

LAPORAN AKHIR
KEGIATAN WIRAUSAHA MERDEKA
DI POLITEKNIK NEGERI JEMBER
PERINTISAN USAHA NPK ORGANIK GRANUL MAHASISWA
MAGANG WIRAUSAHA MERDEKA DI CV KAROMAH TANI, KEC.
SILO, KABUPATEN JEMBER, JAWA TIMUR



Disusun Oleh :MuhammadHanif
412020631020

PROGRAM STUDI
AGROTEKNOLOGI
FAKULTAS SAINS DAN
TEKNOLOGI

UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR PONOROGO 2022

LEMBAR PENGESAHAN

Implementasi Program Wirausaha Merdeka terhadap usaha rintisan NPK Organik
pada kegiatan magang DUDI TEMATIK di CV Karomah Tani

Oleh :

Muhammad Hanif

412020631020

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

Ketua Program WMK

Politeknik Negeri Jember

A blue circular stamp of Politeknik Negeri Jember is overlaid with a handwritten signature in black ink. The stamp contains the text 'POLITEKNIK NEGERI JEMBER' and 'WIRAUSSA MERDEKA'.

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

NIP.198312102014041001

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 PT di Indonesia, dengan tujuan mencetak Entrepreneur kompeten. Salah satu PT 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) penguas

mahasiswa dalam menambah akreditasinya yang merupakan salah satu unsur terpenting persaingan dengan PT lainnya.

Akhirnya kami 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 dan pihak lainnya, agar kiranya dapat diberikan masukan dan dijadikan evaluasi. Semoga laporan ini dapat bermanfaat kedepannya, Terimakasih

Jember, 10 Desember 2022

DAFTAR ISI

PRAKATA.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB 1	
PENDAHULUAN	1
1.1 LatarBelakang	1
1.2 Tujuan Wirausaha Merdeka.....	2
1.2.1 Tujuan Umum	2
1.2.2 Tujuan Khusus	2
1.3 Manfaat Program Wirausaha Merdeka	3
1.4 Tempat dan Waktu Pelaksanaan	3
BAB 2	
EDC (Entrepreneurship Development Class).....	5
2.1 Kick Off	5
2.2 EDC (Entrepreneurship Development Class).....	5
2.3 Pembekalan Magang Tematik Wirausaha Merdeka	10
2.4 Outbond.....	10
BAB 3	
Magang Tematik Wirausaha Merdeka.....	12
3.1 Pelaksanaan Magang.....	12
3.2 Analisis Usaha Magang Usaha	17
3.3 Implementasi Usaha Magang.....	17
BAB 4	
INKUBASI BISNIS	19
4.1 Kegiatan pendampingan yang dilakukan oleh pendamping usaha.....	20
4.1.1 Kegiatan inkubasi hari pertama.....	20
4.1.2 Kegiatan hari kedua	20
4.1.3 Kegiatan hari ketiga	21

4.2 coaching clinic	22
BAB 5	
BOOTCAMP	24
5.1 Bootcamp	24
BAB 6	
USAHA RINTISAN.....	35
6.1 PROFIL BRAND.....	35
KOMPONEN PITCH DECK NPK ORGANIK	36
B. Uniquesellingpoint.....	37
C. Visi dan misiVisi.....	37
D. Marketanalisis	38
E. Segmenttargetmarket	38
F. Brandactivity	38
G. Analisiscompetitor & Positioning	38
H. Produkprofile	39
Q. DistributionChannel.....	39
R. Roadmap/timelineactivity	39
6.2 Hasil yang ingin dicapai.....	41
BAB 7	46
Kesimpulan Dan Saran	46
KESIMPULAN.....	46
DAFTAR PUSTAKA	49

DAFTAR TABEL

Table 1 Tempat dan Waktu Pelaksanaan	4
Table 2 Kegiatan EDC	10
Table 3 Kegiatan Magang DUDI Tematik.....	17
Table 5 Pematerian BOOTCAMP	34
Table 6 Perhitungan HPP	41
Table 7 BMC NPK Organik dan Cocodama.....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Kegiatan Inkubasi Bisnis Hari Pertama	20
Gambar 1 2 Kegiatan Inkubasi Bisnis Hari Kedua	21
Gambar 1 3 Kegiatan Inkubasi Bisnis Hari Ketiga	21

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LatarBelakang

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 konversi 20 sks 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. Laporan ini ditulis dengan tujuan untuk mengembangkan rasa kewirausahaan pada mahasiswa yang berguna untuk memberikan peluang kepada mahasiswa dalam membuka bisnis sebagai seorang entrepreneur. WMK ini sangat bermanfaat bagi mahasiswa untuk kedepannya supaya tidak bingung dalam mencari sebuah pekerjaan dan bahkan bias membuka lapangan kerja sendiri seperti umkm. Didalam proses wmk ada beberapa kegiatan didalamnya antara lain EDC, MAGANG TEMATIK, INKUBASI BISNIS, BOOTCOMP, BUSSINESS MATCHING, GELAR PRODUK, dan Rekognisi (final assessment WMK) yang harus diikuti agar bisamen konversi 20 sks.

1.2 Tujuan Wirausaha Merdeka

Tujuan program kegiatan wirausaha merdeka terdapat 2 tujuan antara lain tujuan umum dan tujuan khusus.

1.2.1 Tujuan Umum

Tujuan umum adalah tujuan penelitian secara keseluruhan dari yang ingin dicapai dalam penelitian itu sendiri. Untuk memperoleh pengetahuan atau penemuan baru. Adapun tujuan umum program WMK ini antara lain :

1. Mendapatkan wawasan dan ilmu pengetahuan terkait wirausaha.
2. Memantapkan skill dalam wirausaha.
3. Dapat belajar diluar kampus sendiri.

1.2.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus adalah sebuah tujuan yang lebih terfokus pada mencari tahu eksploratif menggali hal-hal sedang diteliti, mengembangkan sesuatu hal keinginan dan memperkuat teori yang secara khusus tidak tertuju pada hal-hal umum seperti biasanya. Adapun tujuan khusus program WMK ini antara Lain :

1. Mendapatkan mentoring langsung dari para mentor wirausaha yang ternama

2. Mengetahui tentang start up bisnis
3. Mengetahui tentang perizinan produk

1.3 Manfaat Program Wirausaha Merdeka

Manfaat Program WMK ini antara lain :

1. Melatih mahasiswa untuk menjadi enterprenuer
2. Memberikan kesempatan dalam meningkatkan skill
3. Teknologi semakin berkembang
4. Peluang untuk menentukan nasib diri sendiri
5. Meningkatkan produktivitas

1.4 Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan	Waktu Pelaksanaan	Tempat
Kick Off	5 September 2022	GOR Perjuangan POLIJE
EDC	6-9 September 2022	GOR Perjuangan POLIJE
Outbond	10 September 2022	Lapangan POLIJE
Magang DUDI Tematik	12September 2022 – 5 September 2022	PT. INEES QUEENS EFFLORESEN
Inkubasi Bisnis	16-20 November 2022	Gedung PLUT
Boothcamp	21-25 November 2022	GOR Perjuangan POLIJE

Survey Tempat dan Penataan	26 November 2022	GOR Perjuangan POLIJE
Gelar Produk	27 November 2022	GOR Perjuangan POLIJE
Bimttek BNSP	28-29 November 2022	GOR Perjuangan POLIJE
Gelar Produk	30 November 2022	GOR Perjuangan POLIJE
Ujikom BNSP	1-5 Desember 2022	GOR Perjuangan POLIJE
Business Matching dan gelar produk produk	6 Desember 2022	GOR Perjuangan POLIJE

Table 1 Tempat dan Waktu Pelaksanaan

BAB 2

EDC (Entrepreneurship Development Class)

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 Indonesia emas.

