



KEMENTERIAN KOPERASI DAN UKM
REPUBLIK INDONESIA



LAPORAN AKHIR

PENINGKATAN KAPASITAS UKM TENANT INKUBATOR BISNIS
MELALUI PENDAMPINGAN INKUBATOR BISNIS PSW/G
LPPM UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

INKUBATOR BISNIS PSW/G LPPM-UNY



INKUBATOR BISNIS PSWG LPPM UNY
Bekerjasama dengan
KEMENTERIAN KOPERASI DAN UKM
REPUBLIK INDONESIA

2013

LAPORAN AKHIR INKUBATOR BISNIS PSW/G LPPM UNY



LAPORAN AKHIR

**PROGRAM PENGEMBANGAN INKUBATOR BISNIS
TAHUN 2013**

INKUBATOR BISNIS PSW/G LPPM-UNY



**PUSAT PENELITIAN WANITA DAN GENDER
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

**Alamat : Gedung LPPM UNY – Karangmalang Yogyakarta, 5528
Tlp. 0274 550839; Fax . 0274 518617**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, kami dapat menyelesaikan Laporan Program Pengembangan Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi Tahun 2013 yang dilaksanakan oleh Inkubator Bisnis Pusat Penelitian Wanita dan Gender (PSW/G) Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Negeri Yogyakarta.

Program Pengembangan Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi merupakan program peningkatan kualitas dan peran serta layanan lembaga inkubator bisnis dalam melakukan pendampingan kepada UKM Tenant, menstimulasi dan menggalang partisipasi berbagai pihak dalam pengembangan wirausaha melalui inkubator bisnis yang dicirikan oleh meningkatnya produk baru, produktivitas, volume usaha, nilai tambah, dan penyerapan tenaga kerja.

Kami mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah bekerjasama dan membantu dalam Program Pengembangan Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi tersebut, terutama kepada Kementerian Koperasi dan UKM RI, Disperindagkop dan UKM Daerah Istimewa Yogyakarta, dan Jajaran Pimpinan UNY, semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua *stakeholder* terkait.

Yogyakarta, Desember 2013

Tim Penyusun

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB I	PENDAHULUAN..... 1
	A. Latar Belakang..... 1
	B. Tujuan dan Sasaran 3
	C. Ruang Lingkup Kegiatan 3
	D. Organisasi/Tim Pengembangan Inkubator Bisnis 4
	E. Permasalahan Dalam Penyelenggaraan Program/Kegiatan 5
	F. Jumlah Anggaran..... 6
BAB II	SUMBERDAYA INKUBATOR BISNIS PSW/G LPPM-UNY..... 7
	A. Legalitas Inkubator Bisnis..... 7
	B. Perencanaan Inkubator Bisnis (Jangka Pendek dan Menengah) 7
	C. Sumberdaya Manusia, Sarana dan Prasarana Perkatoran, Sarana Produksi yang Dimiliki Inkubator Bisnis PSW/G LPPM-UNY..... 8
	D. Bidang Keahlian, Profesionalisme, Pengalaman, dan Kompetensi Pendamping..... 10
	E. Fokus Kelompok Bidang Usaha UKM Tenant 11
	F. Jejaring dengan Stakeholders yang Dibangun Inkubator Bisnis PSW/G LPPM-UNY 11
	1. Pengembangan Jejaring Nasional 11
	2. Pengembangan Jejaring Internasional..... 12
	G. Website Inkubator Bisnis, dan e-portal untuk UKM Tenant 12
	H. Sumber dan Pembiayaan yang tersedia bagi Inkubator Bisnis..... 12
	I. Proposal Business Unggulan Peserta Program yang dipersiapkan untuk pengajuan pembiayaan kepada lembaga keuangan 13
BAB III	KEGIATAN YANG DILAKUKAN 14
	A. Mekanisme Seleksi dan yang menjadi dasar penetapan UKM Tenant 14
	B. UKM Pendaftar yang Mengikuti Seleksi, UKM Lulus Seleksi, in wall, out wall 14
	C. Bimtek, Waktu pelaksanaan, Materi Bintek dan Nara Sumber 17
	D. Best Practise Inkubator Bisnis..... 23

	E.	Temu bisnis dan kemitraan, studi banding, kunjungan konsultan pendamping, magang, lomba/teks, expo/pameran, mempromosikan UKM tenant melalui Outlet Pemasaran Bersama, Gelar Produk.....	23
	F.	Monitoring dan evaluasi	24
BAB IV		KINERJA UKM TENANT.....	25
	A.	Metode Pengukuran peningkatan daya saing, nilai tambah, produktivitas usaha dan kualitas kerja UKM tenant.....	25
	B.	Performance 45 UKM tenant.....	25
	C.	UKM Tenant in wall	2
	D.	UKM Tenant out wall	2
BAB V		PENDAMPINGAN DAN KEBERHASILAN PROGRAM.....	5
	A.	Layanan Pendampingan yang Dilakukan terhadap UKM Tenant.....	5
	B.	UKM yang Melakukan Mitra Bisnis	5
	C.	Pendampingan yang Dilakukan kepada UKM Tenant In Wall dan Out Wall Dan Rasio Pendampingan.....	6
	D.	Strategi dan Realisasi Kelulusan Inkubasi UKM Tenant.....	13
	E.	Metode Inkubasi pendampingan UKM tenant yang Ideal	14
BAB VI		DUKUNGAN DAN SINERGI DENGAN PIHAK TERKAIT	16
	A.	Dukungan Pemerintah Daerah kepada Inkubator Bisnis PSW/G LPPM UNY 16	
	B.	Dukungan Pimpinan Perguruan Tinggi terhadap Pengembangan Inkubator Bisnis.....	16
	C.	Hubungan Kerja dengan Lembaga Keuangan serta Pemasaran di Daerah Masing-Masing.....	16
	D.	Hubungan Kerja Jejaring yang Dibangun dengan <i>Stakeholders</i> Inkubator Internasional.....	17
	E.	Lembaga Lainnya Dalam Rangka Penguatan Akses Pasar, Teknologi, Sarana, Organisasi Manajemen Dan Sumberdaya Produktif Lainnya	17
BAB VII		PENUTUP	19
	A.	Kesimpulan	19
	B.	Saran dan Rekomendasi.....	20
LAMPIRAN		22

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengembangan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (KUMKM) merupakan strategi untuk menumbuhkembangkan kegiatan ekonomi produktif dalam rangka meningkatkan produktivitas, volume usaha, nilai tambah dan penyerapan tenaga kerja yang menjadi indikator penting dalam pemulihan perekonomian nasional.

Persaingan usaha yang makin ketat menuntut kemampuan bersaing yang tinggi oleh para pelaku ekonomi atau wirausaha yang sebagian besar lebih dari 99% merupakan Pengusaha Mikro, Kecil dan Menengah. Karena itu, perlu dilakukan berbagai upaya untuk menumbuhkembangkan wirausaha di kalangan alumni perguruan tinggi yang andal sebagai lokomotif peningkatan daya saing, khususnya melalui Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi (IBPT).

Di Indonesia perkembangan minat sarjana baru perguruan tinggi dan generasi muda untuk berusaha atau menjadi wirausahawan pada dekade akhir-akhir ini kelihatan semakin meningkat. Hal ini didorong oleh adanya sejumlah faktor, antara lain semakin terbatasnya lapangan kerja, terbukanya kesempatan berwirausaha dan mudahnya memperoleh pengetahuan mengenai kewirausahaan.

Dalam banyak hal keinginan kuat untuk berwirausaha sendiri masih kurang didukung oleh kemampuan manajemen yang dimiliki para calon wirausahawan baru. Pengetahuan kewirausahaan yang diperoleh selama belajar di perguruan tinggi ternyata masih memerlukan banyak adaptasi atau penyesuaian ketika dihadapkan pada dunia usaha secara nyata.

Kemampuan dalam mengenali dan menyesuaikan produk dengan selera pasar atau membuat positioning produk, ternyata berbeda dengan pengetahuan yang diperoleh dalam bangku kuliah. Ditambah lagi dengan masih kurangnya kemampuan dalam mengakses sumber bahan baku, permodalan dan sebagainya. Ini membuat persentase kegagalan para wirausahawan baru tersebut menjadi sangat tinggi yaitu sekitar 90% (Kemenkop&UKM, 2012).

Dalam rangka menyelesaikan permasalahan yang pada umumnya dihadapi oleh para wirausahawan baru tersebut, maka pendampingan sangat diperlukan. Pendampingan pada umumnya layanan yang dapat disediakan oleh perguruan tinggi melalui lembaga Inkubator Bisnis yang mempunyai atau menyediakan fungsi pendampingan wirausaha selama periode waktu yang relatif cukup lama sekitar 2-3 tahun.

Para wirausaha baru yang lazimnya disebut UKM tenant dibimbing secara teknis untuk mengenali bagaimana dunia bisnis yang sesungguhnya, termasuk memperkenalkan para wirausahawan baru (UKM tenant) dengan para supplier bahan baku, pasar bahkan sumber permodalan dan teknologi yang dapat diakses. Dengan cara ini maka UKM tenant akan lebih mudah dan nyaman ketika nantinya bersosialisasi dalam dunia bisnis yang sesungguhnya, dan mempunyai peluang yang lebih tinggi untuk berhasil sekitar 60%.

Salah satu alternatif dalam menumbuhkembangkan wirausaha andal tersebut adalah melalui inkubasi yang pada umumnya dikembangkan oleh Perguruan Tinggi melalui Lembaga Inkubator Bisnis. Inkubasi bisnis dari Inkubator Perguruan Tinggi yang berfungsi untuk mendampingi kader intelektual muda yang inovatif dan menjadi sumber inovasi teknologi, diharapkan dapat melahirkan wirausaha muda dengan tingkat intelektual dan inovasi yang tinggi, sehingga memiliki daya saing yang tinggi pula. Alternatif pilihan ini sangat tepat dan menjanjikan bagi kader intelektual muda untuk tidak memikirkan mencari kerja tapi bagaimana para intelektual muda yang inovatif dapat berpikir kreatif untuk menciptakan usaha yang prospektif dan strategis agar menjadi wirausaha muda yang mampu menciptakan lapangan kerja (Kemenkop&UKM, 2012).

Pada tahun anggaran 2013 ini Inkubator Bisnis PSW/G LPPM-UNY mendapatkan mandat dari Deputi Bidang Pengembangan dan Restrukturisasi Usaha, Kementerian Koperasi dan UKM, untuk menyelenggarakan Program Pengembangan Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi (PIBPT) Tahun II. Dengan adanya mandat tersebut maka Inkubator Bisnis PSW/G LPPM-UNY, melaksanakan serangkaian program inkubasi bisnis terhadap UKM Tenant di DIY.

B. Tujuan dan Sasaran

1. Tujuan

Pengembangan Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi dimaksudkan untuk memberdayakan Lembaga Inkubator Bisnis agar eksis dan berhasil secara berkelanjutan dalam melakukan program inkubasi UKM-tenant. Adapun tujuan yang lebih rinci dari program ini adalah:

- a. Meningkatkan kualitas peran layanan Inkubator Bisnis PSW/G LPPM-UNY dalam pendampingan UKM-tenant untuk menghasilkan UKM-tenant yang inovatif dan profesional.
- b. Menstimulasi dan menggalang partisipasi berbagai pihak dalam pengembangan wirausaha melalui Inkubator Bisnis PSW/G LPPM-UNY.
- c. Meningkatkan kinerja UKM-tenant Inkubator Bisnis PSW/G LPPM-UNY, yang dicirikan oleh meningkatnya produktivitas, volume usaha, nilai tambah, dan penyerapan tenaga kerja.

2. Sasaran

Masyarakat DIY dan sekitarnya yang mempunyai kriteria sebagai berikut:

- a. Lulusan sekolah menengah atas/kejuruan, diploma atau perguruan tinggi yang telah berwirausaha selama 1-2 tahun;
- b. Memiliki jiwa kewirausahaan tinggi;
- c. Mempunyai karakter, pengetahuan dan wawasan tentang produk yang akan dikembangkan;
- d. Memiliki ide/gagasan dan atau usaha berskala kecil dan menengah;
- e. Mempunyai atau merencanakan usaha berskala kecil dan menengah;
- f. Memiliki usaha di bidang Industri kreatif, budidaya, dan pengolahan makanan & minuman.

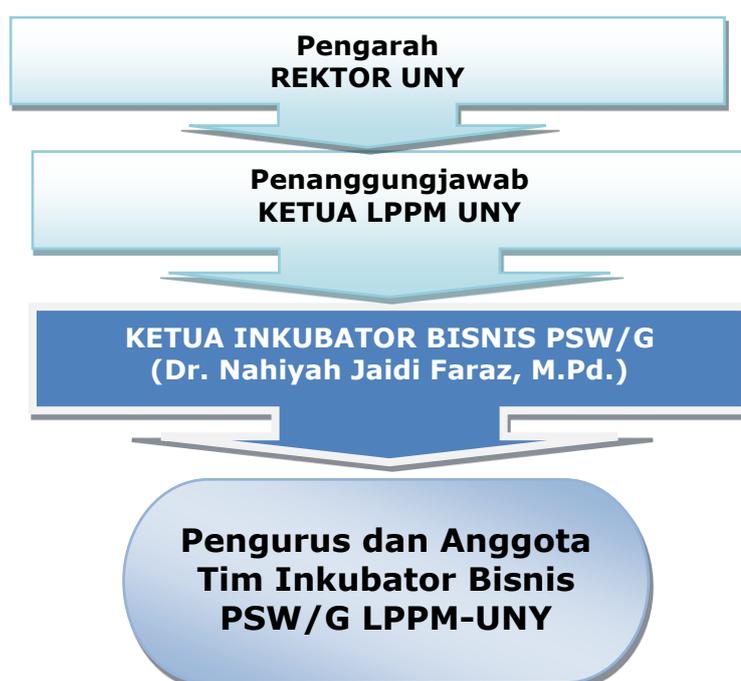
C. Ruang Lingkup Kegiatan

Ruang lingkup kegiatan Program Pengembangan Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi (PPIBPT) di Inkubator Bisnis PSW/G LPPM-UNY meliputi:

1. Koordinasi dengan Bidang Koperasi&UKM Disperindagkop DIY.

2. Koordinasi dengan Deputi Bidang Pengembangan dan Restrukturisasi Usaha, Kemenkop dan UKM RI.
3. Menyusun Program Kerja Inkubator untuk kegiatan inkubasi UKM Tenant.
4. Rekrutmen UKM Tenant calon wirausaha muda baru yang kreatif, inovatif dan potensial.
5. Menyusun Kurikulum Bimbingan Teknis untuk UKM Tenant.
6. Menyusun Modul Materi Bimbingan Teknis UKM Tenant.
7. Menyelenggarakan Bimbingan Teknis UKM Tenant.
8. Pendampingan berkelanjutan kepada UKM Tenant.
9. Membangun jejaring untuk peningkatan kapasitas kelembagaan Inkubi dan UKM Tenant.
10. Memfasilitasi Gelar produk bagi UKM Tenant.
11. Pembaharuan Website Inkubator dan Portal UKM Tenant.
12. Menyusun Company Profile UKM Tenant.
13. Menyusun Best Practise Inkubator Bisnis.
14. Menyusun brosur UKM Tenant.
15. Promosi Inkubator Bisnis di media cetak (Koran Kedaulatan Rakyat).
16. Monitoring dan evaluasi.

D. Organisasi/Tim Pengembangan Inkubator Bisnis



Susunan Personalia Pelaksana PPIBPT

Pengarah	Prof. Dr. Rochmat Wahab M.Pd, M.A
Penanggungjawab	Prof. Dr. Anik Ghufron
Ketua	Dr. Nahiyah Jaidi Faraz,M.Pd.
Sekretaris	M. Lies Endarwati, M.Si
Bendahara	Novie Rahmawati, SE
Tenaga Pendamping	Dr. Sutrisna Wibawa
Tenaga Pendamping	Sutopo, MT
Tenaga Pendamping	Apri Nuryanto, M.T
Tenaga Pendamping	Satino, M.Si
Tenaga Pendamping	Ir. Bambang Harimurti

E. Permasalahan Dalam Penyelenggaraan Program/Kegiatan

Permasalahan yang dihadapi dalam menyelenggarakan Program Inkubator Bisnis adalah:

1. **Perencanaan Program.** Program yang direncanakan kurang fleksibel dalam pelaksanaannya. Perencanaan program masih belum berorientasi kebutuhan UKM tenant.
2. **Pelaksanaan Program.** Masih banyak UKM tenant yang belum menggunakan sarana teknologi informasi dalam memajukan usahanya, oleh karena itu perlu penekanan yang mendalam dalam penggunaan TI agar dapat menghadapi persaingan. Proses bimtek klasikal masih dominan *teacher centre*, belum melibatkan peserta bimtek secara aktif untuk sharing dengan narasumber. Kedisiplinan UKM tenant untuk tepat waktu relatif masih kurang, sehingga dengan terdapat beberapa UKM tenant yang datang terlambat sedikit banyak mengganggu keseriusan narasumber dan UKM tenant peserta bimtek yang lain.
3. **Monev Program.** Belum adanya parameter keberhasilan UKM tenant. Belum adanya ukuran keberhasilan IBPT.

F. Jumlah Anggaran

Jumlah anggaran Pengembangan Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi di UNY dari Kementerian Koperasi dan UKM RI untuk tahun 2013 adalah Rp. 981.745.900,00 (Sembilan ratus delapan puluh satu juta tujuh ratus empat puluh lima ribu sembilan ratus rupiah). Jumlah serapan dana per Desember 2013 sebesar Rp790.508.750,00 (Tujuh ratus sembilan puluh juta lima ratus delapan ribu tujuh ratus lima puluh rupiah). Dengan demikian dana yang terserap hanya 81 %. Serapan Dana tidak dapat maksimal karena:

- 1) Ada kegiatan yang ditarik kembali oleh Kementerian Koperasi dan UKM RI, yaitu kegiatan biaya koneksi internet.
- 2) Ada kegiatan yang tidak dapat dilaksanakan yaitu sewa outlet produk UKM Tenant.
- 3) Adanya perbedaan tarif yang menyesuaikan SBU di DIY.
- 4) Adanya kegiatan yang dari kementerian ada tetapi pada praktiknya tidak di realisasi seperti transport penanggungjawab.

BAB II

SUMBERDAYA INKUBATOR BISNIS PSW/G LPPM-UNY

A. Legalitas Inkubator Bisnis

1. Surat Keputusan Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Negeri Yogyakarta, Nomor: 045a Tahun 2012 tentang Penunjukan Ketua Inkubator Bisnis PSW/G.
2. Surat Keputusan Deputi Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Bidang Pengembangan dan Restrukturisasi Usaha, Nomor 03/Kep/Dep.6/I/2013 tentang Penetapan Inkubator Bisnis Peserta Program Pendampingan UKM Tenant Tahun Anggaran 2013.
3. Surat Keputusan Deputi Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Bidang Pengembangan dan Restrukturisasi Usaha, Nomor 05/Kep/Dep.6/I/2013 tentang Penetapan Pelaksanaan Program Pendampingan UKM Tenant melalui Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi (IBPT) Tahun Anggaran 2013.

B. Perencanaan Inkubator Bisnis (Jangka Pendek dan Menengah)

Pengembangan inkubator bisnis perguruan tinggi dilakukan melalui pengembangan budaya kewirausahaan dengan cara:

- 1) Menumbuhkembangkan budaya kewirausahaan di lingkungan perguruan tinggi.
- 2) Mewujudkan sinergi potensi perguruan tinggi dengan potensi dunia usaha, sehingga dapat menumbuhkembangkan IPTEK sesuai kebutuhan UKM Tenant.
- 3) Mendorong kemanfaatan potensi bisnis akademik dan non akademik yang bernilai komersial.
- 4) Meningkatkan peluang keberhasilan wirausaha UKM Tenant melalui kegiatan pelayanan konsultasi dan pendampingan.
- 5) Menumbuhkembangkan kegiatan-kegiatan yang mendorong terwujudnya unit-unit usaha sebagai sumber pendapatan di perguruan tinggi dalam mengantisipasi otonomi perguruan tinggi.

Secara teknis pengembangan inkubator bisnis PSW/G LPPM UNY diarahkan pada:

- 1) Komitmen pengembangan kelembagaan inkubator pada level internal, yang berupa visi, misi, dan tujuan inkubator.
- 2) Pendampingan yang lebih intensif terhadap UKM Tenant binaan baik in-wall maupun out-wall.
- 3) Memperjuangkan pembiayaan operasional inkubator melalui biaya rutin UNY.
- 4) Peningkatan ketersediaan SDM baik pengelola, pendamping, maupun administrasi Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi.
- 5) Peningkatan ketersediaan sarana dan prasarana seperti gedung, perkantoran, laboratorium, dan outlet untuk pemasaran produk UKM Tenant.
- 6) Peningkatan jaringan kerjasama usaha dan kemitraan yang lebih luas.

C. Sumberdaya Manusia, Sarana dan Prasarana Perkatoran, Sarana Produksi yang Dimiliki Inkubator Bisnis PSW/G LPPM-UNY

1. Sumber Daya Manusia

a. Sumber Daya Internal

Sumber daya pelatih yang dimiliki sendiri oleh Inkubator Bisnis PSW/G LPPM-UNY, baik kuantitas maupun kualitas sangat baik. Pelatih berkualifikasi doktor dan magister yang mempunyai keahlian beragam, sehingga dapat saling melengkapi untuk berkolaborasi dalam melahirkan wirausaha muda baru yang berbasis penelitian dan pengembangan untuk mengasilkan inovasi baru baik dari sisi produk, pemasaran maupun pengelolaan.

b. Sumber Daya Eksternal

Selain sumber daya internal yang dimiliki, Inkubator PSW/G LPPM-UNY juga dapat mengakses sumber daya eksternal, baik dari lingkup UNY, maupun dari luar UNY. Sumber daya eksternal, ini akan dilibatkan sesuai dengan kebutuhan teknis UKM Tenant apabila membutuhkan pelatihan teknis

untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dengan adanya inovasi teknologi.

Sumber daya eksternal yang dapat diakses, antara lain:

- 1) Disperindagkop&UKM DIY.
- 2) Semua tenaga pengajar di lingkungan UNY yang mempunyai pengalaman teknis sesuai bidang usaha UKM Tenant.
- 3) Pelaku Wirausaha yang telah berhasil di wilayah DIY.
- 4) Anggota Dekranas DIY.
- 5) Kadin DIY
- 6) HIPMI DIY, Kabupaten dan Kota
- 7) Perusahaan maupun Industri besar terkait dengan bidang usaha.
- 8) BUMN, Lembaga Keuangan, dan Perbankan di DIY.

2. Sarana dan Prasarana Inkubator Bisnis PSW/G LPPM UNY

Fasilitas kewirausahaan UNY berpotensi mendukung Program Inkubator Bisnis PSW/G LPPM-UNY, yang dapat dimanfaatkan antara lain:

- a. Fasilitas laboratorium di setiap program studi berjumlah 36 antara lain: Pemesinan, Komputer dan Internet, Kimia, Biologi, Fisika, Bursa Efek, Perbankan, Pemasaran, Boga, Busana, Batik, Kerajinan, dll.
- b. Peralatan: fasilitas jaringan telepon dan faksimile di setiap prodi, jaringan internet baik LAN maupun *wifi* yang bisa diakses di seluruh area kampus, peralatan laboratorium seperti peralatan untuk uji laboratorium, komputer, printer, *handycamp*, kamera, peralatan mesin-mesin produksi, bengkel produksi, peralatan validasi, peralatan laboratorium biologi, dll.
- c. Sumber daya lain:
 - 1) Publikasi: SKH Kedaulatan Rakyat, Tribun, Bernas, RRI
 - 2) Permodalan: Koperasi Pegawai Negeri UNY, PT Telkom, PT Angkasa Pura, PT Pertamina, PT Jamsostek, dunia perbankan (BNI, BTN, Bank Mandiri, BPD-DIY), Gudang Garam, dan PT Nasmoco, dll.

- 3) Pemasaran: KOPMA UNY, CV Multi UNY, dan Kantin di lingkungan UNY, Relasi bisnis seperti Koperasi dan UKM, Dekranas, FORDA UKM DIY, Pamela Swalayan, Mirota Kampus, PT Indo Grosir, PT Carefour, WS Swalayan.
- 4) Penguatan kelembagaan: Kadin, HIPMI, Bapepom, MUI.
- d. BPPT sebagai lembaga yang telah melakukan program sejenis.
- e. Pola relasi Inkubator Bisnis PSW/G dengan laboratorium pendukung bersifat hubungan akademis yang diwadahi dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat dalam hal ini tenant yang menjalankan usaha dari hasil-hasil penelitian maupun pengabdian kepada masyarakat, serta inovasi dari para mahasiswa dan alumni. Inkubator Bisnis PSW/G LPPM-UNY dan laboratorium pendukung menjadi bagian pelaksanaan kegiatan dan program-program LPPM secara khusus dalam kegiatan inkubasi bisnis dan konsultasi bisnis.

D. Bidang Keahlian, Profesionalisme, Pengalaman, dan Kompetensi Pendamping

1. Tenaga Pengelola Inkubator Bisnis

No	Nama	Pendidikan Terakhir	Bidang Keahlian	Pengalaman
1.	Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd, M.A	Doktor (S3)	Pendidikan Luar Biasa	<ul style="list-style-type: none"> • Warek I UNY • Rektor UNY
2.	Prof. Dr. Anik Ghufron	Doktor (S3)	Pengembangan Kurikulum	<ul style="list-style-type: none"> • Wakil Dekan I, • Ketua LPPM
3.	Dr. Nahiyah Jaidi Faraz, M.Pd	Doktor (S3)	Evaluasi MSDM	<ul style="list-style-type: none"> • Anggota DPR - RI • Kapuslit Wanita & Gender, • Ketua Jurusan • Konsultan BBPT
4.	M. Lies Endarwati, M.Si	S-2	Manajemen Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> • Ketua Jurusan • Sekretaris Puslit W&G • Tim Pengembang Program Mahasiswa Wirausaha/ PMW UNY • Pembina UKM

				IKMK UNY
5.	Novie Rahmawati, S.E	S-1	Ekonomi Akuntansi	<ul style="list-style-type: none"> • PUM

2. Tenaga Pendamping

No	Nama	Pendidikan Terakhir	Bidang Keahlian	Pengalaman
1.	Dr. Sutrisna Wibawa	Doktor (S3)	Filsafat Pendidikan Bahasa Jawa	<ul style="list-style-type: none"> • WR II UNY • Kepala BPPU • WD II
2.	Sutopo, M.T	S-2	Teknik Mesin	<ul style="list-style-type: none"> • Teknisi Mesin CNI • Tim Pengembang PMW UNY
3.	Apri Nuryanto, M.T	S-2	Teknologi Pengajaran	<ul style="list-style-type: none"> • Staf Ahli WR I
4.	Satino, M.Si	S-2	Biologi	<ul style="list-style-type: none"> • Staf Ahli WR I • Pengelola PMW
5.	Ir. Bambang Harimurti	S-1	Pertanian	<ul style="list-style-type: none"> • Kabid Koperasi&UK M DIY

E. Fokus Kelompok Bidang Usaha UKM Tenant

Fokus kelompok bidang usaha UKM Tenant peserta program inkubasi untuk tahun anggaran 2013 ini mencakup tiga bidang usaha, yaitu:

- 1) Bidang usaha Industri Kreatif;
- 2) Bidang Usaha Budidaya;
- 3) Bidang Usaha Pengolahan Makanan & Minuman.

F. Jejaring dengan Stakeholders yang Dibangun Inkubator Bisnis PSW/G LPPM-UNY

1. Pengembangan Jejaring Nasional

Dalam upaya keberlanjutan Inkubator Bisnis PSW/G LPPM-UNY Pengembangan, perlu melakukan upaya pengembangan jejaring. Adapun upaya yang sedang dilakukan untuk pengembangan jejaring nasional adalah dengan merintis kerjasama dengan:

- 1) PT Angkasa Pura

- 2) PT Jamsostek
- 3) PT Pertamina
- 4) PT Telkom
- 5) PT Carrefour
- 6) PT Pamela Swalayan
- 7) PT Indo Grosir
- 8) HIPMI DIY, Kabupaten dan Kota
- 9) Kadin DIY
- 10) Apikri DIY
- 11) SMESCO Jakarta
- 12) BPPT
- 13) AIBI

2. Pengembangan Jejaring Internasional

Selain pengembangan jejaring nasional, Inkubator PSW/G LPPM-UNY juga merintis jejaring dengan Inkubator Bisnis di Malaysia, Inkubator Bisnis di Vietnam (Topica) serta pelaku bisnis di Malaysia dan Vietnam. Adapun kegiatan yang telah dan akan dilakukan adalah mengikuti gelar produk di Malaysia dan Vietnam.

G. Website Inkubator Bisnis, dan e-portal untuk UKM Tenant

Untuk memperluas pasar dan menjalin kerjasama secara nasional maupun internasional, maka perlu ada pengembangan Website dan E-portal UKM Tenant. Website Inkubator Bisnis PSW/G LPPM-UNY sudah di-*launching* dan dioperasionalkan dengan alamat *http://inkubatoruny.web.id*. Website Inkubator Bisnis PSW/G telah *link* dengan web inkubator bisnis ASEAN.

H. Sumber dan Pembiayaan yang tersedia bagi Inkubator Bisnis

Pembiayaan operasional Inkubator Bisnis PSW/G LPPM UNY bersumber dari Biaya Rutin UNY (RKPT) belum tersedia, tetapi secara kelembagaan UNY memberikan fasilitas sarana dan prasarana yang berupa: Ruang Kantor, Ruang In-wall, Mebelair, Telepon, Seperangkat Komputer, Ruang Rapat, Ruang Seminar, Fasilitas Internet, dan dukungan SDM.

Sampai saat ini jejaring pembiayaan Inkubator bisnis Perguruan Tinggi yang melibatkan *stakeholder* lain sudah direalisasikan seperti keterlibatan UKM Tenant pada pelatihan Ekspor-impor yang diselenggarakan oleh Disperindagkop. Juga UKM Tenant terlibat dalam gelar produk pada Pemerintah Daerah Provinsi maupun Kabupaten-Kota. Diharapkan Dinas-dinas terkait yang memiliki program pengembangan UKM di wilayah DIY untuk bersinergi dengan Inkubator Bisnis PSW/G LPPM UNY, sehingga program pembinaan UKM lebih fokus dan memiliki tingkat keberhasilan yang lebih tinggi.

I. Proposal Business Unggulan Peserta Program yang dipersiapkan untuk pengajuan pembiayaan kepada lembaga keuangan

Penyusunan proposal *Business Plan* dari sepuluh UKM Tenant sebagai salah satu output Program Pengembangan Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi telah berhasil disusun oleh UKM Tenant Inkubator Bisnis PSW/G LPPM UNY. Secara rinci 10 *Proposal Business Plan* hasil pendampingan/inkubasi dilampirkan dalam laporan.

BAB III

KEGIATAN YANG DILAKUKAN

A. Mekanisme Seleksi dan yang menjadi dasar penetapan UKM Tenant

Mekanisme seleksi dilakukan melalui beberapa kegiatan, yaitu:

1. Sosialisasi Program

Pemberitahuan kepada khalayak/masyarakat dilakukan melalui beberapa media publikasi, yaitu:

- 1) Koran Tribun
- 2) Koran Kedaulatan Rakyat
- 3) Radio Swaragama

Kegiatan sosialisasi melalui media tersebut telah dilaksanakan dari tanggal 11 s.d. 31 Maret 2013.

2. Dasar Penetapan UKM Tenant

- a. Lama usaha UKM Tenant 1-2 Tahun;
- b. Jenis usaha masuk pada 3 bidang usaha (Pengolahan Makanan & Minuman, Budidaya, dan Industri Kreatif);
- c. Produk yang dihasilkan mempunyai prospek untuk dikembangkan;
- d. Produknya termasuk unggulan DIY
- e. Mempunyai motivasi berprestasi tinggi;
- f. Bersedia mengikuti seluruh kegiatan inkubasi. Motivasi usaha

Kelima komponen tersebut diukur dengan Instrumen/Kuesioner yang telah dibuat tim, selanjutnya data yang sudah diisi oleh calon peserta dikonfirmasi melalui wawancara untuk memberikan bobot pada masing-masing butir Instrumen (terlampir).

B. UKM Pendaftar yang Mengikuti Seleksi, UKM Lulus Seleksi, in wall, out wall

1. Seleksi

Berdasarkan Surat dari Deputi Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Bidang Pengembangan dan Restrukturisasi Usaha Nomor 105/Kep/Dep.6.4/III/2013 tentang Penetapan Pelaksanaan Rekrutmen UKM

Tenan melalui Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi (IBPT) Tahun Anggaran 2013, seleksi calon tenant peserta program harus dilaksanakan tanggal 24 – 26 Maret 2013. Seleksi diikuti kurang lebih 108 UKM dengan tim seleksi sebagai berikut:

No	Nama	Instansi
1	Dr.Nahiyah J. Faraz,M.Pd	UNY
2	M.Lies Endarwati, M.Si	UNY
3	Sutopo, M.T.	UNY
4	Satino,M.Si.	UNY
5	Apri Nuryanto, M.T	UNY
6	Desi Rahmawati, M.T	UNY

Seleksi peserta program inkubasi bisnis dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu:

- 1) Seleksi Administrasi tanggal 1 April 2013
- 2) Wawancara
- 3) UKM Presentasi
- 4) kunjungan ke lokasi UKM sebagai pembuktian

Hasil seleksi UKM Tenant diumumkan pada tanggal 2 April 2012 melalui SMS dan telepon. Berdasarkan hasil seleksi diperoleh 45 UKM tenant yang bergerak dalam kelompok bidang usaha:

- 1) Pengolahan Makanan & Minuman;
- 2) Budidaya;
- 3) Industri Kreatif.

2. UKM Tenant yang Lulus Seleksi

Dari 108 UKM yang mengikuti proses seleksi kemudian dipilih 45 UKM yang akan diinkubasi dalam PPIBPT yang diselenggarakan oleh Inkubator Bisnis PSW/G LPPM UNY. Berikut daftar UKM yang lolos seleksi:

**DAFTAR PESERTA YANG LOLOS UKM TENANT (OUT WALL&IN WALL)
INKUBATOR PSW/G LPPM UNY**

No.	Nama Pemilik	Nama Usaha	Jenis Usaha	Keterangan
1	Debora Ayu Cristiani	Mina Glow	Budidaya	Out wall
2	Wanti	Batik	Industri Kreatif	Out wall
3	Intika Chunda Kharmama	Int's Art Production	Industri Kreatif	In wall
4	Rusfan Hamid	Roesone Boneka	Industri Kreatif	Out wall
5	Rian Fitrianto	Rian Jaya	Budidaya	Out wall
6	Pratizka Nur Pradinigtyas	Baladewi Collection	Industri Kreatif	Out wall
7	Meytya Adedina	Metori	Makanan	Out wall
8	Darminto Mei	Warung Iwak Kali	Makanan	Out wall
9	Fajar Purwaningsih,S.Pd.	Radite Collection	Industri kreatif	Out wall
10	Farikha Ratna Sekar	Permata Bakery	Makanan	Out wall
11	Rani Soraya Siregar	Ramachanos	Industri kreatif	Out wall
12	Suharyoto	Ternak Kelinci	Budidaya	Out wall
13	Sariyanto	Barca R & B	Industri kreatif	Out wall
14	Hastuti Setyaningrum	Weka Collection	Industri kreatif	Out wall
15	Arri Aprilyanti	Pillow Boneka	Industri kreatif	Out wall
16	Khairul Muzaki Syarif, SE	Zakk-zakk	Industri kreatif	Out wall
17	Yustina Sri Mulyani	Sri Mulyani	Industri kreatif	Out wall
18	Ali Yusron	Lita Collection	Industri kreatif	Out wall
19	Aswan amyudi	Budidaya Jamur Tiram	Budidaya	Out wall
20	Ruri Anggraini	Silma Craft n Souvenir	Industri kreatif	Out wall
21	Warjono	Sahaja Abadi	Industri kreatif	Out wall
22	Heri Slamet, S.Pd.	Mitra Konveksi	Industri kreatif	In Wall
23	Mandar Utomo	Kajeng Kraf	Industri kreatif	Out wall
24	Sujilah	Redjo Makmur	Makanan	Out wall
25	A. Bambang Agus S	Marvie Eskrim	Minuman	Out wall
26	Darmin	Batik	Industri kreatif	Out wall
27	Maryono	Batik	Industri kreatif	Out wall
28	Rachmawati Adelysina	Mama Dimsum	Makanan	Out wall
20	Agung Hari Wicaksono, S.Pd.	Agung Kebaya	Industri Kreatif	Out wall
30	Triyono	Petani Cabe	Budidaya	Out wall
31	Oktavianto Tri Utomo	Milkmoo Susu Pasteurisasi	Minuman	Outwall
32	Parjiono	Sengon Mas	Budidaya	Out wall
33	Parmi	Batik	Industri Kreatif	Out wall
34	Sutini	Batik	Industri kreatif	Out wall

No.	Nama Pemilik	Nama Usaha	Jenis Usaha	Keterangan
35	Nico hadi Saputra, A.Md	Olahan Ikan “Alif”	Makanan	Out wall
36	Wirajaya, S.Sn	Ampyang Coklat Kalesya	Makanan	Out wall
37	Suminten	Mendiro	Industri Kreatif	Out wall
38	Hery Purnomo	Lele dan Ayaam “Obama”	Budidaya	Out wall
39	Arief Hidayat, S.Sos	Republik Jamur	Budidaya	Out wall
40	Briane Novianti Syukmita, S.Fil	Dluwang Art	Industri Kreatif	Out wall
41	Supandi	Gandok Craft	Industri Kreatif	Out wall
42	Puspita Ajeng JM, SE	Frida Modiste	Industri Kerajinan	Out wall
43	Rinda Meika, SE	Rinas Batik	Industri Kreatif	In Wall
44	Roh Anisa Talitama, SE	PRI Art Jogja	Industri Kerajinan	In Wall
45	Singgih Nurgiyantoro	Batik Kayu	Industri Kerajinan	In Wall

C. Bimtek, Waktu pelaksanaan, Materi Bimtek dan Nara Sumber

1. Pelatihan Pembekalan Teknis Kompetensi I

Dilaksanakan pada tanggal 17-20 April 2013, di UNY Hotel, Yogyakarta. Dengan materi:

No	Materi	Nara Sumber
1.	AMT (<i>Achievement Motivation Training</i>)	Tejo Nurseto, M.Pd
2.	<i>Marketing & Strategic Planning</i>	M. Lies Endarwati, M.Si
3.	<i>E-Commerce & Praktik E-Commerce</i>	Apri Nuryanto, MT & Desy Irmawati, MT
4.	Inovasi Produk dan Kiat UKM	
5.	Penyusunan <i>Business Plan</i>	Sutopo, MT

Tujuan Bimtek I:

- a) *Achievement Motivation Training* (AMT): membimbing peserta UKM Tenant untuk mampu meningkatkan motivasi berprestasi dan kinerja

agar memiliki kualitas diri yang tinggi terukur dan terencana, serta memiliki pola pikir sebagai agen perubahan.

- b) *Marketing & Strategic Planning*: merupakan langkah-langkah kreatif yang berkesinambungan untuk mengoptimalkan aktivitas pemasaran guna mencapai target penjualan yang ditetapkan dan selanjutnya akan meningkatkan omzet penjualan.
- c) *E-Marketing*: diharapkan dengan *e-marketing*, memungkinkan terjadinya transaksi bisnis yang lebih luas dan tidak dibatasi oleh ruang dan waktu.

Hasil yang dicapai:

Dari kegiatan Bimtek I ini, hasil yang diperoleh UKM Tenant yaitu meningkatnya motivasi berwirausaha, meningkatnya kemampuan dalam menyusun rencana dan strategi pemasaran, ketrampilan membuat web dan pemasaran melalui web, meningkatnya kemampuan melalui inovasi produk, kemampuan menyusun rencana bisnis.

2. Pelatihan Pembekalan Teknis Kompetensi ke-II

Dilaksanakan pada tanggal 17 – 20 Mei 2013, di Hotel Ros In, Yogyakarta. Dengan materi:

No	Materi	Nara Sumber
1.	Sosialisasi Program Kredit Usaha Rakyat	Disperindagkop & UKM
2.	Manajemen Teknologi Produksi	Sutopo, MT
3.	Teknologi Informasi	Apri Nuryanto, MT
4.	<i>Branding dan Packaging</i>	Agung Wicaksono, M.Hum
5.	Manajemen Keuangan	Endra Wahyu Sagoro, M.Si Akt
6.	Pengetahuan HKI	Anang Priyanto, M.Hum

Tujuan Bimtek II:

- a) Sosialisasi Program Kredit Usaha Rakyat:membimbing peserta UKM tenant untuk dapat meningkatkan akses permodalan dan sumber daya lainnya bagi usaha mikro dan kecil.

