi ngomong • Pelupa/benci detil • Suka berkata tidak lebay.com 	<ul style="list-style-type: none"> • Penjaga perdamaian • Single tasking/gampang stres • Sabar, slow, suka rutinitas • Kalo stres pergi tidur 	<ul style="list-style-type: none"> • Kalo beli barang lama • Pecinta detil/suka data • Teliti, rapi, jaim • Apa saja dihitung

<ul style="list-style-type: none"> • To the point • “Do My Way” 	<ul style="list-style-type: none"> • “Do The Fun Way” 	<ul style="list-style-type: none"> • Kalo marah dipendam • Demen musyawarah/plinplan • “Do The Easy Way” 	<ul style="list-style-type: none"> • Disiplin tinggi • Pesimis/banyak khawatir • “Do The Right Way”
---	--	---	--

Tabel 7 model DISC

5.2.5 Think Like CEO (Leadership)

CEO adalah singkatan dari chief executive officer. Sementara, arti 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 meningkatkan skill komunikasi, pak Eko merumuskan ke dalam 7 aspek, yaitu sebagai berikut:

1. Komunikasi alam bawa sadar
 - Repetisi atau pengulangan
 - Anchoring
 - Menyajikan sesuatu yang unik

2. Elemen komunikasi
 - **Kata-kata**
Konten isi dari pembicaraan
 - **Intonasi**
 - Naik turunnya nada Suara
 - Cepat pelannya Tempo Bicara
 - Power suara
 - Warna suara
 - **Fisiologi (ekspresi wajah)**
 - gestur / bahasa tubuh
 - Ekspresi wajah

3. 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.

4. 3 tipe orang berdasarkan representasi panca Indera
 - Visual / Pengelihatan
 - Auditory / Pendengaran

- Kenestatik / Perabaan

5. Penampilan

Berpenampilan menarik agar dipandang normal oleh lawan bicara

6. Empati

Peka menangkap pesan dan ikut merasakan apa yang lawan bicara rasakan agar bisamasuk ke dunia mereka (Pacing)

7. Pertunjuk bola mata

- Visual Constructi (Vc)
Membangun Gambar-gambar
- Audio Constructi (Ac)
Membangun Suara-suara
- Konestatik
Membangun Suara-suara
- Visual Remembered(Vr)
Mengingat Gambar-gambar
- Audio Remembered(Ar)
Mengingat Suara-suara
- Audio Internal Dialog(Aid)
Bebicara 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.
- 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 penggunaannya 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 memasarkan produknya di media sosial. Berikut merupakan keuntungan yang didapatkan apabila memasarkan produk di sosial media :

1. 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.

2. 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.

3. 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 6. USAHA RINTISAN

Suki Suka (Kerupuk Terasi Cocol)

6.1 Gambaran Umum Rencana Usaha

Ide bisnis usaha rintisan ini berdasarkan hasil riset pasar. Dari hasil riset pasar yang kami lakukan, kami dapat menyimpulkan bahwasanya masyarakat Jember kebanyakan suka nyemil kripik-kripikan. Oleh sebab itu lahirlah ide usaha rintisan ini. Selain itu bahan yang digunakan untuk produk ini sangat melimpah di daerah ini, yaitu terasi udang. Keunggulan dari produk ini dibandingkan dengan produk lainnya adalah produk kerupuk terasi ini di jual dalam kondisi matang dengan cocolan sambal di dalamnya, yang mana tidak di jual oleh produk lainnya.

Karakteristik pasar sasaran yang kami tuju adalah remaja dan dewasa (13-40 tahun). Kami mengambil sasaran pasar tersebut, karena di umur tersebut kekuatan gigi cukup kuat untuk mengunyah dan metabolisme tubuh masih prima untuk mencerna makanan berminyak. Segmen pasarnya yaitu kelas menengah kebawah, karena produk kami sesuai dengan itu dan juga produk kami sudah komplit dengan cocolannya jadi tanpa perlu beli cocolan sendiri secara terpisah.

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; nampan bambu, pisau, kompor, gas, wajan, wadah saos, standing pouch. Untuk bahannya sendiri yaitu tepung tapioka, terasi, garam, penyedap rasa, minyak goreng, saos.