2.2 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. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi, menentukan, dan melakukan dengan baik dan benar berkaitan dengan aktivitas kewirausahaan. Targetnya ialah peningkatan pengetahuan dan pola pikir dalam bidang kewirausahaan hingga mencapai 95%.

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 sebegus 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 ekonominya, karena saat ini indonesia baru 3,5 dari 100%. 5. tidak akan menjadi baik segala sesuatu yang dilakukan dengan asal – asalan, begitu pula dalam berwirausaha.

06-09-2022	<p>Cahyadi Joko Sukmono M.Si</p> <p>Agus Hadi Prayitno, S.Pt., M.Sc., CPC</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1. Kata kunci wirausaha adalah senang, yaitu suka dengan apa yang kita usahakan. 2. Dalam Wirausaha kita harus mempunyai motivasi tinggi untuk selalu berkembang. 3. Tidak diperkenankan bagi seorang wirausaha untuk malu dan ragu dalam melangkah
07-09-2022	<p>Hilmi Zamrudiansyah</p> <p>Firdaus Malik S.ST</p> <p>I Gede Wiryawan S.Kom., M.Kom</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1. Berwirausaha itu tidak lari dari kata gagal. 2. Kegagalan dalam berwirausaha itu wajar, jadi kita sebagai wirausahawan harus menyiapkan mental untuk sebuah kegagalan dan juga kesuksesan. 3. Kebanyakan orang pintar itu sibuk belajar teori saja dan tdak segera memulai wirausaha. 4. Ketika kita mempunyai sebuah produk, kita harus mencintai produktersebut tetapi tidak berlebih sehingga

			ketika berganti zaman kita tidak terpaku kepada produk kita yang terdahulu.
08-09-2022	DoniAgustinus Waluyo S.E Nazarudin Latif S.Pd Ir. H. Slamet Sulistiyono S.P		<ol style="list-style-type: none"> 1. Tahap-Tahap Berbisnis : ide, Bootstrap,seed, Raja Lokal, Ekspansi kota lain, Terkenal nasional, luar negeri, banyak negara, multinasional. 2. membangun ide bisnis : kepo terhadap bisnis, peka terhadap lingkungan, menganalisa dan sentuhan langsung. 3. peluang bisnis : indonesia mempunyai kekayaan alam yang luas, sumber daya manusia, dll.
09-08-2022	Dhanang Eka Putra, S.P., M.Sc, Refa Firgiyanto, S.P., M.P.,		<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembekalan Praktek Wirausaha merdeka ubah mindset ubah perilaku, etika bekerja ,profesional dalam bekerja, disiplin waktu, proaktif saat bekerja, bisa diandalkan ,

			<p>memberikan kontribusi, dedikasi saat bekerja, akuntabilitas kerja sama tim, saling menghormati dan rendah hati. perilaku yang merusak etika kerja:berfikiran negatif, terlalu banyak 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 penampiln terakhir.</p> <p>3. mendengar yang baik tidak hanya mendengar tetapi konsentrasi dengan disertai usaha.</p>
10-09-2022	Outbond		<ol style="list-style-type: none"> 1. cara bersosial 2. kebersamaan 3. cara berinteraksi dengan orang lain 4. kreatif 5. imajinatif

--	--	--	--

Table 2 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 3

Magang Tematik Wirausaha Merdeka

3.1 Pelaksanaan Magang

Progres dan aktifitas penulis selama dua bulan program magang berlangsung, sepenuhnya dibawah pengawasan owner CV KAROMAH TANI Dimana kita dibimbing bagaimana kita menjadi seorang pengusaha muda , kegiatan ini berfokus pada bidang Pertanian. Beberapa kegiatan harian yang biasa dilakukan diantaranya ialah pembuatan Pupuk Organik dan di ajarkan untuk membuat NIB.berikut uraian kegiatan Magang Tematik kegiatan wirausaha merdeka CV KAROMAH TANI :

Minggu : Pertama		Bulan/Tahun : September/ 2022	
No	Hari/ Tanggal	Keterangan	Tempat
1.	Senin, 19 september 2022	1. Mengantarkan surat ke tempat magang	Sumber pinang, silo
2.	Selasa, 20 September 2022	1. Hadir absensi ke tempat magang	Sumber pinang, silo
3.	Rabu, 21 September 2022	1. Mengenal apa itu pupuk organik	Sumber pinang, silo
4.	Kamis, 22 September 2022	1. Libur tidak ada operasional dari tempat magang	Gluguh, Silo
5.	Jum`at, 23 September	1. Libur tidak ad operasional dari tempat magang	Desa Gluguh, Silo

	2022		
--	------	--	--

Minggu : Kedua		Bulan / Tahun : September 2022	
No	Hari / Tanggal	Keterangan	Tempat
1.	Senin, 26 September 2022	1. Mencari kohe (kotoran hewan), abu kayu bakar, probiotik.	Desa Sumber pinang, Silo
2.	Selasa, 27 September 2022	1. Melanjutkan Mencari kohe (kotoran hewan), abu kayu bakar, probiotik.	Desa Sumber pinang, Silo
3.	Rabu, 28 September 2022	1. Izin ada kepentingan keluarga dan pulang kerumah panti	Panti
4.	Kamis, 29 September 2022	1. Izin ada kepentingan keluarga dan pulang kerumah panti	Panti
5.	Jum'at, 30 September 2022	1. Praktik membuat pupuk organik menggunakan alat granul	Desa Sumber Pinang, silo

Minggu : Ketiga	Bulan / Tahun : Oktober 2022
-----------------	------------------------------