- b) Manajemen Teknologi Produksi: membimbing peserta UKM tenant untuk membentuk dan menyelesaikan operasional dan strategi perusahaan serta mengaplikasikan atau bahkan menciptakan teknologi pengolahan dan pengelolaannya dalam sebuah organisasi.
- c) Informasi teknologi: memberikan pemahaman pada peserta UKM tenant mengenai pentingnya teknologi informasi sebagai pendekatan baru dalam pemasaran, hubungan dengan konsumen, dan pengembangan produk.
- d) *Branding* dan *Packaging*: membimbing peserta UKM tenant untuk bisa memikat hati konsumen dengan berbagai inovasi produk.
- e) Manajemen Keuangan: membimbing peserta UKM tenant agar memahami secara benar bagaimana mengelola usaha termasuk bagaimana mengelola keuangannya.
- f) Pengetahuan HKI: memberikan pengetahuan kepada peserta UKM tenant mengenai perlindungan HKI terhadap hasil karya dari UKM.

Hasil yang dicapai:

Dari kegiatan Bimtek II ini, hasil yang diperoleh UKM Tenant memperoleh informasi untuk akses modal dan lembaga keuangan maupun BUMN, meningkatnya pengetahuan tentang manajemen teknologi produksi, meningkatnya pengetahuan tentang teknologi informasi, meningkatnya kemampuan manajemen keuangan UKM, memperoleh pengetahuan tentang HAKI dan pentingnya mengurus *brand*/merek.

3. Pelatihan Pembekalan Teknis Kompetensi ke-III

Dilaksanakan pada tanggal 25 – 28 Juni 2013, di UNY Hotel. Dengan materi dan nara sumber:

No	Materi	Nara Sumber
1.	Peluang Bisnis di DIY	Ir. Syahbenol
2.	Analisis Peluang Bisnis	Prof. Dr. Moerdiyanto
3.	Strategi Pengembangan Bisnis	Dr. Sutrisno Wibowo
4.	UU Koperasi	Disperindagkop & UKM DIY

No	Materi	Nara Sumber
5.	Motivasi	Dr. Das Salirawati, M.Si
6.	Akses Pendanaan dari CSR Bank BNI	TIM BNI
7.	Akses Pendanaan dari CSR BI	TIM BI
8.	Akses Pendanaan dari CSR Pertamina	Ir. Rifki Sukarya
9.	Penyusunan dan Presentasi <i>Business Plan</i>	TIM INKUBI UNY

Tujuan Bimtek III:

- a) Peluang Bisnis di DIY: memberikan pengetahuan kepada peserta UKM Tenant mengenai bagaimana mengembangkan usahanya sesuai dengan kondisi di DIY.
- b) Analisis Peluang Bisnis: memberikan informasi kepada peserta UKM tenant mengenai kelayakan pasar, kelayakan teknis, kelayakan finansial, dan kelayakan kompetensi. Materi ini diberikan guna melengkapi dalam penyusunan bisnis plan. Penyusunan bisnis plan bertujuan agar UKM mempunyai legitimasi dari sebuah usaha.
- c) Strategi Pengembangan Bisnis: memberikan pengetahuan kepada peserta UKM tenant mengenai bagaimana mengembangkan usaha yang telah dilakukan
- d) Motivasi: memberikan motivasi kepada para pelaku UKM agar dapat sukses dalam mengembangkan UKM.
- e) Akses Pendanaan dari CSR Bank BNI: memberikan informasi kepada peserta UKM tenant mengenai kemudahan dalam memperoleh permodalan melalui CSR.
- f) Akses Pendanaan dari CSR Bank Indonesia: memberikan informasi kepada peserta UKM tenant mengenai produk dan jasa bank yang sesuai dengan kebutuhan keuangan mereka, serta informasi mengenai prosedur dan persyaratan yang harus dipenuhi dalam upaya mengakses layanan perbankan .

- g) Akses Pendanaan dari CSR Pertamina: memberikan informasi kepada peserta UKM tenant mengenai program CSR Pertamina untuk mengembangkan UKM.

Hasil yang dicapai:

Dari kegiatan Bimtek III ini, hasil yang diperoleh UKM Tenant: pengetahuan cara mendapatkan dana CSR dari BUMN , tersusunnya draft AD/ART koperasi, meningkatnya kemampuan dalam menyusun strategi pengembangan bisnis, tersusun draft rencana bisnis.

4. Pelatihan Pembekalan Teknis Kompetensi ke-IV

Dilaksanakan pada tanggal 20 – 23 Agustus 2013, di UNY Hotel. Dengan materi dan nara sumber:

No	Materi	Nara Sumber
1.	Prosedur Formal Ekspor	Rr. Rahayu Sri Lestari, MM
2.	Negosiasi dan Teknik Ekspor	Dodik Junaedi, SE
3.	Studi Lapangan	Dr. Nahiyah Jaidi Faraz, M.Pd
4.	Penyusunan <i>Business Plan</i>	Tim Pendamping

Tujuan Bimtek IV:

- a) Prosedur Formal Ekspor: memberikan pemahaman kepada UKM tenant yang berpotensi ekspor dalam hal dasar hukum ekspor import, prosedur kepabeanan ekspor, persiapan dokumen ekspor, dll.
- b) Negosiasi dan Teknik Ekspor: memberikan informasi mengenai aspek-aspek yang terkait dengan perdagangan internasional.
- c) Studi Lapangan: memberikan gambaran riil kepada peserta UKM tenant mengenai seluk-beluk perdagangan ekspor dan memperoleh kiat atau strategi yang sesuai atau cocok dengan karakteristik usaha yang ditekuninya.

Hasil yang dicapai:

Dari kegiatan Bimtek IV ini, hasil yang diperoleh UKM Tenant: pengetahuan tentang tata cara ekspor produk ke Luar Negeri, pengetahuan cara

negosiasi dalam mengeksport produk, meningkatnya pengalaman di lapangan dalam mengelola bisnis, penyempurnaan *business plan*.

5. Pelatihan Pembekalan Teknis Kompetensi ke-V

Dilaksanakan pada tanggal 24 – 27 September 2013, di UNY Hotel.
Dengan materi dan nara sumber:

No	Materi	Nara Sumber
1.	Kiat-Kiat Pemasaran di DIY	Noor Liesnani Pamella
2.	<i>Continous Improvement</i>	Apri Nuryanto, MT
3.	Strategi Pemasaran melalui Gelar Produk/Pameran	Dr. Nahiyah Jaidi F, M.Pd
4.	<i>Total Quality Management</i>	Sutopo, MT

Tujuan Bimtek V:

- a) Kiat-kiat pemasaran di DIY: memberikan pemahaman kepada UKM tenant yang berpotensi untuk mengembangkan pemasaran di sektor lokal DIY.
- b) *Continous Improvement*: memberikan pengetahuan kepada peserta UKM tenant mengenai bagaimana mencapai standar kualitas yang optimal melalui beberapa langkah perbaikan yang sistematis dan dilaksanakan secara berkesinambungan.
- c) Strategi pemasaran melalui gelar produk: mengenalkan produk UKM, mengenalkan potensi produk UKM, dan memperluas jaringan pemasaran produk UKM DIY.
- d) *Total Quality Management*: sistem manajemen yang mengangkat kualitas sebagai strategi usaha dan berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan melibatkan seluruh anggota organisasi.

D. Best Practise Inkubator Bisnis

Penyusunan dan pengambilan gambar *Best Practice* dilaksanakan pada bulan Agustus dan September 2013. *Best Practice* Inkubator Bisnis PSW/G LPPM-UNY, menampilkan tentang Company Profile, Fasilitas, Profil UKM Inwall, Proses Pendampingan dan Konsultasi, Proses BIMTEK, Kegiatan Studi Banding, Sharing dari UKM Tenant, Profil UKM Tenant Outwall (Milkmoor, dan Gandok Craft), serta Produk-produk UKM Tenant.

E. Temu bisnis dan kemitraan, studi banding, kunjungan konsultan pendamping, magang, lomba/teks, expo/pameran, mempromosikan UKM tenant melalui Outlet Pemasaran Bersama, Gelar Produk

1. Temu Bisnis dan Kemitraan

Dilaksanakan pada bulan September 2013

Hasil yang dicapai:

Peluang untuk memasarkan produk UKM tenant ke pasar swalayan/pasar modern dan diperolehnya informasi tentang produk yang laku di pasar swalayan DIY.

2. Studi Banding

Dilaksanakan pada tanggal 22 – 26 Agustus 2013.

Hasil yang diperoleh:

Dari kegiatan studi banding, peserta UKM tenant mendapatkan wawasan tentang manajemen bisnis, wawasan tentang strategi memasarkan produk dan mengelola pasar, kiat-kiat menata/display produk, dan kiat-kiat mengelola karyawan.

3. Kunjungan pendamping ke UKM

Dilaksanakan pada bulan April – November 2013.

Hasil yang diperoleh:

Dari kunjungan tersebut, UKM tenant mendapat solusi atas permasalahan yang dihadapi, seperti: mesin produksi, display show room, karyawan, dll.

4. Expo/ Pameran

Dilaksanakan pada tanggal 30 Agustus 2013. Di ikuti oleh 10 UKM tenant.

Hasil yang diperoleh:

Sebagian besar produk yang dipamerkan laku terjual terutama makanan dan minuman, disamping itu UKM Tenant memperoleh pengalaman melayani konsumen dan perluasan pasar.

5. Mempromosikan produk UKM melalui leaflet, brosure, media elektronik, dan lainnya

a) Tanggal 20 - 21 Maret 2013

- Peserta: 45 UKM Tenant
- Hasil yang diperoleh: produk semakin dikenal oleh masyarakat luas, konsumen atau pasar bertambah luas, dan meningkatnya omset penjualan

b) Tanggal 24 – 25 September 2013

- Peserta: 45 UKM
- Hasil yang diperoleh: Produk lebih dikenal oleh masyarakat luas, konsumen atau pasar bertambah luas, dan meningkatnya omset penjualan

F. Monitoring dan evaluasi

Dalam monitoring dan evaluasi menggunakan 4 Indikator yaitu:

1. Daya saing: Beberapa UKM mulai menjual produknya ke luar negeri melalui perantara.
2. Nilai tambah: Desain kemasan mulai disesuaikan selera pasar, kualitas produk meningkat.
3. Produktivitas usaha: Volume produksi ada peningkatan, serapan tenaga kerja meningkat.
4. Kualitas kerja UKM: Meningkatnya motivasi berprestasi UKM, meningkatnya rasa percaya diri UKM.

BAB IV KINERJA UKM TENANT

A. Metode Pengukuran peningkatan daya saing, nilai tambah, produktivitas usaha dan kualitas kerja UKM tenant

Parameter	Pengukuran	Nilai pengukuran	Metode pengukuran yang digunakan	Keterangan
Daya saing	kenaikan omset awal 2013 ke Sept 2013 (%) (ukuran lain, jika ada)	20 – 30 %	Persentase	Beberapa UKM mulai menjual produknya ke luar negeri melalui perantara.
Nilai Tambah	kenaikan Total Gaji dan Upah awal 2013 ke Sept 2013 (%) (ukuran lain, jika ada)	20 – 30 %	Persentase	Desain kemasan mulai disesuaikan selera pasar. Kualitas produk meningkat.
Produktivitas Usaha	kenaikan omset per-tenaga kerja awal 2013 ke Sept 2013 (%) (ukuran lain, jika ada)	20 – 50 %	Persentase	Volume produksi ada peningkatan. Serapan tenaga kerja meningkat.
Kualitas Kerja UKM	Produk-produk Unggulan UKM	30 – 40 %	Persentase	Meningkatnya motivasi berprestasi UKM. Meningkatnya rasa percaya diri. UKM

B. Performance 45 UKM tenant

Inkubator Bisnis PSW/G LPPM UNY, melakukan pendampingan terhadap 45 UKM Tenant. Secara rinci profil kinerja UKM Tenant adalah sebagai berikut:

No	Uraian	Jumlah	Omset/Bulan (Rp juta.bulan)		Tenaga Kerja (orang)		Gaji dan Upah/Bulan (Rp juta/bulan)	
			Awal 2013	Sept 2013	Awal 2013	Sept 2013	Awal 2013	Sept 2013
1	UKM tenant (45 orang) 45 UKM							
	UKM tenant in wall (5 orang) 5 UKM							
		Rinas Batik	5,8	8,3	4	5	2	2,5
		PRIArt	45	50	16	21	2	2,5
		Inti's Art Production	1,4	1,6	2	3	1	1
		MITRAS	10,4	13,3	6	8	1,5	1,5
		Dewi Sri	27,5	29,1	14	18	1,5	1,5
	UKM tenant out wall (40 orang) 40 UKM							
		Mina Glow	1	3	4	4	1	1
		Batik	16	19	4	6	1,5	2
		Roesone Boneka	1,5	3,5	1	3	1	1,5
		Rian Jaya	2	3	2	3	1,5	1,5
		House of Cazil, Baladewi Collection	5	9	4	6	1,5	2,5
		Metori Catering	3	9	3	6	1,5	2,5
		Warung Iwak Kali	15	30	3	3	2	3
		Permata Abkery	16	20	3	6	1,5	2,5
		Ramachanos	5	9	2	4	1,5	3
		Kel Ternak Kelinci	6	6	3	3	1,5	2
		Barca R &B	6	9	4	6	2,5	3
		Weka Collection	3	5	2	3	1	2
		Sri Mulyani	3	5	2	3	1	2
		Budidaya Jamur Tiram	3	5	2	3	1	2
		Silma Craft n Souvenir	3	5	2	3	1	2
		Marvie Es Krim	6	15	2	3	1	2
		Lita Collection	7,5	15	2	3	1	2
		Sahaja Abadi	13	15	2	3	1	2
		Kajeng Handycraft	3	5	2	3	1	2
		Redjo Makmur	2,3	3,5	3	6	1	4
		Batik Mendiro	4	7	4	6	3,5	7,6
		Batik	6	9	4	6	3,5	6
		Mama Dimsum	15	15	4	4	2,5	2,5
		Gendhis Kebaya	10	16,25	4	5	1,5	1,5
		Petani Cabe	6	10	10	10	1	1,5
		Sengon Mas	17,5	36	20	20	25	30
		Batik	6	9	4	6	3,5	6
		Batik	9	22,5	10	15	12	18
		Olahan Ikan "ALIF"	6	7,5	3	4	2,5	3,5
		Lele dan Ayam "Obama"	12,4	18	3	4	4	7,5

	Gandok Craft	8	10	3	4	3	5
	Arri Collection	3	3	2	2	1	1
UKM yang berasal dari alumni perguruan tinggi (9 orang)							
8 UKM							
	Agung Kebaya	10	16,25	4	5	1,5	1,5
	Fridha Modeste	5,8	6,2	2	2	1,5	1,5
	Dluwang Art	3,5	8,5	4	5	1,5	1,5
	Milkymoo	28,1	29,16	8	9	1,5	1,5
	REPUBLIK JAMUR	2,4	3,8	5	5	1,5	1,5
	ZAKK-ZAKK GUITAR	8	15	11	15	1,5	1,5
	RADITE COLLECTION	6,25	15	5	6	1	1
	Ampyang Coklat	9	10	2	3	1	1
	Radite Collection	3	4	3	4	3	5

C. UKM Tenant in wall

No.	Nama UKM	Keterangan
1	Rinas Batik	Industri Kreatif
2	PRIArt	Industri Kreatif
3	Inti's Art Production	Industri Kreatif
4	MITRAS	Industri Kreatif
5	Dewi Sri	Industri Kreatif

D. UKM Tenant out wall

No.	Nama UKM	Keterangan
1	Mina Glow	Budidaya
2	Batik	Industri Kreatif
3	Roesone Boneka	Industri Kreatif
4	Rian Jaya	Industri Kreatif
5	House of Crazil, Balladewi Collection	Industri Kreatif

No.	Nama UKM	Keterangan
6	Metori	Makanan
7	Warung Iwak Kali	Makanan
8	Radite Collection	Industri Kreatif
9	Permata Bakery	Makanan
10	Ramachanos	Industri Kreatif
11	Kel Ternak Kelinci	Budidaya
12	Barca R & B	Industri Kreatif
13	Weka Collection	Industri Kreatif
14	Pillow	Industri Kreatif
15	Zakk-Zakk	Industri Kreatif
16	Sri Mulyani	Industri Kreatif
17	Lita Collection	Industri Kreatif
18	Budidaya Jamur Tiram	Budidaya
19	Silma Craft & Souvenir	Industri Kreatif
20	Sahaja Abadi	Industri Kreatif
21	Kajeng Handycraft	Industri Kreatif
22	Redjo Makmur	Budidaya
23	Marvie Es Krim	Minuman
24	Batik	Industri Kreatif
25	Batik	Industri Kreatif
26	Mama Dimsum	Makanan
27	Agung Kebaya	Industri Kreatif
28	Petani Cabe	Budidaya
29	Milkmoo Susu Pateurisasi	Minuman

No.	Nama UKM	Keterangan
30	Sengon Mas	Budidaya
31	Batik	Industri Kreatif
32	Batik	Industri Kreatif
33	Olahan Ikan “Alif”	Makanan
34	Ampyang Coklat Kalesya	Makanan
35	Mendir	Industri Kreatif
36	Lele dan Ayam “Obama”	Budidaya
37	Republik Jamur	Budidaya
38	Dluwang Art	Industri Kreatif
39	Gandok Craft	Industri Kreatif
40	Frida Modiste	Industri Kreatif

BAB V

PENDAMPINGAN DAN KEBERHASILAN PROGRAM

A. Layanan Pendampingan yang Dilakukan terhadap UKM Tenant

Layanan konsultasi dan pendampingan UKM Tenant yang dilakukan oleh para tim pendamping Inkubator Bisnis PSW/G LPPM UNY, meliputi beberapa hal berikut ini:

1. Pengelolaan Usaha,
2. *e-marketing*,
3. Strategi Pemasaran,
4. Pembukuan (Akuntansi),
5. Manajemen Produksi,
6. Manajemen SDM,
7. Pengemasan,
8. Pengurusan Merk,
9. Sertifikasi Produk,
10. Pengurusan Perijinan,
11. Jejaring Pembiayaan,
12. Pemanfaatan Teknologi Tepat Guna,
13. Gelar Produk,
14. Promosi,
15. Penyusunan *Business Plan*,
16. Pembentukan Koperasi.

B. UKM yang Melakukan Mitra Bisnis

Dari hasil pendampingan dan Bimtek ada beberapa UKM yang berhasil melakukan kemitraan dengan pasar modern, memperluas pasar, dan mampu mengakses bantuan pinjaman permodalan. Secara rinci UKM Tenant yang berhasil melakukan kemitraan tersaji dalam tabel berikut:

Nama UKM	Mitra Bisnis	Wujud Kemitraan
1. Kajeng Handycraft	Dikti (PPM Multi Tahun-IbPE)	<ul style="list-style-type: none"> • Bantuan peralatan produksi berupa mesin pengering/oven; • Bantuan sarana produksi berupa penataan panel listrik; • Bantuan sarana pemasaran berupa Laptop dan Modem; • Bantuan Pembuatan Katalog Produk; • Bantuan Mesin Stempel Brand; • Bantuan perbaikan atap ruang produksi.
2. Republik Jamur	Bank Indonesia	Kredit Modal Kerja
3. Silma Craft & Souvenir	Bank BNI	Kredit Modal Kerja
4. Weka Collection	Bank BRI	Kredit Modal Kerja
5. Sengon Mas	Bank Mandiri	Kredit Modal Kerja
6. Ampyang Coklat	PT Jasa Raharja Persero Kantor Cabang DIY	Kredit Modal Kerja
7. Ampyang Coklat	Bank BPD DIY	Kredit Modal Kerja
8. Lele Obama	PT Angkasa Pura Yogyakarta	Kredit Modal Kerja
9. Rumah Olahan Ikan Alif	PT Angkasa Pura Yogyakarta	Kredit Modal Kerja
10. Wanti	PD BPR Bank Jogja	Kredit Modal Kerja

C. Pendampingan yang Dilakukan kepada UKM Tenant In Wall dan Out Wall Dan Rasio Pendampingan

No.	Nama Pemilik	Nama Usaha	Jenis Pendampingan
1	Rachmawati Adelysina	Mama Dimsum	Menambah keragaman rasa, Meningkatkan Kualitas Kemasan, Meningkatkan

No.	Nama Pemilik	Nama Usaha	Jenis Pendampingan
			Kualitas Penyajian, Menjaga TQM dan melakukan Continuous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu
2	Agung Hari Wicaksono, S.Pd.	Konveksi	Desain kebaya dengan detail yang khas, unik dan elegan serta memadukan dengan cirri khas budaya Indonesia, Promosi melalui majalah, Kerjasama dengan desainer yang lebih terkenal, Mengikuti festival, lomba, dan peragaan busana di berbagai level
3	Triyono, SE	Petani Cabe	Memproduksi Cabe Kering ketika panen melimpah, Konsinyasi dengan pasar Modern, Menjalinkan Kerjasama dengan hotel, catering, dan swalayan, Mengikuti pasar pada event tertentu.
4	Oktavianto Tri Utomo	Milkmoo Susu Pateurisasi	Membuka Pabrik di daerah lain, Memperluas Pasar, Manambah Mitra, Meningkatkan Volume Promosi
5	Parijono	Budidaya sengon	Dalam penelolan keuangan menggunakan akuntansi UMKM, Memperluas Lahan dengan memanfaatkan lahan tidur, Membuka Website dengan portal Sendiri
6	Parmi	Batik	Mempunyai tempat Pewarnaan dan persapan sendiri, Mempunyai Tenaga Pemasaran yang menguasai IT, Mempunyai Tenaga Keuangan yang menguasai IT, Mempunyai Showroom
7	Sutini	Batik	Mempunyai tempat Pewarnaan dan persapan sendiri, Mempunyai Tenaga Pemasaran yang menguasai IT, Mempunyai Tenaga Keuangan yang menguasai IT, Mengembangkan Desain yang lebih eksklusif.
8	Nico hadi Saputra, A.Md	Olahan Ikan "Alif"	Meningkatkan kualitas produk, setelah digoreng seharusnya di vacum, Peningkatan Kualitas dan

No.	Nama Pemilik	Nama Usaha	Jenis Pendampingan
			Desain Packing, Membuka Outlet yang berlokasi strategis dan memberikan layanan antar, Meningkatkan Volume Produksi, Menjalin kejasama dengan toko oleh-oleh khas Yogya
9	Wirajaya, S.Sn.	Ampyang Coklat Kalesya	Menggunakan Mesin, Pencetak dan memperbesar Oven, Meningkatkan Kualitas Packing, Menjaga TQM dan melakukan Continuous improvement, Memperluas Jaringan Pemasaran.
10	Suminten	Mendiro	
11	Hery Purnomo	Lele dan Ayaam "Obama"	Menambah Karyawan, Menambah Keragaman Desain, Meningkatkan Kualitas Finishing Produk, Menjaga TQM dan melakukan Continuous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
12	Arief Hidayat, S.Sos	Republik Jamur	Perluasan jaringan, Penambahan Kapasitas Produksi, Menjalin Kemitraan dengan pasar modern, Merekrut SDM yang mempunyai keterampilan khusus dalam budidaya jamur.
13	Briane Novianti Syukmita, S.Fil.	Dluwang Art	Menggunakan Mesin Pelinting/pemintal kertas, Menambah keragaman desain, Meningkatkan Kualitas Packing, Menjaga TQM dan melakukan Continuous improvement, Memperluas Jaringan Pemasaran.
14	Supandi	Gandok Craft	Menggunakan Mesin Pengering Kayu (Oven), Menambah Keragaman Desain, Meningkatkan Kualitas Packing, Menjaga TQM dan melakukan Continuous improvement, Memperluas Jaringan Pemasaran.
15	Puspita Ajeng JM	Frida Modiste	Menambah Karyawan, Menambah Keragaman Desain, Meningkatkan Kualitas Finishing Produk, Menjaga TQM dan melakukan Continuous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.

No.	Nama Pemilik	Nama Usaha	Jenis Pendampingan
16	Rinda Meika, SE	Rinas Batik	Menambah Karyawan, Menambah Keragaman Desain, Meningkatkan Kualitas Finishing Produk, Menjaga TQM dan melakukan Continuous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
17	Roh Anisa Talitama, SE	PRI Art Jogja	Menambah Karyawan, Menambah Keragaman Desain, Meningkatkan Kualitas Finishing Produk, Menjaga TQM dan melakukan Continuous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
18	Singgih	Batik Kayu	Menambah Keragaman Desain, Meningkatkan Kualitas Finishing Produk, Membuat Kemasan, Menjaga TQM dan melakukan Continuous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
19	Debora Ayu Cristyandari, A.Md.	Mina Glow	Menambah Kapasitas Kolam, Perbaiki Kualitas Kolam, Meningkatkan Ketrampilan beternak.
20	Wanti	Batik	Menambah Keragaman Desain, Meningkatkan Kualitas Finishing Produk, Membuat Kemasan, Menjaga TQM dan melakukan Continuous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
21	Intika Chunda Kharnama	Inti's Art Production	Menambah Keragaman Desain, Meningkatkan Kualitas Finishing Produk, Membuat Kemasan, Menjaga TQM dan melakukan Continuous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
22	Rusfan Hamid	Roesona Boneka	Menambah Keragaman Desain, Meningkatkan Kualitas Finishing Produk, Membuat Kemasan, Menjaga TQM dan melakukan Continuous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
23	Rian Fitrianto	Rian Jaya	Menambah Keragaman Desain,

No.	Nama Pemilik	Nama Usaha	Jenis Pendampingan
			Meningkatkan Kualitas Finishing Produk, Membuat Kemasan, Menjaga TQM dan melakukan Continuous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
24	Patrizka Nur Pradiningtyas	House of Crazil, Baladewi Collection	Menambah Keragaman Desain, Meningkatkan Kualitas Finishing Produk, Membuat Kemasan, Menjaga TQM dan melakukan Continuous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
25	Meytya Adedina	Metori	Menambah Keragaman produk dan rasa, Meningkatkan Kualitas Finishing Produk, Membuat Kemasan, Menjaga TQM dan melakukan Continuous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
26	Darminto Mei	Warung Iwak Kali	Menambah Keragaman Produk dan Rasa, Meningkatkan Kualitas Layanan, Menjaga TQM dan melakukan Continuous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
27	Fajar Purwaningsih, S,Pd.	Radite Collection	Menambah Keragaman Desain, Meningkatkan Kualitas Finishing Produk, Membuat Kemasan, Menjaga TQM dan melakukan Continuous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
28	Farikha Ratna Sekar	Permata Bakery	Menambah Keragaman Desain, Meningkatkan Kualitas Finishing Produk, Membuat Kemasan, Menjaga TQM dan melakukan Continuous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
29	Rani Soraya Siregar	Ramachanos	Menambah Keragaman Produk, Meningkatkan Kualitas Kemasan, Menjaga TQM dan melakukan Continuous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
30	Suharyoto	Kel ternak	Menambah Kapasitas Kandang,

No.	Nama Pemilik	Nama Usaha	Jenis Pendampingan
		Kelinci	Perbaikan Kualitas Kandang, Meningkatkan Ketrampilan beternak.
31	Sariyanto	Barca R & B	Menambah Keragaman Desain, Meningkatkan Kualitas Finishing Produk, Membuat Kemasan, Menjaga TQM dan melakukan Continous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
32	Hastuti Setyaningrum	Weka Collection	Menambah Keragaman Desain, Meningkatkan Kualitas Finishing Produk, Membuat Kemasan, Menjaga TQM dan melakukan Continous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
33	Arri Aprilyanti	Pillow Boneka	Menambah Keragaman Desain, Meningkatkan Kualitas Finishing Produk, Membuat Kemasan, Menjaga TQM dan melakukan Continous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
34	Khairul Muzaki Syarif, SE	Zakk-zakk	Menambah Keragaman Desain, Meningkatkan Kualitas Finishing Produk, Membuat Kemasan, Menjaga TQM dan melakukan Continous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
35	Sri Mulyani	Sri Mulyani	Menambah Keragaman Desain, Meningkatkan Kualitas Finishing Produk, Membuat Kemasan, Menjaga TQM dan melakukan Continous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
36	Ali Yusron	Lita Collection	Menambah Keragaman Desain, Meningkatkan Kualitas Finishing Produk, Membuat Kemasan, Menjaga TQM dan melakukan Continous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
37	Aswan Amyudi	Budidaya Jamur Tiram	Menambah Kapasitas Lahan, Perbaikan Kualitas Lahan,

No.	Nama Pemilik	Nama Usaha	Jenis Pendampingan
			Meningkatkan Ketrampilan Bertani.
38	Ruri Anggraini	Silma Craft n Souvenir	Menambah Keragaman Desain, Meningkatkan Kualitas Finishing Produk, Membuat Kemasan, Menjaga TQM dan melakukan Continuous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
39	Warjono	Sahaja Abadi	Menambah Keragaman produk dan rasa, Meningkatkan Kualitas, Membuat Kemasan, Menjaga TQM dan melakukan Continuous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
40	Heri Slamet, S.Pd.	Mitra Konveksi	Menambah Karyawan, Menambah Keragaman Desain, Meningkatkan Kualitas Finishing Produk, Menjaga TQM dan melakukan Continuous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
41	Mandar Utomo	Kajeng Handycraft	Menambah Keragaman Desain, Meningkatkan Kualitas Finishing Produk, Membuat Kemasan, Menjaga TQM dan melakukan Continuous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
42	Sujilah	Redjo Makmur	Menambah Keragaman Produk, Meningkatkan Kualitas Kemasan, Menjaga TQM dan melakukan Continuous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
43	A. Bambang Agus S	Marvie Eskrim	Menambah Keragaman Rasa, Meningkatkan Kualitas Kemasan, Meningkatkan Kualitas Peralatan Distribusi, Menjaga TQM dan melakukan Continuous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
44	Darmin	Batik	Menambah Keragaman Desain, Meningkatkan Kualitas Finishing Produk, Membuat Kemasan, Menjaga TQM dan melakukan

No.	Nama Pemilik	Nama Usaha	Jenis Pendampingan
			Continous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.
45	Maryono	Batik	Menambah Keragaman Desain, Meningkatkan Kualitas Finishing Produk, Membuat Kemasan, Menjaga TQM dan melakukan Continous improvement, Melakukan Promosi secara Kontinyu.

D. Strategi dan Realisasi Kelulusan Inkubasi UKM Tenant

1. Strategi Kelulusan UKM Tenant

Strategi penentuan kelulusan menggunakan parameter berikut ini:

- 1) Daya Saing
- 2) Nilai Tambah
- 3) Produktivitas Usaha
- 4) Kualitas Kerja

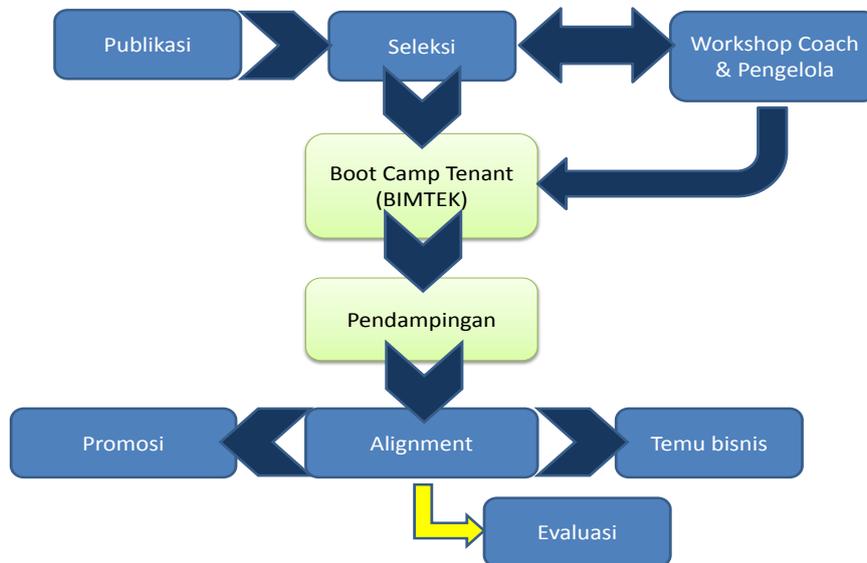
2. Realisasi Kelulusan UKM Tenant

Realisasi kelulusan UKM Tenant ditentukan berdasarkan:

- 1) Daya Saing: 20-30 %
- 2) Nilai Tambah: 20-30 %
- 3) Produktivitas Usaha: 20-50 %
- 4) Kualitas Kerja: 30-40 %

E. Metode Inkubasi pendampingan UKM tenant yang Ideal

1. Proses Inkubasi Bisnis



2. Proses Inkubasi Bisnis PSW/G LPPM UNY

- a. **Proses inkubasi** meliputi: Melakukan BIMTEK, memberikan layanan dan pendampingan, penyusunan materi, penyiapan media dan alat bantu pelatihan, memfasilitasi akses permodalan, memfasilitasi gelar produk, memfasilitasi observasi lapangan, dan penyiapan bisnis plan.
- b. **Output inkubasi** jangka pendek & panjang:
 - 1) **Jangka pendek**: tumbuhnya kesadaran untuk belajar, meningkatnya pengetahuan, meningkatnya perilaku dan sikap wirausaha, meningkatnya keterampilan berwirausaha, tumbuhnya kemampuan untuk meraih target, dan meningkatnya motivasi.
 - 2) **Jangka panjang**: terwujudnya target bisnis, berubahnya perilaku berwirausaha yang semakin kreatif dan produktif, munculnya ide-ide bisnis baru, mampu mengambil keputusan secara tepat, mampu

membuat kebijakan bisnis, dan terwujudnya kepedulian sosial dalam
berbisnis.

- c. *Outcomes*: Hasil akhir yang diharapkan adalah meningkatnya produktivitas, meningkatnya daya saing, serapan tenaga kerja, dan diversifikasi produk.

BAB VI

DUKUNGAN DAN SINERGI DENGAN PIHAK TERKAIT

A. Dukungan Pemerintah Daerah kepada Inkubator Bisnis PSW/G LPPM UNY

Dukungan Disperindagkop dan UKM DIY dalam kegiatan ini berupa keberpihakan, dan fasilitasi layanan (koordinasi) dalam menyelenggarakan Program Pengembangan Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi tahun 2013 di Inkubator Bisnis PSW/G LPPM UNY. Seperti: narasumber, rapat koordinasi, tempat kunjungan lapangan UKM/ Pasar Modern, Gelar Produk/Pameran/Bazar.

B. Dukungan Pimpinan Perguruan Tinggi terhadap Pengembangan Inkubator Bisnis

Sarana produksi Inwall 5 Unit, sarana kantor lainnya: 3 Unit AC, 1 Unit komputer, 1 Unit LCD proyektor, 10 unit meja kursi, 1 unit filling kabinet, 1 unit almari buku, dan fasilitas internet.

C. Hubungan Kerja dengan Lembaga Keuangan serta Pemasaran di Daerah Masing-Masing

Upaya rintisan kerjasama di bidang keuangan/pembiayaan dalam rangka mensinergikan UKM Tenant dengan Lembaga keuangan/pembiayaan adalah dengan cara menghadirkan nara sumber dari PT Angkasa Pura, PT Jamsostek, PT Telkom, BNI 46, Bank Indonesia, dan PT Pertamina.

Sedangkan upaya rintisan kerjasama pemasaran dilakukan dengan PT Swalayan Pamela, Carefour, PT Indo Grosir, dan Swalayan Mirota Kampus.

D. Hubungan Kerja Jejaring yang Dibangun dengan *Stakeholders* Inkubator Internasional

Rintisan jejaring dalam memasarkan produk, dilakukan dengan:

- Menjadi anggota AIBI (Asosiasi Inkubator Bisnis Indonesia).
- Mengikuti APCO-INCUBATION 2013 (*International Forum for Business Incubator on Developing Co-Incubation in the Asia and Pasific Region for Enhancing Industry Competitiveness*).
- Mengikuti *Business Matching Session*.
- Mengikuti *COBLAS Program*.
- Mengikuti Pameran Produk UKM yang difasilitasi oleh pemerintah Indonesia melalui KBRI di Kuala Lumpur Malaysia.
- Rintisan pemasaran produk kerjasama dengan Inkubator Bisnis Ho Chi Minh City-Vietnam (Topica).
- Kerjasama dengan APIKRI untuk perluasan pasar internasional.

E. Lembaga Lainnya Dalam Rangka Penguatan Akses Pasar, Teknologi, Sarana, Organisasi Manajemen Dan Sumberdaya Produktif Lainnya

Hubungan kerja yang dibangun dengan lembaga lainnya dalam rangka penguatan akses pasar, teknologi, sarana, organisasi, manajemen dan sumberdaya produktif lainnya. Lembaga yang bersedia menjalin kerjasama antara lain:

- UNY
- Kadin DIY, Kabupaten-Kota
- HIPMI DIY, Kabupaten-Kota
- APIKRI
- Beberapa UKM di Pekalongan

- Balai Besar Pengembangan dan Perluasan Kerja - Kemenakertrans.
- Kemenakertrans: diundang pada *Launching* Gerakan Penanggulangan Pengangguran Nasional: “Menjadi Perempuan Mandiri di Negeri Sendiri” dan Penandatanganan SKB Tiga Menteri (Kemenakertrans, Kemen Pemberdayaan Perempuan, dan Kemenkop&UKM).

BAB VII

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Kualitas layanan Inkubator Bisnis PSW/G LPPM-UNY yang meliputi 7 S (*space, shared, service, support, skill, seed capital, and synergy*) telah berhasil diwujudkan walaupun dalam beberapa aspek masih belum optimal. Secara keseluruhan kualitas layanan telah berjalan dengan baik. Hal-hal yang perlu dilakukan peningkatan antara lain dukungan pembiayaan, penyediaan sarana dan prasarana, serta sinergi antara Kemenkop&UKM RI, lembaga keuangan, dan BUMN dengan Perguruan Tinggi.
2. Inkubator Bisnis PSW/G LPPM UNY memiliki lima pendamping lapangan yang terlatih dengan kualifikasi bidang keahlian yang berbeda (MSDM, Pemasaran, Teknologi Informasi, Pemesinan, Biologi, dan Teknologi Pangan).
3. Inkubator Bisnis PSW/G LPPM UNY berhasil memiliki 5 UKM Tenant yang beroperasi di dalam kampus (*in-wall*).
4. Pelaksanaan pendampingan terhadap 45 UKM Tenant dilakukan secara tim berdasarkan bidang keahlian dan permasalahan yang dihadapi oleh UKM Tenant.
5. Inkubator Bisnis PSW/G pada tahun 2013 telah berhasil memfasilitasi 9 UKM Tenant untuk mendapat Kredit dari Lembaga Keuangan.
6. Inkubator Bisnis PSW/G pada tahun 2013 telah menghasilkan 10 (sepuluh) Proposal *Business Plan* UKM unggulan untuk diusulkan kepada lembaga pembiayaan.

7. Diperoleh peningkatan kapasitas UKM Tenant dalam hal motivasi, pemasaran, kapasitas produksi, kemasan, sertifikasi produk (PIRT, Halal, Depkes), penyusunan pembukuan keuangan sederhana, dan akses permodalan.
8. Dihasilkan program pengembangan UKM Tenant melalui teknologi informasi dengan didukung oleh *e-marketing* berbasis web (<http://inkubatoruny.web.id>).
9. Inkubator Bisnis PSW/G LPPM UNY pada tahun 2013 ini berhasil meluluskan 3 UKM Tenant yakni: Milkmoov, Kajeng Handycraft, Mama Dimsum.
10. Telah menjadi anggota Asosiasi Inkubator Bisnis Indonesia (AIBI).
11. Telah menjadi anggota Forum Inkubator Bisnis ASEAN.
12. Telah lulus menjadi pelatih manajer Inkubator Bisnis yang diselenggarakan oleh AIBI bekerja sama dengan IfoDev.

B. Saran dan Rekomendasi

1. Diperlukan dukungan dari seluruh *stakeholder* (PT, Dinas atau lembaga terkait), sehingga pengembangan kapasitas UKM Tenant dapat berjalan dengan efektif.
2. Diperlukan dukungan pembiayaan secara rutin untuk operasional penyelenggaraan inkubator perguruan tinggi melalui APBN.
3. Dibutuhkan sistem seleksi dengan metode dan instrumen seleksi yang terstandar secara nasional.
4. Dibutuhkan pengembangan kapasitas UKM Tenant yang tidak hanya terfokus pada Bimbingan Teknis atau Pelatihan namun disesuaikan dengan kebutuhan UKM Tenant dan permasalahan UKM Tenant.
5. Dibutuhkan program lanjutan yang berupa bantuan pembiayaan untuk peningkatan kapasitas UKM Tenant baik dalam bentuk peralatan maupun

pendanaan, serta fasilitasi promosi melalui pameran nasional maupun internasional.