Berikut proses pembuatan produk Kerupuk Terasi Cocol Suki Suka:

1. Masak air sebanyak 500ml untuk mengencerkan terasi balok.
2. Siapkan wadah untuk mencampurkan 500g tepung tapioka, garam $\frac{1}{4}$ sendok makan, penyedap rasa secukupnya.
3. Aduk rata adonan yang ada didalam wadah kemudian tuangkan terasi encer secara berkala dan diremas-remas hingga kalis.
4. Bentuk adonan tadi menjadi 6 tabung berukuran kecil.
5. Rebus adonan tadi di dalam air mendidih selama 15 menit. Tiriskan adonan jika sudah berwarna gelap.
6. Dinginkan selama 12 jam hingga mengeras.
7. Potong tipis adonan dan letakkan diatas nampah-nampah bambu kering dan bersih.
8. Jemur nampah berisi potongan tadi dibawah terik matahari selama 3 hari
9. Goreng kerupuk terasi di minyak panas. Kemudian tiriskan di atas loyang beralaskan tisu dapur.
10. Siapkan standing pouch dan tempelkan stiker produk.
11. Masukkan kerupuk kedalam standing pouch sebanyak 150g/kemasan.
12. Masukkan saos kedalam pouch tadi dan klip dengan rapat.

Proses produksi yang kami lakukan melalui berbagai percobaan dari segi bahan kami mencoba beberapa macam terasi; terasi merah, terasi coklat dan terasi balok ABC. Selain itu terdapat strategi yang kami lakukan saat cuaca tidak mendukung waktu penjemuran, kami memiliki cara alternatif untuk mengeringkan potongan adonan tersebut yaitu dengan cara memanggang adonan tersebut.

Untuk pemasarannya kami menggunakan marketplace diantaranya yaitu shopee dan tokopedia.

Dalam menjalankan usaha rintisan ini memerlukan 9 SDM :

1. Direktur utama : Choirul Danang Retnadi
2. Manajer keuangan : Muhammad Fierdiansyah

3. Manajer produksi : Hapika Hazri
4. Bagian produksi : Nur Laily Ersya Harniza, Fifi Nur Fidiya Ni'mah
5. Manajer pemasaran : Maulina Sylvia Dwi Anggraeni
6. Bagian penjualan dan promosi : Aditya Nur Rohmah, Hilya Nurul Haliza Hanifatunajmi
7. Manajer SDM : Muhammad Imam Baihaqi

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. Bagian produksi : Mempersiapkan material, mengoperasikan mesin produksi, menjaga produktivitas produksi, menjaga kualitas produksi, memastikan produk sampai ke proses selanjutnya dll.
5. Manajer pemasaran : merencanakan, mengarahkan atau mengkoordinasikan kebijakan dan program pemasaran, antara lain melihat permintaan untuk produk dan jasa yang ditawarkan.
6. Bagian penjualan dan promosi : Melakukan penjualan dengan mencari klien atau pelanggan dengan aktif untuk mendapatkan pendapatan perusahaan. Memperkenalkan atau mempromosikan setiap produk dan perusahaan yang sudah dihasilkan dan disebarluaskan kepada masyarakat.

7. Manajer SDM : Mengevaluasi performa tenaga kerja dan memastikan masing-masing tenaga kerja melaksanakan tugas dan tanggung jawab sesuai dengan pekerjaannya.

6.3 Hasil Yang Ingin Dicapai

Peluang keberlanjutan usaha ini cukup bagus melihat dari masyarakat Jember yang kebanyakan suka nyemil jadi produk ini sangat cocok dan peluangnya bagus. Pengembangan usaha ini pastinya akan berlanjut dengan berbagai inovasi kedepannya.

Kelayakan usaha:

HPP:

Bahan	Harga	Digunakan/pouch	Total harga
Tepung tapioka	Rp 8.000	500g	Rp 1.300
Terasi udang	Rp 7.000	6 sachet	Rp 1.200
Garam	Rp 5.000	½ sendok makan	Rp 500
Saos ABC sachet	Rp 500	1	Rp 500
Minyak Goreng	Rp 14.000	42ml	Rp 1.200
Standing pouch	Rp 28.000	50 buah	Rp 560
Stiker	Rp 4.000	8 lembar	Rp 500
Wadah saos	Rp 12.000	50 buah	Rp 240
TOTAL			Rp 6.000

Tabel 8 Perhitungan HPP

BEP:

Biaya Tetap adalah sebesar :

- Sewa alat: 200.000

Biaya Variabel perunit Rp6.000 yaitu terdiri dari:

- Tepung tapioka = $8.000 : 6 = 1.300$

- Terasi udang = $7.000 : 6 = 1.200$
- Garam = $5.000 : 10 = 500$
- Minyak goreng = $14.000 : 12 = 1.200$
- Standing pouch = $28.000 : 50 = 560$
- Stiker = $4.000 : 8 = 500$
- Wadah saos = $12.000 : 50 = 240$
- Saos = 500