No	Hari / Tanggal	Keterangan	Tempat
1.	Senin, 03Oktober 2022	1. Melanjutkan praktek membuat pupuk organik menggunakan alat granul tani.	Desa Sumber Pinang, Silo
2.	Selasa, 04 Oktober 2022	1. Membuat video tentang pupuk organik	Desa Sumber Pinang, Silo
3.	Rabu, 05Oktober2022	1. Mempromosikan pupuk organik melalui (facebook, wa, instagram)	Desa sumber pinang, Silo
4.	Kamis, 06Oktober 2022	1. Mempromosikan pupuk organik melalui (facecook, wa, instagram)	Desa sumber pinang, Silo
5.	Jum`at, 07Oktober 2022	1. Ijin sakit	Desa gluguh, silo

Minggu : Keempat		Bulan / Tahun : Oktober 2022	
No	Hari / Tanggal	Keterangan	Tempat
1.	Senin, 10 Oktober 2022	1. Mengisi loogbok	Desa sumber pinang, Silo
2.	Selasa, 11 Oktober 2022	1. Pembuatan pamflet promosi	Desa sumber pinang, Silo
3.	Rabu, 12 Oktober 2022	1. Tidak ada kegiatan dikarenakan orang tua owner meninggal dunia	Desa gluguh, Silo
4.	Kamis, 13 Oktober 2022	1. Ke tempat magang untuk mengisi absensi	Desa Sumber Pinang, Silo
5.	Jumat, 14 Oktober 2022	1. Ke tempat magang untuk mengisi absensi	Desa Sumber Pinang, Silo

Minggu : Kelima		Bulan / Tahun : Oktober 2022	
No	Hari / Tanggal	Keterangan	Tempat
1.	Senin, 17 Oktober 2022	1. Ke tempat magang untuk mengisi absensi	Desa Sumber Pinang, Silo
2.	Selasa, 18 Oktober 2022	1. Ke tempat magang untuk mengisi absensi	Desa Sumber Pinang, Silo
3.	Rabu, 19 Oktober 2022	1. Ke tempat magang untuk mengisi absensi	Desa Sumber Pinang, Silo
4.	Kamis, 20 Oktober 2022	1. Ke tempat magang untuk mengisi absensi	Desa Sumber Pinang, Silo
5.	Jumat, 21 Oktober 2022	1. Ke tempat magang untuk mengisi absensi	Desa Sumber Pinang, Silo

Minggu : Keenam		Bulan / Tahun : September 2022	
No	Hari / Tanggal	Keterangan	Tempat
1.	Senin, 24 Oktober 2022	1. Membuat pupuk organik granul	Desa Sumber Pinang, Silo
2.	Selasa, 25 Oktober 2022	1. Penjualan pupuk ke petani sebanyak 100 kg	Desa gluguh, silo

3.	Rabu, 26 Oktober 2022	1. Membuat brosur promosi pupuk	Desa Sumber Pinang, Silo
4.	Kamis,27 Oktober 2022	1. Pembuata video promosi 2. Pembuatan brosur promosi	Desa Sumber Pinang, Silo
5.	Jumat,28 Oktober 2022	1. Mencari followers di ig,	Desa Sumber Pinang, Silo

Minggu : Ketujuh		Bulan / Tahun : Oktober- November2022	
No	Hari / Tanggal	Keterangan	Tempat
1.	Senin, 31 Oktober 2022	1. Mencari bunga untuk cocodama	Desa Sumber Pinang, Silo
2.	Selasa, 01 November 2022	1. Membeli cocoped, cocoviber, karung goni dan lain – lain untuk membuat cocodama	Kalisat
3.	Rabu, 02 November 2022	1.membuat video promosi 2.mencari tentor di sosial media	Desa Sumber Pinang, Silo
4.	Kamis, 03 November 2022	1. Penyebaran brosur ke petani,	Desa sumber pinang, desa gluguh, ptp sumber tengah Silo
5.	Jumat,04 November 2022	1. Penyebaran brosur ke petani	Kalisat, Sidomukti, Mayang, dan Garahan

Minggu : Kedelapan		Bulan / Tahun : November 2022	
No	Hari / Tanggal	Keterangan	Tempat
1.	Sabtu, 05 November 2022	1. Perpisahan dengan mitra magang	Sumber Pinang

Table 3 Kegiatan Magang DUDI Tematik

3.2 Analisis Usaha Magang Usaha

CV KAROMAH TANI merupakan tempat magang kewirausahaan yang menyediakan pembuatan pupuk organik

1. Petani
2. Penyebaran Brosur
3. Reseller dan promo antar komunitas kelompok Tani

3.3 Implementasi Usaha Magang

Marketing adalah serangkaian kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen, baik dengan cara melayani customer kemudian memberikan harga dan mempromosikannya kepada konsumen sehingga terjadilah transaksi.

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

CV Karomah Tani bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bidang pertanian khususnya pemupukan dan pembuatan bahan organik untuk kebutuhan tanaman dan juga untuk memenuhi kebutuhan unsur hara makro dan

mikro pada tanaman sehingga menghasilkan produksi dari tanaman yang di tanam.

BAB 4

INKUBASI BISNIS

Inkubasi bisnis sendiri diartikan sebagai pengembangan publik dan/atau swasta lewat kewirausahaan, ekonomi, dan proses sosial yang dirancang untuk memelihara bisnis dari ide hingga menjadi perusahaan rintisan startup. 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

Seluruh mahasiswa wmk melakukan kegiatan pendampingan sesuai dengan kelompok magang masing-masing. Inkubasi yang dilakukan oleh kelompok magang dari teman kelompok Pendamping lapangan melakukan pendampingan perdana di GOR Jember. Kegiatan inkubasi pertemuan pertama adalah melakukan sebuah pengenalan diri masing-masing kepada pendamping.



Gambar 1.1 Kegiatan Inkubasi Bisnis Hari Pertama

4.1.2 Kegiatan hari kedua

Pemberian materi tentang PITCH DECK. Pitch deck ini adalah sebuah presentasi singkat tetapi detail yang menjelaskan gambaran umum tentang rencana bisnis yang hendak kamu lakukan. Pitch deck ini ditujukan kepada calon investor, sehingga penyusunannya pun harus dibuat semenarik mungkin supaya mereka bersedia mendanai bisnismu. Pitch deck ini tidak hanya digunakan oleh mereka yang akan mengembangkan startups saja, tetapi juga UMKM hingga calon karyawan terhadap perusahaannya.



Gambar 1 2 Kegiatan Inkubasi Bisnis Hari Kedua

4.1.3 Kegiatan hari ketiga

Adalah mengimplementasikan tentang lanjutan materi hari kedua yaitu mempresentasikan hasil keunggulan dan kekurangan produk masing masing.