LAMPIRAN

FORMULIR SELEKSI PENDAMPINGAN

Nama : _____
Umur : _____ Jenis Kelamin: _____
No. Telp /HP : _____ Email: _____
Alamat : _____

Kuisisioner ini mengandung pertanyaan umum termasuk beberapa pertanyaan spesifik yang berhubungan dengan usaha Anda di kemudian hari. Sangat penting bagi Anda untuk menjawab dengan tepat dan sejujurnya.

A. USAHA ANDA DI KEMUDIAN HARI

1. Tipe usaha seperti apakah yang membuat Anda tertarik?

- Jasa Profesional Manufaktur
 Retail Distributor
 Lainnya(jelaskan)

2. Sebutkan secara spesifik tipe-tipe produk dan atau jasa yang Anda tawarkan kepada konsumen Anda.

3. Kapan memulai usaha Anda dimulai ?

4. Apa yang telah Anda lakukan sehingga dapat memiliki usaha tersebut?

- Mulai dari awal Membeli yang sudah berjalan
 Franchise Mewarisi
 Lainnya (jelaskan)

5. Berbentuk apakah wadah usaha Anda tersebut?

- Perorangan Partnership
 C.V. P.D.
 P.T.
 Lainnya (jelaskan)

6. Selain Anda sendiri, siapa sajakah yang terlibat dalam pengambilan keputusan di usaha Anda?

7. Apakah Anda memiliki rencana usaha (*Business Plan*)?

Ya Tidak

Jika Ya, bagaimana cara Anda mempelajari caranya membuat rencana usaha (*Business Plan*)

Buku Orang tua

Mentor Sendiri

Lainnya (jelaskan)

B. STRATEGI PEMASARAN USAHA ANDA

1. Apa yang membuat Anda berfikir bahwa seorang konsumen akan membeli dari Anda dan bukan dari pesaing Anda? Apa yang membuat produk / jasa Anda unik ?

2. Bagaimana cara Anda mendapatkan prospek untuk usaha Anda?

C. TARGET PENJUALAN ANDA

1. Omset dan keuntungan seperti apakah yang ingin Anda hasilkan dalam waktu 9 bulan ke depan?

Proyeksi Q1: Omset _____ Keuntungan _____

Q2: Omset _____ Keuntungan _____

Q3: Omset _____ Keuntungan _____

Total: Omset _____ Keuntungan _____

2. Apa yang akan Anda lakukan untuk dapat mencapai pertumbuhan tersebut?

3. Apa yang akan Anda lakukan selanjutnya apabila target 9 bulan tersebut dapat tercapai?

4. Apakah yang Anda inginkan dari penjualan dan pemasaran Anda dalam waktu 30 hari ke depan?

D. DIRI ANDA SEBAGAI PENGUSAHA

1. Berapa persen dari rata-rata waktu Anda yang didedikasikan untuk melakukan aktifitas sebagai berikut:

_____ % Perencanaan Strategi

_____ % Pengembangan Usaha dan Pemasaran

_____ % Operasional Harian atau Persyaratan Taktis

_____ % Menyelesaikan masalah

_____ % Lain-lain _____

2. Apakah Anda memiliki strategi untuk keluar dari usaha yang Anda jalankan?

Ya Tidak

Jika Ya, kapan Anda berencana untuk keluar dari usaha Anda dan bagaimana caranya?

3. Jelaskan kelebihan Anda sebagai seorang Wirausaha.

4. Jelaskan area mana yang perlu Anda tingkatkan sebagai seorang Wirausaha.

5. Apakah kefrustrasian terbesar yang Anda miliki di dalam diri Anda sendiri?

6. Bagian apakah di hidup Anda yang PALING Anda sukai atau yang Anda rasa paling menguntungkan?

7. Bagian apakah di hidup Anda yang PALING TIDAK Anda sukai atau yang Anda rasa paling tidak menguntungkan?

8. Berapa jam per minggu dari waktu Anda yang akan dialokasikan untuk mengasah semangat kewirausahaan Anda?

Apa yang Anda rasakan atas hal tersebut?

9. Apakah hobby Anda? Apa yang Anda lakukan untuk melewatkan waktu Anda sehari-hari?

10. Jika Anda memiliki waktu dan sumber keuangan yang cukup untuk melakukan hal-hal yang Anda inginkan, bagaimana Anda akan meluangkan waktu Anda di luar usaha Anda?

11. Pernyataan manakah yang paling dekat dengan ciri-ciri diri Anda? Pilih salah satu.

Saya berorientasi kepada target yang merasa nyaman apabila memiliki kewenangan.

Saya mudah bergaul dan menghargai persahabatan di dalam hubungan pekerjaan dan suka membangun konsensus

Saya seorang yang tetap tenang apabila di dalam situasi yang tertekan dan lebih suka membuat keputusan dengan logika ketimbang dengan emosi.

Saya mempelajari banyak informasi sebelum membuat keputusan

E. TIM ANDA

1. Secara rata-rata menurut rencana Anda, berapa orang karyawan yang akan Anda pekerjakan dalam waktu 9 bulan ke depan?

_____ Q1 _____ Q2 _____ Q3

Jelaskan kriteria karyawan ideal yang sesuai dengan standar Anda.

2. Apakah yang menjadi alasan yang menarik bagi seorang calon karyawan untuk bergabung dengan tim Anda? Menurut Anda, mengapa mereka mau bekerja untuk Anda dibandingkan dengan bekerja untuk Pesaing Anda?

F. PELATIHAN

1. Apakah Anda dapat didampingi oleh Pendamping Bisnis untuk memajukan bisnis anda?
 Ya Tidak
2. Menurut Anda, dalam hal apa saja keuntungan yang dapat Anda peroleh apabila memiliki seorang Pendamping Bisnis ?

3. Apabila ada satu hal tentang diri Anda yang akan Anda rubah dalam waktu 90 hari ke depan, sebutkan hal tersebut dan mengapa akan Anda rubah?

4. Apakah ada informasi tambahan lainnya yang menurut Anda cukup berharga untuk dibahas bersama?

TERIMA KASIH

KUESIONER

CALON UKM TENANT INKUBATOR

Bidang Usaha (*PANGAN / KERAJINAN / PERTANIAN / JASA/LAINNYA*)

Nama UKM :

Kabupaten/Kotamadya :

Propinsi :

*) Coret yang tidak perlu

I. Latar Belakang

1. Responden

Nama Responden :
Alamat :
Kode Pos :
No. Telpon :
No. Fax. :
e-mail :
Usia Responden :
Pendidikan Responden :
Jabatan Responden :

2. Profil UKM

Nama UKM :
Lama Berdiri :
Alamat Lengkap :
Kode Pos :
No. Telpon :
No. Fax. :
e-mail :

II. Motivasi Berwirausaha

1. Sudah berapa lama Anda berwirausaha ?
2. Bidang usaha apa ?
3. Kenapa anda memilih bidang usaha ini ?
4. Produk (Barang/jasa) apa yang dihasilkan ?
5. Ada berapa usaha sejenis di sini ?
6. Bagaimana kiat mengatasi persaingan usaha ? Jelaskan !
.....
.....
.....
.....

III. Kebutuhan UKM Terhadap Pola Inkubasi

1. Dari mana/siapa anda tahu tentang *inkubator* ?
2. Apa yang Anda ketahui tentang *inkubator* ?
3. Apa yang Anda ketahui tentang *Tenant inkubator* ?
4. Apakah Anda berminat menjadi UKM Tenant inkubator ?
Ya / Tidak
Mengapa? Jelaskan !
5. Sebutkan dan jelaskan permasalahan / kendala yang sering Anda(UKM) hadapi :
 - a. Teknologi :
 - b. Permodalan :
 - c. Distribusi dan Pemasaran :
 - d. Lainnya, sebutkan :
6. Bagaimana cara mengatasinya :
 - a. sendiri
 - b. kerjasama
 - c. Lainnya,
7. Adakah rekan Anda yang sudah menjadi yang sudah menjadi Tenant inkubator ? Ada / Tidak ada
Jika ada, berapa orang (UKM) ?
8. Bagaimana tanggapan Anda tentang UKM rekan Anda yang sudah menjadi Tenant inkubator ?, Jelaskan !
 - a. Lebih sukses
 - b. Biasa saja
 - c. Lebih mundur
 - d. Bangkrut
9. Jika Ya, Apakah harapan Anda kepada inkubator yang ada sekarang ?

IV. Penguatan Modal UKM

1. Sebutkan aset yang dimiliki UKM
 - a. Tanah :m²
 - b. Mesin :

- c. Bangunan :m²
 - d. Modal Kerja (awal) : Rp.
 - e. Jumlah Karyawan :Orang
 - f. Lainnya, Sebutkan :
2. Siapa pemilik aset tersebut ?
- a. Anda sendiri
 - b. Kerjasama
 - c. Pinjaman ke Bank
 - d. Lainnya, sebutkan.....
3. Jika kerjasama dengan siapa ?
- Jelaskan !
4. Pinjaman ke Bank
- a. BNI
 - b. BCA
 - c. Bukopin
 - d. Lainnya, Sebutkan
5. Prosesnya,
- a. cepat
 - b. lambat
 - c. mudah
 - d. sukar
- Jelaskan !
-
-
-
-

V. Kebutuhan Pasar Terhadap Produk UKM

1. Produk barang/jasa apa yang dihasilkan, sebutkan !
-
2. Jelaskan proses pembuatan barang / jasa !
-
-
-
-
3. Berapa kapasitas produksi
- a. Barang :buah/kg / hari / bulan
 - b. Jasa :kali hari/minggu/bulan
 - c. Lainnya :

4. Apakah permintaan pasar sudah terpenuhi?
5. Prospek kedepannya bagaimana ?
6. Apakah sudah ada investor yang mengajak kerjasama ?
Jika ada, Jelaskan !

.....
.....

VI. Sistem Pemasaran dan Distribusi

1. Berapakah harga jual produk/jasa Anda ?

- a. Produk/jasa :Rp.per
- b. Produk/jasa:Rp.per
- c. Produk/jasa:Rp.per
- d. Produk/jasa:Rp.per

2. Kemana anda menjual hasil produksi

- | | |
|-------------------------------|--------------------|
| e. Grosir :% | g. Pasar :% |
| f. Distributor :% | h. Pabrik :% |
| g. Toko :% | i. Pabrik :% |
| h. Swalayan :% | j. PT :% |
| i. Konsumen langsung :% | Lainnya :% |
| j. | |

3. Wilayah Distribusi Pemasaran

- | | |
|----------------|-------------------|
| a. Lokal | c. ekspor |
| b. Antar pulau | d. lainnya, |

4. Apakah ada armada pemasaran khusus ? Ya / Tidak

- | | |
|------------------------|------------------------|
| a. motorunit | c. Trukunit |
| b. mobil boxunit | d. Lainnya, sebutkan ! |

5. Sistem pembayaran

- | | |
|-----------|------------------------|
| a. kontan | c. konsinyasi |
| b. tempo | d. Lainnya, sebutkan ! |

6. Permasalahan yang dihadapi dalam sistem pemasaran:

.....
.....
.....
.....

VII. Rencana Pengembangan Usaha

1. Bagaimana rencana pengembangan usaha anda? Jelaskan

Kapasitas produksi :

Kualitas Produk :

Kemasan / Packaging :

Pemasaran :

Omset :

Karyawan :

2. Sebutkan dan jelaskan permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan usaha

Permodalan :

Teknologi :

Pemasaran :

3. Apa harapan Anda kepada inkubator setelah menjadi Tenant Inkubator?

Jelaskan !
.....
.....

Formulir Penilaian Wawancara

Nama :

Umur :Tahun

A. Usaha Anda di Kemudian Hari				
No	Skor		Total Skor A	Keterangan Skor
1	0	1		0 = ketertarikan rendah; 1 = ketertarikan tinggi
2	0	1		0 = disebutkan kurang fokus; 1 = disebutkan lebih fokus
3	0	1		0 = lebih dari 3 tahun; 1 = sekitar 2-3 tahun
4	0	1		0 = franchise, mewarisi; 1 = dari awal, beli yg sdh jalan
5	0	1		0 = PD, CV, PT, ; 1 = perorangan, partnership
6	0	1		0 = tidak punya tim; 1 = memiliki tim
7	0	1		0 = tidak memiliki BP; 1 = memiliki BP
B. Strategi Pemasaran Usaha Anda				
No	Skor		Total Skor B	Keterangan Skor
1	0	1		0 = argumentasi kurang jelas; 1 = argumentasi fokus
2	0	1		0 = strategi kurang; 1 = memiliki strategi jitu
C. Target Penjualan Anda				
No	Skor		Total Skor C	Keterangan Skor
1	0	1		0 = target tdk jelas; 1 = optimis maju dan berkembang
2	0	1		0 = strategi kurang jelas; 1 = memiliki strategi jitu/fokus
3	0	1		0 = kurang jelas; 1 = perencanaan jelas dan fokus
4	0	1		0 = keinginan tdk jelas; 1 = keinginan jelas dan fokus
D. Diri Anda Sebagai Pengusaha				
No	Skor		Total Skor D	Keterangan Skor
1	0	1		0 = % strategi & pengembangan rendah; 1 = % tinggi
2	0	1		0 = tidak; 1 = ya, target dan strategi jelas
3	0	1		0 = kurang potensial; 1 = potensi tinggi
4	0	1		0 = argumentasi kurang; 1 = argumentasi jelas, fokus
5	0	1		0 = banyak keluhan; 1 = motivasi tinggi
6	0	1		0 = argumentasi kurang; 1 = argumentasi jelas, fokus
7	0	1		0 = banyak keluhan; 1 = motivasi tinggi
8	0	1		0 = alokasi waktu kecil; 1 = alokasi waktu intensif
9	0	1		0 = alokasi waktu kecil; 1 = alokasi waktu intensif
10	0	1		0 = alokasi waktu kecil; 1 = alokasi waktu intensif
11	0	1		0 = tdk berorientasi pd target; 1 = berorientasi target
E. Tim Anda				
No	Skor		Total Skor E	Keterangan Skor
1	0	1		0 = tdk berkembang; 1 = berkembang
2	0	1		0 = tdk memiliki visi; 1 = memiliki visi maju
F. Pelatihan				
No	Skor		Total Skor F	Keterangan Skor
1	0	1		0 = tdk bisa ; 1 = ya, bisa didampingi
2	0	1		0 = argumentasi kurang jelas; 1 = jelas/fokus
3	0	1		0 = kurang jelas; 1 = keinginan jelas dan fokus
4	0	1		0 = keinginan tdk jelas; 1 = keinginan jelas dan fokus

Skor A	Skor B	Skor C	Skor D	Skor E	Skor F	Jumlah Skor Total	Hasil Rekomendasi	
							Tdk Lolos	Lolos

Yogyakarta, 25 April 2012
Pewawancara,

(.....)

BUSINESS PLAN

1

Business Plan Elmas Mebel

2

Business Plan UD. Sengon Mas

3

Business Plan Dluwang Art

4

Business Plan Mega Organik

5

Business Plan Supplier Obama

6

Business Plan Fridha Modeste

7

Business Plan Batik Satuhu

8

Business Plan Gandok Craft

9

Business Plan Teh Bandulan

10

Business Plan Batik Mandiri

Business Plan

Elmas Mebel

**BINAAN INKUBATOR BISNIS
PUSAT PENELITIAN WANITA DAN GENDER (PSW/G)
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

Elmas Mebel

Sembego RT 01 RW 38 Maguwoharjo Depok Sleman Yogyakarta
0274 9377380 / 081392267537
Email : elmaskita@gmail.com

Rencana Bisnis Elmas Mebel

Daftar Isi :

1. Executive Summary
 - 1.1. Visi
 - 1.2. Misi
 - 1.3. Kunci Sukses
2. Ringkasan Perusahaan dan Bentuk Organisasi
 - 2.1. Penjelasan Singkat
 - 2.2. Kejelasan Kepemilikan
 - 2.3. Struktur Organisasi Perusahaan
 - 2.4. Penjelasa Modal awal
3. Produk Usaha
 - 3.1. Produk Utama
 - 3.2. Produk Lainnya
 - 3.3. Keistimewaan Produk
4. Pasar Usaha
 - 4.1. Analisa Pasar
 - 4.2. Segmentasi Pasar dan Strategi Target Segmen
 - 4.3. Analisa Industri
 - 4.4. Kompetisi dan Pola Konsumsi
5. Rencana Produksi
 - 5.1. Fasilitas Dan Kapabilitas Produksi
 - 5.2. Peralatan Produksi
 - 5.3. Proses Produksi
 - 5.4. Jenis Bahan Baku dan Sumber Bahan Baku
 - 5.5. Kontinyuitas Bahan Baku
 - 5.6. Kebutuhan SDM Produksi
 - 5.7. Tenaga Profesional Non Produksi
 - 5.8. Quality Control
 - 5.9. Sistem Penggajian
6. Rencana Pemasaran
 - 6.1. Keunggulan Kompetitif
 - 6.2. Strategi Pemasaran
 - 6.3. Strategi Penjualan
 - 6.4. Analisa Pesaing
 - 6.5. Wilayah Pemasaran
 - 6.6. Wilayah Pemasaran
7. Rencana Alokasi Penambahan Alat dan Modal
 - 7.1. Kebutuhan Investasi Peralatan Produksi
 - 7.2. Kebutuhan Modal Kerja Produksi
8. Rencana Pengembangan Usaha Kedepan
 - 8.1. Pengembangan Produk
 - 8.2. Pengembangan Sistem Produksi

- 8.3. Pengembangan Sistem Pemasaran
- 8.4. Pengembangan Kualitas SDM dan Kesejahteraan
- 9. Rencana Agenda Pelaksanaan Kegiatan
- 10. Rencana Keuangan

Rencana Bisnis Elmas Mebel

1. Executive Summary

Elmas Mebel mebel adalah usaha yang bergerak dalam produksi mebel dan produk kerajinan kayu. Lokasi usaha elmas mebel ada di Yogyakarta dan berjalan relatif stabil. Tujuan dari pembuatan rencana bisnis ini adalah untuk kebutuhan internal perusahaan agar pembacanya bisa memahami arah tujuan perusahaan, serta untuk kebutuhan eksternal, khususnya dalam hal pendanaan. Elmas Mebel berharap dalam waktu tiga tahun sudah bisa mengembalikan modal pinjaman plus bunga dan bisa mengembangkan usahanya sendiri. Dengan rencana peningkatan penjualan dan efisiensi produksi pertumbuhan usaha diperkirakan bisa 20 % pertahun. Untuk mengupayakan rencana tersebut dibutuhkan penambahan modal sebesar Rp. 20.000.000,- sebagai modal untuk penamahan peralatan dan modal kerja. Manajemen elmas mebel berkeyakinan dan optimis bisa berkembang lebih baik lagi karena masih banyak peluang-peluang pasar yang saat ini belum bisa tergarap secara maksimal.

1.1. Visi dari Elmas Mebel

1. Meningkatkan Penjualan produk mebel dan produk perkayuan diatas Rp 200 juta pertahun
2. Memuaskan konsumen maupun agen yang membeli produk dari Elmas Mebel sebesar 80 %

1.2. Misi dari Elmas Mebel

1. Senantiasa menjaga dan meningkatkan kualitas produksi untuk kepuasan pelanggan.
2. Meningkatkan kesejahteraan mitra kerja dan tenaga kerja.
3. Berusaha memenuhi kepercayaan investor terhadap kinerja perusahaan.

1.3. Kunci Sukses adalah

1. Memotong rantai penyuplai bahan baku yang terlalu panjang.
2. Meningkatkan dan selalu menjaga kesetabilan kualitas produksi.
3. Menekan biaya semaksimal mungkin dalam kegiatan operasional dan alur produksi barang.
4. Menciptakan perbedaan dengan lainnya dalam hal layanan konsumen dan kualitas produk.

2. Ringkasan Perusahaan dan Bentuk Organisasi

Nama Perusahaan	ELMAS MEBEL
Alamat	Sembego Rt 1/ rw 03 Maguwoharjo Depok
Kota	Sleman
Propinsi	Daerah Istimewea Yogyakarta
Kode Pos	55282
Telp / Hp	0274 9377380 / 081 391 167 537
email	elmaskita@gmail.com
NPWP	25 080 771 6 542 000
Nama Pemilik	Kunderi S Ag
Lembaga Pembina	Inkubator Bisnis PSW/G LPPM UNY Yogyakarta
Produk	Mebel Kayu, Mebel Sekolah, Alat Peraga & Kerajinan
Bahan Baku	Kayu Solid, Plywood, dan Asesoris lainnya
Pasar	Domestik

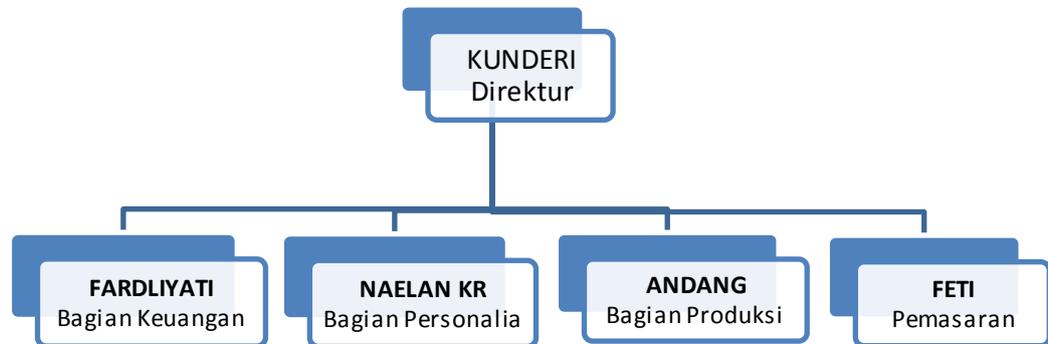
2.1. Penjelasan Singkat

ELMAS mebel adalah hasil kerja keras dari bapak Kunderi dalam merintis usaha mebel. Berawal dari sebuah kepercayaan untuk mengisi mebeler beberapa sekolah di Yogyakarta. Produk yang dihasilkan adalah Mebel Sekolah, Kitchen Set, Peraga Pendidikan, Plywood, Kerajinan dan Mebeler rumah lainnya. Konsumen dari Elmas mebel adalah : Perorangan, Pertokoan Besi, Sekolah, Produsen Mebel Interior dan Perusahaan Eksporthir Mebel.

2.2. Penjelasan Kepemilikan

Pemilik Usaha Elmas mebel adalah Pak Kunderi milik seorang, bukan usaha patungan. Untuk itu dalam memutuskan sesuatu kebijakan tanpa harus pertimbangan dengan banyak orang.

2.3. Struktur Organisasi Perusahaan



2.4. Penjelasan Modal Awal

Modal awal Elmas mebel adalah sebesar 10.000.000 yang dikelaurkan oleh Pak Kunderi sebagai pemilik usaha dan pendirinya. Harapan kedepan semoga bisa lebih maju.

3. Produk Usaha

3.1. Produk Utama

- Mebel Mebel Rumahan : Kitchen set, Almari, Meja Kursi Playwood, Pintu, Kusen
- Produk Mebel Sekolah : Meja Kursi Siswa, Almari File, Meja Kantor & A.P.E
- Produk Interior : Konter, Back Drop dan Almari Display Produk dll

3.2. Produk Jasa Lainnya

- Jasa Finishing Mebel
- Jasa Perbaikan atau Reparasi Mebel

3.3. Kesitimewaan Produk

1. Elmas Mebel mempunyai suplier kayu yang murah dan kuat yang susah dilacak
2. Banyak Referensi Gambar yang aplikatif dari beberapa Media Interior
3. Elmas Mebel selalu mengadakan inovasi sehingga produknya selalu up to date
4. Konstruksi lebih kuat dan dengan Finishing lebih matang dan tahan lama

4. Pasar Usaha

4.1. Analisa Pasar

Peluang pasar mebel sebetulnya masih terbuka luas. Oleh sebab itu banyak usaha yang bermunculan di bisnis mebel ini. Peran yang kami mainkan adalah menciptakan harga mebel yang kompetitif dengan kualitas yang baik. Upaya yang kami lakukan adalah memotong jalur distribusi rantai penjualan bahan kayu. Wal hasil sebageian besar kami membeli bahan langsung dari penebang di lintas kota yang ada di Jawa Tengah dan DIY. Sehingga kami bisa bersaing dalam harga.

Dengan upaya efisisensi belanja bahan baku, kami bisa bersaing secara sehat dan kompetitif.

4.2. Segmentasi Pasar dan Strategi Memasuki Pasar

Segmen pasar Elmas mebel terdiri dari ;

- a. Lembaga Sekolahan : Pasarnya jelas dan volumenya banyak
- b. Strateginya : Harga Kompetitif, barang kuat, awet dan Finishing anti Toxid
- c. Agen/Toko Mebel : Toko punya banyak langganan memudahkan penetrasi pasar
- d. Strategi : Detail kualitas barang harus maksimal, Harga bersaing kompetitif
- e. Konsumen Langsung : Dinamikanya tinggi sehingga terpacu untuk inovasi & update
- f. Strategi : Layani dengan Maksimal, Desain & Kualitas Bagus & Harga terjangkau
- g. Eksportir Mebel : Permintaan Volume Mebel di Lini Pasar ini cukup banyak.
- h. Strategi : Kayu harus Kering dan Pengerjaan harus Berkualitas Full Mesin & Rapi

4.3. Analisa Industri

Ada beberapa perusahaan besar yang memproduksi mebel dengan fungsi yang sama, akan tetap harganya lebih murah. Bahan yang dipakai bukan kayu tetapi limbah kayu. Untuk kualitas tidak lama. Sebetulnya masih ada konsumen yang mencari bahan-bahan mebel dengan bahan kayu solid harga ekonomi. Konsumen ini yang belum di garap secara maksimal oleh perajin/produsen mebel, karena sebagian besar produsaen belum bisa menemukan harga bahan yang murah. Kayu solid selalu dipilih oleh konsumen untuk bahan mebel, karena tahan lama dan kuat untuk menahan beban berat.

Peluang permintaan mebel dari bahan kayu solid ini masih cukup potensial dan ini yang menjadi segmen utama pasar kami. Adapun segmen yang lain adalah konsumen yang memilih bahan plywood.

4.4. Kompetisi dan Pola Konsumsi

Usaha Elmas mebel menggarap pasar mebel khusus yang berkualitas dan bahan solid. Penggemar barang-barang kualitas secara ekonomi sudah mampu dan harga tidak masalah.

5. Rencana Produksi

5.1. Fasilitas Tempat dan Kapabilitas Produksi

Fasilitas tempat yang dimiliki Elmas Mebel adalah : Ruang Terbuka Luas 300 m² yang bisa untuk Finishing dan Keperluan lainnya , Ruang Bahan Baku dan Ruang Kerja yang cukup untuk menampung 10 orang tenaga.

Adapun Kapasitas Produksi saat ini adalah sebagai berikut:

1. Meja Kursi Sekolah = 50 set perbulan
2. Kitchen Set = 5 set perbulan
3. Almari = 5 unit perbulan
4. Meja Makan = 10 unit perbulan
5. Kerajinan = 100 pcs perbulan
6. Mebel untuk anak = 5 set perbulan

Rencana Pengembangan Kapasitas Produksi Kedepan:

7. Meja Kursi Sekolah = 100 set perbulan
8. Kitchen Set = 50 set perbulan
9. Almari = 25 unit perbulan
10. Meja Makan = 25 unit perbulan
11. Kerajinan = 500 pcs perbulan
12. Mebel untuk anak = 30 set perbulan
13. Garden Furniture = 50 unit perbulan
14. Bahan Plywood = 500 lembar perbulan

5.2. Peralatan Produksi yang sudah dimiliki :

Peralatan Elmas Mebel adalah sebagai berikut :

1. Alat Open Kayu kapasitas 1m³
2. Alat Paku Tembak tenaga angin

3. Mesin Sirkel untuk Potong dan Belah Kayu
4. Kompresor untuk Finishing,
5. Mesin Planner /Pasah Tangan
6. Mesin Amplas
7. Mesin Proile
8. Gergaji Bengko Kecil
9. Mesin tatah bobok
10. Peralatan manual lainnya

Peralatan Yang diajukan Elmas Mebel adalah sebagai berikut :

1. Alat Open Kayu kapasitas 5 m³
2. Mesin Potong Standing (bisa siku)
3. Mesin Sirkel Ukuran Sedang
4. Jinter /Spindel Moulder
5. Mesin Planner/Pasah Duduk High Sped
6. Rangkaian Genset untuk 5000 watt
7. Mesin Proile Meja dan Amplas Meja
8. Gergaji Bengkok Sedang
9. Mesin Tatah Bobok Sedang
10. Press Pembuat Block Bord

5.3. Proses Produksi

Tahapan Proses Produksi Elmas mebel adalah sebagai berikut :

Tahap Pertama :

1. Proses Gambar Kerja dan Estimasi Kebutuhan Bahan
2. Pengadaan Bahan Baku Kayu/Playwood
3. Pemilahan Bahan Berdasarkan Estimasi

Tahap Kedua :

1. Pemotongan Komponen, Pembengkokan Komponen.
2. Penghalusan Bahan Komponen (masah/planner)
3. Pembentukan bagian-bagian komponen
4. Asembling dan Setting yang membutuhkan komponen tambahan

Tahap Ketiga :

1. Proses Finishing : Amplas ,Dempul, Coloring, Top Coating (Cat & Melamin)
2. Proses Penambahan Asesoris
3. Packing - Distribusi atau Setting untuk Pesanan mengisi Ruang

5.4. Jenis Bahan Baku dan Sumber Bahan Baku

Bahan Baku yang diolah Elmas Mebel adalah :

1. Jenis Bahan Kayu Solid : Kayu Jati, Mahony, Waru, Wadang, Nangka, Suren, Mindi
2. Jenis Bahan Playwood : Teak Block, Bloc Bord, MDF, Teakwood, Triplek
3. Bahan Finishing : Melamin, NC, HPL, Tacon Set, Politur, Duco dll

5.5. Kontinuitas Bahan Baku

Bahan - bahan untuk kebutuhan produksi mebel tidak menjadikan masalah dalam proses produksi. Elmas mebel sudah bekerjasama dengan suplier kayu dari beberapa daerah potensial. Untuk kebutuhan bahan playwood melimpah banyak ditemukan di toko bahan kayu.

5.6. Kebutuhan SDM Produksi.

Tenaga yang dibutuhkan adalah minimal 10 orang dengan pola : 5 orang tukang senior, 3 orang finishing dan 2 orang pembantu umum.

5.7. Tenaga Profesional Non Produksi

Tenaga Profesional lainya yang dibutuhkan :

1. Tenaga Konsultan IT
2. Tenaga Asdministrasi dan Keuangan
3. Tenaga Marketing

5.8. Quality Control

Proses kegiatan Quality Control diterapkan di semua lini produksi mulai Proses Pengadaan Bahan Baku sampai Finishing

5.9. Sistem Penggajian

Sistem penggajian Tenaga di Elmas Mebel saat ini menarapkan sistem Fleksibel sebagai berikut :

1. Sistem Borong : Sesuai dengan hasil produksi, pendapatan biasanya lebih banyak
2. Sistem Gaji Harian : Penggajian sesuai hari kerja biasanya pemberian gaji hari Sabtu
3. Gaji Bulanan : Gaji Reguler UMP

Rencana Pengembangan Sistem Penggajian :

1. Tenaga Profesional : Gaji Tetap UMP, Bonus Target, Tunjangan Sosial & THR

2. Tenaga Serabutan : Gaji Tetap UMP, Bonus, Tunjangan Sosial & THR
3. Tenaga Borong : Gaji Sesuai Hasil, Bonus Target & THR

6. Rencana Pemasaran

6.1. Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif Elmas Mebel jika dibandingkan dengan usaha sejenis adalah :

Keunikan Produk : Produk Elmas selalu “mbedani “ dengan produk sejenis karena ada sentuhan-sentuhan khas yang baru dan berbeda. Ini yang membuat beda dan dicari konsumen. Walaupun unik dan khas namun harga tetap terjangkau dan bersaing.

6.2. Strategi Pemasaran

1. Promosi :

Kegiatan Promosi yang dilakukan oleh elmas mebel adalah :

1. Membuat Media Cetak : Kartu Nama, Brosur, Company Profile, Print Out Door
2. Membuat akun Media Internet : email , Website, Face book, Twitter dll
3. Mengikuti Pameran-Pameran

2. Pola Jalur Distribusi :

Jalur Distribusi yang dikembangkan adalah sebagai berikut :

1. Konsumen Langsung
2. Lewat Agen penjualan Domesik/Toko mebel
3. BrokerEksportir Mebel

6.3. Strategi Penjualan :

Dengan Sistem Efisiensi dan Manajemen yang diterapkan secara maksimal, maka Elmas mebel bisa memunculkan 4 point strategi penjualan kelebihan yang menjadi kepuasan konsumen maupun Agen Penjualan , yaitu ;

1. Harga murah
2. Kualitas Barang
3. Desain Produk Sempel, Fungsional dan Uniq

6.4. Analisa Pesaing

Setiap ada peluang dan permintaan sudah tentu muncul pemain-pemain bisnis untuk mengambil kesempatan. Elmas mebel juga memahami akan peluang kebutuhan mebel dan pesaing baik senior

maupun yang baru muncul. Pesaing -pesaing itu tidak perlu ditakuti tetapi perlu disikapi secara bijak dan cerdas. Pesaing-pesaing tersebut bisa dipetakan sebagai berikut :

1. Industri Mebel Besar :

Harganya murah tetapi kualitas rendah contoh ; Mebel-Mebel di Toko bahan dari Partikel. Konsumen banyak tetapi kurang puas dari segi kualitas.

2. Industri Mebel Sejenis :

1. Harga Tinggi Kualitas Tinggi : Konsumen puas tetapi jumlahnya tertentu
2. Harga Murah Kualitas Rendah Desain kurang Maksimal: Konsumen banyak tetapi kurang puas dari aspek ; Bahan, Desain dan Finishing

3. Posisi Strategis Mengambil Peluang dan Langkah yang dilakukan:

1. Harga Barang Murah Desain dan Kualitas bagus
2. Langkah yang dikerjakan :
 - Mengambil bahan tetap dari penebang atau Pedagang Kayu Gelondong
 - Memperbanyak Referensi Desain yang bisa menjadi acuan produksi
 - Aplikasi Efisiensi Produksi . Menetrapkan Secara Mesin
 - Bahan-Bahan Finishing tetap bahan-bahan kualitas

6.5. Wilayah Pemasaran

1. Produk Mebel Sekolah : Yogyakarta dan Sekitarnya
2. Produk Mebel APE : Kota-kota **di Indonesia**
3. Produk Mebel Espor : Broker Yogyakarta

Rencana Pengembangan Pasar Kedepan :

1. MemBuka Cabang Toko Outlet luar Kota 10 Cabang
2. Transaksi langsung dengan Buyer Mebel DARI Luar negeri

3. gikuti Tander-Tender dari Pemerintah
4. Kerjaama dengan Beberapa Lembaga Perguruan Tinggi untuk Pengadaan Mebeler
5. Memiliki Website Profesional : dan Mengoptimalkan fungsi pemasaran online

7. Rencana Alokasi Penambahan Alat dan Modal

7.1. Pengadaan Peralatan Produksi

No.	Jenis Peralatan	Fungsi Mesin
01.	Mesin Planner Duduk	Menghaluskan Permukaan dengan tebal akurat
02.	Mesin Joints	Meluruskan Permukaan Balok dengan akurat
03.	Mesin Bensaw	Mesin Bengkok Komponen Mebel
04.	Mesin Bur Duduk	Mesin Pelubang dengan Akurasi Kelurusan dan Tepat
05.	Mesin Amplas Meja	Mesin penghalus lebih cepat dan Efisiensi Tinggi
06.	Mesin Purus	Mesin Pembuat “Lanangan “ Konektor sambungan
07.	Mesin Spindel	Mesin Peghalus permukaan bengkok bagian dalam
08.	Mesin Potong Siku	Mesin Potong untuk menghasilkan siku yang tepat
09.	Genset 5000 wat	Suplai Energi saat Listrik padam/kurang support
10.	Press Block Board	Rangkaian dan Mesin Press Pembuat Block bord
11.	Alat MC Kayu	Pengukur Kadar Kandungan air dalam kayu
12.	Open Kayu kpst 4 m3	Mengeringkan Kayu

7.2. Belanja Kebutuhan Bahan, Operasional Produksi dan Biaya Pemasaran.

No.	Uraian Belanja	Bagian
01.	Pembelian Kayu untuk Stok Bahan Produksi	Produksi
02.	Pembelian Plywood 2ml untuk lapisan Block Bord	Produksi
03.	Pembelian Bahan Finishing dan Lem	Produksi
04.	Pembelian Bahan Penunjang	Produksi
05.	Pembuatan Web Profesional www.elmasmebel.com	Pemasaran
06.	Pembuatan Brosur-Brosur standar untuk promosi	Pemasaran
07.	Pembuatan Plang Nama Usaha yang bisa dibaca jelas	Pemasaran
08.	Pembayaran Karyawan	Produksi

8. Rencana Pengembangan Usaha Kedepan

8.1. Pengembangan Produk

No.	Jenis Produk	Segmen Pasar	Qty Perbulan	Jalur Distribusi
01.	Mebel Sekolah Standar	Lokal	100 set	Langsung

02.	Mebel Sekolah Inovasi	Lokal	100 set	Langsung
03.	Alat Peraga Pendidikan	Lokal	1000 pc	Agen & Langsung
04.	Mebel Kantor	Lokal	100 unit	Agen & Langsung
05.	Teak Block, Block Bord	Lokal	200 lmbr	Agen & Langsung
06.	Kitchen Set	Lokal	20 unit	Agen & Langsung
07.	Kusen Pintu Jendela	Lokal	20 unit	Langsung
08.	Mebel Ekspor	Ekspor	1 kontr	Broker & langsung

8.2. Pengembangan Sistem Produksi dan Penunjangnya.

Ada dua hal dalam sistem produksi vital yang akan disempurnakan :

1. Sistem Praproduksi meliputi : Aplikasi Desain 3D max, dan auto Cad
3. Sistem Produksi meliputi :Penambahan Peralatan mesin-mesin Kayu High Sped dan upayaproses pengeringan kayu yang sempurna.

8.3. Pengembangan Sistem Pemasaran

Beberapa langkah sistem pemasaran yang akan disempurnakan :

1. Sistem Promosi
 1. Membuat Website perusahaan sesara Comersil dan Profesional
 2. Memaksimalkan komunikasi via email
 3. Memaksimalkan fungsi promosi lewat Facebook, Twitter dan komunitas lainnya
 4. Membuat kartu nama, brosur-brosur profesioanl dan informatif
 5. Membuat Prin Out Door da Plang Nama yang Jelas
2. Sistem Transaksi
 1. Transaksi Besar harus melalui mekanisme Transfer Rekening di Perbankan.
 2. Membuka akun Sistem Transaksi Internet banking Bank BRI dan Bank Mandiri
 3. Membuka Akun Transaksi di Internet Online : Paypal, Libertyreserve dll.
3. Sistem Distribusi
 1. Sistem Distriubusi luar Kota diserahkan Kargo/Expedisi
 2. Dalam Kota dilakukan sendiri perusahaan.

8.4. Pengembangan Kualitas dan kesejahteraan SDM

Untuk meningkatkan mutu sdm di Elmas mebel maka di lakukan beberapa program :

1. Perekrutan tenaga dengan tepat

1. Merekrut tenaga-tenaga terdidik da profesional
 2. Merekrut tenaga senior dan sudah mahir walaupun kurang terdidik
2. Pelatihan dan Pembekalan Teknis :
 1. Pelatihan Teknologi Perkayuan
 2. Pelatihan Teknologi Finishing
3. Pembekalan Sikap Moral dan Integritas yang Positif
 1. Pembekalan - pembekalan manajemen dan Penigkatan Mutu
 2. Pengajian – pengajian untuk membina moral para tenaga
4. Meingkatkan Kesejahteraan SDM
 1. Memberikan penghargaan untuk karyawan yang mempunyai prestasi dan progress
 2. Mengupah tenaga dengan upah yang layak minmal pakai standar UMP

9. Rencana Agenda Pelaksanaan Kegiatan

No.	Kegiatan	Lokasi	Januari '13				Februari '13				Plksn
			1	2	3	4	1	2	3	4	
01.	Survey Harga & Belanja Mesin Kayu	Toko Jogja	x	x							
02.	Setting Lokasi Kerja	Bengkel	x	x							
03.	Setting Mesin dilokasi	Bengkel			x						
04.	Cek Akhir Kelayakan Mesin	Bengkel				x					
05.	Pemesanan Bahan	Suplier		x							
06.	Menghubungi/Rekrut Tenaga Kerja	BLK/Jpr	x	x	x	x					
07.	Mengubungi Mitra Agen dan Broker	Jogja	x	x	x						
08.	Proses Setting Gambar	Bengkel					x				
09.	Produksi Perdana							x	x		
10.	Distribusi									x	

10. Rencana Keuangan (di halaman berikut ini)

8.1. Rangkuman Rencana Keuangan :

Dengan harapan pertumbuhan usaha sekitar 20 % per tahun, maka Elmas Mebel akan bisa mengembalikan modal dalam waktu dua samapi tiga tahun. Untuk memenuhi target tersebut, dari segi SDM Elmas mebel akan mempekerjakan 10 orang tenaga.