Harga jual perunit: Rp8.000

Break Even Point (BEP) Unit = Biaya Tetap : (harga/unit – biaya variable/unit)

$$\text{BEP Unit} = \text{Rp}200.000 : (\text{Rp}8.000 - \text{Rp}6.000)$$

$$= \text{Rp}200.000 : \text{Rp}2.000$$

$$= 100 \text{ unit}$$

Jadi dengan rumusan ini BEP di atas adalah 100 unit

Break Even Point (BEP) Rupiah = Biaya Tetap : (kontribusi margin/unit harga/unit)

$$\text{BEP Rupiah} = \text{Rp}200.000 : (\text{Rp}2.000 : \text{Rp}9.000)$$

$$= \text{Rp}200.000 : 0.2$$

$$= \text{Rp}1.000.000$$

Dengan rumus perhitungan diatas, BEP dalam nilai rupiah adalah Rp1.000.000

Jika target laba yang ingin di peroleh Rp7.000.000, maka minimal penjualan yang harus di capai adalah sebagai berikut:

BEP Laba = (biaya tetap + target laba) : (harga/unit- biaya variable/unit)

$$= (200.000 + 7.000.000) : (9.000 - 6.000)$$

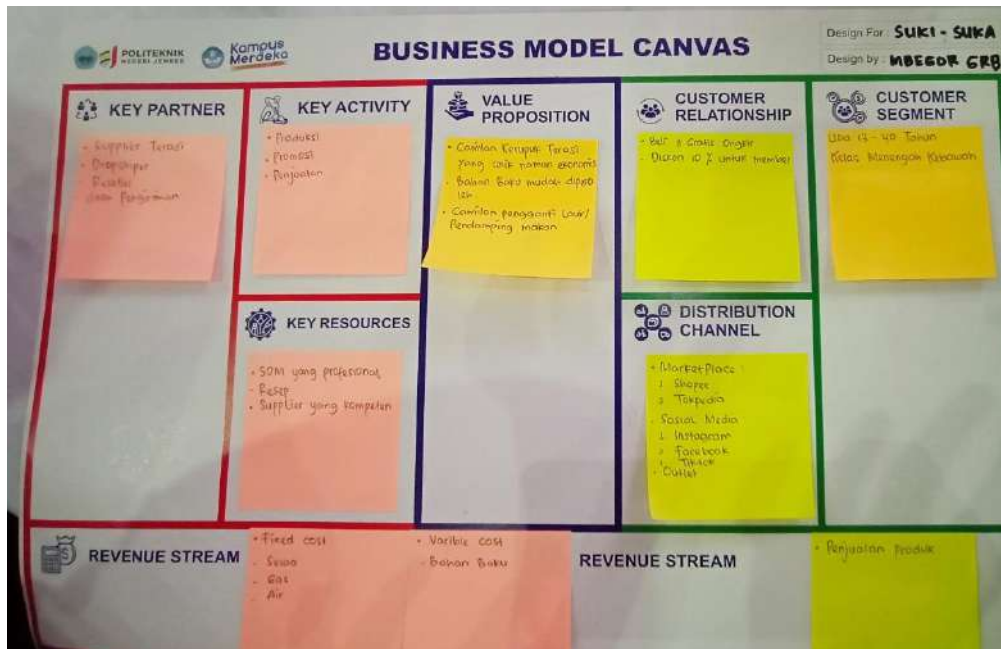
$$= 7.200.000 : 3.000$$

$$= 2.400 \text{ unit}$$

Harga Jual Produk:

- Tepung tapioka = $8.000 : 6 = 1.300$
- Terasi udang = $7.000 : 6 = 1.200$
- Garam = $5.000 : 10 = 500$
- Minyak goreng = $14.000 : 12 = 1.200$
- Standing pouch = $28.000 : 50 = 560$
- Stiker = $4.000 : 8 = 500$
- Wadah saos = $12.000 : 50 = 240$
- Saos = 500
- TOTAL = 6.000
- Diperoleh 50% = $6.000 \times 50/100$
- = 3.000
- HPP = 9.000

BMC:



Gambar 5 Business Model Canvas SUKI SUKA

BAB 7. KESIMPULAN & SARAN

7.1 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 kepada pihak kampus dengan harapan semuanya menjadi lebih baik di masa yang akan datang.

Kendala lainnya dalam pelaksanaan wirausaha merdeka tidak seimbangya 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 dapatmerugikan 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/1WEXvEaFUGc4nt35JwJuWMLyqVvRdAQv>

PEDOMAN PENULISAN LAPORAN AKHIR KEGIATAN WIRUSAHA MERDEKA

Oleh TIM WMK POLIJE 2022

LAMPIRAN



Gambar 6 Kick Off Wirausaha Merdeka di POLIJE



Gambar 7 Praktik Pembuatan Sambal Mbegor



Gambar 8 Praktik Pembuatan Sambal Mbegeg



Gambar 9 Praktik Pembuatan Produk SUKI SUKA



Gambar 10 Pemaparan Materi Tentang BTP Kepada Masyarakat



Gambar 11 Kunjungan Pihak POLIJE di Tempat Magang PT. Mbegor



Gambar 12 Pameran Produk di GOR POLIJE