Gambar 1.3 kegiatan coaching klinik ketiga

4.1.4 BMC (BUSINESS MODEL CANVAS).

Business Model Canvas atau yang biasa disingkat BMC adalah sebuah strategi dalam manajemen yang berupa visual chart yang terdiri dari 9 elemen untuk membantu perencanaan bisnis sebelum dibentuk. Kegiatan hari keempat adalah HPP dan BEP. Harga Pokok Penjualan atau HPP adalah jumlah pengeluaran dan beban yang dikeluarkan secara langsung maupun tidak langsung untuk menghasilkan produk atau jasa. Sedangkan menurut prinsip akuntansi Indonesia,

harga pokok penjualan dapat dijelaskan sebagai jumlah pengeluaran dan beban yang diperkenankan, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menghasilkan barang atau jasa di dalam kondisi dan tempat di mana barang itu dapat dijual atau digunakan. Contohnya seperti, biaya produksi, impor, assembly, dll yang berhubungan dengan barang tersebut.

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 Anda dan pelanggan / klien Anda.

4.2 coaching clinic

Program inkubasi dalam incubator bisnis menyediakan layanan dukungan bisnis dan sumber daya yang disesuaikan untuk para mahasiswa yang ingin menjadi entrepreneur dalam rintisan ini. Selain inkubasi bisnis juga 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.

Pengarahan pola pikir millennial dari bisnis tradisional menjadi bisnis modern. Pengarahan pola pikir sangat dibutuhkan bagi mahasiswa dalam membangun start up bisnis masing - masing. Pengarahan 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 pengekploran SDA harus benar – benar diterapkan dengan sebaik mungkin dan membuat sebuah bisnis yang berbeda dari kompotitor bisnis lainnya. Hal ini bertujuan untuk membangun bisnis yang tidak bisa dilakukan oleh kompotitor bisnis lain supaya bisnis para mahasiswa generasi milenial dapat berjalan seterusnya.

BAB 5 BOOTCAMP

5.1 Bootcamp

Bootcamp adalah sebuah program pelatihan yang intensif yang dirancang khusus untuk para calon profesional sesuai dengan bidang program tersebut. Tujuan bootcamp adalah untuk menciptakan lulusan program yang siap kerja dan membuka peluang untuk dapat berkarier. Program ini sangat berperan dalam mengembangkan kemampuan dalam mencapai karier.

HARI/ TANGGAL	PEMATERI	MATERI
Senin, 21 November 2022	Eko Nuryahya	<p><i>SIMPLY BRANDING</i></p> <p>Pada materi pagi jam 08.00 pemateri menjelaskan tentang simply branding, diawali dengan menjelaskan tentang definisi <i>brand</i>, brand adalah suatu nama, tanda, istilah, desain, atau kombinasi dari semuanya, dengan tujuan untuk mengidentifikasi sebuah produk atau jasa dari seorang penjual untuk membedakannya dari produk atau jasa dari competitor lainnya. (menurut asosiasi pemasaran amerika). Pada simply branding terdapat 4 tahapan yaitu Membuat, Mengenalkan, Menguatkan, Manajemen.</p> <p>Pemateri hanya memfokuskan untuk satu tahapan saja, yaitu membuat sebuah brand. Langkah – langkah membuat sebuah brand sebagai berikut :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Sesuai dengan target pasar2. Unik (belum ada sebelumnya)3. Mudah diingat dan diucap4. Hindari singkatan Konsonan5. Hindari Angka

		<p>6. Terasosiasi oleh deferensiasi</p> <p>7. Kata kunci produk unggulan</p> <p>Sebuah produk memiliki makna tertentu, biasanya owner memaknai produknya dengan <i>slogan</i>.</p> <p>Identitas brand, sebuah brand harus memiliki identitas agar konsumen tertarik dengan produk tersebut, dan agar mudah di ingat oleh konsumen. Identitas brand mencakup pempathal, Tipografi , Logo/Simbol, Warna, dan bentuk/ desain dasar yang khas.</p>
	<p>Victor Wahanggara</p>	<p>DESIGN THINKING</p> <p>Pada materi pagi jam 10.00-11.00 pemateri menjelaskan tentang design thinking, diawali dengan menjelaskan tentang cultural generations, cultural generations adalah kebudayaan - kebudayaan lama dan asli yang terdapat sebagai puncak - puncak di daerah – daerah diseluruh Indonesia yang masih dilestarikan sampai saat ini oleh para generasi muda.</p> <p>Revolution industry adalah perubahan besar dan mendasar terdapat yang dilakukan manusia dalam manajemen sumber daya manusia, alam dan memproduksi barang yang berdampak pada tatanan social, prinsip ekonomi, dan budaya masyarakat.</p> <p>Design thinking adalah proses berulang dimana kita berusaha memahami pengguna, menantang asumsi, dan mendefinisikan kembali masalah dalam upaya mengidentifikasi strategi dan solusialternatif yang mungkin tidak langsung terlihat dengan tingkat awal pemahaman kita.</p> <p>Digital design adalah membuat seseorang untuk berfikir.</p> <p>Important elements terdapat 4 macam :</p> <p>People centered, highly creative, hands on, interative.</p> <p><i>Implementation design thinking</i></p> <p><i>Diferent models</i></p> <p><i>Standford model</i></p> <p><i>Note & understands</i></p>

		<i>Case study</i> <i>Pain point</i> <i>Problem statement</i> <i>Design challange</i> <i>Note & tips</i> <i>Generate idea</i> <i>Mash - up</i> <i>Invention</i> <i>Inovation</i> <i>Testing - feedback</i> <i>Improve – feedback</i>
--	--	---

<p>Selasa, 22 november 2022</p>	<p>Agus Hadi Prayitno</p>	<p><i>BUSINESS MODEL CANVAS</i></p> <p>Pada materi pagi pukul 08:00 pemateri menjelaskan mengenai definisi model canvas (BMC). Sebelum masuk kemateri pemateri memperkenalkan diri serta memberitahu apa visi misinya. Yaitu:</p> <p>Visi : memberikan dampak luar biasa dan perubahan yang lebih baik untuk negeri.</p> <p>Misi : mencetak sejuta wirausaha mahasiswa berakhlak mulia.</p> <p>Selanjutnya pemateri mulai menerangkan apa itu definisi business model canvas. Menurut Alexander Osterwalder yaitu logika dimana sebuah perusahaan mendapatkan hasil dari penghidupannya. Ada 9 bagian konsep visual yang merangkum 4 bagian besar dalam perusahaan pada umumnya pelanggan, penawaran, sarana, dan prasarana, keuangan. 9 bagian tersebut yaitu sebagai berikut :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Customer segments 2. Value propositions 3. Customer relationship 4. Revenue streams 5. Key resources 6. Key activities 7. Key partners 8. Cost structures 9. Chanells <p><i>Business model canvas</i> yaitu suatu metode yang dapat digunakan untuk diskusi, melakukan perbaikan dan inovasi dari usaha yang akan atau sedang dijalankan.</p>
---	-------------------------------	---