BUKU RENCANA ARUS KAS KEUANGAN

(Pertumbuhan 20 % per tahun)

(Nominal angka dalam rupiah)

	URAIAN	Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2015
A	PENERIMAAN			
	A.1. Saldo Awal Perusahaan	20.000.000	64.000.000	110.800.000
	A.2. Penerimaan Penjualan 20 jt x 12	240.000.000	288.000.000	345.600.000
	A.3. Penerimaan Pinjaman	20.000.000	0	0
	JUMLAH PENERIMAAN	280.000.000	352.000.000	456.400.000
B	PENGELUARAN			
	B.1. Pembelian Asset (Investasi)	15.000.000	0	0
	B.2. Pembelian Bahan Baku (7 jt x 12)	84.000.000	100.800.000	120.960.000
	B.3. Pembelian Bahan Pembantu (1 jt x 12)	12.000.000	14.400.000	7.280.000
	B.4. Biaya Produksi dan Lainnya (4 jt x 12)	60.000.000	72.000.000	86.400.000
	B.5. Biaya Pengiriman dan Transportasi 1jt x 12	12.000.000	14.400.000	17.280.000
	B.6. Biaya Konsumsi dan Kesehatan (200 rb x12	2.400.000	2.880.000	3.456.000
	B.7. Biaya Listyrik Air,Telepon (200 rb x 12)	2.400.000	2.880.000	3.456.000
	B.8. Biaya Pemeliharaan (100 rb x 12)	1.200.000	1.440.000	1.728.000
	B.9. Biaya Adminstrasi (100 rb x 12)	1.200.000	1.440.000	1.728.000
	B.10. Gaji Manajer dan Karyawan	24.000.000	28.800.000	34.560.000
	b.11. Biaya Penyusutan	1.800.000	2.160.000	2.592.000
	JUMLAH PENERIMAAN	216.000.000	241.200.000	287.712.000
C.	JUMLAH PENERIMAAN	64.000.000	110.800.000	168.688.000

	AKHIR			
D.	Bayar Pinjaman 20 juta + jasa 18 %	0	0	23.600.000
E.	SALDO PENERIMAAN AKHIR SETELAH PELUNASAN	64.000.000	110.800.000	145.088.000

RENCANA BESAR ELMAS MEBEL UNTUK PRODUKSI PLAYWOOD

1. Melirik Peluang Pasar Playwood

Setelah sekian lama kami mengamati peluang pasar produk Playwood, semakin hari semakin banyak permintaan produk Playwood tersebut. Mengapa demikian? Ada beberapa data yang kami simpulkan diantaranya:

- a. Playwood mudah ditemukan dan dijual ditoko-toko besi
- b. Playwood Permukaan Rata memudahkan dalam proses produksi dan Finishiung
- c. Palywood kadar kekerigan sudah bagus sehingga stabil setelah jadi barang mebel
- d. Playwood sangat Fleksible Pemanfaatannyatidak hanya untuk bahan mebel

2. Mengubah Pola dari Pemakai menjadi Produsen

Saat ini Elmas mebel juga menggunakan playwood sebagai bahan alternatif setelah kayu solid susah ditemukan atau kadar air masih terlalu banyak. Proses pengerjaan mudah dan cepat. Melihat teman-teman UKM kayu yang lain juga banyak yang memakai bahan Playwood, maka Elmas Mebel tergerak untuk memproduksi Playwood. Wal hasil mengubah dari pola konsumtif Memakai menjadi Memproduksi dan Memasarkan.

3. Dimana dan Siapa Konsumen Playwood yang Potensial

Segmen pasar playwood masih sangat terbuka luas. Hampir disetiap jalan protokol di setiap kota di Jawa bisa ditemui usaha mebel yang memproses bahan playwood. Disamping itu banyak juga ditemui toko-toko bahan mebel dan Toko Besi sebagai pengecer yang merupakan segmen pasar Playwood.

4. Bagaimana Jalur Distribusi Plywood

Jalur Distribusi Plywood yaitu :

1. Produsen
2. Agen Tunggal
3. Agen Propinsi
4. Toko Pengecer

Dengan melihat banyaknya rantai pemasaran, maka jika bisa memproduksi Plywood dan memasarkan langsung akan menjadi peluang yang sangat strategis dan potensial.

5. Siapa Yang Memproduksi Plywood Kenapa UKM Belum Bisa

Produsen Plywood saat ini adalah perusahaan-perusahaan besar milik Perusahaan Asing maupun milik para Konglomerat Negeri ini. Kami sendiri belum menemukan perusahaan Plywood yang dimiliki ukm atau usaha sekelsanya. Alasannya adalah Klasik yaitu masalah aplikasi Teknologi Permodalan. Tetapi ada alasan yang bukan klasik tetapi mengusik Elmas mebel untuk bertindak dan akan mengambil peluang ini. Langkah pertama yang kami ambil adalah merencanakan dan Membuat Mesin Plywood kerjasama dengan Pusat Studi Teknik dan Akademisi untuk membuat mesin Plywood skala kecil. Untuk langkah selanjutnya yaitu menghubungi kementerian UKM dan Dinas Perindagkop sebagai sponsor untuk mewujudkan Usaha ini yang nantinya bisa menjadi perusahaan menengah dan bisa menyerap tenaga kerja disekelilingnya.

6. Apakah UKM Kayu Juga Memakai Bahan Plywood

Jawabanya: Adalah Ya. Ukm Kayu dan Mebel saat ini banyak yang memakai bahan plywood karena tuntutan konsumen dan peluang pasar yang harus mengaplikasikan bahan tersebut.

Hal dilakukan oleh UKM mebel, karena ada saat-saat tertentu mencari bahan kayu solid agak susah atau masih basah, sehingga mencari yang Praktis dan Cepat. Bahan-bahan ini sering digunakan untuk Produk Mebel misalnya ; Kitchen set, Interior, Mebel-Mebel Kantor dan masih banyak lagi manfaatnya.

7. Rencana Elmas Mebel UKM Kayu Memproduksi Plywood

Setelah melihat peluang yang potensial dan melihat bahan-bahan baku di sekitar yang potensinya masih banyak, maka Elmas Mebel berencana membuka usaha pembuatan Playwood skala menengah. Adapun untuk masalah Teknis, Hitungan dan Manajemen Akuntansnsi, akan dibahas tersendiri.

8. Segmen Pasar Potensioal yang Akan Gigarap Elmas

Pasar Potensial Playwood yang akan digarap adalah sebagai berikut :

1. Toko Besi dan Toko kayu disetiap kota di Yogyakarta sebagai Pilot Project
2. Workshop dan Perusahaan Mebel
3. Workshop Dan Perusahaan Interior

9. Ketersediaan dan Suplier Bahan Baku

Ketersediaan bahan Baku untuk memproses Playwood masih cukup Potensial yaitu :

1. Daerah Jawa Tengah Kedua dan sekitarnya
2. Daerah Jawa Timur dan Jawa Barat
3. Daerah Istimewa Yogyakarta

10. Tenaga Kerja dan SDM yang dipekerjakan

Untuk memproduksi Playwood Elmas Mebel tidak kesulitan untuk mempekerjakan tenaga sdm karena setiap hari sudah bergelut dengan masalah kayu. Yang diperlukan hanya perusahaan teknis aplikasi dan teknologi . Tenaga yang dibutuhkan adalah 2 tukang ahli, 5 tukang serabutan, 1 konsultan teknikl dan Specialis Pemasaran Mebel.

11. Aplikasi Teknologi Terapan dan Pendamping Teknik

Teknologi dan mesin yang dipakai dalam proses produksi Playwood adalah :

- | | |
|-------------------------|-------------|
| 1. Mesin Sirkel Kayu | - Rangkaian |
| 2. Mesin Potong Kayu | - Toko |
| 3. Mesin Planer | - Toko |
| 4. Mesin Open Kayu | - Rangkaian |
| 5. Mesin Pengelim Block | - Rangkaian |
| 6. Mesin Press Block | - Rangkaian |
| 7. Kompresor | - Toko |

12. Langkah Upaya untuk Mewujudkan Rencana Besar

1. Merencanakan dan Membuat Mesin Playwood bekerjasama dengan Pusat Studi Teknik dan Akademisi untuk membuat Rangkaian Mesin Playwood skala kecil.
2. Menghubungi kementrian UKM dan Dinas Perindagkop dan UKM sebagai sponsor untuk mewujudkan usaha ini yang nantinya bisa menjadi perusahaan menengah dan bisa menyerap tenaga kerja masyarakat sekitar. minimal 20 orang tenaga tertampung bekerja dan bisa bekerja dengan lancar.
3. Menghubungi Suplier Kayu yang sudah lama menjadi mitra kerja Elmas mebel untuk menyupla kayu-kayu sebagai bahan playwood
4. Menghubungi Mitra Suplier Lem yang sudah menjadi mitra kerja dengan elmas mebel.
5. Menghubungi Lembaga Keuangan Baik Perbankan maupun non Perbankan sebagai Sebagai Penyandang Modal jika Dana dari Spnsor belum mencukupi.
6. Mencari lokasi pabrik yang ideal untuk mendirikan gudang produksi dan Stock yangbisa dilalui truks besar.
7. Mengurus Ijin Usaha ke lingkungan masyarakat sekitar untuk Industri Pembuatan Playwood ke lembaga dan Dinas Terkait.

12. Gambaran Umum Nilai Peluang

Peluang Playwood secara sederhana bisa kami prediksi berdasarkan lapangan sebagai berikut:

1. Kota Jogja:

- | | |
|---|-------------------------|
| a. Toko Besi: 50 x 50 lbr /bulan x Rp 200.000 | = Rp 500.000.000 |
| b. Workshop Mebel: 50 x 20 lbr/bulan x Rp 200.000 | = <u>Rp 200.000.000</u> |
| Jumlah | = Rp 700.000.000 |

2. Kabupaten Sleman:

- a. Toko Besi : 50 x 50 lemb /bulan x Rp 200.000 = Rp 500.000.000
- b. Workshop Mebel: 50 x 20 lbr/bulan x Rp 200.000 = Rp 200.000.000
Jumlah = Rp 700.000.000

**Total Peluang Omset per bulan untuk 2 Kabupaten/kota =
Rp 1.400.000.000**

SEMOGA ADA JALAN KEMUDAHAN
Jika ada respon peluang ini bisa hubungi :
Smart/Call : 081391167539 /0274 9377380
Contak Person : Kunderi (Pemilik Elmas mebel)

Business Plan

UD. SENGON MAS

**BINAAN INKUBATOR BISNIS
PUSAT PENELITIAN WANITA DAN GENDER (PSW/G)
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

UD. SENGON MAS

Tangkilan RT 01 Sumber Mulyo Bambang Lipuro Bantul Yogyakarta
Telp: 0274 821 2106 / 0274 646 0440

Rencana Bisnis

UD. SENGON MAS

Daftar Isi :

1. Executive Summary
 - 1.1. Visi
 - 1.2. Misi
 - 1.3. Kunci Sukses
2. Ringkasan Perusahaan dan Bentuk Organisasi
 - 2.1. Penjelasan Singkat
 - 2.2. Kejelasan Kepemilikan
 - 2.3. Struktur Organisasi Perusahaan
 - 2.4. Penjelasa Modal awal
3. Produk Usaha
 - 3.1. Produk Utama
 - 3.2. Produk Lainnya
 - 3.3. Keistimewaan Produk
4. Pasar Usaha
 - 4.1. Analisa Pasar
 - 4.2. Segmentasi Pasar dan Strategi Target Segmen
 - 4.3. Analisa Industri
 - 4.4. Kompetisi dan Pola Konsumsi
5. Rencana Produksi
 - 5.1. Fasilitas Dan Kapabilitas Produksi
 - 5.2. Peralatan Produksi
 - 5.3. Proses Produksi
 - 5.4. Jenis Bahan Baku dan Sumber Bahan Baku
 - 5.5. Kontinyuitas Bahan Baku
 - 5.6. Kebutuhan SDM Produksi
 - 5.7. Tenaga Profesional Non Produksi
 - 5.8. Quality Control
 - 5.9. Sistem Penggajian
6. Rencana Pemasaran
 - 6.1. Keunggulan Kompetitif
 - 6.2. Strategi Pemasaran
 - 6.3. Strategi Penjualan
 - 6.4. Analisa Pesaing
 - 6.5. Wilayah Pemasaran
 - 6.6. Wilayah Pemasaran
7. Rencana Alokasi Penambahan Alat dan Modal
 - 7.1. Kebutuhan Investasi Peralatan Produksi
 - 7.2. Kebutuhan Modal Kerja Produksi
8. Rencana Pengembangan Usaha Kedepan
 - 8.1. Pengembangan Produk
 - 8.2. Pengembangan Sistem Produksi

- 8.3. Pengembangan Sistem Pemasaran
- 8.4. Pengembangan Kualitas SDM dan Kesejahteraan
- 9. Rencana Agenda Pelaksanaan Kegiatan
- 10. Rencana Keuangan

Rencana Bisnis UD. Sengon Mas

1. Executive Summary

UD. SENGON MAS adalah usaha yang bergerak dalam pembuatan Kusen, Pintu, Jendela dan produk mebel kayu. Lokasi usaha elmas mebel ada di Bantul Yogyakarta. Kami membuat Rencana Bisnis ini adalah untuk kebutuhan internal perusahaan agar pembacanya bisa memahami arah tujuan perusahaan, serta untuk kebutuhan eksternal, khususnya dalam hal pendanaan. Sengon Mas Mebel berharap dalam waktu tiga tahun sudah bisa mengembalikan modal dari pinjaman plus bunga dan bisa mengembangkan usahanya sendiri. Dengan rencana peningkatan penjualan dan efisiensi produksi pertumbuhan usaha diperkirakan bisa 10 % pertahun. Untuk mengupayakan rencana tersebut dibutuhkan penambahan modal sebesar Rp. 20.000.000,- sebagai modal untuk penamahan peralatan dan modal kerja. Manajemen UD.Sengon Mas berkeyakinan dan optimis bisa berkembang lebih baik lagi karena masih banyak peluang-peluang pasar yang potensial.

1.1. Visi dari UD. Sengon Mas

1. Meningkatkan omset penualan Kusen Pintu dan Mebel Rp 200 juta pertahun
2. Memuaskan Konsumen yang membeli produk dari UD. Sengon Mas

1.2. Misi dari UD. Sengon Mas

1. Senantiasa menjaga dan meningkatkan kualitas produksi untuk kepuasan pelanggan.
2. Meningkatkan kesejahteraan mitra kerja dan tenaga kerja.
3. Berusaha memenuhi kepercayaan investor terhadap kinerja perusahaan.

1.3. Kunci Sukses adalah

1. Membeli Bahan Langsung dari Penebang Kayu
2. Meningkatkan dan selalu menjaga kesetabilan kualitas produksi.
3. Menekan biaya –biaya kegiatan operasional dan alur produksi barang.

2. Ringkasan Perusahaan dan Bentuk Organisasi

Nama Perusahaan	UD. SENGON MAS
Alamat	Tangkilan Rt 01 Rw 7 Sumber Mulyo Bambang Lipuro
Kota	Bantul
Propinsi	Daerah Istimewea Yogyakarta
Kode Pos	554764
Telp / Hp	0274 8212106 / 0274 6460440
email	savitritour@gmail.com

Perijinan di miliki	HO, SIUP, TDP, NPWP
Nama Pemilik	Parjiono
Lembaga Pembina	Inkubator Bisnis PSW/G LPPM UNY Yogyakarta
Produk	Kusen, Pintu, Jendela, Mebel dan Bahan kayu untuk rumah
Bahan Baku	Kayu Jati, Kayu Jawa dan Gelugu
Pasar	Lokal

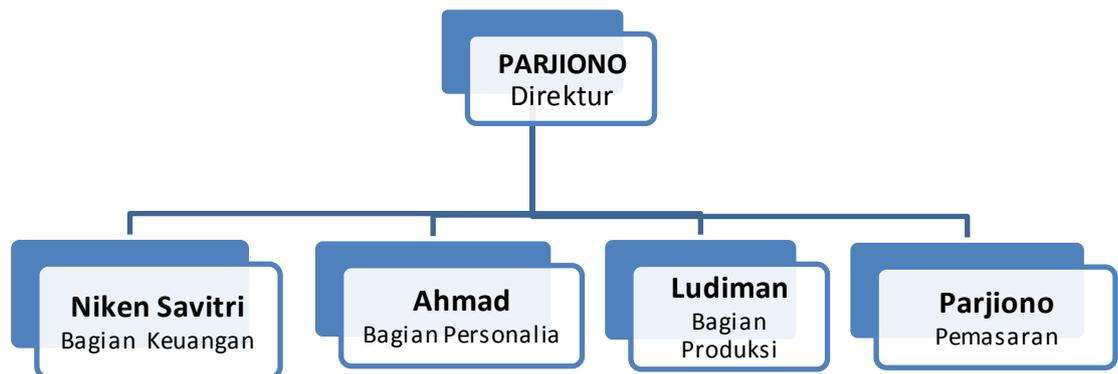
2.1. Penjelasan Singkat

Sengon Mas adalah hasil kerja keras dari bapak Parjiono dalam merintis usaha mebel. Berawal dari permintaan-permintaan kusen, pintu dan jendela dari beberapa konsumen. Adapun Produk yang dihasilkan adalah ; Kusen Jati, Kusen Kayu Jawa, Pintu Jendela Bahan untuk Rumah dan Mebel-mebel lainnya. Konsumen dari Sengon Mas adalah Perorangan dan Kontraktor Pengembang Perumahan.

2.2. Penjelasan Kepemilikan

Pemilik Usaha Sengon Mas adalah Pak Parjiono milik seorang, bukan usaha patungan. Untuk itu dalam memutuskan sesuatu kebijakan tanpa harus pertimbangan dengan banyak orang.

2.3. Struktur Organisasi Perusahaan UD. Sengon Mas



2.4. Penjelasan Modal Awal

Modal awal dari usaha Sengon Mas adalah sebesar 10.000.000 dari bapak Parjiono sebagai pemilik usaha dan pendirinya. Diharapkan kedepan bisa mendapatkan tambahan dana dari beberapa lembaga keuangan terkait.

3. Produk Usaha

3.1. Produk Utama

1. Produk untuk Property Rumah : Kusen, Pintu dan Jendela
2. Produk Mebel : Mebel untuk Rumah Tangga

3.2. Produk Jasa Lainnya

1. Bahan-Bahah Kayu Jawa
2. Bahan-Bahan kayu Gelugu

3.3. Kesitimewaan Produk

1. Sengon Mas mempunyai bahan kayu yang ekonomis dan kuat
3. Bahan-Bahan yang diambil langsung dari sumber asal.
4. Konstruksi lebih kuat dan pilihan bahan banyak alternatif.

4. Pasar Usaha

4.1. Analisa Pasar

Peluang pasar Kusen,Pintu dan Mebel masih terbuka luas. Oleh sebab itu banyak usaha yang yang bermunculan di bisnis ini. Peran yang kami mainkan adalah menciptakan harga Kusen, Pintu dan Mebel yang kompetitif dan kualitas yang baik. Diantara upaya yang kami lakukan adalah memotong jalur distribusi rantai penjualan bahan kayu. Kami membeli bahan langsung dari penebang di lintas kota yang ada di Jawa Tengah dan Luar Jawa ; Sulawesi dan Palembang.

Dengan upaya efisiensi belanja bahan baku, kami bisa bersaing secara sehat dan kompetitif.

4.2. Segmentasi Pasar dan Strategi Memasuki Pasar

Segmen pasar Sengon Mas adalah :

1. Perseorangan : Pasarnya jelas dan volumenya banyak
 - * Strateginya : Harga Kompetitif, Barangnya Kuat banyak Pilihan
3. Pengembang Perumahan : Volumenya banyak
 - * Strategi : Layani dengan Maksimal, Harga yang Kompetitif

4.3. Analisa Industri

Banyak Perusahaan yang memproduksi Pintu, Kusen dan Jendela dengan fungsi yang sama, akan tetapi harganya mahal. Bahan yang dipakai sama tetapi kualitasnya kurang baik..Konsumen mencari

produk mesti mempertimbangkan masalah kualitas dan harga yang bersaing.

Peluang permintaan kusen, pintu, jendela dan mebel dari bahan kayu solid jati, mahony dan kalimantan ini masih cukup potensial dan ini yang menjadi segmen utama pasar kami. Adapaun segmen yang lain adalah konsumen yang memilih bahan kayu jawa

4.4. Kompetisi dan Pola Konsumsi

Sengon Mas menggarap pasar Konsumen Kusen Pintu dan jendela khusus yang berkualitas dan bahan solid. Penggemar barang-barang kualitas secara ekonomi sudah mampu dan harga tidak masalah.

5. Rencana Produksi

5.1. Fasilitas Tempat dan Kapabilitas Produksi

Fasilitas tempat yang dimiliki Sengon Mas adalah : Ruang Terbuka Luas yang bisa untuk Finishing dan Keperluan lainnya, Ruang Bahan Baku dan Ruang Kerja yang cukup untuk menampung 10 orang tenaga.

Kapasitas Produksi saat ini adalah sebagai berikut :

1. Kusen = 700 m /bulan
2. Pintu = 100 lembar /bulan
3. Jendela = 500 lembar / perbulan
4. Meja Makan = 10 unit perbulan
5. Almari = 10 pcs perbulan

Rencana Kapasitas Pengembangan Produksi Kedepan sebagai berikut :

6. Kusen = 1000 m /bulan
7. Pintu = 500 lembar /bulan
8. Jendela = 1000 lembar / perbulan
9. Meja Makan = 30 unit perbulan
10. Almari = 20 pcs perbulan

5.2. Peralatan Produksi yang sudah dimiliki :

Peralatan Sengon Mas adalah sebagai berikut :

1. Mesin Sirkel untuk Potong dan Belah Kayu
2. Mesin Planner /Pasah Tangan
5. Mesin Amplas
6. Gergaji Bengko Kecil

3. Mesin Profile
4. Mesin Tatah Bobok
7. Peralatan manual lainnya

Adapun Peralatan Produksi yang ingin diajukan Sebagai Berikut:

1. Mesin Sirkel untuk Potong dan Belah Kayu
2. Mesin Planner /Pasah Tangan
3. Mesin Profile
4. Mesin Perkayuan Lainnya

5.3. Proses Produksi

Tahapan Proses Produksi Sengon Mas adalah sebagai berikut :

Tahap Pertama :

1. Proses Gambar Kerja dan Estimasi Kebutuhan Bahan
2. Pengadaan Bahan Baku Kayu/Gelugu
3. Pemilahan Bahan Berdasarkan Estimasi

Tahap Kedua :

1. Pemotongan Komponen, Pembengkokan Komponen.
2. Penghalusan Bahan Komponen (masah/planner)
3. Pembentukan bagian-bagian komponen
4. Asembling dan Setting yang membutuhkan komponen tambahan

Tahap Ketiga :

1. Proses Finishing : Amplas ,Dempul, Coloring, Top Coating
2. Proses Penambahan Asesoris
3. Packing - Distribusi atau Setting untuk Pesanan mengisi Ruang

5.4. Jenis Bahan Baku dan Sumber Bahan Baku

Bahan Baku yang diolah Sengon Mas adalah :

1. Jenis Kayu Jati, Mahony, Waru, Wadang, Glugu dll dari daerah Jawa
2. Bahan Glugu dan Kayu Keras lainnya : Kalimantan, Sulawesi, dan Sumatra
3. Bahan Finishing : Melamin, NC, HPL, Tacon Set, Politur, Duco dll

5.5. Kontinuitas Bahan Baku

Bahan - bahan untuk kebutuhan produksi mebel tidak menjadikan masalah dalam proses produksi. Sengon Mas sudah bekerjasama

dengan suplier kayu dari beberapa daerah potensial seperti : Sulawesi, Palembang dll.

5.6. Kebutuhan SDM Produksi.

Tenaga yang dibutuhkan 5 orang tukang senior, 3 orang finishing dan 2 orang pembantu

5.7. Tenaga Profesional Non Produksi

Tenaga Profesional lainnya :

1. Tenaga Konsultan IT
2. Tenaga Asministrasi dan Keuangan
3. Tenaga Marketing

5.8. Quality Control

Proses kegiatan Quality Control diterapkan di semua lini produksi mulai Proses Pengadaan Bahan Baku sampai Finishing

5.9. Sistem Penggajian

Sistem penggajian Tenaga di Sengon Mas adalah menarapkan sistem Fleksibel :

1. Sistem Borong : Sesuai dengan hasil produksi, pendapatan biasanya lebih banyak
2. Sistem Gaji Harian : Penggajian sesuai hari kerja pemberian gaji hari Sabtu
3. Gaji Bulanan : Gaji Reguler UMP

6. Rencana Pemasaran

6.1. Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif Sengon Mas jika dibandingkan dengan usha sejenis adalah Kualitas dan Kualitas Barang Istimewa.

6.2. Strategi Pemasaran

1. Promosi :

Kegiatan Promosi yang dilakukan oleh elmas mebel adalah :

1. Membuat Media Cetak : Kartu Nama, Brosur, Company Pofile, dll
2. Membuat akun Media Internet : email , Website, Face book, Twitter dll
3. Mengikuti Pameran-Pameran

2. Pola Jalur Distribusi :

Jalur Distribusi yang dikembangkan adalah sebagai berikut :

1. Konsumen Langsung
2. Lewat Agen penjualan Domesik/Toko mebel

Pengembangan Program Pemasaran Kedepan :

1. Bisa memiliki web site Profesional
2. Sarana pemasaran lainnya yang mendukung

6.3. Strategi Penjualan :

Dengan Sistem Efisiensi dan Manajemen yang diterapkan secara maksimal, maka Sengon Mas bisa memunculkan 3 strategi penjualan yang menjadi kelebihan yaitu ;

1. Harga murah
2. Kualitas Barang
3. Desain Produk Simpel dan Fungsional

6.4. Analisa Pesaing

Setiap ada peluang dan permintaan sudah tentu muncul pemain-pemain bisnis untuk mengambil kesempatan. Sengon Mas juga memahami akan peluang kebutuhan mebel dan pesaing baik senior maupun yang baru muncul. Pesaing -pesaing itu tidak perlu ditakuti tetapi perlu disikapi secara bijak dan cerdas. Pesaing-pesaing tersebut bisa dipetakan sebagai berikut :

1. Industri Pintu Skala Besar :

Harganya murah tetapi kualitas rendah contoh ; Biasanya Produk Pintu ini disetorkan ke Pengembang². Besar

2. Industri Mebel Sejenis :

1. Harga Tinggi Kualitas Tinggi : Konsumen puas tetapi jumlahnya tertentu

2. Harga Murah Kualitas Rendah Desain kurang Maksimal :
Konsumen banyak tetapi kurang puas dari aspek ; Bahan,
Desain dan Finishing

Rencana Bisnis UD. Sengon Mas

3. Posisi Strategis Mengambil Peluang dan Langkah yang dilakukan:

1. Harga Barang Murah Desain dan Kualitas bagus
2. Langkah yang dikerjakan :
 1. Mengambil bahan tetap dari penebang atau Pedagang Kayu Gelondong
 2. Memperbanyak Referensi Desain yang bisa menjadi acuan produksi
 3. Aplikasi Efisiensi Produksi . Menetrapkan Secara Mesin
 4. Bahan-Bahan Finishing tetap bahan-bahan kualitas

6.5. Wilayah Pemasaran

1. Produk Pintu : Yogyakarta dan Sekitarnya
2. Produk Mebel : Yogyakarta dan Kota-kota lainnya di Indonesia

Program Pengembangan Pemasaran

1. Membuka Workshop dan Pertokoan Mebel dikota lain

7. Rencana Alokasi Penambahan Alat dan Modal

7.1. Pengadaan Peralatan Produksi

No	Jenis Peralatan	Fungsi Mesin
01.	Mesin Planner Duduk	Menghaluskan Permukaan dengan tebal akurat
02.	Mesin Jointer	Meluruskan Permukaan Balog dengan akurat
03.	Mesin Bensaw	Mesin Bengkok Komponen Mebel
04.	Mesin Bur Duduk	Mesin Pelubang dengan Akurasi Kelurusan dan
05.	Mesin Amplas Meja	Mesin penghalus lebih cepat dan Efisiensi Tinggi

7.2. Belanja Kebutuhan Bahan, Operasional Produksi dan Biaya Pemasaran.

No	Uraian Belanja	Bagian
01.	Pembelian Kayu untuk Stok Bahan Produksi	Produksi
02.	Pembelian Bahan Finishing dan Lem	Produksi
03.	Pembelian Bahan Penunjang	Produksi
04.	Pembuatan Brosur-Brosur standar untuk promosi	Pemasaran
05.	Pembuatan Plang Nama Usaha yang bisa dibaca	Pemasaran
06.	Pembayaran Karyawan	Produksi

8. Rencana Pengembangan Usaha Kedepan

8.1. Pengembangan Produk

No	Jenis Produk	Segmen Pasar	Qty Perbulan	Jalur Distribusi
01.	Kusen Jati dan Kalimantan	Lokal	1000 m	Langsung
02.	Pintu	Lokal	1000 pc	Langsung
03.	Mebel	Lokal	100 pc	Agen & Langsung

8.2. Pengembangan Sistem Produksi dan Penunjangnya.

Ada dua hal dalam sistem produksi vital yang akan disempurnakan :

1. Sistem Praproduksi meliputi : Aplikasi Desain 3D max, dan auto Cad
3. Sistem Produksi meliputi :Penambahan Peralatan mesin-mesin Kayu High Sped

8.3. Pengembangan Sistem Pemasaran

Beberapa langkah sistem pemasaran yang akan disempurnakan :

1. Sistem Promosi
 1. Membuat Website perusahaan secara Comersil dan profesional
 2. Memaksimalkan komunikasi via email
 3. Memaksimalkan fungsi promosi lewat Facebook, Twitter dan komunitas lainnya
 4. Membuat kartu nama, brosur-brosur profesional dan informatif
 5. Membuat Prin Out Door dan Plang Nama yang Jelas
2. Sistem Transaksi
 1. Transaksi Besar harus melalui mekanisme Transfer Rekening di Perbankan.
 2. Membuka akun Sistem Transaksi Internet banking Bank BRI dan Bank Mandiri
 3. Membuka Akun Transaksi di Internet Online : Paypal, Libertyreserve dll.
3. Sistem Distribusi
 1. Sistem Distribusi luar Kota diserahkan Kargo/Expedisi
 2. Dalam Kota dilakukan sendiri perusahaan.

8.4. Pengembangan Kualitas dan kesejahteraan SDM

Untuk meningkatkan mutu sdm di Sengon Mas maka di lakukan beberapa program :

1. Perekrutan tenaga dengan tepat
 1. Merekrut tenaga-tenaga terdidik dan profesional

2. Merekrut tenaga senior dan sudah mahir walaupun kurang terdidik
2. Pelatihan dan Pembekalan Teknis :
 1. Pelatihan Teknologi Perkayuan
 2. Pelatihan Teknologi Finishing
3. Pembekalan Sikap Moral dan Integritas yang Positif
 1. Pembekalan - pembekalan manajemen dan Peningkatan Mutu
 2. Pengajian – pengajian untuk membina moral para tenaga
4. Meingkatkan Kesejahteraan SDM
 1. Memberikan penghargaan untuk karyawan yang mempunyai prestasi dan progress
 2. Mengupah tenaga dengan upah yang layak minimal pakai standar UMP

9. Rencana Agenda Pelaksanaan Kegiatan

No.	Kegiatan	Lokasi	Januari '13				Februari '13				Plksn
			1	2	3	4	1	2	3	4	
01.	Survey Harga & Belanja Mesin Kayu	Toko Jogja	x	x							
02.	Setting Lokasi Kerja	Bengkel	x	x							
03.	Setting Mesin dilokasi	Bengkel			x						
04.	Cek Akhir Kelayakan Mesin	Bengkel				x					
05.	Pemesanan Bahan	Suplier		x							
06.	Menghubungi/Rekrut Tenaga Kerja	BLK/Jpr	x	x	x	x					
08.	Proses Setting Gambar	Bengkel					x				
09.	Produksi							x	x		
10.	Distribusi									x	

10. Rencana Keuangan (di halaman berikut ini)

Rangkuman Rencana Keuangan :

Dengan harapan pertumbuhan usaha sekitar 10 % per tahun, maka Sengon Mas akan bisa mengembalikan modal dalam waktu dua sampai tiga tahun. Untuk memenuhi target tersebut, dari segi Sengon Mas akan mempekerjakan 8 orang tenaga.

Adapun Rencana Pinjaman yang kami butuhkan adalah sebesar **Rp. 20.000.000,- dua puluh juta rupiah** . Untuk Pengembaliannya kami merencanakan waktu 3 tahun

Untuk keterangan Rencana Arus Kas keuangan, kami lampirkan dihalaman berikut ini :

BUKU RENCANA ARUS KAS KEUANGAN

(Pertumbuhan 10 % per tahun)

	URAIAN	Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2015
A	PENERIMAAN			
	A.1. Saldo Awal Perusahaan	30.000.000	62.000.000	95.000.000
	A.2. Penerimaan Penjualan 20 jt x 12	240.000.000	264.000.000	290.000.000
	A.3. Penerimaan Pinjaman	20.000.000	0	0
	JUMLAH PENERIMAAN	290.000.000	326.000.000	385.000.000
B	PENGELUARAN			
	B.1. Pembelian Asset (Investasi)	15.000.000	0	0
	B.2. Pembelian Bahan Baku (10 jt x 12)	120.000.000	132.000.000	145.200.000
	B.3. Pembelian Bahan Pembantu (1 jt x 12)	12.000.000	13.200.000	14.520.000
	B.4. Biaya Produksi dan Lainnya (3 jt x 12)	36.000.000	39.600.000	43.560.000
	B.5. Biaya Pengiriman dan Transportasi 1jt x 12	12.000.000	13.200.000	13.200.000
	B.6. Biaya Konsumsi dan Kesehatan (200 rb x12)	2.400.000	2.400.000	2.400.000
	B.7. Biaya Listrik Air,Telepon (200 rb x 12)	2.400.000	2.400.000	2.400.000
	B.8. Biaya Pemeliharaan (100 rb x 12)	1.200.000	1.200.000	1.200.000
	B.9. Biaya Adminstrasi (100 rb x 12)	1.200.000	1.200.000	1.200.000
	B.10. Gaji Manajer dan Karyawan	24.000.000	24.000.000	24.000.000
	b.11. Biaya Penyusutan	1.800.000	1.800.000	1.800.000
	JUMLAH PENERIMAAN	228.000.000	231.000.000	249.480.000
C.	JUMLAH PENERIMAAN AKHIR	62.000.000	95.000.000	135.520.000
D.	Bayar Pinjaman 20 juta + jasa 18 % (3 tahun)	0	0	23.600.000
E.	SALDO PENERIMAAN AKHIR SETELAH BAYAR PINJAMAN	62.000.000	95.000.000	111.920.000

Business Plan

DLUWANG ART

**BINAAN INKUBATOR BISNIS
PUSAT PENELITIAN WANITA DAN GENDER (PSW/G)
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

**DluwangArt
Ledok tukang DN 2/257 Yogyakarta 55212
0818267155**

I. EXECUTIVE SUMMARY

Industri media khususnya media cetak di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat pesat semenjak bergulirnya era reformasi. Mulai dari koran, tabloid majalah, dwi mingguan berlomba-lomba memperbanyak oplahnya. Ini menjadikan kertas koran bekas saat ini di Indonesia melimpah. Harganya pun menjadi sangat murah sekali, kira-kira 500-1000 rupiah per kilogramnya (3 ekslempar).

Dari sinilah peluang usaha itu muncul dengan cara mengolah kertas koran bekas tersebut menjadi barang-barang kerajinan yang mempunyai fungsi dan nilai seni tinggi. Sehingga barang-barang tersebut laku dijual dipasaran dengan harga yang jauh lebih tinggi jika dibandingkan dengan harga jual kertas koran bekas.

Usaha yang akan didirikan adalah DLUWANGArt yang bergerak dibidang kerajinan. Saat ini masih beralamat di Ledok tukang DN 2/257 Yogyakarta. Karena belum mempunyai dana yang cukup untuk ditempati sebagai kantor maupun outlet untuk memamerkan produk jika dana sudah tersedia kami akan mencari tempat yang strategis yang akan kami jadikan kantor maupun outlet. Saat ini DLUWANGArt masih berbentuk UKM yang belum berbadan hukum, tetapi kedepannya diharapkan dapat berkembang sehingga mampu didaftarkan menjadi CV.

Produk-produk DLUWANGArt adalah barang-barang kebutuhan sehari-hari yang bisa di pakai untuk beraktifitas dirumah, sekolah maupun kantor. Selain itu juga untuk hiasan rumah. Contoh produk DLUWANGArt meliputi tas kerja, tas sekolah/kampus, tas santai, sandal, dompet, tempat pensil, tempat tisu, box laundry, frame kaca dan lain sebagainya.

Keunikan dari produk DLUWANGArt terletak pada bahannya yang terbuat dari 70% koran bekas dan sisanya adalah pelapis agar kuat dan tahan air serta assesoris untuk mempercantik produk. Produk yang sudah jadi dipastikan kuat dan tahan air karena adanya dua lapisan luarnya. Lapisan tersebut adalah lapisan lem kayu untuk memperkuat serta lapisan vernis untuk mengkilapkan serta menjagahnya air masuk kedalam pori-pori kertas. Sehingga produk tersebut dipastikan kuat dan tahan air.

Sasaran pasar sebenarnya luas sekali. mulai dari remaja sampai wanita karier dipetakan menjadi calon customer. Tetapi untuk saat ini DLUWANGArt ingin mengfokuskan didaerah sekitar dulu. Secara letak geografis saat ini pasar kami adalah disekitar Yogyakarta. Karena selain dekat dengan lokasi DLUWANGArt, Yogyakarta adalah pusat tren kerajinan dari seluruh Indonesia. Jika berhasil menguasai pasar di Yogyakarta maka mempunyai rasa kepercayaan diri yang luar biasa jika kita melebarkan sayap kita di kota-kota lain.

Tetapi tidak menutup kemungkinan jika mendapatkan pesanan dari daerah lain serta dapat menjangkau pasar luar negeri. Karena salah satu strategi pemasaran DLUWANGArt adalah melalui dunia IT dengan cara membuat website sebagai salah satu sarana promosi produk.

II. PROFIL DLUWANG Art

“Dengan membeli produk Dluwang

Anda telah berpartisipasi menyelamatkan lingkungan”

DluwangArt adalah usaha dibidang kerajinan, khususnya pengolahan limbah kertas koran dan majalah bekas. Dluwangart mengolah limbah kertas Koran dan majalah bekas tersebut menjadi berbagai macam sandal, tas, box, frame foto dan frame kaca, serta kami membuat berbagai macam souvenir.

Berdiri pada tahun 2009 dan sempat vakum, lalu awal 2011 memulai lagi bisnis ini dengan pemasaran online dan sebatas dari mulut kemulut. Selain bisnis misi dluwangart adalah kepedulian dengan lingkungan, khususnya pemanfaatan limbah kertas Koran dan majalah yang makin lama makin banyak karena semakin banyak bermunculan kantor-kantor berita yang ada di Indonesia. Pengolahan kertas di Indonesia belum maksimal, terlihat dari banyaknya kertas Koran yang dibiarkan bertumpuk-tumpuk tanpa diolah. Dari situ kami dluwangart melihat peluang usaha yang cukup besar disini. Kami dapat mengolah dan dapat memberikan nilai lebih terhadap kertas Koran dan majalah tersebut.

Produk-produk yang dihasilkan dluwangart sudah dijamin keawetannya dan ketahannannya terhadap air. Kami dluwangart memiliki formula anti air yang membuat Koran tersebut tidak dapat mudah robek jika terkena air.

Saat ini dluwangart memiliki dua orang kepercayaan menangani masalah produksi dengan menghendel beberapa pengrajin. Kami memiliki desa binaan di daerah Sayegan, dimana rata-rata pekerjaan warga disana adalah petani, jadi melintir kertas Koran dan majalah menjadi pekerjaan tambahan mereka.

Dluwangart terus berkembang dan sudah melayani pemesan dari berbagai kota di Indonesia, dan ada beberapa produk kami yang sudah di export ke Amerika. Hal ini membuktikan bahwa produk kami dapat diterima oleh pasar, dan mampu bersaing dengan produk-produk berbahan mendong, enceng gundog, kedebog pisang, dll. Dan dapat menjadi sebuah usaha yang dapat mengkampanyekan tentang kepedulian lingkungan dan terus mengajak masyarakat luas untuk memperdulikan lingkungan.