<p>Agus Prayitno</p>	<p>Hadi</p>	<p>PEMAHAMAN KARAKTER</p> <p>Pengertian dari karakter adalah tabiat; sifat-sifat kejiwaan, akhlak atau budi pekerti yang membedakan seseorang dengan yang lain; watak.</p> <p>Adapun model untuk mengenal karakter seseorang yaitu:</p> <p>VAC MODEL</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Visual (60%) <ul style="list-style-type: none"> • Posisi kepala dan dahi agak menunduk • Jarang mengadakan kontak mata • Sering jeda ketika berbicara • Kata-kata yang sering digunakan yaitu merasa, pegang, sentuh, sedih, dsb. 2. Auditori(30%) <ul style="list-style-type: none"> • Posisi kepala menoleh kearah yang berbicara • Cara berpikir kronologi • Nada suara berirama • Kata-kata yang sering digunakan yaitu: dengar, bunyi, syara, nada, dsb 3. Kinestetik(10%) <ul style="list-style-type: none"> • Posisi kepala dan dahi agak menunduk • Jarang mengadakan kontak mata • Sering jeda ketika berbicara • Kata-kata yang sering digunakan yaitu: merasa, pegang, sentuh, sedih, dsb <p>DISC MODEL</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dominan <ul style="list-style-type: none"> • Berani konflik • Suka mimpin/ sok ngatur • To the point • “do my way” 2. Intim
--------------------------	-------------	---

		<ul style="list-style-type: none"> • Gampang percaya • Optimis / anti negative • Popular / teman dimana-mana • “do the fun way” <p>3. Stabil</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menghindari konflik • Penjaga perdamaian • Kalo marah dipendam • “do the easy way” <p>4. Cermat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suka curigaan • Kalo beli barang lama • Teliti, rapi, jaim • “do the right way”
Rabu, 23 november 2022	Slamet Sucahyo	<p><i>THINK LIKE CEO</i></p> <p>menurut data riset 200 perusahaan internasional (startupcommon 2020) seorang ceo memiliki critical issue yang berupa modal (7%), ide bisnis (14%), modal bisnis (20%), tim dan eksekusi (28%), dan momentum (31%)</p> <p><i>Fundamental skill ceo, ada 3:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 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 kepiawaian dalam manajemen <p><i>Efective leader:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Quality : Leadership is about intention and attention 2. Capacity : Capacity to react and create 3. Competency : how to influence people in your area

		<p>Pondasi bisnis yaitu perlu ditanamkan dan ditetapkan dalam setiap konsep bisnis, fokus pada niat yang benar dan manfaat yang besar.</p> <p>Inovasi adalah hal baru atau yang diperbaharui, sebuah proses, model bisnis, produk dan lainnya yang terbukti valid (nilai-nilai/manfaat) baru yang dibandingkan dengan solusi yang sudah / pernah ada.</p> <p>Entrepreneur is an individual, but startup is an entrepreneurial team.</p>
--	--	---

	<p>Eko Nuryahya</p>	<p>COMMUNICATION SKILL</p> <p>Komunikasi Adalah kemampuan seseorang untuk menyampaikan pesan kepada individu maupun sebuah komunitas. Komunikasi yang efektif dapat membangun pola pikir yang positif sebagai komunikator. Komunikator yang baik tidak harus cantik maupun tampan tetapi wajib menarik, maksudnya bisa menarik pendengar dengan apa yang dia sampaikan.</p> <p>Terdapat 3 <i>elemen</i> dalam komunikasi yaitu :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kata – kata (konten atau pembicara) 2. Intonasi (naik turunnya nada suara , cepat lambatnya tempo bicara, power suara, warna suara) 3. Fisiologi (gestur/bahasa tubuh dan ekspresi wajah) <p>Pacing sebuah usaha untuk membangun kesamaan. Cara untuk membangun kesamaan ada 3 yaitu :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Samakan fisiologi (menyamakan gerak tubuh dan ekspresi wajah) 2. Samakan intonasi (kecepatan berbicara, nada bicara, power dan warna suara) 3. Samakan kata – kata (sesuaikan bahasanya, tingkat pendidikannya, dan serta latar belakangnya) <p>Setelah berhasil membangun kesamaan, sampaikan pesan keinginan, biasanya disebut Leading(mengarahkan pembicaraan)</p> <p>Tipe orang berdasarkan sistem panca indra :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visual, seseorang dengan tipe visual biasanya berbicara dengan tempo yang cepat. • Auditory, seseorang dengan tipe auditory biasanya berbicara dengan tempo yang ritmis/berirama seseorang yang memiliki tipe ini biasanya memiliki sifat yang keras dan nyaring. • Kinestetik, seseorang dengan tipe ini biasanya memiliki sifat yang kasar, bahagia, namun juga lembut, berbicara dengan suara yang berat dan dalam.
--	---------------------	---

<p>Kamis, 24 November 2022</p>	<p>Slamet Sucahyo</p>	<p><i>BISNIS AND RISK</i></p> <p>Resiko bisnis adalah kerentanan perusahaan terhadap faktor – faktor yang dapat menyebabkan perusahaan gagal. Ada 5 macam resiko dalam bisnis :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Resiko Reputasi, berdampak pada buruknya nama baik sebuah bisnis. Contohnya pelanggaran data, black campaign. • Resiko Operasional, berdampak dari aktivitas bisnis sehari – hari. Contohnya salah input data, terhentinya produksi. • Resiko Finansial, menyebabkan kerugian secara finansial (biaya extra). Contohnya gagal bayar, piutang macet, dan tunggakan pajak. • Resiko Kepatuhan, Resiko terkait pelanggaran terhadap aturan. Contohnya tidak taat pajak, dan pelanggaran legalitas. • Resiko strategi, dampaknya terkait dengan kesalahan dalam menetapkan strategi bisnis. Contohnya salah harga, salah rekrut, salah dipemasarannya. <p>Ada beberapa cara untuk mengelola resiko, sebagai berikut :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buat daftar resiko yang ada dalam bisnis • Kelompokkan resiko sesuai kategori • Urutkan resiko sesuai dengan dampak yang ditimbulkan terhadap bisnis • Tetapkan skala prioritas penanganan
	<p>Eko Nuryahya</p>	<p><i>MARKETING DAN DISTRIBUSI</i></p> <p>Marketing merupakan proses atau jasa sebuah perusahaan agar dapat menjangkau calon konsumennya. Tugas marketing yaitu termasuk pembuatan strategi hingga bagaimana kata atau harapan konsumen setelah menggunakan produk atau jasa. Adapun ilmu pada marketing sbagai berikut :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selling : Mendorong produk keluar dari outlet

		<ul style="list-style-type: none"> • Promotion : Menarik pembeli untuk datang keoutlet untuk membeli produk • Positioning : Usaha perusahaan untuk meningkatkan citra atau image terkait produk yang ditawarkan kepada konsumen • Branding : Konsumen loyal dengan produk anda <p>Hal penting dari marketing yaitu kriteria dan hierarki.</p> <p>Distribusi, adalah penyaluran hasil produksi yang dilakukan oleh perusahaan. Distribusi sama dengan promosi. Adapun kunci dari distribusi yaitu waktu dan biaya, waktu pengiriman yang cepat dan biaya yang hemat.</p>
Jumat, 25 November 2022	Victor Wahanggara	<p><i>SOCIAL MEDIA OPTIMASI</i></p> <p>Media sosial dapat dipahami sebagai platform digital yang menawarkan setiap penggunanya kesempatan untuk terlibat dalam kegiatan sosial. Beberapa kegiatan yang dapat dilakukan di media sosial antara lain berkomunikasi atau berinteraksi untuk memberikan informasi atau konten berupa tulisan, foto dan video. Dalam pertemuan ini pemateri lebih memfokuskan pada instagram. Didalam penggunaan instagram terdapat tujuan optimasi yang dapat membuat bisnis menjadi efektif yaitu</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. meningkatkan visibilitas dan reach konten 2. menilai ROI keseluruhan 3. mengembangkan proses bisnis yang akurat 4. analisis audience 5. analisa kompotitor 6. membangun strategi analisis bisnis 7. eksekusi strategi 8. analisis hasil dan melakukan penyesuaian
	Fathur Huda	<p><i>MENAKLUKAN MARKETPLACE</i></p> <p>Marketplace adalah sebuah platform berupa aplikasi atau website sebagai tempat terjadinya jual beli secara mudah dan cepat secara online.</p>

		<p>Ada 10 cara menaklukan marketplace yaitu sebagai berikut :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pilih marketplace ternama dan yang memiliki trafik pengunjung tinggi 2. Buat akun toko online di beberapa marketplace 3. Jual dengan harga promo/diskon/bundling 4. Jual produk berkualitas 5. Kenali kebutuhan konsumen/yang paling banyak dicari konsumen 6. Beri pelayanan/servis yang paling baik dan ramah kepada konsumen 7. Menambahkan foto atau video produk yang real 8. Berikan fasilitas yang memadai/bagus 9. Perbanyak produk yang dijual 10. Lakukan pembukuan/pencatatan dengan baik
--	--	--

Table 4 Pematerian BOOTCAMP

BAB 6

USAHA RINTISAN

6.1 PROFIL BRAND



FERGRATA (Fertilizer Granule Tani) Fertilizer (pupuk), Granule (Butiran).Tani (Petani). Fertilizer di ambil dalam bahasa inggris yang berarti pupuk .Pupuk adalah material yang ditambahkan pada media tanam atau tanaman untuk mencukupi kebutuhan hara yang diperlukan tanaman sehingga mampu berproduksi dengan baik.Material pupuk dapat berupa bahan organik ataupun non-organik (mineral). Bahan pupuk yang paling awal digunakan adalah kotoran hewan, sisa pelapukan tanaman, dan arang kayu.

Granule merupakan bahasa inggris yang artinya butiran., dalam bahasa Indonesia ialah biji atau butir. Ehingga Granul dalah sebuah butiran ,organik, padat, dan unggul yang berkualitas serta yang paling umum digunakan. Kemudian bentuk padat, berupa partikel serbuk dengan diameter 2-4 mikrometer dengan atau tanpa vehikulum.Dini mengandung unsur hara utama nitrogen, fosfor, dan kalium.

Tani artinya mata pencaharian dalam bentuk bercocok tanam, mengusahakan tanah dengan tanam menanam.Yang mana tanam menanam disini ialah kegiatan mengolah dengan cara menanam bibit dari biji bijian, btang

dari tumbuhan ,umbi umbian ataupun dari cangkupan sampai menghasilkan bunga atau buah untuk dipanen dikemuadiannya.

Sedangkan petani merupakan kata yang berasal dari kata tani, yang mana ialah seseorang yang bergerak di bidang pertanian, utamanya dalam melakukam kegiatan pengelolaan tanah dengan memelihara tanaman dengan harapan untuk memperoleh hasil tanaman tersebut.

FERGRATA(Fertilizer Granul Tani) sendiri merupakan Brand yang di anggotai oleh 3 mahasiswa dan mahasiswi dari fakultas Pertanian antara lain ; Muhammad Hanif dari Unicversitas Darussalam Gontor, Nada Fitriatul hasanah dari kampus Universitas islam Jember dan Puput lailatul hidayah dari kampus Universitas Islam Jember yang berinovasi membuat Produk – produk Pertanian yang dapat meranfaat dan baik untuk alam, manusia, dan lingkungan. Produk kami yang akan kami siapkan untuk Produk dalam Wirausaha Merdeka anatara lain ; NPK Organik, Cocodama, Pil Tablet dan lain sebagainya.

KOMPONEN PITCH DECK NPK ORGANIK

A. Cerita singkat perusahaan

Awalnya termotivasi dengan mengubah suatu yang tidak berguna menjadi suatu yang berguna dengan seperti Kotoran hewan untuk di jadikan NPK Organik dengan tujuan memenuhi unsur hara yang ada pada tanaman, dan kendala yang dihadapi masyarakat dengan kelangkaan pupuk Kimia dan anjuran dengan beralih dari pupuk kimia ke pupuk Organik Oleh dari itu kami membuat sutau brand dengan nama FERGRATA (Fertilizer Granul Tani) FERGRATA(Fertilizer Granul Tani) sendiri merupakan Brand yang di anggotai oleh 3 mahasiswa dan mahasiswi dari fakultas Pertanian antara lain ; Muhammad Hanif dari Universitas Darussalam Gontor, Nada Fitriatul hasanah dari kampus Universitas islam Jember

dan Puput lailatul hidayah dari kampus Universitas Islam Jember yang berinovasi membuat Produk – produk Pertanian yang dapat meranfaat dan baik untuk alam, manusia, dan lingkungan. Produk kami yang akan kami siapkan untuk Produk dalam Wirausaha Merdeka antara lain ; NPK Organik, Cocodama dan lain sebagainya.

FERGRATA

- a) FERGRATA memiliki 3 unggulan yang kami buat di antaranya:
- NPK Organik
 - Cocodama
 - Pil Tablet

b) Deskripsi

Pupuk organik ini merupakan olah limbah Kotoran hewan yang di olah dengan berbagai bahan organik untk menjadi suatu kemasana NPK organik yang berfungsi untuk substitusi dari pupuk kimia yang mahal.

B. Uniquesellingpoint

Produk yang kami buat memiliki kandungan Pupuk yang 100 % Organik tanpa kandungan kimia di dalamnya yang tentu memiliki citra yang baik dan ramah untuk lingkungan Fotoproduk

C. Visi dan misiVisi

Mengembangkan Pupuk organik yang memiliki kandungaun hara yang baik untuk tanman dan ramah untuk lingkungan dengan tujuan menghasilkan produksi tanaman yang bagus dan baik

MISI

1. Menciptakan Olahan pupuk baru yang bermanfaat dan baik untuk tanaman
2. Menjagakeorganikan pada pupuk Organik

3. Mempromosikan di media sosial agar bisa dijangkau banyak orang

D. Market analysis

Analisis ini dilihat dari beberapa faktor diantaranya:

1. Ancaman

Tingginya daya saing antara usaha disekitar lokasi yang harganya lebih murah dari usaha lain.