Data Usaha

Nama Perusahaan : DluwangArt
Bidang Usaha : Kerajinan
Jenis Produk : Tas, sandal, dompet, tempat tisu, box laundry, tempat pensil dll
Alamat : Yogyakarta
Telepon : 0818267155
Email : dluwangart@yahoo.com
Web : dluwangart.blogspot.com, dluwangart-en.blogspot.com
Data Pemilik Usaha : Briane Novianti Syukmita

DLUWANGArt adalah usaha kecil menengah yang saat ini belum mempunyai status badan hukum perusahaan. Tetapi kedepannya diharapkan dapat berubah menjadi CV, seiring dengan perkembangan usaha DLUWANGArt.

Tujuan dari DLUWANGArt adalah mengolah barang kerajinan dari sampah koran menjadi barang yang dapat kita gunakan sehari-hari dan mempunyai nilai seni tinggi. Sehingga produk-produknya diminati oleh kalangan masyarakat dan akhirnya produk-produk tersebut laku dijual.

III. PRODUK

Produk yang dihasilkan oleh DLUWANG Art Paper adalah barang kerajinan yang berbahan dasar kertas koran bekas. Kertas koran bekas tersebut diolah menjadi barang-barang yang memiliki fungsi sehingga bisa dipakai serta mempunyai nilai seni yang tinggi.

A. Proses Produksi

Ada lima tahap dalam memproduksi

1. Pemilihan Desain.

Sebelumnya harus ditentukan desain terlebih dahulu.

2. Pemotongan Kertas

Kertas koran di potong sesuai dengan ukuran yang diinginkan. Pemotongna kertas harus mengikuti arah serat-serat kertas, karena kalau melawan arah kertas maka bisa dipastikan kertas akan mudah hancur.

3. Pembentukan pola

Ada tiga cara dasar dalam memproses kertas koran yang dipakai oleh DLUWANGArt dalam membentuk pola-pola dasar

- Melinting: Kertas koran yang telah dipotong dilinting menggunakan bantuan lidi atau bambu dengan ukuran yang telah disesuaikan. Bagaian luarnya dilekatkan dengan menggunakan lem kertas atau lem kayu.
- Menenun: potongan-potongan kertas tersebut di tenun dengan mesin tenun ATBM.
- Memola: Setelah kertas dilinting, dipipihkan dan selanjutnya ditenun menjadi lembaran panjang seperti kain, lalu dipola.

4. Pembentukan

Dari berbagai pola yang telah dibuat disatukan menjadi satu sesuatu dengan bentuk dan desain yang telah ditentukan.

5. Finishing

Setelah jadi bentuk yang diinginkan, selanjutnya masuk poroses finishing. Produk-produk yang setengah jadi bisa ditambahai assesoris atau proses pewarnaan. Pewarna yang dipakai adalah pewarna yang biasa untuk makanan

atau tekstil. Karena jika menggunakan cat air atau cat minyak akan menutupi karakter bahan yang terbuat dari koran.

Setelah penempelan asesoris atau pewarnaan selanjutnya kita lapiasi dulu dengan lem kayu (putih) yang telah diencerkan. Proses ini dilakukan berulang-ulang, setidaknya 3 kali karena agar produk tersebut benar-benar kuat. Setelah kering tinggal kita lapiasi lapisan melamin atau semacam vernis, agar nantinya produk-produk tersebut tahan terhadap air.

B. Jenis Produk

Jenis produk yang telah di produksi oleh DLUWANG Art Paper saat ini antara lain.

1. Tas Postman

Desain yang simpel dan menarik, berbentuk persegi sehingga cocok untuk menaruh buku-buku ataupun file-file penting. Pas jika dipakai untuk sekolah atau kuliah. Cocok untuk pria maupun wanita

a. Tas Kerja (untuk wanita)

Mempunyai desain yang unik dan menarik. Cocok untuk para wanita yang bekerja di kantor.

b. Tas Pesta

Unik, simpel dan menarik, cocok dipakai untuk menghadiri pesta-pesta atau acara resmi lainnya. Bisa digunakan untuk menaruh dompet, HP, tempat make-up dll

c. Aneka Sandal

Bisa digunakan untuk jalan-jalan, karena bagian bawahnya telah dilapisi oleh gabus yang biasanya dipakai untuk lapisan sandal juga. Bisa digunakan sebagai sandal kamar.

d. Tempat Pensil

Produk ini bukan hanya sekedar untuk tempat pensil saja, tetapi bisa digunakan untuk mempercantik meja belajar atau meja kerja, karena memiliki bentuk yang unik dan menarik

e. Bingkai Kaca

Tersedia berbagai macam bentuk dan ukuran

f. Aneka Miniatur

Produk berupa miniatur Tugu Jogja, Tugu Monas, Sepeda, apapun yang bisa dibuat dengan kertas koran bekas. Dijamin unik dan menarik.

Selain produk-produk diatas DLUWANGArt juga menerima pesanan dari konsumen. Sehingga desain dapat disesuaikan dengan keinginan konsumen itu sendiri

C. Keunikan Produk

Produk-produk yang dihasilkan oleh DLUWANGArt berbahan dasar 70% koran bekas. Sisanya adalah asesoris, lem sebagai penguat dan lapisan melamin atau semacam vernis untuk membuatnya menjadi mengkilap dan tahan air. Ini yang menjadi keunikan dalam produk-produk DLUWANGArt, karena masih jarang ditemukan produk-produk yang memanfaatkan koran bekas sebagai bahan dasarnya. Misalnya tas anyaman biasanya terbuat dari enceng gondok, rotan, lidi, daun pandan dan lain sebagainya.

Proses produksi DLUWANGArt dibuat menggunakan tangan tanpa menggunakan alat bantu mesin. Ini yang nantinya membuat produk-produk DLUWANGArt mempunyai nilai seni tinggi

Selain itu juga DLUWANGArt memakai desain-desain yang unik dan menarik. Desain yang dipakai disesuaikan dengan jiwa calon konsumennya. Misal jika calon konsumen tersebut adalah pelajar atau mahasiswa maka desain yang dipakai adalah yang mempunyai sifat gaul, modis dan lain sebagainya.

D. Keunggulan Produk

Meskipun berbahan dasar dari koran bekas, produk-produk dari DLUWANGArt dijamin kuat dan tahan air. Riset yang telah kami lakukan dengan cara merendam produk yang telah jadi kedalam air telah membuktikan bahwa produk kami benar-benar kuat dan air tidak masuk dalam pori-pori kertas koran tersebut.

E. Manfaat

Diharapkan bahwa produk-produk DLUWANGArt dapat diterima dengan baik oleh calon konsumennya dan dijadikannya sebaga semacam “life style” masa kini. Karena produk-produk DLUWANGArt terbuat dari bahan-bahan yang ramah lingkungan yakni kertas koran bekas itu sesuai dengan isu-isu yang sedang mengemuka saat ini yakni pemanasan global.

Calon konsumen diharapkan mempunyai kebanggan tersendiri dengan memakai produk DLUWANGArt. Karena secara tidak langsung mereka juga ikut mengkampanyekan keselamatan lingkungan dengan menggunakan barang-barang yang diolah terlebih dulu dari sampah.

F. Merk

Merk yang dipakai adalah DLUWANGArt. Dluwang adalah salah satu kosakata dalam bahasa Jawa yang saat ini jarang dipakai oleh orang Jawa sendiri. Dluwang artinya kertas. Selain berarti kertas Dluwang juga bisa diartikan sebagai “*Daur ulang menjadi Uang*”. Ini adalah Tujuan dari usaha yang akan dirikan untuk meraih keuntungan dengan mengolah kertas koran bekas menjadi barang-barang kerajinan yang mempunyai nilai seni tinggi, sekaligus juga mengurangi sampah koran bekas.

IV. PASAR

A. Segmentasi Pasar

Dari beberapa sample produk yang telah diproduksi oleh DLUWANGArt respon yang diperoleh sangat bagus. Hampir semua responden mengatakan bahwa produk-produk DLUWANGArt adalah unik dan menarik serta memalai ide baru, yakni memakai kertas koran bekas sebagai bahan dasarnya. Selain itu juga mempunyai nilai seni tinggi.

Bidikan calon konsumen DLUWANGArt adalah mereka yang berusia 14-50 tahun. Pria maupun wanita, terutama bagi mereka yang mempunyai sifat aktif, dinamis dan gaul tentunya.

Secara letak geografis saat ini calon pasar DLUWANGArt adalah disekitar Yogyakarta terlebih dulu. Karena selain dekat dengan lokasi DLUWANGArt

Yogyakarta adalah pusat tren kerajinan dari seluruh Indonesia. Jika berhasil menguasai pasar di Yogyakarta maka mempunyai rasa kepercayaan diri yang luar biasa jika kita melebarkan sayap kita di kota-kota lain dan merambah pasar luar negeri.

B. Kompetitor

Usaha Kecil Menengah dibidang kerajinan memang sudah banyak sekali di Indonesia, tetapi yang mengfokuskan bahan dasar dari kertas koran sangat jarang sekali ditemui, apalagi proses produksi tidak dilebur terlebih dulu menjadi bubur kertas. Bahan dasar yang biasa dipakai oleh usaha kecil menengah saat ini adalah rotan, bambu, lidi, enceng gondok, daun pandan dan lain sebagainya. Maka persaingan dapat dipecah kedalam dua sektor:

1. Persaingan Langsung

Kompetitor dibidang ini adalah mereka yang sama-sama memproduksi kerajinan yang terbuat dari kertas koran juga tanpa dijadikan bubur kertas terlebih dulu. Saat ini kompetitor langsung masih sangat jarang sekali ditemui. Saat ini baru ada dua yang telah kami ketahuai yakni usaha yang ada di Bantul dan Surakarta. Perbedaannya terletak pada fokus barang yang diproduksi. Saat ini mereka kebanyakan memproduksi barang-barang sebagai penghias rumah seperti vas bunga, penutup lampu, nampan, rak, dan lain sebagainya. Selain itu fokus pemasaran juga kami bedakan. Kebanyakan mereka langsung memilih pasar ekspor, sementara DLUWANGArt lebih memilih menguasai pasar dalam negeri sendiri. Karena pasar dalam negeri sebenarnya juga mempunyai potensi yang baik sekali.

2. Persaingan Tidak Langsung

Kompetitor di sektor ini adalah mereka yang sama-sama memproduksi barang-barang kerajinan yang terbuat dari bahan dasar selain kertas koran bekas. Kompetitor di sektor ini tidak berpengaruh banyak dengan pasar yang telah ditentukan sebelumnya. Karena produk DLUWANGArt mempunyai keunikan tersendiri sehingga menjadi sesuatu yang baru dan segar.

V. STRATEGI PEMASARAN

A. Tujuan

1. Target penjualan

- Tahun pertama adalah **Rp. 102.600.000,00**

Yang diperoleh dari target penjualan perbulan:

30 buah tas postman	30 x 50.000,00	Rp. 1.500.000,00
20 buah tas kerja	20 x 70.000,00	Rp. 1.400.000,00
30 buah tas pesta	30 x 50.000,00	Rp. 1.500.000,00
30 buah dompet	30 x 25.000,00	Rp. 750.000,00
30 buah sandal	30 x 20.000,00	Rp. 600.000,00
20 buah tempat pensil	20 x 20.000,00	Rp. 400.000,00
20 buah bingkai foto	20 x 20.000,00	Rp. 400.000,00
Penjualan dari produk lainnya		<u>Rp. 2.000.000,00</u>
Total Penjualan per bulan		Rp. 8.550.000,00

Sehingga: Rp. 8.550.000,00 x 12 bulan: Rp. 102.600.000,00

- Tahun kedua:

Meningkatkan omset penjualan 100% dari ditahun pertama menjadi **Rp. 205.200.000,00**

- Tahun ketiga:

Meningkatkan omset penjualan 50% dari tahun kedua:

Rp. 205.200.000,00 + Rp. 102.600.000,00: Rp. 307.800.000,00

2. Meningkatkan produksi

Dalam tahun pertama target DLUWANGArt adalah 10 jenis produk produksi. Dan akan bertambah banyak setaiap tahunnya, sesuai dengan perkembangan usaha. Diharapkan dalam tahun ketiga DLUWANGArt telah mempunyai 20 jenis produk yang siap dipasarkan

B. Produk

Produk-produk DLUWANGArt dibuat hanya dengan menggunakan tangan-tangan terampil yang telah dibekali keahlian terlebih dulu. Semua

pengrajin DLUWANGArt harus mendapatkan pelatihan dulu dalam mengolah bahan yakni kertas bekas menjadi barang-barang kerajinan yang mempunyai nilai seni tinggi. Dalam proses produksi, pertama kali desain harus ditentukan terlebih dulu agar para pengrajin tinggal mengikuti pola desain yang telah ditentukan. Tetapi selanjutnya para pengrajin di beri kebebasan penuh dalam mengkreasikan ide-idenya. Ini diharapkan mampu menambah jenis produk dari DLUWANGArt.

Quality control merupakan harga mati bagi DLUWANGArt untuk menentukan produk-produk yang akan dipasarkan layak atau tidak untuk dipasarkan. *Quality control* yang diterapkan meliputi bentuk produk, kekuatan produk, kerapian, dan kehalusan produk. Dari *quality control* yang ketat ini diharapkan mampu mengurangi komplain dari konsumen.

C. Harga

Dari beberapa contoh produk yang telah dipasarkan, beberapa konsumen banyak yang menaksirnya dengan harga tinggi. Tetapi DLUWANGArt tidak semata-mata menjualnya dengan harga tinggi pula. DLUWANGArt tetap harus menyesuaikan dengan tingkat ekonomi di Indonesia. Sehingga nantinya konsumen tidak terlalu keberatan dengan harga yang telah ditentukan terlebih dulu.

Diharapkan harga yang telah ditentukan terlebih dulu akan tetap dan tidak mengalami perubahan dalam satu tahun kedepan. Jika harga bahan-bahan dasar mengalami kenaikan dan juga tingkat inflasi yang naik maka harga juga akan disesuaikan.

D. Tempat

DLUWANGArt saat ini beralamatkan dirumah pemiliknya yakni Briane Novianti Syukmita di Ledok Tukangan DN 2/257 Yogyakarta, karena masih terbentur dengan permasalahan dana. Setelah kiranya dapat tersedia dana, DLUWANGArt akan menyewa tempat yang lebih strategis untuk menaruh dan memamerkan produk-produknya. Lokasi yang dipilih adalah tempat-tempat belanja yang strategis atau daerah wisata.

E. Promosi

Kegiatan promosi yang akan dilakukan ialah DLUWANGArt antara lain

1. Pemanfaatan teknologi informatika yang gratis. Missal pembuatan profil dalam twitter, myspace, facebook, blogs dan situs-situs yang menyediakan tempat iklan gratis
2. Pembuatan brosur
Dengan mencetak brosur yang berisikan jenis produk, harga, dan bagaimana cara membelinya diharapkan memudahkan bagi calon konsumen yang akan membeli produk DLUWANGArt.
3. Pembuatan Web
Dengan adanya web khusus DLUWANGArt diharapkan dapat memudahkan calon konsumen dalam mengakses apa saja tentang DLUWANGArt termasuk dengan perkembangannya kapan saja dan dimana saja.
4. Peliputan Media
Dengan mengundang teman-teman yang banyak bergerak dibidang media cetak maupun elektronik profil DLUWANGArt akan lebih cepat dikenal oleh masyarakat
5. Pencitraan logo
Logo DLUWANGArt akan digunakan dalam lebel setiap produk, kartu nama, kop surat dan tempat lain yang memungkinkan kami tempeli logo DLUWANGArt.
6. Mengikuti pameran-pameran
7. Promosi tidak langsung diharapkan melalui penyebaran dari mulut ke mulut

VII. RAMALAN KEUANGAN

A. Kebutuhan awal

Modal awal

Sewa tempat	Rp.5.000.000,00
Beli peralatan	Rp. 500.000,00
Media promosi:	

Web site	Rp. 500.000,00
Brosur	Rp. 500.000,00
Karu Nama	Rp. 100.000,00
Total	Rp. 6.600.000,00
Biaya bulanan	
Gaji karyawan	Rp. 2.000.000,00
Pembelian Bahan:	
~ Kertas Koran	Rp. 125.000,00
~ Lem	Rp. 200.000,00
~ Vernis	Rp. 200.000,00
~ Bahan lain	Rp. 300.000,00
Bayar listrik dan air	Rp. 300.000,00
Lain-lain	Rp. 200.000,00
Total	Rp. 3.325.000,00
Total dana awal	Rp. 9.925.000,00

B. perkiraan laba

1. Pada tahun pertama

Total Penjualan		Rp. 102.600.000,00
Total pengeluaran		
Modal awal	Rp. 6.600.000,00	
Biaya Bulanan	Rp. 3.325.000,00	
	x 12 bulan	
	Rp. 39.900.000,00	
Total		Rp. 46.500.000,00

Laba tahun pertama sebesar Rp. 56.100.000,00

2. Pada tahun kedua

Diperkirakan omset naik 100% dari omset tahun pertama

Keuntungan akan menjadi Rp. 112.200.000,00

3. Pada tahun ketiga

Omset diperkirakan naik 50% dari omset tahun kedua

Keuntungan akan menjadi Rp 168.300.000,00

C. RENCANA ARUS KAS (CASH – FLOW)

RENCANA ARUS KAS (dalam ribuan rupiah)

DLUWANG Art Papper

UNTUK TAHUN 2012

	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	Des
A. PENERIMAAN												
Kas Awal	0	75	6.325	9.350	14.875	20.400	23.425	28.950	34.475	37.500	43.025	48.550
Penerimaan Penjualan	0	8.550	8.850	8.850	8.850	8.850	8.850	8.850	8.850	8.850	8.850	8.850
Penerimaan Pinjaman	10.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>Sub Total Penerimaan</i>	10.000	9.650	15.175	18.200	23.725	29.250	32.275	37.800	43.325	46.350	51.875	57.400
B. PENGELUARAN												
Sewa tempat	5.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Pembelian Perlengkapan	500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Web	500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Brosur	500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kartu nama	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Bahan baku	825	825	825	825	825	825	825	825	825	825	825	825	825
Gaji Karyawan dan Staf	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Listrik dan air	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Bayar Hutang	0	0	2.500	0	0	2.500	0	0	2.500	0	0	2.500	0
Lain-lain	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
<hr/>													
<i>Sub Total Pengeluaran</i>	9.925	3.325	5.825	3.325	3.325	5.825	3.325	3.325	5.825	3.325	3.325	5.825	3.325
C. SALDO	75	6.325	9.350	14.875	20.400	23.425	28.950	34.475	37.500	43.025	48.550	51.575	

VIII. KEBUTUHAN KEUANGAN

Dari ramalan keuangan diatas, kebutuhan dana untuk mendirikan DLUWANGArt adalah sebesar Rp. 10.000.000,00. Rincian pemakaiannya adalah untuk menyewa tempat dan pembelian peralatan serta media promosi sebesar Rp. 6.600.000,00. Untuk pengeluaran bulan seperti pembelian bahan baku, bayar listrik, gaji karyawan dan lain-lain sebesar Rp. 3.325.000,00. Sisa dana sebesar Rp. 75.000,00 akan dimasukkan kedalam kas.

Dana sebesar Rp. 10.000.000,00. tersebut didapat dari pinjaman saudara dengan mengangsurnya empat kali selama satu tahun yakni di bulan Maret, Juni, September dan Desember. Berhubung pinjaman dari saudara sendiri yang mendukung didirikannya DLUWANGArt maka bunga tidak dibebankan kepada kami.

IX. PELUANG DAN RESIKO

A. PELUANG

Barang-barang kerajinan selalu diminati oleh semua kalangan masyarakat karena selalu memiliki karakteristik yang unik dan mengandung nilai seni tinggi. Pasti ada kebanggaan tersendiri bagi setiap pemiliknya. Melihat peranan barang-barang kerajinan yang sangat digemari oleh masyarakat DLUWANGArt mencoba memberikan warna baru dalam dunia kerajinan tangan. Bagi DLUWANGArt ini adalah peluang masuk merambah dunia kerajinan

Dengan membawa konsep yang bisa dibilang baru, DLUWANGArt optimis bahwa respon kedepan adalah positif.

Sehingga DLUWANGArt dapat selalu berkembang dan meraih apa yang telah ditargetkan.

B. RESIKO DAN ANTISIPASINYA

Tidak satupun usaha tanpa resiko. Seperti halnya DLUWANGArt juga telah memprediksi resiko-resiko usaha yang mungkin akan menghambat perkembangan usaha. Resiko-resiko tersebut antara lain

1. Susahnya mendapat baku (industri media cetak tergusur oleh media-media yang mengedepankan teknologi)
2. Munculnya pesaing baru
3. Lesunya perekonomian di Indonesia

Antisipasinya adalah

1. Jika industri media cetak tergusur oleh media-media yang berbasis teknologi misalnya internet dan televisi, koran sebagai bahan utama dari DLUWANGArt susah didapatkan. Jika memang kondisinya seperti ini maka DLUWANGArt kemungkinan akan mengalihkan bahan dasar dari

koran bekas menjadi kertas-kertas bekas lainnya yang memungkinkan untuk dijadikan bahan dasar.

2. Dimanapun ada gula disitupasti banyak semut. Sangat dimungkinkan jika nanti DLUWANGArt mengalami keberhasilan bakal muncul pesaing-pesaing bari dibidang yang sama. DLUWANGArt mengantisipasi resiko ini dengan cara selalu meng-update produk-produknya agar selalu mempunyai nilai keunikan dimata konsumennya.
3. Jika perekonomian di Indonesia mengalami kelesuan danberimbas pada daya beli masyarakat yang menurun maka DLUWANGArt mengantisipasinya dengan cara mengalihkan pasar ke pasar internasional atau ekspor.

X. LAMPIRAN

CONTOH-CONTOH PRODUK DLUWANGArt

Aneka Sendal:



Aneka tas:



Aneka Box:



Business plan Mega Organik Group



**BINAAN INKUBATOR BISNIS
PUSAT PENELITIAN WANITA DAN GENDER (PSW/G)
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

Mega Organik Group
Jayan RT 01 Kebon Agung, Imogiri
Bantul, Yogyakarta
0857 2933 7139

DAFTAR ISI

Daftar Isi	2
1.0 Data Perusahaan	3
2.0 Biodata Pemilik	3
3.0 Executive Resume	4
3.1 Profil Usaha	4
3.2 Prospek Pengembangan Usaha	4
3.3 Rencana Pengembangan Usaha.....	5
3.4 Target Penjualan.....	5
3.5 Kebutuhan dan Sumber Dana	6
3.6 Rencana Penggunaan Dana	6
3.7 Jangka waktu pengembalian.....	8
4.0 Pemasaran	8
5.0 Proses Bisnis	9
6.0 Keunggulan Produk	10
7.0 Lampiran	12

1.0 DATA PERUSAHAAN

1.	Nama Perusahaan	:	Mega Organik Group
2.	Bidang Usaha	:	Barang
3.	Jenis Produk	:	Beras dan bekatul organik
4.	Alamat Perusahaan	:	Jayan RT 01 Ds. Kebon Agung, Kec. Imogiri, Kab. Bantul, Yogyakarta
5.	Nomor telepon	:	0857 2933 7139
6.	Alamat email	:	megaorganikgroup@gmail.com
7.	Situs web	:	-
8.	Mulai berdiri	:	-

2.0 BIODATA PEMILIK

a. Ketua

1.	Nama	:	Anggiri Ayu Uswanti
2.	Jenis Kelamin	:	Perempuan
3.	Tempat tanggal lahir	:	Kebumen, 20 November 1988
4.	NIM Lengkap	:	07/257407/PN/11246
5.	Jurusan/ Fakultas	:	Sosial Ekonomi Pertanian/Pertanian
6.	Alamat	:	Ampelsari RT 05/03 Petanahan Kebumen
7.	No telp / HP	:	0857 2933 7139
8.	Email	:	anggiriayu@gmail.com
9.	Peran di bisnis ini	:	Produksi

b. Anggota

1.	Nama	:	Ani Fatimah
2.	Jenis Kelamin	:	Perempuan
3.	Tempat tanggal lahir	:	Sukoharjo, 3 Desember 1989
4.	NIM Lengkap	:	07/251083/PN/10977
5.	Jurusan/ Fakultas	:	Sosial Ekonomi Pertanian/Pertanian
6.	Alamat	:	Dk. Banaran RT 02/ RW 09 Ds. Tegalsari Kec. Weru Kab. Sukoharjo
7.	No telp / HP	:	0856 43 989 131
8.	Email	:	ani.ftmh@gmail.com
9.	Peran di bisnis ini	:	Finansial

1.	Nama	:	Aziz Mansya Patria
2.	Jenis Kelamin	:	Laki-Laki
3.	Tempat tanggal lahir	:	Magetan, 22 November 1988
4.	NIM Lengkap	:	07/256458/PN/11178
5.	Jurusan/ Fakultas	:	Sosial Ekonomi Pertanian
6.	Alamat	:	Ds. Krajan RT 19/RW 06 Parang, Magetan
7.	No telp / HP	:	0856 4612 6277

8.	Email	:	azyz_patrya@yahoo.co.id
9.	Peran di bisnis ini	:	Pemasaran

3.0 Executive Resume

3.1 Profil Perusahaan

Nama : Mega Organik
 Jenis Produk : Beras dan bekatul organik
 Alamat Perusahaan : Jl. Blabak-Boyolali Dsn. Gondowangi
 Ds. Mangunsari Kec. Sawangan Kab.
 Magelang
 Nomor telepon : 0857 2933 7139
 Alamat email : megaorganikgroup@gmail.com

Visi

Menyehatkan dunia dengan organik

Misi

1. Menjadi salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pertanian organik.
2. Memproduksi makanan yang berkualitas dan menyehatkan.

3.2 Prospek Pengembangan Usaha

Negara Indonesia yang terletak di daerah tropis memiliki kekayaan sumberdaya alam yang unik, kelimpahan sinar matahari, air dan tanah. Pertanian Indonesia berpotensi besar untuk menjadi ujung tombak kebangkitan bangsa. Penyebab utama mundurnya pertanian adalah akibat dari rendahnya produktivitas hasil panen yang disebabkan oleh input material (pupuk, pestisida, dan lain-lain) yang berdampak negatif bagi lingkungan. Untuk itu kami bermaksud mengembangkan sistem pertanian organik yang ramah lingkungan dan meningkatkan produktivitas. Sistem intensifikasi organik ini akan kami aplikasikan ke berbagai jenis tanaman pangan terutama padi. Padi yang akan kami budidayakan adalah varietas Menthik Wangi yang memiliki banyak gizi dan banyak dicari konsumen. Sistem pertanian yang akan kami terapkan adalah pertanian holistik dengan memadukan bidang peternakan maupun perikanan.

Dari segi ekonomi, usaha beras organik memiliki tingkat pendapatan dan keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan usaha beras biasa. Untuk potensi pasar yang dibentuk oleh pertanian organik yang dikenal dengan produk organik (padi organik), hasil penelitian menunjukkan adanya peluang pasar yang dapat dibentuk oleh beras organik yaitu sebesar 224,96 ton/ha. Luas lahan yang tersedia untuk pertanian organik di Indonesia sangat besar. Dari 75,5 juta ha lahan yang dapat digunakan untuk usaha pertanian, baru sekitar 25,7 juta ha yang telah diolah untuk sawah dan perkebunan (BPS, 2000).

Dari budidaya padi tersebut diperoleh hasil berupa beras dan bekatul. Kedua produk ini memiliki prospek yang sangat cerah mengingat beras merupakan bahan pokok bagi manusia khususnya masyarakat Indonesia. Sedangkan bekatul tidak hanya dimanfaatkan sebagai pakan ternak melainkan sebagai salah satu alternative untuk menjaga kesehatan. Beras maupun bekatul organik memiliki kandungan nutrisi dan mineral yang tinggi sehingga sangat bermanfaat bagi kesehatan. Selain itu beras dan bekatul organik memiliki nilai jual yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang dibudidayakan dengan cara konvensional.

Pertumbuhan penduduk yang terus meningkat seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan beras. Sementara itu gaya hidup sehat (*back to nature*) pun terus digalakkan. Beras dan bekatul organik bisa menjadi salah satu solusi untuk menerapkan gaya hidup sehat. Dengan berbagai manfaat yang didapat daripada mengkonsumsi beras dan bekatul biasa, harga yang lebih mahal tentu sebanding dengan manfaat yang diperoleh.

3.3 Rencana Pengembangan Usaha

Mega organik group merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pertanian khususnya padi organik. Jenis komoditi yang kami produksi adalah beras dan bekatul organik.

Usaha kami ini memiliki peluang yang sangat cerah di masa yang akan datang. Oleh sebab itu dalam rencana pengembangan usaha kami bermaksud untuk terus menambah kapasitas produksi melalui perluasan lahan dan menjadi agen distributor beras organik (dengan budidaya 100% organik). Agen ini nantinya memiliki target untuk memenuhi kebutuhan pasar lokal. Namun tidak menutup kemungkinan untuk diekspor ke luar negeri. Peningkatan penjualan juga akan terus dilakukan dengan promosi yang gencar dan agresif, tidak hanya secara langsung tapi kami akan menawarkan produk melalui media online.

3.4 Target Penjualan

Dalam usaha ini selama satu tahun padi organik dipanen pada 2 kali musim tanam. 1 kali musim tanam membutuhkan waktu sekitar 4-5 bulan. Biaya yang dikeluarkan dan hasil yang diperoleh antara musim tanam satu dan dua berbeda-beda. Pada musim tanam pertama diperlukan biaya yang lebih besar untuk pengelolaan tanah (alih fungsi dari non organik ke organik) pada musim tanam berikutnya biaya yang dikeluarkan untuk pengelolaan tanah semakin sedikit. Sedangkan produksi yang diperoleh pada musim tanam pertama lebih besar daripada musim tanam berikutnya. Dari luas areal 1000 m² pada musim tanam I hasil yang diperoleh dapat mencapai 375 Kg beras organik. jika luas areal tanam adalah 5000 m² maka target penjualan beras organik dapat mencapai 1.875 Kg. Bekatul yang dihasilkan dari 1000 m² adalah 5 Kg. jika luas areal 5000 m² berarti target penjualan bekatul dapat mencapai 25 Kg. Sedangkan pada musim tanam Kedua hasil yang diperoleh akan meningkat yaitu dari luas areal 1000 m² pada musim tanam II hasil yang diperoleh dapat mencapai 500 Kg. Jika luas areal tanam adalah 5000 m² maka target penjualan beras organik dapat mencapai 2.500 Kg. Bekatul yang dihasilkan dari 1000 m² juga meningkat hingga 7 Kg. jika

luas areal 5000 m² berarti target penjualan bekatul dapat mencapai 35 Kg.

3.5 Kebutuhan dan Sumber Dana

Data yang kami butuhkan untuk 2 kali musim tanam selama satu tahun sebesar Rp 7.600.000. Musim tanam I sebesar Rp. 3.440.000 dan musim tanam II sebesar Rp 2.535.000. Adapun dana lain yang dibutuhkan untuk investasi sebesar Rp 1.625.000. Kebutuhan dana tersebut tidak menutup kemungkinan akan mengalami perubahan akibat perubahan kondisi pasar maupun permintaan konsumen.

3.6 Rencana Penggunaan Dana

Rencana penggunaan dana digunakan untuk 2 kali musim tanam selama 1 tahun dan untuk investasi peralatan. Adapun rincian yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

1). Rencana penggunaan dana musim tanam I

No	Kebutuhan	Jumlah	Harga	Total
1	Benih	15 (Kg)	6.000	90.000
2	Pupuk Kandang	10 (rit)	150.000	1.500.000
3	Pestisida organik	3 (L)	50.000	150.000
4	Benih ikan mas	200 (Ekor)	500	100.000
5	Tenaga kerja			
	Olah Tanah			500.000
	Tanam			300.000
	Menyiangi			150.000
	Penyemprotan			150.000
	Panen			500.000
Jumlah				3.440.000

2). Rencana penggunaan dana MusimTanam II

No	Kebutuhan	Jumlah	Harga	Total
1	Benih	10 (Kg)	6.000	60.000
2	Pupuk Kandang	5 (rit)	150.000	750.000
3	Pestisida organik	1,5 (L)	50.000	75.000
4	Benih ikan Mas	100 (Ekor)	500	50.000
5	Tenaga kerja			
	Olah Tanah			500.000
	Tanam			300.000
	Menyiangi			150.000
	Penyemprotan			150.000
	Panen			500.000
Jumlah				2.535.000

3). Rencana penggunaan dana untuk investasi

No	Kebutuhan	Total
1	Biaya Promosi	500.000
2	Transportasi	1.000.000
3	Karung Beras	125.000
4	Vaccum siler	7.000.000
5	Kemasan	1.400.000
Jumlah		1.625.000

Jadi total dana yang dibutuhkan adalah : Rp **15.000.000**

3.7 Jangka waktu pengembalian

Dari hasil produksi musim tanam I hasil yang diperoleh adalah 1.875 Kg beras oraganik dan 25 Kg bekatul organik. harga jual beras oraganik adalah Rp 11.000/Kg dan bekatul organik adalah Rp 25.000/Kg. Jadi pendapatan yang diperoleh pada musim tanam I adalah 1.875 Kg x Rp 11.000/Kg = Rp. 20.625.000 untuk beras oragnik dan 25 Kg x Rp 25.000 = Rp. 625.000 untuk bekatul organik. Jadi total pendapatan adalah Rp 21.250.000. Kemudian dilakukan bagi hasil dengan petani dengan presentasi 40% untuk investor yaitu Rp 8.500.000 dan 60% untuk petani yaitu Rp 12.750.000.

Hasil produksi musim tanam II hasil yang diperoleh adalah 2.500 Kg beras organik dan 35 Kg bekatul organik. Jadi pendapatan yang diperoleh pada musim tanam II adalah $2.500 \text{ Kg} \times \text{Rp } 11.000/\text{Kg} = \text{Rp. } 27.500.000$ untuk beras organik dan $35 \text{ Kg} \times \text{Rp } 25.000 = \text{Rp. } 875.000$ untuk bekatul organik. Jadi total pendapatan adalah Rp 48.750.000. Kemudian dilakukan bagi hasil dengan petani dengan presentasi 40% untuk investor yaitu Rp 19.500.000 dan 60% untuk petani yaitu Rp 29.250.000.

Total pendapatan untuk 2 kali musim tanam adalah $\text{Rp } 8.500.000 + \text{Rp } 19.500.000 = \text{Rp. } 28.000.000$. Keuntungan bersih selama 2 kali musim tanam adalah $\text{Rp. } 28.000.000 - \text{Rp. } 7.600.000 = \text{Rp } 20.400.000/\text{tahun} = \text{Rp. } 1.700.000/\text{bulan}$.

Jangka waktu pengembalian dana pinjaman dari bulan Juli – Ags 2013 dengan besar cicilan Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000 per bulan dengan asumsi dana yang diberikan sejumlah Rp. 15.000.000.

4.0 Pemasaran

Seperti yang sudah dijelaskan bahwa produk beras dan bekatul organik ini memiliki prospek yang sangat cerah di jaman sekarang ini maupun di masa yang akan datang. Gaya hidup sehat (*back to nature*) menjadi alasan produk ini sangat bermanfaat bagi masyarakat. Beras organik dan bekatul organik memiliki pasaran tersendiri. Karena harganya yang lebih mahal dari produk beras dan bekatul biasa maka sasaran dari produk ini adalah golongan masyarakat menengah ke atas. Namun demikian, produk ini bukan produk yang asing bagi masyarakat Indonesia Khususnya.

Strategi pemasaran produk yang kami lakukan adalah secara langsung maupun melalui media baik cetak dan elektronik. Pemasaran secara langsung dilakukan dengan mendatangi calon-calon konsumen di mulai dari lingkungan sekitar kemudian terus berkembang bagi siapa saja yang berminat untuk mencari salah satu alternative gaya hidup sehat. Pemasaran melalui media ceta kami lakukan dengan membuat leaflet

maupun folder. Sedangkan dengan media elektronik akan kami lakukan dengan membuat website dan melalui situs jejaring sosial. Selain itu adanya kegiatan pameran atau loka karya yang berkaitan dengan bidang pertanian organik akan kami jadikan juga sebagai salah satu strategi pemasaran.

Pemasaran perlu dilakukan dengan agresif untuk menarik minat konsumen dengan menyampaikan manfaat yang diperoleh dari mengkonsumsi beras dan bekatul organik. Harga yang cukup bersaing di pasaran bukan menjadi masalah besar mengingat manfaat yang diperoleh pun sepadan dengan harga yang kami tawarkan.

5.0 Proses Bisnis

Lahan pertanian yang nantinya akan kami gunakan untuk menerapkan usaha ini bertempat di daerah yang sudah menerapkan pertanian organik 100%, yaitu di Magelang. Untuk distribusi produk nantinya tidak hanya terbatas di daerah Magelang saja, melainkan terbuka bagi siapa pun yang berminat mengkonsumsi beras dan bekatul organik. Produk yang kami hasilkan hanya dipanen 2 kali dalam setahun. Oleh sebab itu, pada prosesnya nanti kami akan menyimpan barang sebagai stok agar dapat memenuhi kebutuhan setiap bulannya. Sebelum menerapkan usaha ini, tentunya kami telah mengumpulkan informasi dari orang-orang yang menjadi ahli dalam pertanian organik, khususnya padi organik. Pada rencana penggunaan dana disebutkan adanya dana untuk pembelian benih ikan mas. Hal itu dimaksudkan untuk dijadikan indikator apabila terdapat pencemaran bahan kimia.

Sasaran strategi tahap awal perancangan pada perspektif pelanggan yang akan dicapai yaitu meningkatkan kepuasan pelanggan. Sasaran strategis pada perspektif keuangan yaitu meningkatkan profitabilitas dan pengurangan biaya. Sasaran strategis pada perspektif proses bisnis internal yaitu Peningkatan pengembangan usaha dan

pengiriman barang secara kontinyu. Sedangkan pada perspektif pertumbuhan dan pembelajaran yaitu peningkatan kualitas sumber daya manusia (mengikuti pendidikan dan pelatihan), serta analisis kebutuhan pendidikan dan pelatihan, jumlah jenis kerja sama yang terjalin, survei kepuasan pelanggan, ketepatan waktu pengiriman, kerja sama dengan pihak-pihak yang terkait seperti dinas, pasar tradisional, dan pasar swalayan. Penentuan prioritas inisiatif strategis dan diperoleh memperkuat permodalan dengan pengajuan proposal penambahan modal.

6.0 Keunggulan Produk

Keunggulan produk kami dibandingkan dengan produk lain adalah:

1. Budidaya 100% organik (pupuk dan pestisida)
2. Bermanfaat bagi kesehatan yaitu :
 - a). Banyak mengandung nutrisi dan mineral
 - b). Mencegah penyakit diabetes melitus dan hipertensi
 - c). Menstabilkan metabolisme tubuh
 - d). Memperbaiki sel-sel tubuh secara alami
 - e). Mengandung antioksidan
3. Ramah lingkungan karena tidak menggunakan bahan-bahan kimia
4. Jika disimpan dalam waktu lama tidak menimbulkan bau apek
5. Memiliki aroma yang khas dan tetap lezat walau dinikmati dalam keadaan dingin

LAMPIRAN

7.1 RENCANA ARUS KAS (CASH – FLOW) BULANAN

RENCANA ARUS KAS (dalam ribuan rupiah)										
UNTUK TAHUN 2013-2014										
		Nov-Des 12	Jan-Feb 13	Mar-Apr 13	Mei-Jun 13	Jul-Ags 13	Sep-Okt 13	Nop- Des 13	Jan-Feb 14	Mar-Apr 14
A.	PENERIMAAN									
	Penerimaan Penjualan	0	0	21.250.000	0	0	48.750.000	0	0	48.750.000
	Penerimaan Pinjaman	10.500.000	4.500.000	0	0	0	0	0	0	0
	<i>Sub Total Penerimaan</i>	10.500.000	4.500.000	21.250.000	0	0	48.750.000	0	0	48.750.000
B.	PENGELUARAN									
	Produksi	3.440.000	1.625.000	0	2.535.000	0	0	2.535.000	0	0
	Cicilan	0	0	0	0	3.000.000	5.000.000	4.000.000	3.000.000	0
	Bagi Hasil	0	0	12.750.000	0	0	29.250.000	0	0	29.250.000
	<i>Sub Total Pengeluaran</i>	3.440.000	1.625.000	12.750.000	2.535.000	3.000.000	34.250.000	6.535.000	3.000.000	29.250.000
C.	SELISIH KAS	7.060.000	2.875.000	8.500.000	-2.535.000	-3.000.000	14.500.000	-6.535.000	-3.000.000	19.500.000
D.	SALDO KAS AWAL	7.060.000	7.060.000	9.935.000	18.435.000	15.900.000	12.900.000	27.400.000	20.865.000	17.865.000
E.	SALDO KAS AKHIR (plus prediksi penerimaan)	7.060.000	9.935.000	18.435.000	15.900.000	12.900.000	27.400.000	20.865.000	17.865.000	37.365.000

Business Plan **Supplier Obama**

**BINAAN INKUBATOR BISNIS
PUSAT PENELITIAN WANITA DAN GENDER (PSW/G)
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

Sidorejo Rt/Rw 05/2 Selomartani
Kalasan 55571 Sleman YK
Ph:0274 687 3053
Email: herypurnomo10@gmail.com

Confidentiality Agreement

Pembaca yang bertanda tangan di bawah ini mengakui bahwa informasi yang disediakan oleh Suplier Obama dalam Bisnis Plan ini adalah rahasia; dan oleh karena itu, pembaca tidak akan membagi informasi yang berada di dalamnya kepada pihak lain tanpa persetujuan tertulis dari Suplier Obama.