2. Peluang

Arahan untuk beralih dari Pupuk kimia ke Organik pada lahan Pertanian

3. Kelemahan

Bahan Dasar kotoran hewan yg harus di fermentasi sebelum diolah sebagai pupuk organik

4. Kekuatan

NPK Organik merupakan salah satu pupuk Granul dengan kandungan Organik dan tanpa kimia di dalamnya sehingga ramah lingkungan

E. Segment target market

Segmentasi pasar Para Petani, Pengagum tanaman dan juga para Pemilik kebun dan Toko bunga.

F. Brand activity

Strategi yang kami lakukan yaitu dengan mempromosikan produk dengan cara komunikasi interpersonal dari mulut ke mulut dan menyebarkan brosur beserta poster. kemudian kami juga memberikan diskon 25% dan membership bagi konsumen yang membeli produk 3 kali pembelian langsung, guna dengan membership itu menciptakan loyalitas antara usaha dengan para pelanggan.

G. Analisis competitor & Positioning

Analisis competitor kita yakni dengan menganalisa dan mengetahui keadaan di

lapangan seperti kelemahan dan kekurangan maka dari itu kita melakukan perkembangan baik dari citra rasa dan personal-personal seperti dari simply branding kita, agar dapat bersaing dengan produk-produk yang sama. Positioning produk ini sangat cocok bagi kalangan petani milenial dan ibu-ibu rumah tangga.

H. Produkprofile

Jenis usaha ini bergerak dibidang Pertanian kekinian yakni FERGRATA 9 Fertilizer Gtanul Tani) dengan beberapa olahan Granul dan inovasi dari pupuk tersebut, Adapun anggota didalamnya antara lain ialah Muhammad Hanif dari Unicversitas Darussalam Gontor, Nada Fitriatul hasanah dari kampus Universitas islam Jember dan Puput lailatul hidayah dari kampus Universitas Islam Jember yang berinovasi membuat Produk – produk Pertanian yang dapat meranfaat dan baik untuk alam, manusia, dan lingkungan. Produk kami yang akan kami siapkan untuk Produk dalam Wirausaha Merdeka antara lain ; NPK Organik, Cocodama dan lain sebagainya.

Q. DistributionChannel

1. SupplierKotoran Hewan
2. SupplierAbu kayu bakar
3. Toko bangunan
4. Toko Plastik Packaging
5. Fotocopy dan Print

R. Roadmap/timelineactivity

1. Yakni dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas karna pemilihan bahan baku adalah yang utama karna berdampak pada kualitas produk pupuk yang akan dihasilkan.
2. Inovasi dan variasi: harus berani berinovasi dengan menyajikan olahan olahan Pertanian dan pengembangna dari Pupuk Organik . melihat apa yang menjadi

keunggulan pada produk Pertanian.

3. Kemasan harus menarik : pupuk yang dikemas secara rapi dan baik tentunya akan lebih dipilih ketimbang pupuk yang hanya dikemas seadanya. Bukan Cuma itu saja, kemasan juga akan mempengaruhi nilai *branding* produk di masyarakat.
4. Lokasi strategis : Lokasi yang strategis bisa menjadi nilai tambah agar usaha yang dijalankan disukai pembeli. Hal yang perlu diperhatikan sebelum menentukan lokasi adalah sesuaikan dengan target pasar. Semisal membuka bisnis Pupuk Organik dengan meletakkan lokasi yang dapat dijangkau dengan para Petani dan juga toko bunga dll
5. Sesuaikan dengan modal: Ketersediaan modal adalah menjadi hambatan terbesar. Maka dari itu bisa menyesuaikan target pasar yang dituju dengan modal yang kita miliki. Lalu untuk menekan biaya produksi, harus bisa mencari supplier yang menawarkan dengan harga terjangkau.

6.2 Hasil yang ingin dicapai

1. HPP :

Bahan	Harga	Digunakan	Total Harga/ Kg
Kertas sticker	Rp. 100.000	20 lembar	Rp. 2.500
Plastik packaging	Rp. 90.000	100 pcs	Rp.900
Kohe	Rp. 30.000	25 Kg	Rp. 1.200
Abu kayu bakar	Rp. 25.000	25 Kg	Rp.1.000
Kalsium	Rp. 30.000	100 kg	Rp. 300
Probiotik	Rp. 100.000	1 kg	Rp. 500
Pewarna makanan	Rp. 12.000	1 pcs	Rp. 600

Biaya Operasional			
Gaji 10 %	Rp. 700	1 pcs/ Kg	Rp. 700
Penyusutan barang	Rp. 700	1 pcs/ Kg	Rp. 700
Operasional	Rp. 600	1 pcs/ Kg	Rp. 600
Total			Rp. 9.000

Table 6 Perhitungan HPP

Keterangan :

- 1 kali produksi NPK Organik sebanyak 1 Kg, maka hppnya ialah Rp. 9.000

- Laba bersih Rp.15.000/ Kg ; Rp. 9.000/ Kg adalah 1,6%

Matrik BMC

Bisnis Model Kanvas UMKM ‘ _____NPK Organik

<i>Key Partners:</i>	<i>Key Activities:</i>	<i>Value Propositions:</i>	<i>Customer Relationships:</i>	<i>Customer Segments:</i>
8	7	2	4	1
a. Suplayer	a. Menyiapkan Bahan Baku	Nilai unggulan produk	Keunggulan pelayanan	Siapa Pelanggan
b. Mitra	b. Tahap Produksi Dan Seleksi	a. Praktis	a. Cepat	a. Penjual Pupuk
c. Jasa Ekspidisi	c. Tahap Pengemasan	b. Unik	b. Delever Order	Atau Toko Pertanian
	d. Melakukan Promosi Dan Pemasaran	c. 100% Organik	c. Diskon	Pertanian
		d. Terjangkau	d. Tepat Waktu	b. Petani
				c. Pecinta Bunga
				d. Perumahan
				e. Toko Bunga

	<i>Key Resources:6</i> <i>a. Sdm</i> <i>b. Bahan Baku</i> <i>c. Peralatan Produksi</i>		<i>Channels:3</i> <i>a. Toko</i> <i>b. Medsos</i> <i>c. Market place</i> <i>d. Platform market place</i> <i>e. Pre order</i>	
<i>Cost Structure :9 (pengeluaran)</i> <i>a. HPP : -</i> <i>b. Operasional : -</i>		<i>Revenue Streams :5 Omset / uang masuk</i> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Kohe terfermentasi</i> - <i>Abu Kayu bakar</i> - <i>Probiotik</i> - <i>Listrik</i> 		