Pembaca mengakui bahwa semua informasi yang akan ditampilkan dalam bisnis plan ini bersifat sangat rahasia, dan penyebaran informasi atau penggunaan informasi tersebut sekecil apapun oleh pembaca, dapat mengakibatkan kerugian yang serius terhadap Suplier Obama.

Jika diminta, dokumen ini harus dikembalikan segera ke Suplier Obama.

Tanda Tangan

Hery Purnomo

Nama

Daftar Isi

1. Executive Summary	4
1.1. Visi	4
1.2. Misi.....	4
1.3. Kunci Sukses	4
2. Ringkasan Perusahaan	5
2.1. Penjelasan Singkat.....	5
2.2. Penjelasan Kepemilikan	5
2.3. Penjelasan Modal Awal.....	6
3. Produk Usaha	6
4. Pasar Usaha	6
4.1. Analisa Pasar	6
4.2. Segmentasi Pasar	7
4.3. Strategi Target Segmen Pasar	7
4.5. Kompetisi dan Pola Konsumsi	7
5. Rencana Produksi.....	7
5.1. Fasilitas dan Kapabilitas Produksi	7
5.2. Proses Produksi	8
5.3. Bahan Baku	8
5.4. Kebutuhan SDM Produksi	8
5.5. Quality Control.....	9
6. Rencana Pemasaran.....	9
6.1. Keunggulan Kompetitif.....	9
6.2. Strategi Pemasaran	9
6.3. Strategi Penjualan.....	10
7. Tim Manajemen	10
8. Catatan Keuangan	15
9. Rangkuman Strategi dan rencana pengembangan usaha	16

1. Executive Summary

Suplier Obama adalah usaha yang bergerak dalam penjualan Daging Bebek dan Ikan Lele Dengan berlokasi di selomartani Kalasan Sleman DIY, Suplier Obama mulai bergerak Usaha ketika melihat banyak petani dan peternak Lele di lingkungan sekitar wilayah Selomartani merasa kesulitan menjual hasil panen ikan lele lebih susah lagi bila panen bersamaan. Untuk itu Suplier Obama dengan keyakinan, bahwa peluang ini bisa di jadikan bisnis baru dengan menampung hasil dari petani setempat kemudian kita jual kembali ke beberapa Restoran Hotel Rumah Sakit Café Dll. di sekitar DIY. Memang pada awal terjun ke penjualan Ikan Lele Suplier Obama pernah melakukan pembesaran ikan lele di kolam sendiri tetapi kendala yang di hadapi cukup sulit seiring dengan Harga pakan yang mahal.

Sehingga kami memutuskan dengan menampung hasil panen dari beberapa petani ikan lele yang ada di sekitar wilayah Selomartani Kalasan,

Suplier Obama berharap dalam satu tahun sudah balik modal dan dapat mengembangkan usahanya. Pertumbuhan usaha diperkirakan sekitar 50% per tahun dengan peningkatan penjualan dengan cara menambah kios – kios penjualan di sekitar komplek perumahan.

1.1. Visi

Visi Sulier Obama adalah :

1. Secara terus menerus menggalakkan masarakat luas dari segala kalangan banyak makan ikan Lele.
2. Meningkatkan omset penjualan menjadi Rp. 60.000.000/bulan atau Rp.720.000.000 / tahun.
3. Menjadikan Suplier Obama sebagai pemasok Ikan Lele dan Daging bebek yang menguasai 25 % di pasaran lokal DIY

1.2. Misi

Misi dari Suplaier Obama adalah:

1. Menjaga dan senantiasa meningkatkan kualitas hasil produksi demi kepuasan pelanggan.
2. Menambah pangkalan tempat penjualan ikan lele & Daging Bebek (Sewa tempat baru)
3. Mampu menjaga ketersediaan barang kepada para konsumen.

1.3. Kunci Sukses

Kunci-kunci keberhasilan dari Suplier Obama adalah:

1. Menjaga ketersediaan bahan baku dan bekualitas
2. Menjalin komunekasi secara baik dan mau memperbaiki keluhan pelanggan

3. Mencari vendor yang mampu memberikan pasokan ikan lele dalam jumlah yang stabil.

2. Ringkasan Perusahaan

Nama Perusahaan	Suplier Obama
Bidang Usaha	Supplier Ikan lele Daging Bebek Alat pembersih
Alamat	Sidorejo Rt/Rw 05/02 Selomartani Kalasan
Kota	Sleman
Propinsi/Kabupaten	Jogjakarta
Kode Pos	55571
Telepon	0274-687 3053
Fax	
E-Mail	Herypurnomo10@gmail.com
NPWP	
PKP	

2.1. Penjelasan Singkat

Suplier Obama adalah buah kerja keras dari Bpk Hery dan Ibu Wiwik. Berawal dari melihat hasil panen Ikan Lele yang melimpah di wilayah tempat tinggal kami tinggal dan keluhan petani ikan yang di harga sangat murah , begitu juga peternak Bebek jg merasakan hal yang sama.

Berlokasi di Desa Selomartani di Daerah Kalasan, Suplier Obama berusaha menjalin kerjasama dengan para petani untuk keuntungan bersama baik dalam bidang penjualan Ikan Lele dan Daging Bebek. Dengan sasaran penjualan yang kita tetapkan sebelumnya. Contohnya Hotel, Restoran Warung makan dan konsumsi rumah tangga.

2.2. Penjelasan Kepemilikan

Pemilik usaha adalah Bpk Hery dan Ibu Wiwik. Bpk hery selain sebagai pemodal juga berperan sebagai pimpinan, sedangkan Ibu Wiwik bertanggung jawab di administrasdan keuangan.

2.3. Penjelasan Modal Awal

Modal usaha Suplier Obama sebagian besar berasal dari simpanan pribadi sebesar Rp. 5.000.000.

Modal tersebut digunakan untuk:

1. Pembelian bahan baku : Rp.2.000.000,-
2. Pembelian peralatan: Rp.1.000.000,-
3. Pembuatan bak penampungan ikan Lele: Rp.2.000.000,-
4. Untuk Daging Bebek kita bisa melakukan penjualan bayar belakang, sehingga kita tidak perlu modal.

3. Produk Usaha Saat ini

Produk yang dijual oleh Suplier Obama adalah:

1. Daging ayam potong (kemitraan dengan Rumah Pemotongan Ayam)
2. Ikan Lele segar
3. Daging bebek
4. Penjualan Alat pembersih (kios sapu dll)

Yang membedakan Suplier Obama dengan usaha sejenis adalah kualitas daging yang fresh tanpa freezer dan telah sertifikasi MUI untuk kategori produksi Halal dan standar ketepatan antar barang demi memenuhi standar yang diharapkan pembeli dan jam oprasional dari 06.00 S/d 19.00

Rencana melakukan kegiatan pengembangan secara khusus, inovasi senantiasa dilakukan baik oleh Pemilik yaitu melakukan inovasi akan mengembangkan pembuatan **Abon dan kerupuk yang berbahan baku dari daging Ikan Lele** sekarang masih dalam tahap mencari bantuan mesin dan Alat dari Dinas terkait

Rencana ke depan untuk Suplier Obama adalah melakukan inovasi untuk Abon lele dan Kerupuk Ikan Lele.

4. Pasar Usaha

4.1. Analisa Pasar

Persaingan antar supplier barang sejenis di rasa sangat ketat khususnya di pasar traditional, maka diputuskan bahwa target konsumen Suplier Obama

adalah Hotel Restoran Warung Makan dan Masyarakat umum tidak melakukan penjualan di pasar-pasar.

Kategori konsumen Ikan Lele, Bebek dan Ayam Broiler Supplier Obama

RATA-RATA PENJUALAN/ MINGGU

NO	KONSUMEN	IKAN LELE	BEBEK	Ayam Broiler
1	Hotel	20Kg	0 Kg	50 Kg
2	Restoran/Warung	200Kg	80 Kg	-
3	Masyarakat Umum	105Kg	-	-
4	Rumah Sakit	20Kg	-	35Kg

4.2. Segmentasi Pasar

Berdasarkan penjualan Daging Bebek dan Ikan Lele saat ini, Supplier Obama memfokuskan penjualan kepada beberapa segmen pasar, yaitu Hotel Rumah Sakit, Restoran dan Masyarakat umum khususnya masyarakat yang tinggal di komplek Perumahan.

4.3. Strategi Target Segmen Pasar

Strategi pemasaran lebih di fokuskan kepada konsumen dalam tabel di atas, karena rata-rata kebutuhan tidak banyak dan cukup stabil dan sistem pembayaran cash selalu tepat waktu dan terjadwal 2 minggu sekali.

4.5. Kompetisi dan Pola Konsumsi

kompetisi antar sesama penjual cukup ketat, Supplier Obama menggunakan strategi saling menguntungkan kepada petani pemasok Ikan lele tanpa menekan harga asal mengikuti harga wajar.

5. Rencana Produksi

5.1. Fasilitas dan Kapabilitas Produksi

1. Lokasi usaha Suplier Obama adalah: milik sendiri, cukup luas strategis
2. Peralatan Kerja yang digunakan untuk kegiatan produksi adalah:
 - a. Jaring
 - b. Mesin timbang elektrik
 - c. Ember
 - d. Container untuk distribusi Produksi sedangkan peralatan
 - e. Bak Penampungan ikan lele
 - f. Alat transportasi mobil distribusi
 - g. Kantong Plastik

kapasitas produksi Rata-rata 100 Ekor bebek/hari Ikan lele Rata-rata 30 Kg/hari

5.2. Proses Produksi

Pembelian bahan baku di lakukan setiap hari berdasarkan pesanan yang telah kami terima sehari sebelumnya di tambah jumlah stock yang harus tersedia di bak penampungan, kenapa tidak melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak kemudian di tampung dalam satu kolam yang besar ? karena untuk menekan penyusutan berat ikan lele maka di lakukan standby stock.

Standby stock adalah ikan lele hasil panen yang siap jual di keluarkan berdasarkan kebutuhan permintaan saat itu.

Dalam setiap tahapan proses produksi ada prosedur manajemen mutu yang diterapkan oleh perusahaan, yaitu dengan melakukan *quality control* atas setiap output barang. Tahapan yang dilakukan dalam proses produksi adalah penimbangan Lele hidup atau Ayam hidup. Ukuran besaran ikan lele/kilogram Contoh: A8, A10.A12 itu berat lele yang paling laku di pasaran dan sangat mudah kita dalam menjual.

Tidak ada kesulitan yang berarti untuk tiap tahap tersebut, namun tetap diperlukan sumber daya manusia dengan ketrampilan khusus.

5.3. Bahan Baku

Suplier Obama menentukan pemasok Ayam Broiler dan Ikan Lele berdasarkan kualitas dan ukuran timbangan berat per ekor untuk Ayam dan hitungan jumlah Lele antara isi 8 ekor s/d 12 ekor dalam per kilogramnya dan harga yang ditawarkannya. Bahan baku untuk produksi didapatkan dari pemasok khususnya petani Ikan Lele yang ada di sekitar wilayah selomartani, wedomartani, bimomartani, argomulyo dll. yang telah menjalin kerjasama, khusus untuk Ayam potong membeli langsung ke perusahaan peternak besar.

5.4. Kebutuhan SDM Produksi

Sumber Daya Manusia yang dibutuhkan minimal 4 orang. dimana kesemuanya pegawai berfungsi untuk operasional dan sisanya berfungsi sebagai staf umum plus cashier.

Walaupun SDM operasional tidak membutuhkan pelatihan tertentu, namun semua pegawai diharapkan memiliki ketrampilan dalam melakukan kegiatan produksi seperti menimbang, menyembelih mengoperasikan mesin pembubut

bulu Ayam dan memotong Daging. Karena SDM harus memiliki ketrampilan khusus, maka tidak mudah untuk mendapatkan SDM sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan.

5.5. Quality Control

Quality Control dilakukan pada setiap tahap proses produksi dari pemilihan Daging Ayam maupun Ikan Lele sebelum di antar ke konsumen.

Contoh: Cek kebersihan Ikan lele sebelum di kirim ke pelanggan

Cek lagi apakah sesuai dengan jumlah ekor/kg sesuai pesanan

Untuk Daging bebek cek lagi apakah bulu sudah betul bersih.

Karena target Suplier Obama kedepan adalah untuk dapat melakukan pengembangan yang lebih luas, maka kualitas dari produk harus dijaga dan senantiasa ditingkatkan.

6. Rencana Pemasaran

6.1. Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif yang dimiliki Suplier Obama dengan usaha sejenis adalah:

1. Kualitas. Produk Daging dan Ikan Lele yang di hasilkan selalu Fresh. Hal ini untuk meningkatkan citra merek perusahaan di mata konsumen pengguna.
2. Menjaga harga produksi Suplier Obama tetap stabil dengan memperhatikan pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan dari hulu sampai ke hilir.

6.2. Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran yang akan dilakukan oleh Suplier Obama adalah:

1. Aktif memberikan presentasi ke Hotel Restoran Warung, Cafe dll
2. Mengikuti berbagai pelatihan dan promosi
3. Dalam melakukan promosi, Suplaier Obama selalu menekankan jargon "Service berkualitas siap masak".
4. Menambah cabang penjualan di sekitar komplek perumahan

6.3. Milestone

Milestone	Mulai	Selesai	Anggaran (Rp)	Manajer	Departemen
Sewa Tempat	01/02/2013	15/02/2013	20,000,000	Hr	Pimpinan
Pembelian Bahan Baku	01/02/2013	02/02/2013	2,000,000	MH	Operasional
Peralatan	01/02/2013	05/02/2013	7.600,000	MH	Operasional
Promosi	01/01/2013	Seterusnya	100,000	MH	Operasional
Peluncuran produk					
Total			29,600,000		

6.4. Strategi Penjualan

Strategi Penjualan bertumpu pada dua hal:

1. Harga yang tepat
2. Pelayanan yang ramah
3. Lingkungan penjualan produk Lokasi yang nyaman bersih
4. Ikan lele & Daging langsung siap di masak

7. Tim Manajemen

Suplier Obama memiliki 3 pegawai, terdiri dari 2 pegawai operasional dan 1 Cashier. Suplier Obama terdiri dari dua orang yang sekaligus pendirinya, yaitu Bapak Hery Purnomo dan Ibu RR, Sri Hartiwi (wiwik). Dalam menentukan keputusan, tim manajemen menerima masukan dari pegawai-pegawainya sehingga sebagian besar keputusan dilakukan secara bermusyawarah.

7.1 LAPORAN KEUANGAN

RENCANA ARUS KAS Supplier Obama

				Des 2012	Jan-13	Feb-13
A.	PENERIMAAN					
	Penerimaan Penjualan			13,950,000	23,250,000	69,750,000
	Penerimaan pinjaman			-	50,000,000	50,000,000
		sub total		13,950,000	73,250,000	119,750,000
B.	PENGELUARAN					
	Pembelian Asset (invest)			-	-	37,500,000
	Pembelian Bahan baku			11,700,000	19,500,000	58,500,000

				Des 2012	Jan-13	Feb-13
	Pembelian Bahan Pembantu			25,000	30,000	75,000
	Upah Buruh Produksi			400,000	1,500,000	1,500,000
	Transport pengiriman Produk			50,000	250,000	250,000
	Biaya Produksi Lain-Lain			-		
	Gaji Pimpinan			750,000	1,000,000	1,500,000
	Gaji staff dan umum			600,000	600,000	600,000
	Biaya pemeliharaan			50,000	300,000	300,000
	Biaya Pemasaran			50,000	200,000	200,000
	Alat Tulis Kantor			20,000	100,000	100,000
	Listrik Air Tilpon			150,000	450,000	450,000
	Biaya Administrasi			-		
	Angsuran Pokok			-	833,333	833,333
	Biaya Bunga			-	250,000	250,000
	Biaya Pajak			-	-	-
		Sub Total Pengeluaran		13,795,000	25,013,333	102,058,333
	C. SELISIH KAS			155,000	48,236,667	17,691,667
	D. SALDO KAS AWAL			30,000,000	30,155,000	80,391,667
	E. SALDO KAS AKHIR			30,155,000	78,391,667	98,083,334

RENCANA ARUS KAS
 SUPPLIER IKAN LELE BEBEK OBAMA
 TAHUN 2012 – 2016

				2012	2013	2014	2015	2016
A	PENERIMAAN							
		Penerimaan Penjualan		177,400,000	512,200,000	662,860,000	858,718,000	1,113,166,000
		Penerimaan Pinjaman			50,000,000			
			Sub Total Penerimaan	177,400,000	562,200,000	662,860,000	858,718,000	1,113,166,000
B	PENGELUARAN							
		Pembelian Asset (Investasi)			37,500,000			
		Pembelian Bahan Baku		140,040,000	421,200,000	547,560,000	711,828,000	925,236,000
		Pembelian Bahan Pembantu		250,000	600,000	1,000,000	1,500,000	2,000,000
		Upah Buruh Produksi		4,800,000	7,200,000	9,000,000	12,000,000	15,000,000
		Transport (Pengiriman Produk)		1,000,000	1,000,000	2,000,000	2,500,000	3,000,000
		Biaya Produksi Lain-lain		2,000,000	2,000,000	3,000,000	4,000,000	5,000,000

		Gaji Pimpinan		13,200,000	18,000,000	24,000,000	30,000,000	39,000,000
		Gaji Staff dan Umum		7,200,000	10,000,000	12,500,000	15,000,000	18,000,000
		Biaya pemeliharaan		300,000	600,000	1,000,000	1,500,000	2,000,000
		Biaya Pemasaran		200,000	200,000	500,000	750,000	1,000,000
		Alat Tulis Kantor		100,000	100,000	200,000	250,000	300,000
		Listrik, Air, Tilpon		2,500,000	3,250,000	3,500,000	4,000,000	4,500,000
		Biaya Administrasi lain-lain		-	-	-	-	-
		Angsuran Pokok		-	9,999,996	19,999,992	29,999,988	39,999,984
		Biaya Bunga			3,000,000	6,000,000	9,000,000	12,000,000
		Biaya pajak		-				
			Sub Total Pengeluaran	171,590,000	514,649,996	630,259,992	822,327,988	1,067,035,984
C		SELISIH KAS		5,810,000	47,550,004	32,600,008	36,390,012	46,130,016
D		SALDO KAS AWAL		30,155,000	31,415,000	69,215,000	91,815,008	118,205,020
E		SALDO KAS AKHIR		35,965,000	78,965,004	101,815,008	128,205,020	164,335,036

7.2 RENCANA KEBUTUHAN INVESTASI

KEBUTUHAN INVESTASI	JUMLAH	HG SATUAN	TOTAL NILAI
SEWA TANAH	2	7.000.000	14.000.000
BAK PEAMPUNG	2	5.000.000	10.000.000
MESIN ABON IKAN LELE	1	6.000.000	6.000.000
ALAT PACKING	1	2.500.000	2.500.000
ESTALASE	2	1.500.000	3.000.000
MESIN TIMBANG	2	1.000.000	2.000.000
CONTAINER	2	1.000 .000	2.000.000
EMBER	4	100.000	400.000
JARING	2	200.000	400.000
PERSEDIAAN BAHAN	2 BAK	4.850.000	9.700.000
TOTAL			50.000.000

Business Plan
Fridha Modeste

**BINAAN INKUBATOR BISNIS
PUSAT PENELITIAN WANITA DAN GENDER (PSW/G)
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

Fridha Modeste
Sorowajan Lama 106 A
Banguntapan Bantul Yogyakarta
0856 4348 7561

Perjanjian Kerahasiaan

Pembaca yang bertanda tangan di bawah ini mengakui bahwa informasi yang disediakan oleh Fridha Modeste dalam Bisnis Plan ini adalah rahasia; dan oleh karena itu, pembaca tidak akan membagi informasi yang berada di dalamnya kepada pihak lain tanpa persetujuan tertulis dari Fridha Modeste.

Pembaca mengakui bahwa semua informasi yang akan ditampilkan dalam bisnis plan ini bersifat sangat rahasia, dan penyebaran informasi atau penggunaan informasi tersebut sekecil apapun oleh pembaca, dapat mengakibatkan kerugian yang serius terhadap Fridha Modeste.

Jika diminta, dokumen ini harus dikembalikan segera ke Fridha Modeste.

Tanda Tangan

Nama

Tanggal

Daftar Halaman

Perjanjian Kerahasiaan.....	1
Daftar Halaman.....	2
1. Executive Summary.....	3
1.1. Visi.....	3
1.2. Misi.....	3
1.3. Kunci Sukses.....	3
2. Ringkasan Perusahaan.....	4
2.1. Penjelasan Singkat.....	4
2.2. Penjelasan Kepemilikan.....	4
2.3. Penjelasan Modal Awal.....	4
3. Produk Usaha.....	4
4. Pasar Usaha.....	5
4.1. Analisa Pasar.....	5
4.2. Segmentasi Pasar.....	5
4.3. Analisis Industri.....	5
4.4. Kompetisi dan Pola Konsumsi.....	5
5. Rencana Pasar.....	6
5.1. Fasilitas dan Kapabilitas Produksi.....	6
5.2. Proses Produksi.....	6
5.3. Bahan Baku.....	6
5.4. Kebutuhan SDM Produksi.....	6
5.5. Quality Control.....	6
6. Rencana Pemasaran	7
6.1. Keunggulan Kompetitif.....	7
6.2. Strategi Pemasaran.....	7
6.3. Strategi penjualan.....	7
7. Tim Manajemen.....	8
8. Rencana Keuangan.....	8
8.1. Investasi Modal Fridha Modeste.....	8
8.2. Rencana Kebutuhan Investasi Fridha Modeste.....	8
8.3. Proyeksi Keuangan.....	9
9. Rangkuman Strategi dan Implementasi.....	10

1. Executive Summary

Fridha Modeste adalah usaha yang bergerak dalam bidang jasa pembuatan pakaian dan produksi pakaian jadi, serta kebutuhan wanita muslim. Usaha ini berlokasi di kota Yogyakarta, yang merupakan kota yang selalu bertumbuh, begitu juga dalam hal fashion.

Pembuatan rencana bisnis ini adalah kebutuhan internal dari Fridha Modeste agar pembaca dapat memahami arah dan tujuan perusahaan, serta untuk kebutuhan eksternal khususnya dalam hal pendanaan. Fridha Modeste berharap dalam lima tahun mendatang sudah balik modal dan mengembangkan usahanya sendiri. Pertumbuhan usaha diperkirakan sekitar 30% per tahun dengan peningkatan penjualan dan persentase keuntungan yang diakibatkan oleh efisiensi proses produksi. Untuk menyokong pertumbuhan usaha, dibutuhkan pinjaman sebesar Rp 18.500.000.- . Pemilik dari Fridha Modeste berkeyakinan dan sangat optimis mengenai usaha di bidang ini karena seperti yang kita ketahui bahwa perkembangan mode yang terus meneruslah yang membuat peluang pasar tersebut selalu terbuka.

1.1. Visi

Visi dari Fridha Modeste adalah :

1. Meningkatkan pendapatan 30% tiap tahunnya.
2. Mengembangkan usaha pada persewaan kebaya di tahun 2013.

1.2. Misi

Misi dari Fridha Modeste adalah :

1. Menjaga kepuasan konsumen.
2. Meningkatkan kesejahteraan pegawai.
3. Bermanfaat bagi lingkungan dan lebih banyak orang.

1.3. Kunci Sukses

Kunci-kunci dari keberhasilan Fridha Modeste adalah :

1. Menjaga dan selalu meningkatkan kualitas produk.
2. Selalu up to date dalam design dan beragam.
3. Selalu memakai bahan baku dengan kualitas baik.

4. Menjaga hubungan kekeluargaan dengan pegawai, agar mereka bekerja karena merasa memiliki usaha ini, sehingga mereka akan bekerja sebaik mungkin.

2. Ringkasan Perusahaan

Nama Usaha	Fridha Modeste
Alamat	Sorowajan Lama 106 A Bangutapan Bantul
Kota	Yogyakarta
Propinsi / kabupaten	Bantul
Kodepos	55198
Telepon	0856 4348 7561
Email	Jenarmahesha@rocketmail.com

2.1. Penjelasan Singkat

Fridha Modeste adalah usaha yang berawal dari hobi Puspitawati ajeng Jenar Mahesha. Fridha Modeste berencana untuk dikembangkan tidak hanya pada penerimaan jasa pemesanan pembuatan pakaian, tapi juga produksi pakaian dan ragam keperluan hijab para wanita muslim. Selain itu juga berencana untuk mengembangkan pada persewaan kebaya, karena yogyakarta sebagai kota pelajar dimana banyak mahasiswi yang tiap tahunnya membutuhkan persewaan kebaya untuk wisuda.

2.2. Penjelasan Kepemilikan

Usaha ini dimiliki oleh Puspitawati Ajeng Jenar Mahesha. Ajeng selain sebagai pemilik juga menjadi designer dalam usaha ini.

2.3. Penjelasan Modal Awal

Modal awal dari usaha Fridha Modeste sebagian besar adalah dari modal pribadi. Sisanya diharapkan untuk dapat memperoleh dana pinjaman dari dinas terkait. Modal awal dari usaha ini adalah Rp 51.760.000.-.

3. Produk Usaha

Produk dari Fridha Modeste adalah:

1. Jasa pemesanan pakaian.
2. Pakaian wanita.

3. Jilbab.
4. Pernik-pernik kebutuhan fashion wanita.

Yang membedakan Fridha Modeste dengan usaha sejenis adalah kualitas dari jahitan dan model yang beragam. Kualitas dari produk sangat diperhatikan karena kepuasan konsumen sangat berpengaruh besar terhadap jalannya suatu usaha.

Inovasi model senantiasa dilakukan oleh pemilik, dan penggunaan bahan kualitas baik bahkan terbaik selalu dijaga.

Rencana ke depan dari Fridha Modeste adalah mengembangkan pasar sampai keluar kota dan pulau bahkan luar negeri. Hal ini karena semakin banyak wanita yang berminat untuk menggunakan jilbab atau hijab.

4. Pasar Usaha

4.1. Analisa Pasar

Persaingan pada bidang ini sangatlah berat. Tapi keinginan wanita untuk selalu tampil baik menjadi dorongan bagi Fridha Modeste untuk terus berusaha. Mempertimbangkan hal tersebut maka usaha Fridha modeste menarget pada para wanita yang peduli akan fashion dan para wanita karier yang membutuhkan penampilan baik selalu.

Tipe konsumen tersebut dipilih karena sudah menjadi sifat wanita untuk berhias diri termasuk dalam pakaian. Bahkan mereka tidak jarang tidak memperhatikan harga dari suatu barang, selama mereka bisa tampil cantik.

4.2. Segmentasi Pasar

Ciri-ciri dari para wanita yang menjadi target pasar adalah ;

1. Fashionable.
2. Selalu membutuhkan penampilan yang baik dalam pergaulannya.
3. Memperhatikan kualitas dari suatu barang.

4.3. Analisis Industri

Fridha modeste memproduksi pakaian dan pernak-pernik kebutuhan berpakaian para wanita. Banyak usaha yang sama yang sudah cukup besar,

karena mereka memproduksi secara massal sehingga mampu menekan harga jual. Tapi sifat produk Fridha Modeste yang eksklusif, karena tidak diproduksi secara massal menjadi keunggulan dan daya tarik tersendiri, dibarengi dengan kualitas yang selalu terkontrol dengan baik.

4.4.Kompetisi dan Pola Konsumsi

Harga merupakan faktor yang menentukan dalam keputusan konsumen dalam membeli barang, tapi dalam perkembangannya hal ini mulai bergeser. Konsumen mulai menyadari bahwa untuk mendapatkan barang dengan kualitas baik memang memerlukan biaya yang lebih tinggi. Dengan semakin banyaknya wanita yang memiliki karier dan penghasilan sendiri membuat usaha dalam bidang ini terus mengalami pertumbuhan.

5. Rencana Produksi

5.1.Fasilitas dan Kapabilitas Produksi

Fasilitas yang dimiliki oleh Fridha Modeste adalah : a. Mesin jahit b. Mesin obras c. Mesin bordir d. Mesin lubang kancing e. Meja potong. Karena dalam proses pengerjaan masih dikerjakan dengan dua orang saja maka kapasitas produksi yang bisa dicapai saat ini masih 2-3 baju per hari, selain itu karena model yang bukan massal maka dikerjakan dengan detail.

5.2.Proses Produksi

Pembelian bahan baku ditentukan berdasarkan pemesanan dan perputaran produk, sehingga tidak ada periode rutin untuk pembelian bahan baku. Pemilihan pemasok bahan baku dilakukan berdasarkan harga dan kualitas barang yang ditawarkan.

Tahapan yang dilakukan dalam proses produksi adalah pembuatan pola, pemotongan, dan penjahitan. Karena semua menggunakan tangan, maka diperlukan sumber daya manusia yang terampil dalam dunia menjahit.

5.3.Bahan Baku

Fridha Modeste menentukan tempat pembelian bahan baku berdasarkan kualitas dan harga bahan baku. Pembelian dilakukan jika ada pesanan atau ada design baru, sehingga bersifat insidental. Pembelian bahan baku pun beragam

dan tiap jenisnya tidak dibeli dalam jumlah yang terlalu besar, hal tersebut karena Fridha Modeste tidak memproduksi secara massal, tapi lebih mengarah pada eksklusif. Maka dari itu pembelian bahan baku dilakukan pada berbagai tempat.

5.4. Kebutuhan SDM Produksi

Sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk usaha ini adalah 5 orang yang memiliki ketrampilan khusus. Karena membutuhkan ketrampilan khusus itulah maka tidak mudah untuk mendapatkan pegawai dengan kriteria yang dibutuhkan.

Dalam usaha ini upah yang diberikan pada pegawai berdasarkan hasil kerja mereka. Selain itu juga ada pemberian uang lembur jika memang dibutuhkan mereka untuk lembur. Untuk makan siang dari para pegawai ditanggung oleh Fridha Modeste.

5.5. Quality Control

Quality control dilakukan dari awal proses produksi, dari pembelian bahan baku hingga produk jadi. Hal ini dikarenakan komitmen dari Fridha Modeste untuk menjaga kualitas dan kepuasan konsumen. Dengan tingkat kepercayaan konsumen yang meningkat itulah dapat membuka peluang pasar yang lebih luas.

6. Rencana Pemasaran

6.1. Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif yang dimiliki Fridha Modeste jika dibandingkan dengan usaha sejenis lainnya adalah :

1. Kualitas. Fridha Modeste senantiasa menjaga kualitas dan melakukan peningkatan dari kualitas produknya. Hal ini berguna untuk meningkatkan citra dari usaha Fridha Modeste, sehingga menjadi merek yang dipercaya konsumen.
2. Harga. Harga produk Fridha Modeste masih dalam tingkat yang wajar, mengikuti bahan baku yang digunakan.
3. Pada jasa pemesanan jahitan pakaian Fridha Modeste memberikan pelayanan maksimal pada pelanggan. Fridha Modeste memahami

kesibukan dari para konsumen sehingga tidak sempat untuk datang ke lokasi usaha Fridha Modeste, maka konsumen dapat meminta pihak Fridha Modeste untuk datang dan mengantar hasil pesanan.

6.2.Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh Fridha Modeste adalah ;

1. Bekerjasama dengan salon spa wanita yang juga melayani kebutuhan kecantikan wanita muslimah. Dengan begitu para konsumen wanita pada salon tersebut menjadi target pengembangan pasar dari Fridha Modeste. Rencana ini akan segera dilaksanakan awal tahun 2013.
2. Mengikuti pameran.
3. Melakukan promosi melalui media internet. Hal ini karena proses jual beli yang dilakukan melalui dunia maya di Indonesia bahkan dunia selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.
4. Membuat packaging yang menarik dan menunjukkan identitas usaha.
5. Membuat selebaran – selebaran.

6.3.Strategi Penjualan

Strategi penjualan dari Fridha Modeste bertumpu pada kualitas barang dan mendekati konsumen.hal ini berarti menekankan bahwa produk kami berkualitas baik. Penjualan mendekati konsumen artinya kami berusaha mencari titik-titik penjualan yang dekat dan mudah dijangkau oleh konsumen. Selain itu melalui media internetpun dapat mendekatkan usaha ini pada konsumen yang jauh sekalipun.

7. Tim Manajemen

Fridha Modeste saat ini masih dikerjakan oleh dua orang. Untuk selanjutnya penambahan pegawai akan dilakukan seiring dengan pengembangan usaha yang direncanakan. Pada design produk ada pada pemilik yang tetap menerima masukan dari berbagai pihak agar tetap beragam. Dalam menentukan keputusan pun tim manajemen melakukan dengan bermusyawarah agar keputusan yang diambil baik tidak hanya untuk pemilik tapi juga para pegawai.

8. RENCANA KEUANGAN

8.1. Investasi Modal Fridha Modeste

Investasi Modal	Jumlah	Harga Satuan	Total Nilai
Biaya sewa tempat			Rp 5.000.000,00
Meja Potong Ukuran Standar	1	Rp 750.000,00	Rp 750.000,00
Mesin Jahit Hitam	2	Rp 750.000,00	Rp 1.500.000,00
Mesin Jahit Putih	1	Rp 1.250.000,00	Rp 1.250.000,00
Mesin Lubang Kancing	1	Rp 1.500.000,00	Rp 1.500.000,00
Mesin Obras	1	Rp 1.500.000,00	Rp 1.500.000,00
Mesin Bordir Juki	1	Rp 2.000.000,00	Rp 2.000.000,00
Lemari	1	Rp 2.000.000,00	Rp 2.000.000,00
Rak	2	Rp 750.000,00	Rp 1.500.000,00
Penegak Hanger Clothes Kayu	1	Rp 150.000,00	Rp 150.000,00
Manequin Perempuan	1	Rp 110.000,00	Rp 110.000,00
Kendaraan / Motor	1	Rp 14.000.000,00	Rp 14.000.000,00
Perlengkapan (benang, kain furing, kancing, payet, dll)		Rp 2.000.000,00	Rp 2.000.000,00
Total	13		Rp 33.260.000,00

8.2. Rencana Kebutuhan Investasi Fridha Modeste

Kebutuhan Investasi	Jumlah	Harga Satuan	Total Nilai
Mesin Jahit Multifungsi	1	Rp 3.500.000,00	Rp 3.500.000,00
Mesin Woolsoum	1	Rp 4.000.000,00	Rp 4.000.000,00
Mesin Bordir	1	Rp 2.000.000,00	Rp 2.000.000,00
Mesin Pembuat Kancing	1	Rp 200.000,00	Rp 200.000,00
Perlengkapan Pembuat Kancing		Rp 500.000,00	Rp 500.000,00
Manequin	2	Rp 100.000,00	Rp 200.000,00
Steamer	1	Rp 1.000.000,00	Rp 1.000.000,00
Lemari Kain	1	Rp 1.000.000,00	Rp 1.000.000,00
Rak Display	1	Rp 2.000.000,00	Rp 2.000.000,00

Jilbab Hanger	4	Rp 25.000,00	Rp 100.000,00
Bahan Baku			Rp 3.000.000,00
Bahan Pembantu			Rp 1.000.000,00
Total	13		Rp 18.500.000,00

8.3. Proyeksi Keuangan

RENCANA ARUS KAS (dalam ribuan rupiah)

FRIDHA MODESTE

TAHUN 2013-2017

	2013	2014	2015	2016	2017
A. PENERIMAAN					
Penerimaan Penjualan	33.000	42.900	55.770	72.501	94.251,3
Penerimaan Pinjaman	18.500	0	0	0	0
Sub Total Penerimaan	51.500	42.900	55.770	72.501	94.251,3
B. PENGELUARAN					
Pembelian Asset (investasi)	14.400	0	0	0	0
Pembelian Bahan Baku	3.000	3.900	5.070	6.591	8.568,3
Pembelian Bahan Pembantu	1.000	1.300	1.690	2.197	2.856,1
Upah Buruh Produksi	4.800	6.240	8.112	10.545	13.708,5
Transport (Pengiriman Barang)	2.400	3.120	4.056	5.272,8	6.854,64
Biaya Produksi Lain-lain	600	780	1.014	1.318,2	1.713,66
Gaji staf dan administrasi dan umum		6.000	7.800	10.140	13.182
Biaya Pemeliharaan	600	780	1.014	1.318,2	1.713,66
Biaya Pemasaran	1000	1.300	1.690	2.197	2.856,3
Listrik, Air, Telepon	1800	2.340	3.042	3.954,6	5.140,98
Biaya Administrasi Lain-lain		1.000	1.300	1.690	2.197
Angsuran Pokok	3.700	3.700	3.700	3700	3.700
Biaya Bunga	74	74	74	74	74
Sub Total Pengeluaran	33.374	30.534	38.562	48.998	62.565,14
C. SALDO KAS AWAL	51.500	61.026	86.262	120.201	165.454,3
D. SALDO KAS AKHIR	18.126	30.492	47.700	71.203	102.889,16

9. Rangkuman Strategi dan Implementasi

Pendanaan awal dari Fridha Modeste sebagian besar berasal dari sumber internal. Sumber eksternal pendanaan berasal dari Dinas Koperasi dan Dana Bergulir. Pinjaman akan dilakukan pada tahun pertama. Dengan pertumbuhan 30% tiap tahunnya diharapkan Fridha Modeste mampu melunasi hutang pada tahun kelima dan sudah mampu balik modal. Fokus utama dari Fridha Modeste adalah pada proses produksi dan penjualan. Proses produksi akan menjadi perhatian utama kami agar dapat menjaga kualitas barang. Keberhasilan tersebut akan membuka peluang besar untuk Fridha Modeste untuk mampu bersaing memperebutkan pangsa pasar.

BUSINESS PLAN

BATIK SATUHU

**BINAAN INKUBATOR BISNIS
PUSAT PENELITIAN WANITA DAN GENDER (PSW/G)
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

**Alamat :
Mendiro, Rt 44 Rw 20
Gulurejo, Lendah, Kulon Progo
Telpon : 08562547466**

DAFTAR ISI

Daftar Halaman	2
1. Ringkasan Eksekutif	4
2. Latar Belakang Perusahaan	5
2-1 Data Perusahaan	5
2-2 Biodata Pemilik / Pengurus	5
2-3 Struktur Organisasi	6
2-4 Susunan Pemilik / Pemegang Saham	6
3. Analisis Pasar Dan Pemasaran	7
3-1 Produk Yang Dihasilkan	7
3-2 Gambaran Pasar	7
3-3 Target / Segmen Pasar Yang Dituju	9
3-4 Tren Perkembangan Pasar	9
3-5 Proyeksi Penjualan	10
3-6 Strategi Pemasaran	10
3-7 Analisis Pesaing	11
3-8 Saluran Distribusi	12
4. Analisis Produk	13
4-1 Proses Produksi	13
4-2 Bahan Baku Dan Penggunaannya	14
4-3 Kapasitas Produksi	15
4-4 Rencana Pengembangan Produksi	15
5. Analisis Sumber Daya Manusia (SDM)	17
5-1 Analisis Kompetensi SDM	17
5-2 Analisis Kebutuhan Dan Pengembangan SDM	17
5-3 Rencana Kebutuhan Pengembangan SDM	17

6. Rencana Pengembangan Usaha	18
6-1 Rencana Pengembangan Usaha	18
6-2 Tahap – Tahap Pengembangan Usaha	18
7. Analisis Keuangan	19
7-1 Laporan Keuangan	19
7-2 Rencana Kebutuhan Investasi	20
7-3 Rencana Kebutuhan Pinjaman	22
7-4 Rencana Pengembalian Dana Pinjaman	22
7-5 Agunan Yang Dimiliki	22
8. Analisis Dampak Dan Resiko Usaha	23
8-1 Dampak Terhadap Masyarakat Sekitar	23
8-2 Dampak Terhadap Lingkungan	23
8-3 Analisis Resiko Usaha	23
8-4 Antisipasi Resiko Usaha	23

1. RINGKASAN EKSEKUTIF

Berisi rangkuman isi Business Plan, antara lain :

Profil perusahaan, jenis komoditi yang di produksi, Nilai penjualan per bulan / tahun saat ini, nilai kekayaan Perusahaan terahir, prospek pengembangan usaha, kebutuhan dan sumber dana, rencana penggunaan dana, jangka waktu pengembalian.