Jember, 26 Novembet 2022

Matrik BMC

Bisnis Model Kanvas UMKM ‘ _____Cocodama sebagai Tanaman Hias

<i>Key Partners:8</i> <i>a. Suplayer Bahan Baku</i> <i>b. Mitra Produksi</i>	<i>Key Activities:7</i> <i>a. Menyiapkan Bahan Baku</i> <i>b. Tahap</i>	<i>Value Propositions:</i> <i>2</i> <i>Nilai unggulan</i>	<i>Customer Relations:4</i> <i>Keunggulan pelayanan</i>	<i>Customer Segments:1</i> <i>Siapa Pelanggan</i> <i>a. Perumahan</i> <i>b. Toko Bunga</i>
--	---	---	--	---

<i>c. Jasa Ekspidisi</i>	<i>Produksi</i> <i>c. Tahap Pengemasan</i> <i>d. Melakukan Promosi Dan Pemasaran</i>	produk a. Praktis b. Unik c. Terjangkau d. Potongan harga	a. Delever Order b. Diskon c. Tepat Waktu	c. Caffe
	<i>Key Resources:6</i> a. Sdm b. Bahan Baku c. Peralatan Produksi		<i>Channels:3</i> a. Toko b. Medsos c. Market place d. Platform market place e. Pre order	
<i>Cost Structure :9 (pengeluaran)</i> c. HPP : - d. Operasional : -			<i>Revenue Streams :5 Omset / uang masuk</i> - Kohe yang terfermentasi - Abu Kayu bakar - Probiotik - Listrik	

Jember, 26 Novembet 2022

Tabel 7 Bussiness Model Canva



<p>NPK Organik Deskripsi</p> <p>NPK organik adalah pupuk yang dibuat dari bahan organik melalui proses NPK. Pupuk NPK adalah pupuk buatan yang berisikan unsur-unsur hara yang mengandung unsur-unsur utama Nitrogen, Fosfor dan Kalium. Pupuk NPK merupakan salah satu jenis pupuk inorganik yang paling umum digunakan.</p>	<p>Manfaat NPK Organik</p> <p>Pupuk NPK merupakan salah satu jenis pupuk inorganik yang paling umum digunakan. Ketiga unsur dalam pupuk NPK membantu pertumbuhan tanaman dengan meningkatkan kadar Nitrogen untuk membantu pertumbuhan vegetatif tanaman dan P (Phosphor) membantu pertumbuhan akar dan tunas, K (Kalium) membantu penguatan dan pertumbuhan.</p> <p>Target Pasar</p> <p>Petani, Pedagang tanaman, kelompok tani, dan pengusaha tani</p>	<p>Kelebihan NPK Organik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Urea N untuk pertumbuhan vegetatif tanaman • Urea P untuk pertumbuhan akar • Urea K untuk penguatan • Dapat dimanfaatkan dalam pemeliharaan tanaman • Produk baru yang unik <p>Nama - nama Kelompok</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muhammad Harif • Nelly Permatasari • Puspita Sabarita <p>0822 3028 0110 - 0819101400004120@gmail.com</p>
<p>Spesifikasi</p> <p>Kandungan: Fosfor 1 kg, Serasit kelapa, Abu kayu bakar, Air, Bakteri Probiotik, dan pewarna makanan</p>		

<p>Cocodama Deskripsi</p> <p>Cocodama adalah dari bahan organik yang berisikan unsur-unsur hara dan DAPIC dari bahan organik berjenis baik yang membantu pertumbuhan tanaman yang lambat dan lambat lainnya yang di dalam kultur sayur seperti tomat, kacang, dan jagung untuk di pasang sebagai pupuk yang unik dan menarik</p>	<p>Manfaat Cocodama</p> <p>Cocodama mengandung unsur-unsur hara yang unik dan menarik dengan proses dalam pupuk organik yang sudah di dalam pada media di dalam cocodama yang di beri nama Cocodama untuk di letakkan di tempat - tempat yang banyak di gunakan sebagai pupuk.</p> <p>Target Pasar</p> <p>Masyarakat, Pengusaha cafe, Penggemar tanaman, dan hobi-hobi untuk di jadikan hobi yang unik</p>	<p>Kelebihan Cocodama</p> <ul style="list-style-type: none"> • Media tanah yang bagus • Urea baru yang unik • Urea baru yang unik • Dapat di jadikan hobi yang unik • Produk baru yang unik <p>Nama - nama Kelompok</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muhammad Harif • Nelly Permatasari • Puspita Sabarita <p>0822 3028 0110 - 0819101400004120@gmail.com</p>
<p>Spesifikasi</p> <p>Kandungan: Tanah, NPK Organik, Pupuk, Air, Kalsium, Pewarna makanan, Karung goni, dan serasit kelapa</p>		

Design Packaging dan Flyer NPK Organik

BAB 7

Kesimpulan Dan Saran

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 kuliner 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 NPK Organik menjadi produk unggulan dan menjadi produk yang variatif.

Kotoran hewan biasa menjadi suatu bahan yang tidak digunakan dan dibuang sia sia oleh para peternak, oleh dari itu tujuan saya ialah untuk mengubah dari bahan yang ngga baik menjadi bahan yang baik dan berguna untuk tanaman.

Kotoran hewan sendiri tidak dapat langsung digunakan langsung saat masih baru di karenakan masih terdapat banyak gas yang malah dapat membuat tanaman mati diakrekan panas dari gas tersebut, oleh dari itu harus dilakukan fermentasi pada kotoran hewan yang akan digunakan sebagai bahan NPK Organik. Untuk target pemasarannya ialah untuk para Petani, Ibu – ibu rumah tangga dan juga pengagum tanaman

SARAN

Setelah mengikuti kegiatan program wirausaha merdeka selama satu semester di politeknik negeri jember banyak mendapat wawasan dan ilmu pengetahuan serta dapat terjun langsung menjadi seorang entrepreneur dengan mendapatkan mentoring langsung dari para pencetus usaha bisnis di jember. pada kesempatan ini penulis memberikan sedikit saran kepada pihak kampus dengan harapan semuanya menjadi lebih baik di masa yang akan datang, juga demi kemajuan PT (Perguruan Tinggi Negeri).

Kendala lainnya dalam pelaksanaan wirausaha merdeka tidak seimbang 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 sistematis dan terarah supaya nantinya tidak akan ada lagi kendala-kendala yang dapat mengakibatkan miss komunikasi antara pihak pengada acara dan juga peserta.

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.

<https://www.luarsekolah.com/article/business-model-canvas-bmc-pengertian-fungsi-dan-contoh>

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

WIJAYA,IDHA,N.(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.