2. LATAR BELAKANG PERUSAHAAN

2.1 DATA PERUSAHAAN

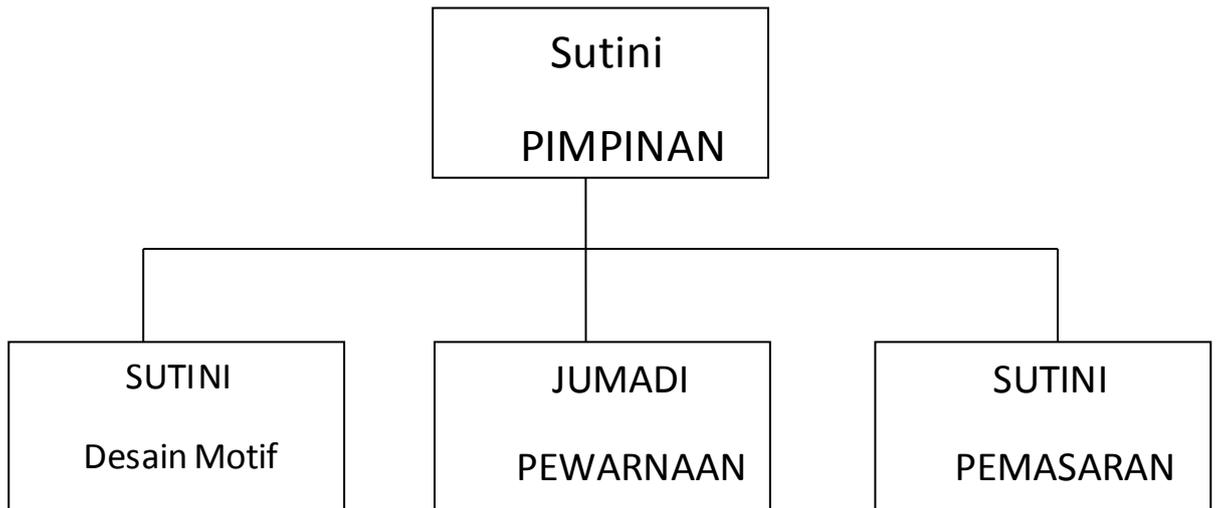
- | | |
|------------------------|-----------------------------|
| 1. Nama Perusahaan | : Batik Satuhu |
| 2. Bidang Usaha | : Bahan Batik Tulis |
| 3. Jenis Produk / Jasa | : Barang |
| 4. Alamat Perusahaan | : Mendiro, gulurejo, lendoh |
| 5. Nomor Telepon | : 085 625 474 66 |
| 6. Nomor Fax | : - |
| 7. Aalamat Email | : - |
| 8. Situs Web | : - |
| 9. Bank Perusahaan | : - |
| 10. Bentuk Badan Hukum | : - |
| 11. Nomor Akta Pendiri | : - |
| 12. NPWP | : - |
| 13. Mulai Berdiri | : 2010 |

2.2 BIODATA PEMILIK / PENGURUS

- | | |
|----------------------------|-----------------------------|
| 1. Nama | : Sutini |
| 2. Jabatan | : Pemilik Perusahaan |
| 3. Tempat dan Tnggak Lahir | : 10 Agustus 1977 |
| 4. Alamat Rumah | : Mendiro, gulurejo, lendoh |
| 5. Nomor Telepon | : 085 625 474 66 |
| 6. Alamat Email | : - |

7. Pendidikan Terahir : SLTA
 8. Pengalaman Kerja : > 5 th

2.3 STRUKTUR ORGANISASI



2.4 SUSUNAN PEMILIK / PEMEGANG SAHAM

Nama	Jumlah Saham	Nilai Saham	Persentase
Sukardi	10 jt	10jt	50%
Sutini	10jt	10jt	50%
Total	20jt	20jt	

3. ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

3.1 Produk Yang Di Hasilkan

Batik Satuhu bergerak di bidang bahan batik tulis dengan ukuran 2m per potongnya / tergantung order yang di minta.

Keunggulan Produk Batik Satuhu Di Antaranya :

Jenis kain yang tetap (cotton) yaitu jenis primisima atau prima atau tergantung order yang di minta. Dengan bahan yang relatif terjangkau semua lapisan. Batik Satuhu juga selalu berkomitmen untuk motif-motifnya agar selalu beda dengan pesaing tentunya, dengan kualitas dan komposisi warna yang tak kalah bagus dengan pesaing.

3.2 GAMBARAN PASAR

Puji syukur kepada Allah SWT dalam 6bulan terahir ini Batik Satuhu mengalami kenaikan yang sangat pesat, lebih dari 100%.

3.3 TARGET ATAU SEGMENT PASAR YANG DI TUJU

Untuk saat ini Batik Satuhu sebagian besar masih beroperasi di wilayah Bantul dan Yogyakarta. Namun begitu Batik Satuhu juga tidak menutup kemungkinan untuk melayani lingkungan sekitar Batik Satuhu memproduksi di antaranya untuk seragam pemuda maupun seragam-seragam selain pemuda.

Untuk selanjutnya Batik Satuhu ingin lebih melebarkan sayap, paling tidak satu tahun ke depan Batik Satuhu sudah harus bisa merambah jakarta maupun kota – kota di jawa.

3.4 TREND PERKEMBANGAN PASAR

Perkiraan jumlah dan nilai rata-rata permintaan produk per tahun antara 700 sampai 1200 potong dengan ukuran 2meter.

3.5 PROYEKSI PENJUALAN

Selama ini Batik Satuhu selalu memperkirakan penjualan berdasarkan kualitas / mutu produk. Maka dari Batik Satuhu mengeluarkan motif dan corak / ragam warna baru setiap kali produksi. Terkecuali kalau itu order tergantung permintaan

3.6 STRATEGI PEMASARAN

Pengembangan Produk

Selama ini Batik Satuhu hanya bergerak di batik tulis. Namun untuk ke depannya Batik Satuhu ingin tidak hanya di bati tulis tapi juga dalam bentuk batik kombinasi, kontemporer. Batik Satuhu juga akan memproduksi tidak hanya bahan baju, tapi sapu tangan maupun souvenir lain, yang tentunya tak kalah mutunya dengan yang lain.

3.7 ANALISIS PESAING

PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
Batik Cap Kombinasi	1.motif lebih rapi dan teratur 2.proses cepat	1.nilai seninya lebih rendah dari batik tulis
Textile bermotif Batik	1.motif lebih beragam 2.kain halus rapi 3.warna tidak mudah pudar 4.proses sangat cepat	1.tidak ada nilai seni 2.rata-rata berbahan panas dan tidak bisa menyerap keringat

3.8 SALURAN DISTRIBUSI

Wilayah Pemasaran Dan Jalur Distribusi Saat Ini

1.Wilayah Pemasaran	Lokal	30%
	Regional	50%
	Nasional	20%
	Expor	0%
2.Jalur Distribusi	Individu	
3.Alat Pabrik	Mendiro, gulurejo, lendah Kulonprogo. DIY	

Wilayah Pemasaran Dan Jalur Distribusi Yang Di Rencanakan

1.Wilayah Pemasaran	Lokal	20%
	Regional	30%
	Nasional	40%
	Expor	10%
2.Jalur Distribusi	Individu Industri	
3.Rencana Lokasi Produksi	Di Area Sekitar Rumah	

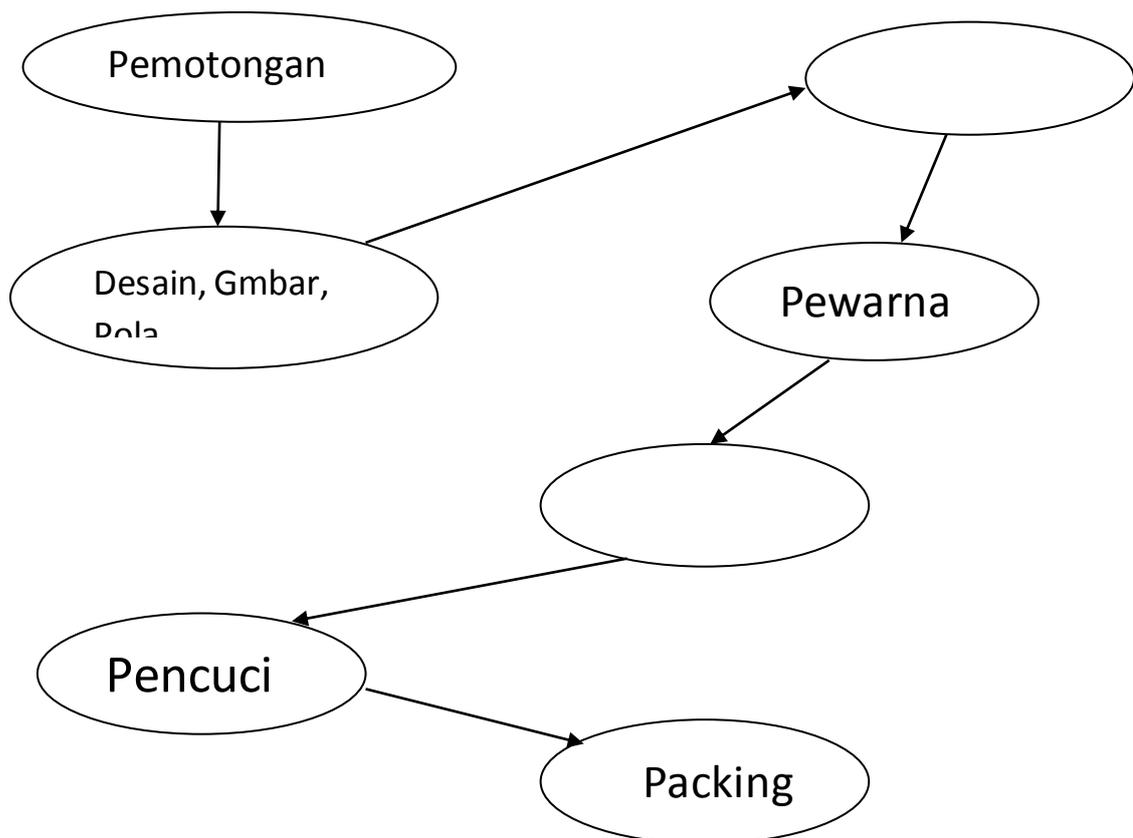
4. ANALISIS OPERASI

4.1 PROSES PRODUKSI

Proses Produksi	Bahan Baku	Tehnologi	Alat Produksi
Pemotongan Kain	Kain Utuh	Manual	Gunting
Desain	Kian, Pena	Manual	-
Pembatikan	Kain, Malam	Manual	Canting
Pewarnaan	Air, Zat Pewarna	Manual	Bak Pewarna

Pelorotan	Air Panas, Zat Pelorot	Manual	Kenceng, Kayu
Pencucian	Air TRO	Manual	Ember
Packing	Hasil Produksi	Manual	Plastik Packing

Skema Proses Produksi



Keunggulan Proses Yang Di Miliki

No	Nama Barang	Kapasitas Saat Ini	Rencana Peningkatan Kapasitas
1.	Bahan Batik Tulis 2m	50-100 pt Per bulan	1000 pt Per bulan

Bahan Baku Dan Penggunaanya

Bahan Baku	Kebutuhan Rata-Rata per Bulan	Sumber
Kain Mori	5 – 10 psc	Lokal
Malam	5 – 15 kg	Lokal
Obat Pewarna	0,5 – 2 kg	Lokal
Pensil/ pena	10 – 20 biji	Lokal
Air	Secukupnya	Lokal
Kertas Pola	Tergantung Motif	Lokal

Bahan Penolong	Kebutuhan Rata-Rata Per Bulan	Sumber
Malam Parafin	20 – 50 kg	Lokal
Kertas Karbon	1 pcs	Lokal
Meja Desain		Lokal
Kertas Pola		Lokal
Jarum Pentul	1 pcs	Lokal

4.3 KAPASITAS PRODUKSI

Untuk saat ini Batik Satuhu masih menggunakan alat produksi kelompok, karena dulunya Batik Satuhu hanyalah anggota kelompok batik tersebut, namun seiring berjalannya waktu Batik Satuhu mencoba memproduksi sendiri, meskipun alat pewarnaan dan peresapan yang di gunakan milik kelompok.

Kapasitas produksi rata- rata per bulan

Antara 50 sampai 100 ptg ukuran 2 meter

4.4 RENCANA PENGEMBANGAN PRODUKSI

Fasilitas Produksi	Jumlah	Harga Satuan	Total Nilai
Tempat Pewarnaan	1	5.000.000	5.000.000
Bak Pewarna Stainles	2	250.000	5.00.000

Ember Besar	2	30.000	60.000
Tungku Perebusan	1	200.000	2.00.000
Bak Perebusan/kenceng	2	100.000	2.00.000
Kendaraan	1	10.000.000	10.000.000
Peresapan / limbah	1	5.000.000	5.000.000
Total			20.960.000

TARGET KAPASITAS PRODUKSI RATA – RATA PER BULAN

Setelah Penambahan Fasilitas Produksi 500 – 1000 potong per bulan.

4.5 VOLUME PENJUALAN SAAT INI

Jenis Produk	Jumlah	Total Nilai
Bahan Bati Tulis a 2m	80 ptg / bln	8.500.000
Bahan Batik Tulis a 3m	10 ptg / bln	1.500.000
Bahan Batik Tulis a 3m full color	20 ptg / bln	3.000.000
Total	110 ptg / bln	13.000.000

RENCANA PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN

Jenis Produk	Jumlah	Total Nilai
Bahan Batik Tulis a 2m	250 pt /bln	27.000.000
Bahan Batik Tulis Full Color a 2m	100 pt / bln	15.000.000
Bahan Batik Tulis Modern a 2m	100 pt / bln	10.000.000
Sapu Tangan Batik Tulis	200 buah / bln	2.000.000
Total	650 buah	54.000.000

Strategi dan tahap – tahap rencana peningkatan volume penjualan

Selama ini Batik Satuhu hanya melalui pintu ke pintu dan setor langsung ke toko batik. Untuk selanjutnya Batik Satuhu akan melalui internet / dunia maya.

5. ANALISIS SUMBER DAYA MANUSIA (SDM)

5.1 ANALISIS KOMPETENSI SDM

Tingkat Pendidikan	Jumlah
Tidak Lulus SD	1
SD	1
SMP	2
SMU	3
Total	7

Bagian / DEPT	Jumlah
Managemen	1
Bagian Produksi	1
Bagian Pemasaran	2
Bagian Adminitrasi	1
Total	5

Keunggulan kompetensi SDM

1. Meskipun tidak lulus sd tapi sangat pandai membatik karena pekerjaan di kampung kami mayoritas batik bagi para wanita
2. Untuk bagian produksi khususnya pewarnaan lulusan smu, karena untuk pewarnaan butuh teori khusus meskipun banyak juga yang tidak berpendidikan

5.2 ANALISIS KEBUTUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM

Jabatan	Tingkat Pendidikan	Pengalaman	Ketrampilan Khusus
Pembatik	SD, SMP	> 10 tahun	Membatik
Desainer	SMU	> 15 tahun	Desain Batik
Pewarnaan	SMU	> 10 tahun	Mewarna Kain
Pemasaran	SMU	> 5 tahun	Pemasaran Batik

5.3 Rencana Kebutuhan Dan Pengembangan SDM

Jabatan	Jumlah Kebutuhan	Tenaga Yang Tersedia	Tenaga Yang Harus di Rekrut
Desainer Batik	3	1	2
Pembatik	15	5	10
Pewarnaan	3	1	2
Pemasaran	5	2	3
Pelorotan	2	-	2
Packing	2	-	2

6. RENCANA PENGEMBANGAN USAHA

6.1 Rencana Pengembangan Usaha

- Strategi pemasaran
 - Dari Pintu ke Pintu
 - Lewat Situs Internet
- Strategi Produksi
 - Manual
 - Memakai kompor dan canting elektrik
- Strategi organisasi dan SDM
 - Di harapkan untuk desain batik juga memahami proses pembatikan hingga pelorotan
 - Untuk pembatikdi harap bisa memahami jenis batik maupun ornamen-ornamenya
 - Untuk pemasaran di harapkan bisa memahami batik dari bahan sampai proses produksi dan jenis batik
 - Untuk pewarnaan di harapkan bisa memahami jenis kain maupun zat pewarna yang di gunakan

Strategi Keuangan

- Kami berharap / ingin mempunyai tenaga khusus di bidang keuangan

7. ANALISIS KEUANGAN

7.1 Laporan keuangan

LAPORAN ARUS KAS BATIK SATUHU Tahun 2012

	Desember 2012	Januari 2013	Februari 2013
A. Penerimaan			
Penerimaan Penjualan	12.000.000		
Penerimaan Pinjaman	2.000.000		
Sub total penerimaan	14.000.000		
B. Pengeluaran			
Pembelian aset	2.000.000		
Pembelian Bahan baku	4.017.000		
Pembelian Bahan pembantu	400.000		
Upah buruh produksi			
Transpot	3.090.000		
Biaya lain-lain	2.00.000		
Gaji Pimpinan	150.000		
Listrik air, telepon	6.00.000		
ATK	70.000		
Biaya adminitrasi lain	50.000		
Angsuran pokok	125.000		
Biaya bunga	166.500		
Sub Total Pengeluaran	30.500		
	10.899.000		
C. SELISIH KAS	3.101.000		
D. SALDO KAS AWAL	14.000.000		
E. SALDO KAS AHIR	3.101.000		

7.2 RENCANA KEBUTUHAN PINJAMAN

Total nilai kebutuhan
Pinjaman / Modal Rp. 10.000.000

Total Nilai Kebutuhan
Modal Investasi Rp. 20.000.000

Total Nilai Kebutuhan
Modal Kerja Rp. 5.000.000

7.3 RENCANA PENGEMBALAIAN PINJAMAN

Jangka Waktu
Pengembalian 24 Bulan , 24 x angsuran

Masa Tenggang Pembayaran 10 hari

7.4 AGUNAN YANG DI MILIKI

1. Jenis agunan Sertivikat tanah
2. Spesifikasi dan keterangan Batik Satuhu
lain-lain
3. Nilai Agunan Rp. 30.000.000

8. ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA

8.1 Dampak Terhadap Masyarakat Sekitar

Dampak pemasaran terhadap masyarakat cukup positif, karena untuk memakai batik tulis asli ternyata tidaklah harus mengeluarkan uang banyak, sekaligus mudah di dapatkan.

Selama ini dampak produksi tidak begitu mengganggu karena masih sedikit yang kami produksi Untuk masalah organisasi sangatlah positif, karena sudah banyak warga yang menggunakan produk kami untuk seragam pemuda / seragam PKK.

8.2 Dampak Terhadap Lingkungan

Dampak produksi dan teknologi terhadap lingkungan tidaklah terlalu mengkhawatirkan, karena meskipun produksi Kami masih relatif rendah, kami sudah memilikiperesapan limbah milik kelompok.

8.3 Analisis Resiko Usaha

Batik Satuhu saat ini sedang berusaha untuk membuat Peresapan limbah sendiri meskipun belum terwujud Hal ini di upayakan untuk mempermudah Perputaran produksi, karena kalau milik sendiri kita bisa gunakan setiap saat sesuai kapasitas yang kita inginkan. Namun begitu Batik Satuhu juga khawatir jika sewaktu-waktu batik mengalami krisis seperti tahun lalu, sehingga batik menjadi sepi dan penghasilan menurun.

8.4 Antisipasi Resiko Usaha

Batik Satuhu sebisa mungkin selalu menjalin hubungan baik Dengan masyarakat, yaitu dengan selalu terbuka dalam menerima saran maupun kritikan. Selain itu Batik Satuhu

juga selalu memperkerjakan orang-orang dekat kita agar terkesan lebih akrab dan bersahabat.

Business Plan **Gandok Craft**



**BINAAN INKUBATOR BISNIS
PUSAT PENELITIAN WANITA DAN GENDER (PSW/G)
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

Dusun Gersik Rt03, Sumbermulyo
Bambanglipuro-Bantul, Yogyakarta
08157981659-0274 9592012
Email: gandok.craft@yahoo.com

Confidentiality Agreement

Pembaca yang bertanda tangan di bawah ini mengakui bahwa informasi yang disediakan oleh Gandok Craft dalam Bisnis Plan ini adalah rahasia; dan oleh karena itu, pembaca tidak akan membagi informasi yang berada di dalamnya kepada pihak lain tanpa persetujuan tertulis dari Gandok Craft

Pembaca mengakui bahwa semua informasi yang akan ditampilkan dalam bisnis plan ini bersifat sangat rahasia, dan penyebaran informasi atau penggunaan informasi tersebut sekecil apapun oleh pembaca, dapat mengakibatkan kerugian yang serius terhadap Gandok Craft

Jika diminta, dokumen ini harus dikembalikan segera ke Gandok Craft

Supandi

Tanggal

Daftar Isi

1. Executive Summary	4
1.1. Visi	4
1.2. Misi.....	4
1.3. Kunci Sukses	4
2. Ringkasan Perusahaan	5
2.1. Penjelasan Singkat.....	5
2.2. Penjelasan Kepemilikan	5
2.3. Penjelasan Modal Awal.....	5
3. Produk Usaha	6
4. Pasar Usaha	6
4.1. Analisa Pasar	6
4.2. Segmentasi Pasar	7
4.3. Strategi Target Segmen Pasar	7
4.4. Analisa Industri	7
4.5. Kompetisi dan Pola Konsumsi	8
5. Rencana Produksi.....	8
5.1. Fasilitas dan Kapabilitas Produksi	8
5.2. Proses Produksi	8
5.3. Bahan Baku	8
5.4. Kebutuhan SDM Produksi	9
5.5. Quality Control.....	9
6. Rencana Pemasaran.....	9
6.1. Keunggulan Kompetitif.....	9
6.2. Strategi Pemasaran	10
6.3. Milestone	10
6.4. Strategi Penjualan.....	11
7. Tim Manajemen	12
8. Rencana Keuangan.....	12
8.1. Rangkuman Rencana Keuangan.....	12
8.2. Proyeksi Keuangan.....	12
8.2.1. Tabel Keuangan.....	12
8.2.2. Grafik Laba-Rugi	17
8.2.3. Grafik Penjualan.....	17
8.3. Proyeksi Arus Kas	18
9. Rangkuman Strategi dan Implementasi.....	19

1. Executive Summary

Gandok Craft adalah usaha yang bergerak dalam produksi handycraft.furniture, dan kerajinan. Dengan berlokasi di kota Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, Gandok Craft dapat mengembangkan permintaan pasar akan kebutuhan craft.furniture dan kerajinan kayu. Tujuan dari pembuatan rencana bisnis ini adalah untuk kebutuhan internal perusahaan agar pembacanya dapat memahami arah dan tujuan perusahaan, serta untuk kebutuhan eksternal, khususnya dalam hal pendanaan. Gandok Craft berharap dalam satu tahun sudah balik modal dan dapat mengembangkan usahanya sendiri. Pertumbuhan usaha diperkirakan sekitar 45% per tahun dengan peningkatan penjualan dan persentase keuntungan yang diakibatkan oleh efisiensi proses produksi. Untuk menyokong pertumbuhan usaha, dibutuhkan pendanaan sebesar Rp.35.000.000,- untuk tahun pertama dan kedua. Pemilik usaha berkeyakinan dan sangat optimis mengenai peluang usaha di bidang ini karena meskipun usaha ini relative sudah banyak tumbuh di Yogyakarta, akan tetapi permintaan pasar local maupun asing masih tetap prospektif.

1.1. Visi

Visi dari Gandok Craft adalah:

1. Meningkatkan pendapatan per tahun hingga Rp.500 juta per tahun.
2. Memberi lapangan kerja dengan industry kreatif
3. Memuaskan 90% dari konsumen yang membeli dari Gandok Craft

1.2. Misi

Misi dari Gandok Craft adalah:

1. Menjaga dan senantiasa meningkatkan kualitas hasil produksi demi kepuasan pelanggan/supplier
2. Meningkatkan kesejahteraan pegawai.
3. Mampu memenuhi kepercayaan buyer dan customer terhadap perusahaan
4. Dapat mengembangkan pasar sampai ke ekspor

1.3. Kunci Sukses

Kunci-kunci keberhasilan dari GANDOK CRAFT adalah:

1. Menjaga jalur akses terhadap bahan baku.
2. Menjaga dan senantiasa meningkatkan kualitas produk.
3. Menekan biaya semaksimal mungkin dengan memperhatikan setiap tahap dalam proses produksi
4. Membuat merek agar usaha peningkatan citra perusahaan lebih efektif

2. Ringkasan Perusahaan

Nama Perusahaan	Gandok Craft
Alamat	Dusun gersik, Rt 03 Sumbermulyo Bambanglipuro
Kota	Bantul
Propinsi/Kabupaten	DIY
Kode Pos	
HP	08157981659
Telp	02749592012
E-Mail	Gandok.craft@yahoo.com
NPWP	
PKP	
SIUP	ada
TDP	ada
Ho	ada

2.1. Penjelasan Singkat

Gandok Craft adalah usaha yang didirikan oleh bapak Supandi. Berawal dari sebuah kebutuhan untuk mempunyai lini usahadi bidang kerajinan , maka pada tahun 2006 silam berdiri Gandok Craft.Usaaha ini bergerak dalam produksi kerajinan berupa furniture,room hotel accesories dan produk kerajinan lainnya yang mencirikhas kan industry kreatif asal Yogyakarta.

Berlokasi di kota Bantul, DIY, Gandok craft berkomitmen pada produk kerajinan untuk memenuhi pasar asing maupun pasar lokal.

Sejauh ini, kami melayani pasar asing melalui perantara yang berada di wilayah Yogyakarta. Pasar asing yang dituju adalah pasar Eropa dan beberapa wilayah Timur tengah. Sedangkan pasar local adalah Jakarta Bali dan sekitarnya.

2.2. Penjelasan Kepemilikan

Bentuk usaha Gandok Craft adalah perorangan. Pemilik 100% saham adalah Saudara Supandi sebagai perintis awal dan penganisiasi usaha.

2.3. Penjelasan Modal Awal

Modal usaha Gandok Craft sebagian besar berasal dari simpanan pribadi pemilik. Sisanya, diharapkan untuk dapat memperoleh dana pinjaman dari

Dinas Koperasi, dan Dana Bergulir. Modal pengembangan usaha adalah Rp.35.000.000,-.

Modal tersebut akan digunakan untuk:

Menyelesaikan order yg sedang berjaln dr CV Tasindha Putra Prima dan CV Masa Deco berupa mirror 1330 pcs. Diantaranya untuk;

1. Pembelian bahan baku : Rp.10.000.000,-
2. Pembelian mesin dan peralatan : Rp.10.000.000,-
3. Pembayaran gaji pegawai 2 bulan: Rp. 10.000.000,-

3. Produk Usaha

Produk yang dihasilkan dari Gandok craft adalah adalah:

1. Handycraft, contoh; nampan, mirror, lantai kayu . asesoris bathroom dll.
2. Furniture,

Yang membedakan Gandok Craft dari usaha kerajinan lainnya adalah dari sisi kualitas.karena quality control di sini sangat diperhatikan.

Langkah ke depan ada rencana melakukan kegiatan penelitian dan pengembangan secara khusus, inovasi senantiasa dilakukan baik oleh pihak manajemen, maupun oleh karyawan sesuai permintaan buyer/ perusahaan eksportir. Inovasi meliputi penggunaan bahan, penentuan desain maupun pola produksi. Setiap inovasi akan dilakukan evaluasi.

Rencana ke depan untuk produk Gandok Craft adalah mengelola pasar local dan melakukan ekspor untuk produk home decoration. Oleh karena itu, kualitas produk kami harus memenuhi kualitas standar internasional dengan berbagai inovasi produk berkelas.

4. Pasar Usaha

4.1. Analisa Pasar

Persaingan pada industri kerajinan terutama di Yogyakarta ini sangatlah pesat.. Tuntutan pembeli terhadap kualitas serta harga dari produk sangatlah tinggi. Dengan mempertimbangkan hal-hal tersebut, maka diputuskan bahwa target buyer Gandok Craft adalah pasar Asing maupun Industri perhotelan.

Tipe konsumen ini dipilih karena mereka membeli hasil produksi dalam partai besar sehingga bahan baku yang akan digunakan juga banyak. Dengan demikian, biaya pengadaan bahan baku dapat ditekan serta biaya produksi dapat diminimalkan.

Konsumen Potensial	Pertumbuhan	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3
hotel	20%	100	120	144
perusahaan	20%	100	120	144
lainnya	20%	100	120	144
personal	10%	100	110	121

4.2. Segmentasi Pasar

Berdasarkan kondisi industri kerajinan saat ini, adalah instansi/PT/ hotel.

Ciri-ciri dari pasar instansi adalah:

- Mereka membeli produk dalam partai besar
- Mereka membeli produk secara spesifik, ini berarti mereka berani membayar sesuai harga.
- Yang menjadi pertimbangan utama dalam melakukan pembelian adalah harga dan kualitas produk.

4.3. Strategi Target Segmen Pasar

Strategi yang dilakukan terhadap segmen pasar ini ditentukan oleh ciri-ciri segmen tersebut

- Instansi membeli dalam partai besar.
- Instansi memperhatikan harga dalam menentukan keputusan transaksi.

Kedua ciri-ciri utama tersebut sifatnya saling mendukung. Karena penentu utama terjadinya transaksi adalah faktor harga, maka Gandok Craft harus menekan harga semaksimal mungkin. Hal tersebut dapat dilakukan untuk menunjang repeat order di kemudian hari, karena Gandok Craft juga bekerjasama dengan usaha kerajinan lainnya.

4.4. Analisa Industri

Gandok Craft memproduksi Handycraft, furniture dan curving. Sebagian besar usaha yang menekuni bisnis ini berukuran menengah-besar karena tuntutan untuk bisa menekan harga serendah mungkin. Hal ini karena penjualan produk kepada customer dilakukan secara tidak langsung melalui perantara atau trading exporter. Dengan demikian usaha akan dituntut untuk senantiasa menjaga kualitas dan juga dituntut untuk menekan

harga sesuai *targed price trading*/ perusahaan pengekspor.

Pesaing utama cukup kuat karena sudah lama beraktivitas dalam industri ini. Walaupun demikian, karena konsumen (pedagang) membeli produk berkualitas dengan party besar maka kesempatan bersaing selalu ada.

4.5. Kompetisi dan Pola Konsumsi

Faktor yang paling menentukan bagi konsumen dalam melakukan transaksi adalah harga.

Walaupun kualitas menjadi salah satu pertimbangan, namun customer mapun perantara akan senantiasa mencari harga yang murah.

Oleh karena itu Gandok Craft diharapkan dapat menyeimbangkan dua kondisi tersebut sehingga citra perusahaan semakin baik di mata buyer.

5. Rencana Produksi

5.1. Fasilitas dan Kapabilitas Produksi

Fasilitas yang dimiliki oleh Gandok Craft adalah adalah: 1. bengkel Kerja luas 300m. Ruang kerja yang digunakan adalah rumah sendiri, cukup untuk 15 orang. 2. Peralatan Kerja Peralatan yang digunakan untuk kegiatan produksi adalah: a. Mesin Potong kayu 3set b. Mesin Oven kayu tradisional c. Mesin bubut 3. Kompresor 2set. 4. Mobil pickup ,dan dengan peralatan lain yang ada, kapasitas produksi mencapai: - mirror 300 pcs/bln – kerajinan lain: 100 pcs/bln

5.2. Proses Produksi

Pembelian bahan baku ditentukan berdasarkan pemesanan dan perputaran produk, sehingga tidak ada periode rutin untuk pembelian bahan baku. Pemilihan pemasok bahan baku dilakukan berdasarkan harga dan kualitas barang yang ditawarkan.

Dalam setiap tahapan proses produksi ada prosedur manajemen mutu yang diterapkan oleh perusahaan, yaitu dengan melakukan *quality control* atas setiap output mereka. Tahapan yang dilakukan dalam proses produksi adalah pendesainan produk dan pembuatan produk. Tidak ada kesulitan yang berarti untuk tiap tahap tersebut, namun tetap diperlukan sumber daya manusia dengan ketrampilan khusus.

5.3. Bahan Baku

Gandok Craft menentukan pemasok bahan baku berdasarkan kualitas dan

harga yang ditawarkannya. Bahan baku untuk produksi didapatkan dari pemasok hanya jika diperlukan, sehingga sifatnya tidak kontinu. Karena kebutuhan untuk bahan baku bersifat insidental, maka Gandok Craft harus memiliki lebih dari satu pemasok. Kesulitan yang dihadapi dalam memenuhi kebutuhan bahan baku adalah tidak selalu tersedianya bahan baku yang diperlukan karena pesanan dilakukan secara insidental. Intinya pembelian bahan baku sesuai dengan produk yg dipesan(Order yg sedang dibuat)

5.4. Kebutuhan SDM Produksi

Sumber Daya Manusia yang dibutuhkan minimal 10 orang. Dengan kebijakan pegawai sendiri 5orang, maka pegawai Gandok Craft berjumlah 10 orang, dimana 8 pegawai berfungsi untuk operasional dan sisanya berfungsi sebagai staf umum.

Walaupun SDM operasional tidak membutuhkan pelatihan tertentu, namun semua pegawai diharapkan memiliki ketrampilan dalam melakukan kegiatan produksi seperti mengampas. Karena SDM harus memiliki ketrampilan khusus, maka tidak mudah untuk mendapatkan SDM sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan.

Gandok Craft memperhatikan kesejahteraan pegawai dengan menerapkan ketentuan-ketentuan pemerintah daerah seperti upah pegawai sesuai dengan UMR dan pemberian uang lembur. Selain itu, gandok Craft juga memberikan apresiasi terhadap pegawai yang berprestasi dan jujur serta disiplin.

5.5. Quality Control

Quality Control dilakukan pada setiap tahap proses produksi dari pemilihan bahan baku hingga produk jadi. Karena target Gandok Craft kedepan adalah untuk dapat melakukan ekspor sendiri, maka kualitas dari produk harus dijaga dan senantiasa ditingkatkan.

6. Rencana Pemasaran

6.1. Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif yang dimiliki gandok Craft jika dibandingkan dengan usaha sejenis adalah:

1. Kualitas. Gandok Crfat senantiasa menjaga dan meningkatkan kualitas dari produknya. Hal ini untuk meningkatkan citra merek perusahaan di mata konsumen buyer.

2. Teknik finishing mengikuti trend, byk yg memakai waterbase jadi aman utk konsumen

6.2. Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran yang akan dilakukan oleh gandok Craft adalah:

1. Membuat catalog dan kartu nama
2. Mengikuti berbagai pameran
3. Menggunakan Komunitas dan jejaring promosi online lainnya. contoh; ikut di java media com dan BANTUL BIZ

6.3. Milestone



Milestone	Mulai	Selesai	Anggaran (Rp)	Manajer	Departemen
Pembelian Peralatan	13/7/2006	17/7/2006	20,000,000	IS	Manajemen
Pembelian Bahan Baku	13/7/2006	17/7/2006	10,000,000	MH	Operasional
Produksi Awal	20/7/2006	31/7/2006	2,000,000	MH	Operasional

Promosi	13/7/2006	31/7/2006	500,000	MH	Operasional
Peluncuran Produk	4/8/2006	7/8/2006	1,000,000	SJ	Pemasaran
Total			33,500,000		

1. Pembelian Peralatan
2. Pembelian Bahan Baku
3. Produksi
4. Promosi
5. Peluncuran Produk

Berikut adalah penjelasan Milestone yang telah dibuat: Sebelum melakukan produksi, diperlukan peralatan dan bahan baku. Harganya, sesuai dengan perkiraan adalah Rp.10.000.000,-. Pembelian bahan baku menghabiskan Rp.10.000.000,-. Kedua kegiatan tersebut menghabiskan waktu 1 minggu. Proses produksi pertama dilakukan selama 2 minggu dan menghabiskan dana Rp.2.000.000,- Promosi dilakukan dengan cara membagi catalog dan penawaran serta menghubungi langsung para trader. Kegiatan ini dilakukan sejak awal pembelian peralatan hingga akhir proses produksi. Kegiatan ini memakan biaya Rp.500.000,-. Setelah produk selesai maka akan dipublish di media online untuk mendapat jejaring pasar potensial.

6.4. Strategi Penjualan

Strategi Penjualan bertumpu pada dua hal:

1. Harga
2. Kualitas

Untuk pedagang yang mengutamakan harga, kami akan menekankan bahwa produk kami murah.

Untuk pedagang yang mengutamakan kualitas, kami akan menekankan bahwa produk kami berkualitas.

Dalam kegiatan penjualan, semua transaksi akan dilakukan penandatanganan kesepakatan tertulis mengenai jumlah dan nilai transaksi, serta kapan dilakukan pembayaran. Informasi pemesanan akan diolah sehingga dapat mengoptimalkan proses pemesanan. Dalam membantu penyimpanan dan pengolahan informasi gandok Craft akan menggunakan perangkat lunak. Dengan demikian hubungan bisnis yang baik dengan para pedagang akan lebih mudah dijaga dengan tujuan mempertahankan tingkat permintaan atas produk kami.

7. Tim Manajemen

Gandok Craft memiliki 10 pegawai, terdiri dari 8 pegawai operasional dan 2 staf umum. Manajemen gandok Craft terdiri dari dua orang yang sekaligus pemiliknya yaitu bapak Supandi dan Ibu Ismiatun. Dalam menentukan keputusan, tim manajemen menerima masukan dari pegawai-pegawainya sehingga sebagian besar keputusan dilakukan secara bermusyawarah.

8. Rencana Keuangan

8.1. Rangkuman Rencana Keuangan

Dengan harapan pertumbuhan sekitar 45% per tahun, Gandok craft akan balik modal setelah tiga tahun. Dua tahun pertama sangat penting untuk mengambil pangsa pasar sehingga dapat mengembangkan usaha pada tahun ketiga. Untuk menyokong kebutuhan operasional yang masih merugi pada dua tahun pertama, gandok Craft berencana untuk melakukan dua pinjaman, yaitu masing-masing pada tahun pertama dan kedua. Masa pinjaman adalah satu tahun. Pada tahun ketiga, Gandok Craft diharapkan sudah tidak memerlukan pinjaman lagi. Dari segi SDM, kami akan mulai dengan 10 orang dan meningkat menjadi 20 orang pada tahun ketiga. Keuntungan meningkat karena adanya peningkatan di penjualan dan dari segi efisiensi produksi.

8.2. Proyeksi Keuangan

8.2.1. Tabel Keuangan

	FY2006	FY2007	FY2008
Awal Keuangan			
Pembukaan Keuangan Kas dan Giro	45,000,000	25,069,000	12,569,000
Pemasukan Uang			
Investasi Tambahan	0	0	0
Pinjaman	15,000,000	10,000,000	0
Penjualan Total	128,306,000	175,000,000	240,000,000
Subtotal Pemasukan Uang	143,306,000	185,000,000	240,000,000

Pengeluaran Uang			
Pengeluaran Langsung			
Biaya Produksi Langsung	31,834,000	37,500,000	40,000,000
Pengeluaran Operasional			
Gaji, Pajak Gaji, Bonus	84,000,000	108,000,000	115,000,000
Sewa dan Utilitas	0	0	0
Biaya Penjualan dan Pemasaran	6,000,000	8,000,000	10,000,000
Pengeluaran Lain-lain			
Pajak	21,403,000	27,000,000	32,000,000
Pembayaran Hutang	0	15,000,000	10,000,000
Pembelian Asset	20,000,000	2,000,000	2,000,000
Subtotal Pengeluaran Uang	163,237,000	197,500,000	209,000,000
Penutupan Keuangan			
Penutupan Keuangan Kas dan Giro	25,069,000	12,569,000	43,569,000
Laba Bersih Sebelum Pajak			
Penjualan	128,306,000	175,000,000	240,000,000
Total Pengeluaran Produksi	31,834,000	37,500,000	40,000,000
Laba Kotor	96,472,000	137,500,000	200,000,000
Pengeluaran Operasional	90,000,000	116,000,000	125,000,000
Laba Bersih Sebelum Pajak	6,472,000	21,500,000	75,000,000
Arus Kas	-19,931,000	-12,500,000	31,000,000
Deviden	0	0	0
Arus Kas Bersih	-19,931,000	-12,500,000	31,000,000

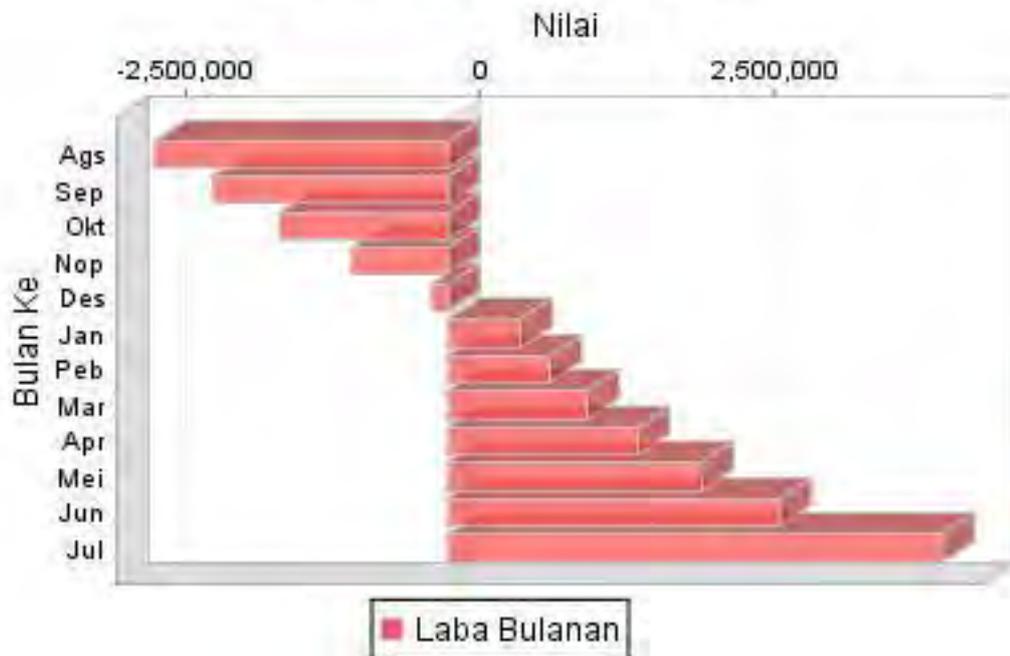
	Ags	Sep	Okt	Nop	Des	Jan	Peb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
Awal Keuangan												
Pembukaan Keuangan Kas dan Giro	45,000,000	36,450,000	33,295,000	30,579,500	28,352,700	26,668,982.5	25,588,443.875	24,577,479.544	23,709,428.344	23,065,282.067	22,734,466.707	22,815,702.633
Pemasukan Uang												
Investasi Tambah	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pinjaman	15,000,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Penjualan	6,000,000	6,600,000	7,260,000	7,986,000	8,784,600	9,663,060	10,629,366	11,692,302.6	12,861,532.86	14,147,686.146	15,562,454.761	17,118,700.237
Total												
Subtotal Pemasukan Uang	21,000,000	6,600,000	7,260,000	7,986,000	8,784,600	9,663,060	10,629,366	11,692,302.6	12,861,532.86	14,147,686.146	15,562,454.761	17,118,700.237
Pengeluaran Uang												
Pengeluaran Langsung												
Biaya Produksi Langsung	2,000,000	2,100,000	2,205,000	2,315,250	2,431,012.5	2,552,563.125	2,680,191.281	2,814,200.845	2,954,910.887	3,102,656.431	3,257,789.253	3,420,678.716
Pengeluaran Operasional												

Gaji, Pajak Gaji, Bonus	6,000,000	6,000,000	6,000,000	6,000,000	6,000,000	6,000,000	6,600,000	7,200,000	7,800,000	8,400,000	9,000,000	9,000,000
Sewa dan Utilitas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Biaya Penjualan dan Pemasaran	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000
Pengeluaran Lain-lain												
Pajak	1,050,000	1,155,000	1,270,500	1,397,550	1,537,305	1,691,035.5	1,860,139.05	2,046,152.955	2,250,768.25	2,475,845.075	2,723,429.582	2,995,772.54
Pembayaran Hutang	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pembelian Asset	20,000,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subtotal Pengeluaran Uang	29,550,000	9,755,000	9,975,500	10,212,800	10,468,317.5	10,743,598.625	11,640,330.331	12,560,353.8	13,505,679.137	14,478,501.506	15,481,218.835	15,916,451.256
Penutupan Keuangan												
Penutupan Keuangan Kas dan Giro	36,450,000	33,295,000	30,579,500	28,352,700	26,668,982.5	25,588,443.875	24,577,479.544	23,709,428.344	23,065,282.067	22,734,466.707	22,815,702.633	24,017,951.614
Laba Bersih Sebelum Pajak												

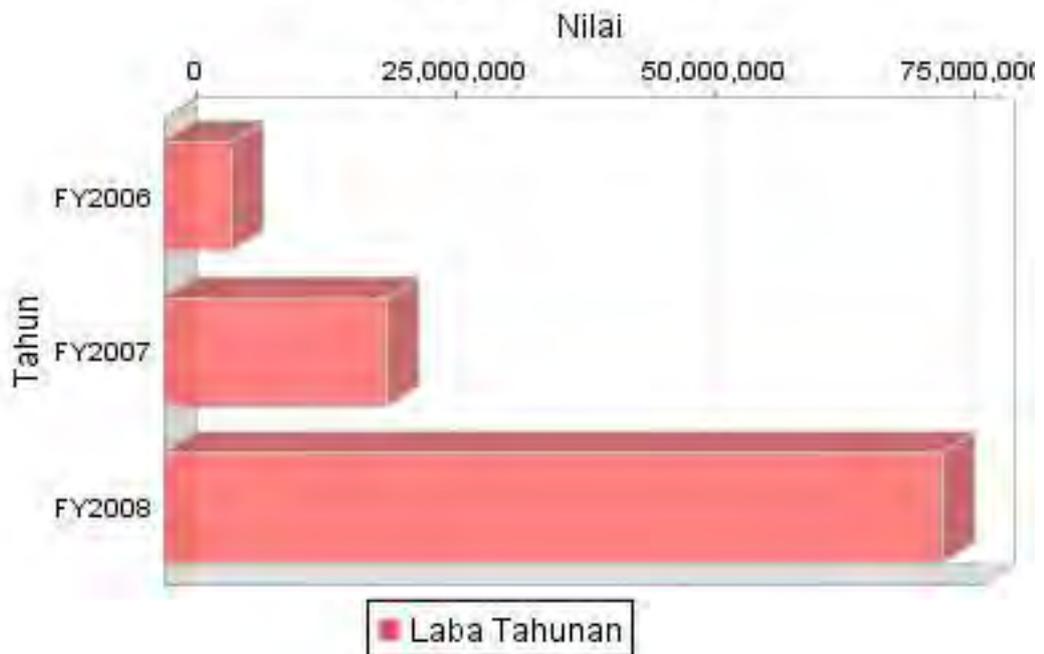
Penjualan	6,000,000	6,600,000	7,260,000	7,986,000	8,784,600	9,663,060	10,629,366	11,692,302.6	12,861,532.86	14,147,686.146	15,562,454.761	17,118,700.237
Total	2,000,000	2,100,000	2,205,000	2,315,250	2,431,012.5	2,552,563.125	2,680,191.281	2,814,200.845	2,954,910.887	3,102,656.431	3,257,789.253	3,420,678.716
Pengeluaran Produksi												
Laba Kotor	4,000,000	4,500,000	5,055,000	5,670,750	6,353,587.5	7,110,496.875	7,949,174.719	8,878,101.755	9,906,621.973	11,045,029.715	12,304,665.508	13,698,021.521
Pengeluaran Operasional	6,500,000	6,500,000	6,500,000	6,500,000	6,500,000	6,500,000	7,100,000	7,700,000	8,300,000	8,900,000	9,500,000	9,500,000
Laba Bersih Sebelum Pajak	-2,500,000	-2,000,000	-1,445,000	-829,250	-146,412.5	610,496.875	849,174.719	1,178,101.755	1,606,621.973	2,145,029.715	2,804,665.508	4,198,021.521
Arus Kas	-8,550,000	-3,155,000	-2,715,500	-2,226,800	-1,683,717.5	-1,080,538.625	-1,010,964.331	-868,051.2	-644,146.277	-330,815.36	81,235.926	1,202,248.981
Deviden	-8,550,000	-3,155,000	-2,715,500	-2,226,800	-1,683,717.5	-1,080,538.625	-1,010,964.331	-868,051.2	-644,146.277	-330,815.36	81,235.926	1,202,248.981
Arus Kas Bersih	-8,550,000	-3,155,000	-2,715,500	-2,226,800	-1,683,717.5	-1,080,538.625	-1,010,964.331	-868,051.2	-644,146.277	-330,815.36	81,235.926	1,202,248.981

8.2.2. Grafik Laba-Rugi

Keuntungan Bulanan

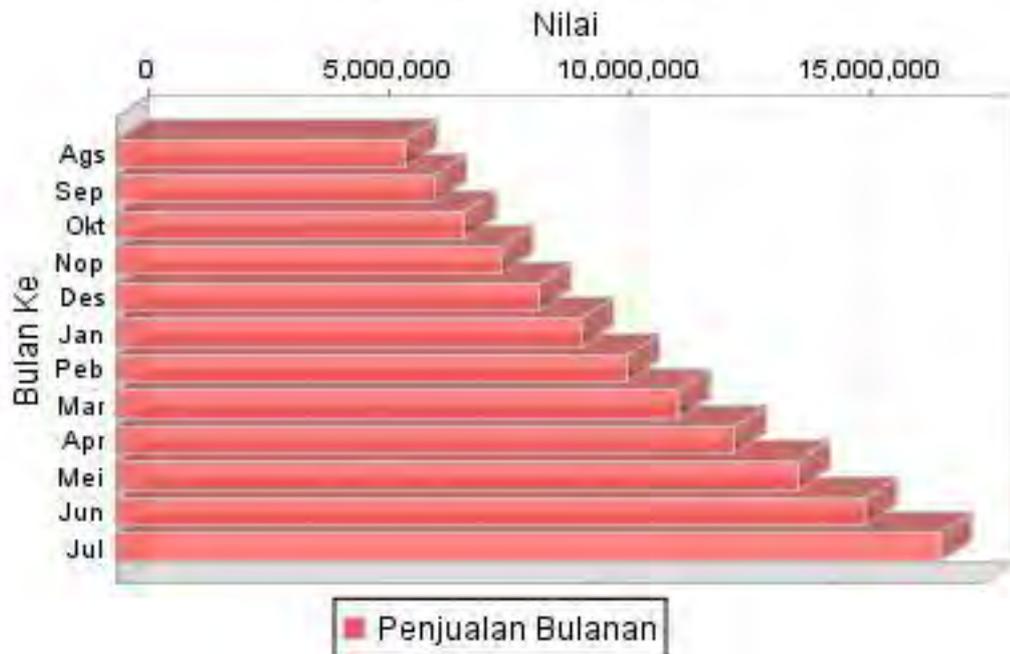


Keuntungan Tahunan



8.2.3. Grafik Penjualan

Penjualan Bulanan



Penjualan Tahunan



8.3. Proyeksi Arus Kas



9. Rangkuman Strategi dan Implementasi

Pendanaan awal gandok Craft berasal mayoritas berasal dari sumber internal. Sumber eksternal pendanaan berasal dari Dinas Koperasi dan Dana Bergulir. Pinjaman akan dilakukan pada tahun pertama dan kedua dimana perusahaan dlm masa berkembang.. Dengan pertumbuhan 45% per tahun, diharapkan pada tahun ketiga, Gandok Craft sudah bisa berkembang lebih pesat . Fokus utama Gandok Craft adalah pada proses produksi dan penjualan. Proses produksi akan menjadi perhatian utama kami agar dapat menjaga kualitas barang namun tetap menekan harga. Keberhasilan pada bidang tersebut akan memungkinkan Gandok craft untuk dapat bersaing memperebutkan pangsa pasar local dan inernasinal.

Business Plan

Teh Bandulan Jogja

**BINAAN INKUBATOR BISNIS
PUSAT PENELITIAN WANITA DAN GENDER (PSW/G)
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

Teh Bandulan Jogja
Melikan Kidul RT.7 Bantul Yogyakarta 55711
Ph: (0274) 6611785, (0274) 367296
E-mail: maulaprabowo76@gmail.com

Daftar Isi

1. Executive Summary
 - 1.1. Visi
 - 1.2. Misi
 - 1.3. Kunci Sukses
2. Ringkasan Perusahaan
 - 2.2. Penjelasan singkat
 - 2.3. Penjelasan Kepemilikan
 - 2.3. Penjelasan Modal Awal
3. Produk Usaha
4. Pasar Usaha
 - 4.1. Analisa Pasar
 - 4.2. Segmentasi Pasar
 - 4.3. Strategi Segmen Pasar
 - 4.4. Kompetisi dan Pola Konsumsi
5. Rencana Pemasaran
 - 5.1. Keunggulan Kompetitif
 - 5.2. Strategi Pemasaran
 - 5.3. Strategi Pemasaran
6. Tim Manajemen
7. Rencana Keuangan
 - 7.1. Rangkuman Rencana Keuangan
 - 7.2. Proyeksi Keuangan
 - 7.3. Tabel Keuangan
 - 7.4. Grafik Laba rugi
 - 7.5. Grafik Penjualan
 - 7.6. Proyeksi Arus Kas
8. Rangkuman Strategi dan Implementasi

1. Executive Summary

Perusahaan Teh Bandulan Jogja adalah nama yang bergerak dalam bidang kegiatan usaha perdagangan minuman teh hijau cap Bandulan 180 ml sebagai agen di daerah Kabupaten Bantul dan sekitarnya. Pabrik terletak di Kota Pekalongan Jawa Tengah yaitu CV.Budi Jaya. Perusahaan Teh Bandulan Jogja telah berumur dan beroperasi baik selama 3,5 tahun yang berdiri awal pada bulan Desember 2008. Minuman teh kemasan plastik 180 ml ini terbuat dari daun teh hijau, gula asli, daun melati, air, pengawet sorbat dengan masa konsumsi yang baik selama 6 bulan. Satu dos atau karton berisi 24 pcs dengan isi 180 ml, memiliki izin BPOM, mempunyai barcode. Saya membeli produknya dari sebuah agen di Sleman dengan pimpinan Bapak Polim Tito dan sebagai karyawan lepas dan mendapat gaji bulanan hingga saat ini. Saya dalam bekerja tidak dibantu oleh siapapun saat menawarkan, mengirim, menagih barang kepada konsumen. Lokasi dalam memasarkan/ segmen pasar kesemua daerah dan tempat-tempat strategis dan terfokus yaitu bengkel- bengkel resmi sepeda motor (AHASS) di wilayah Yogyakarta, Sleman, Bantul, dealer dan bengkel mobil Nasmoco Toyota di Kabupaten Sleman dan Kabupaten Bantul, tempat belanja Pamela swalayan, Mirota swalayan, WS swalayan, Purnama swalayan dan beberapa swalayan / minimarket, pemandian Tirta Tamansari Bantul, toko-toko penjual minuman dan snack, kantin-kantin sekolah SMP, warung-warung kecil, pengecer, dll dengan outlet / tempat kurang lebih 50 lokasi yang berpencar. Dengan dibuatnya business plan ini untuk tujuan mengetahui gambaran / pandangan nyata dan jelas tentang perusahaan Kami mengenai data-data, kunci-kunci sukses Kami, pemasaran dan strateginya, hambatan dan resiko, besarnya keuntungan (laba) dan output yang terjual (omzet) setiap bulan dan mengetahui kekuatan dan kelemahan internal maupun eksternal perusahaan. Dengan harapan besar dari Kami untuk dijadikan kajian, laporan dan telaah bisnis yang modern, praktis, tepat dalam strategi pemasaran memajukan usaha perdagangan minuman teh hijau cap bandulan 180 ml dengan efektif dan efisien kesemua jenis konsumen.

1.1.Visi

Visi dari Perusahaan Teh Bandulan Jogja adalah :

- Mewujudkan laporan keuangan perusahaan yang sehat dan dinamis dengan ROI yang tinggi dengan pertumbuhan laba yang cepat dan investasi yang pesat.
- Meningkatkan dan menstabilkan omzet pemasaran minimal 1000 dos per bulan atau Rp.19.000.000,- per bulan.
- Meningkatkan dan menstabilkan laba / profit pemasaran minimal Rp.2.000.000,- per bulan.
- Mampu bersaing merebut market share 20% dengan kompetitor sejenis minuman teh dalam kemasan di Kabupaten Bantul dan sekitarnya.
- Mampu merekrut dan membina karyawan secara disiplin, loyal, jujur, kreatif, inovatif.
- Mampu berhubungan baik dengan pihak eksternal, stakeholder, pemegang kebijakan.

1.2.Misi

Misi Dari Perusahaan Teh Bandulan Jogja Adalah:

- Menjaga serta memelihara image (kesan) dan pelayanan terbaik kepada konsumen.
- Meraih mimpi dengan mewujudkan manajemen yang unggul dan berkualitas tinggi.
- Belajar meningkatkan prestasi dan semangat keras untuk sukses dengan banyak belajar buku-buku tentang marketing dan motivasi bisnis, internet, majalah, koran, radio, televisi, dll.
- Mengikuti training, seminar dan pelatihan bisnis yang diselenggarakan pihak instansi pemerintah maupun pihak swasta untuk memperluas wawasan bisnis, bantuan dana / permodalan.
- Memberi motivasi, contoh dan membimbing generasi muda untuk menjadi pengusaha sukses.

- Menjadi mitra baik dengan pelaku bisnis dalam dan luar negeri

1.3.Kunci Sukses

Kunci Sukses Dan Keberhasilan Perusahaan Teh Bandulan Jogja Adalah:

1. 1.Tekad kuat, serius dan semangat tinggi untuk mengenalkan serta memasarkan produk dengan maksimal.
2. Telaten, luwes dan sabar dalam menghadapi berbagai macam jenis karakteristik konsumen maupun calon konsumen.
3. Memberi salam dan senyum ramah bersahabat ketika menyapa konsumen maupun calon konsumen.
4. Jangan cepat puas diri dengan hasil melimpah dan selalu bersyukur pada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala yang ditempuh.
5. Rendah hati dan mendengarkan keluh kesah, kekecewaan dengan baik serta saran / kritik dari konsumen sebagai masukan berharga dalam meningkatkan pelayanan.
6. Menjaga hubungan baik, akrab dan sopan dengan konsumen maupun calon konsumen
7. Jujur, disiplin dan cerdas dalam menjelaskan keunggulan / kualitas produk kepada konsumen maupun calon konsumen serta selalu tepat waktu untuk mengantar / mengirim produk .
8. Tidak gampang mengeluh dan menyalahkan siapapun jika sedang dalam menghadapi masalah-masalah besar atau kecil.
9. Menggali ide bagus, gagasan yang menarik dan mutakhir agar eksis dan bisa diterima konsumen dan calon konsumen.
10. Memperdalam ilmu dan pandangan baru dalam bidang pemasaran dengan membaca serta memahami buku-buku tentang marketing, belajar bisnis lewat media yaitu koran, majalah, televisi, radio maupun internet, bikin iklan pemasaran di web.site dan surat kabar.
11. Jangan menyerah dalam keadaan yang paling sulit dan selalu optimis mampu bangkit dan bersaing.

12. Kreatif dan inovatif dalam menerapkan strategi pemasaran serta selalu mengikuti petunjuk / bimbingan orang-orang yang berpengalaman tinggi dibidangnya.
13. Mampu mandiri, cerdas, bebas serta lincah dalam bekerja tanpa merepotkan orang lain.
14. Berani menghadapi resiko dan mampu menyelesaikannya dengan baik dan benar.
15. Menjaga kesehatan dan kebugaran jasmani agar tampil maksimal dalam melayani konsumen dan calon konsumen.
16. Mempunyai ciri khas dan identifikasi diri (good personality) yang simpatik dan menarik.
17. Menjaga dan mengatur laporan keuangan secara sehat, tertib dan terukur.
18. Perbanyak pertemanan dan relasi yang kuat dengan semua orang untuk meningkatkan pemasaran
19. Menjaga dan membina konsumen agar menjadi pelanggan setia
20. Melayani konsumen diselingi dengan humor agar tidak kaku dan bisa terjalin keakraban.
21. Menekuni dan merasa senang dengan pekerjaan pasti akan membawa keberhasilan
22. Mengajak bicara serta tukar pikiran dengan konsumen dan calon konsumen agar terjalin komunikasi dua arah yang efektif dan efisien.
23. Tidak mudah putus asa, kecewa dan jangan marah apabila dalam menawarkan produk ditolak dan tidak diterima calon konsumen
24. Selalu bersikap natural saat berada dalam kondisi sukses, berhasil, untung besar
25. Selalu easy going, bisa menikmati pekerjaan dan jangan gengsi serta malu mengerjakan yang dianggap kecil dan rendah
26. Percaya diri dan terbuka berhadapan dengan konsumen dan calon konsumen
27. Hemat dan cermat dalam mengelola keuangan
28. Going concern (terus-menerus) dalam melakukan kegiatan usaha / bisnis
29. Jangan mudah utang untuk permodalan jika tidak sangat mendesak
30. Gunakan uang hasil penjualan untuk modal selanjutnya

31. Jangan berfoya – foya saat kondisi perusahaan laba tinggi, tapi berhematlah mengatur uang.

2. Ringkasan Perusahaan

Nama Perusahaan	:	Teh Bandulan Jogja
Alamat	:	Melikan Kidul RT.7 Bantul Yogyakarta 55711
Telepon	:	(0274) 6611785, (0274) 367296
E-mail	:	maulaprabowo76@gmail.com

2.1. Penjelasan Perjalanan Usaha Perusahaan Teh Bandulan Jogja

Perusahaan Teh Bandulan Jogja adalah sejenis usaha dalam bisnis yang terfokus pada perdagangan minuman teh hijau cap Bandulan 180 ml. Awal berdiri perusahaan atau mulai terbentuk dengan ide cemerlang Agung Prabowo pada akhir bulan Desember 2008 dengan modal awal 50 dos minuman teh hijau cap Bandulan 180 ml dengan harga kulakan saat itu Rp.15.500,- tiap dos melalui pengiriman dari agen di Sleman dengan sistem pembayaran tunda. Alamat perusahaan Teh Bandulan Jogja berada di dusun Melikan Kidul RT.7 Bantul Yogyakarta. Pemasaran saat itu baru ada 1 sampai 3 tempat / lokasi dalam sebulan dengan jumlah omzet 15 dos saja dengan sistem penjualan titip jual (konsinyasi). Selama itu pula saya tidak henti-hentinya melakukan cara bagaimana bisa menambah tempat penjualan lagi agar sedikit demi sedikit bisa dikenal masyarakat dan mampu menjadi konsumen baru. Dari satu toko pindah ke toko lain banyak yang menolak saat itu karena memang produk baru dan tanpa iklan di televisi, radio dan koran sehingga semakin menambah daya pacu, kreatifitas dan tantangan baru bagi saya untuk mengenalkan kepada calon konsumen. Akhirnya bermula dari bengkel resmi sepeda motor Honda (AHASS) saya mulai mendapatkan tempat yang bagus untuk penjualan dan memang dari hari ke hari semakin bertambah banyak bengkel resmi sepeda motor Honda (AHASS) yang saya tawari mau bergabung dan membeli minuman teh hijau cap Bandulan 180 ml sebagai drink service (minuman jasa) pelanggan mereka yang menservis / merawat sepeda motor Honda. Dari lokasi itu saya mencoba beralih menawarkan

ke Nasmoco Toyota Mlati di Sleman dan Nasmoco Toyota Janti di Bantul sebagai dealer resmi penjualan dan perawatan mobil Toyota wilayah DIY untuk menjadi calon konsumen setia saya dan alhasil produk serta usaha keras saya sebagai marketing yang ulet dan handal bisa diterima baik serta bisa melegakan hati. Untuk merangsang konsumen dan calon konsumen, kami melengkapi bonus sebuah perlengkapan penunjang penjualan berupa show case / almari pendingin untuk menjaga kesegaran, dingin serta kenikmatan minuman teh hijau cap bandulan 180 ml. Bulan ketiga dan keempat penjualan saya naik dari 50 dos sebulan menjadi lebih kurang 120 dos karena banyak pembeli tetap / pelanggan setia dengan sistem pembayaran tunai dan konsinyasi . Di bulan selanjutnya dengan tekun kesana kemari tanpa kenal lelah mencari celah dan waktu tepat mendapatkan calon konsumen, maka masuklah tempat / lokasi baru yang sangat potensial yaitu swalayan dan toserba untuk menambah pundi-pundi pemasaran yaitu Pamella Swalayan, Mirota Swalayan, WS Swalayan, Purnama Swalayan dengan sukses. Dalam setiap even dan kegiatan sosial juga berpartisipasi aktif serta telah berhasil merangkul dan mengajak beberapa lembaga / instansi / organisasi yang berkomitmen kuat untuk bekerjasama dengan digunakannya minuman teh hijau cap bandulan 180 ml sebagai minuman resmi untuk para peserta fun bike dalam rangka ulang tahun / dies natalies UNY tahun 2009 dengan peserta kurang lebih 3000 Orang, milad RSU.PKU Muhammadiyah Bantul juga sempat menggunakan minuman ini saat berlangsung acara jalan santai dengan peserta kurang lebih 2000 orang, dies natalis STIM YKPN juga mengadakan acara fun bike kerjasama baik dengan kami dengan peserta yang ikut kurang lebih 2500 orang dan banyak lagi kegiatan-kegiatan pameran, road show dan aktifitas sosial serta keagamaan yang telah membeli dan mempercayakan minuman teh hijau cap bandulan 180 ml sebagai bagian dari marketing dengan sistem pembayaran secara tunai. Hingga suatu saat dari satu orang menceritakan kebaikan dan kelebihan produk minuman teh hijau cap bandulan 180 ml ke orang lain yang berbeda dari satu tempat ke tempat lain maka tersebar banyak informasi bagus dan saling memberitahu produk yang saya jual ke teman mereka, saudara mereka, dll. Hal ini memberi kepastian sangat kuat dan kesan sangat bagus bahwa produk yang saya tawarkan dan jual ini memang bagus dan layak dikonsumsi

karena enak, segar, dan praktis serta bisa menambah nilai kesehatan yang baik jika diminum oleh siapa saja, kapan saja, dimana saja. Bulan ke 5 dan seterusnya pemasaran semakin naik dan bisa tembus kurang lebih 450 dos sebulan. Dari hasil data yang positif itu maka pada bulan ke 8 sampai akhir tahun 2009 kami telah meraih total penjualan lebih kurang 600 dos dalam sebulan. Di penghujung tahun 2010 sudah banyak menambah pelanggan baru dari perseorangan yang datang dan ambil sendiri ke rumahku dalam jumlah banyak dan rutin serta dari lokasi penjualan lain yang telah mampu menambah banyak omzet dan hingga tahun 2011 semakin sukses menjadi besar serta mencapai angka 700 dos per bulan melalui cara pemesanan produk lewat telepon / SMS dari masing-masing outlet / tempat-tempat penjualan minuman teh hijau cap Bandulan 180 ml. Dari memasang iklan di koran Tribun Jogja, Kedaulatan Rakyat, iklan di internet, bikin brosur-brosur dan kartu nama perusahaan Teh Bandulan Jogja banyak menerima tawaran baru dan kerjasama bisnis dari lembaga atau instansi resmi seperti sekolah-sekolah, dinas-dinas di lingkungan Pemda Kabupaten Bantul dan berbagai perusahaan swasta sehingga mampu meningkatkan omzet, laba dan modal disebabkan banyak menerima order-order baru untuk mendongkrak pemasaran. Alat transportasi untuk mengantar dari perusahaan menuju ke lokasi penjualan / pembeli kami menggunakan kendaraan motor roda tiga bantuan dari agen di Sleman serta menggunakan sepeda motor bebek pribadi. Hingga pertengahan tahun 2012 ini perusahaan teh Bandulan Jogja berusaha menjaga omzet dan laba selalu stabil kurang lebih 700 sampai 800 dos sebulan atau kisaran omzet Rp.13.000.000,- dengan laba kurang lebih Rp.1.500.000,- per bulan.

2.2. Penjelasan Kepemilikan Perusahaan

Bentuk usaha Perusahaan Teh Bandulan Jogja saat ini belum ada karena masih terfokus pada satu jenis kegiatan bisnis. Sebagai pemilik tunggal .Agung Prabowo merangkap direktur utama, sales dan sebagai pemodal utama dalam menjalankan roda usaha minuman teh hijau cap bandulan 180 ml dan istriku Min Khatul Maula sebagai manajer keuangan.

2.3. Penjelasan Modal Awal Perusahaan

Modal awal Perusahaan Teh Bandulan Jogja pada saat membuka usaha adalah Rp.760.000,- ketika itu sekitar akhir bulan Desember 2008 untuk melakukan pembelian awal berupa 50 dos minuman teh hijau cap bandulan 180 ml dengan harga beli / kulakan Rp.15.200,- melalui sistem pembayaran tunda dari sebuah agen di Sleman dengan harga jual per dosnya Rp.16.500,-. Setelah modal awal dan laba bersih kembali terkumpul dari hasil penjualan maka saya gunakan untuk kulakan / menambah stok lagi agar semakin bertambah dan selalu siap (ready stock) kepada konsumen. Pada saat bulan Juli 2009 harga kulakan telah naik menjadi Rp.1000,- dan mulai berlaku dengan harga beli baru dari agen Rp.16.200,- per dos sehingga pada saat itu saya tawarkan harga jual ke konsumen Rp.17.500,- per dos dan perusahaan Teh Bandulan Jogja minimal menerima kiriman 100 dos setiap minggu dengan total pengeluaran modal untuk pembelian stok / menambah persediaan minuman teh hijau cap bandulan 180 ml adalah Rp.1.620.000,- dengan diantar / dikirim langsung dari agen di Sleman menggunakan mobil box. Saat bulan Juni 2010 harga kulakan minuman teh hijau cap bandulan 180 ml naik lagi Rp.1000,- per dos maka harga beli yang baru per dos menjadi Rp.17.200,- untuk saya tawarkan harga jual kepada konsumen bervariasi antara Rp.18.500,- untuk retail langsung dan harga Rp.19.000,- untuk konsumen / pemakai langsung serta saya patok harga jual sampai Rp.21.000,- per dos untuk swalayan / toserba karena dengan alasan sistem titip jual / konsinyasi. Hingga sampai saat ini belum ada kenaikan harga baik beli maupun harga jual. Modal awal selalu saya kumpulkan dari setiap penjualan per dos meskipun banyak juga modal dan laba yang tertahan pada konsumen karena tidak semua konsumen bisa membayar dengan harga tunai dikarenakan penjualan menggunakan sistem konsinyasi / titip jual di swalayan-swalayan / toserba / warung-warung / kantin. Hingga saat ini perusahaan Teh Bandulan Jogja masih terus menjalankan usaha (going concern) dalam menambah pasar baru untuk melipatkan modal, laba dan omzet per bulannya.

3. Pasar Usaha

3.1. Analisa Pasar Perusahaan

Persaingan minuman teh dalam kemasan saat itu (awal 2008) belum banyak pergulatan sengit dengan kompetitor karena memang masih baru dan baru mulai semester kedua tahun 2008 telah muncul produk-produk baru minuman teh dalam kemasan yang menggebrak pasar seperti teh gelas produksi PT.Wings Food dan mountea green produksi PT.Garuda Food dengan variasi berbagai rasa buah seperti anggur, apel, dll. Dalam menghadapi tantangan persaingan baru ini saya harus mempunyai kreatifitas dan inovasi yang tinggi dalam strategi memasarkan agar mampu bersaing menghadapi kompetitor yang menjadi ancaman baru karena konsumen juga lebih cerdas memilih produk yang berkualitas dan didukung pabrikan yang bonafit dengan mutu, rasa , dan banyak promosi di media cetak dan elektronik, kemasan menarik, harga murah dan berhadiah. Tanpa menguasai tehnik penjualan yang baik, ulet, cerdas dan banyak belajar tentang ilmu marketing kepada orang yang berpengalaman, membaca buku-buku, maka tidak mungkin / mustahil produk yang saya tawarkan akan terjual dengan laris dalam waktu cepat . Analisa SWOT selalu saya perlukan dan terapkan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan secara tepat dan benar.

3.2. Segmentasi Pasar Dari Perusahaan

Segmen pasar pada awal-awal berdiri perusahaan Teh Bandulan Jogja adalah menerapkan direct sales atau penjualan langsung yaitu minuman teh hijau cap bandulan 180 ml dinikmati konsumen tanpa lewat retail / pengecer misalnya seperti bengkel resmi sepeda motor Honda (AHASS), dealer dan bengkel resmi Toyota Nasmoco Mlati dan Janti. Setelah lama berjalan dan dirasa stabil, menghasilkan laba tinggi dalam sistem penjualan langsung maka saya memberanikan diri menggebrak serta menawarkan dan menjual produk dengan sistem titip jual atau konsinyasi di beberapa lokasi swalayan seperti Pamella Swalayan, Mirota Swalayan, Purnama Swalayan, Ws Swalayan dan toko-toko snack dan minuman, kantin sekolah di daerah Yogyakarta, Bantul. Meskipun banyak menumpuk modal diluar dan laba yang ditahan dengan sistem pembayaran

titip jual / konsinyasi tetapi memang sangat potensial dalam mempromosikan dan memperoleh kepercayaan tinggi konsumen untuk memilih minuman teh hijau cap bandulan 180 ml dengan harga, mutu dan kemasan yang selalu bersaing ketat dengan kompetitor sejenis. Segmen pasar memang untuk semua kalangan dan strata baik muda maupun tua menyukainya dengan misi tahun depan bisa merebut minimal 20% pangsa pasar minuman teh dalam kemasan.

4. Kebutuhan Sumber Daya Manusia

Perusahaan Teh Bandulan Jogja memang saat ini belum merekrut tenaga kerja baik tetap maupun lepas karena memang masih konsisten dan kuat menjalaninya dengan istri saya sendiri tetapi nanti (tahun depan) saya harus mampu untuk merekrut dan membina pegawai yang loyal, jujur, disiplin, kreatif dan inovatif yang bisa sebagai modal sumber daya manusia yang mampu meningkatkan pemasaran dengan harapan akan menambah omzet, laba dan modal perusahaan dengan besar, aman dan cepat.

5. Quality Control / Pengawasan Mutu Perusahaan

Perusahaan Teh Bandulan Jogja selalu menjaga mutu dan kualitas produk minuman teh hijau cap bandulan 180 ml dengan baik dan secara rutin mengecek fisik dari perubahan bentuk, rasa dan warna minuman, kemasan luar / dos agar selalu kering, bersih dan kuat, terhindar dari sinar matahari langsung , memeriksa teliti tanggal kadaluarsa produk dan menjaga produk agar tidak rusak kemasan / packaging selama mengirim ke tempat tujuan, menghindarkan dari tumpukan dos yang berlebihan sehingga bisa membuat meleyot kemasan luar. Apabila hal-hal itu ditemukan maka saya akan mengganti kerusakan produk dengan meretur ulang dengan yang baru untuk selalu menjaga kualitas produk serta pelayanan yang baik kepada konsumen.

6. Keunggulan Kompetitif Dari Perusahaan

- ❖ Keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan Teh Bandulan Jogja dibandingkan kompetitor :

- ✓ Selalu tepat waktu (*timeliness*) dalam pengiriman produk kepada konsumen.
- ✓ Selalu tepat unit / jumlah produk yang dibeli / dibutuhkan konsumen.
- ✓ Selalu ramah, senyum dan jujur selama melayani konsumen dan calon konsumen.
- ✓ Selalu mendengarkan dengan baik masukan serta memperhatikan keluhan / *complain* dari konsumen.
- ✓ Selalu bertanggungjawab dan bijak menangani apabila terjadi *complain* produk dan harga dari konsumen.
- ✓ Menentukan dan menjaga harga jual yang kompetitif, logis dan stabil kepada konsumen.
- ✓ Menjaga modal usaha selalu berputar cepat untuk meraih laba optimal dan omzet tinggi.
- ✓ Menjalin hubungan baik dan akrab dengan pihak eksternal.
- ✓ Membuat laporan keuangan yang sehat dan terukur
- ✓ Selalu merasa kurang dalam ilmu serta pengalaman dan jangan malu untuk belajar dengan cara apa saja.
- ✓ Mampu dan bisa dikerjakan sendiri dengan baik dalam menawarkan dan menjual produk, menagih uang hasil penjualan dari pelanggan yang membeli dengan sistem titip jual / *konsinyasi*.
- ✓ Ada *sense of humor* (bercanda gurau) dengan konsumen dan calon konsumen agar situasi dan suasana menjadi segar dan santai (*relax*).
- ✓ Ajak bincang-bincang hangat dan masuk akal dengan konsumen dan calon konsumen tentang produk dan cara pembelian.
- ✓ Percaya diri, tegas dengan selalu bersikap halus saat bertemu konsumen dan calon konsumen
- ✓ Meminta maaf dan tidak mengulangi kesalahan lagi apabila terjadi kejadian merugikan konsumen dan calon konsumen
- ✓ Kreatif dan selalu berjiwa inovatif sebagai *entrepreneur*
- ✓ Jangan takut gagal, gensi serta malu dalam memulai dan bermimpi besar menjadi *entrepreneur* sejati

- ✓ Selalu memperbesar modal untuk menambah omzet dan meningkatkan laba optimal
- ✓ Amati dan tiru sistem pemasaran dengan membandingkan produk kompetitor setiap saat
- ✓ Fokus serta selalu peka dalam memandang keadaan supaya tepat dalam membidik dan mengambil keputusan sebagai seorang enterpreuner sejati
- ✓ Jangan iri hati melihat kompetitor / orang lain sukses tapi tiru dan modifikasi
- ✓ Jangan merendahkan dan meremehkan produk lain serta menjelek-jelekan kompetitor
- ✓ Jangan cepat puas diri dengan keberhasilan penjualan dan keuntungan yang didapat.
- ✓ Merasa malu dan salah jika kurang baik dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
- ✓ Bisa dan mampu membaca keadaan pasar
- ✓ Jangan merasa terbebani dengan pekerjaan tetapi berjiwa besar untuk menekuni
- ✓ Ikhlas dan tidak menggerutu dalam melayani pelanggan.
- ✓ Pandai-pandai bersyukur pada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala daya dan upaya untuk mendapatkan hasil maksimal dalam penjualan

7. Strategi Pemasaran Perusahaan

Strategi Pemasaran Yang Ditempuh Perusahaan Teh Bandulan Jogja Adalah:

1. Melalui Pemasangan Spanduk

Melalui cara ini banyak orang yang melewati jalan / daerah sekitar perusahaan agung jaya mengenal produk yang ditawarkan dan dijual segera mendapat informasi, simpati bagus dengan membaca spanduk untuk mengetahui bahwa saya sebagai agen minuman teh hijau cap bandulan 180 ml. Lambat laun dari waktu ke waktu telah banyak manfaat

diperoleh dengan banyaknya konsumen dan calon konsumen yang tahu dan mampir untuk membeli produk di perusahaan Teh Bandulan Jogja.

2. Melalui Kartu Nama

Pembuatan kartu nama sangat membantu perusahaan memperkenalkan kepada konsumen dan calon konsumen tentang produk minuman teh hijau cap bandulan 180 ml saat saya bertemu dengan orang-orang dekat, teman, saudara, dan orang yang baru dikenal pada suatu even, seminar juga kegiatan bisnis, sosial, keagamaan, dll dengan saling tukar kartu nama atau saya berikan kartu nama sebagai tanda pertemanan atau persahabatan. Hasil yang didapat pun lumayan bagus untuk mendapat simpati banyak konsumen dan calon konsumen sehingga mereka mau menghubungi saya lewat telepon dan SMS atau mendatangi langsung alamat perusahaan Teh Bandulan Jogja untuk membeli produk.

3. Iklan Di Surat Kabar

Pembuatan dan pemuatan iklan penjualan di surat kabar dimaksudkan untuk menjangkau konsumen dan calon konsumen mengetahui dengan benar tentang informasi penjualan minuman teh hijau cap bandulan 180 ml dan menawarkan kepada orang yang belum mengenal produk ini untuk tujuan agar mereka tertarik dan mau membeli dan menjadi pelanggan setia.

4. Iklan Di Media Sosial / Internet

Perusahaan Teh Bandulan Jogja selalu mengikuti perkembangan dunia komunikasi dan teknologi informasi terkini yang semakin canggih perlu dan sangat mendesak dipelajari agar mampu mengetahui dan menerapkan strategi pemasaran yang menjangkau seluruh dunia dengan cepat, efektif dan efisien. Maka dari itu perusahaan agung jaya telah mencoba membuat iklan gratis di internet dan telah ditampilkan dengan jelas dan benar untuk bisa dibaca seluruh orang di dunia. Banyak sudah yang telah menghubungi saya lewat telepon dan SMS sekedar menanyakan informasi iklan yang ada. Melalui cara ini akan banyak menjangkau calon konsumen yang bisa

menghubungi langsung perusahaan agung jaya untuk membeli produk minuman teh hijau cap bandulan 180 ml. Harapan saya bisa memperkenalkan secara luas dengan cepat, aman dan menjangkau konsumen sebanyak mungkin.

5. Informasi Dari Mulut Ke Mulut (Getok Tular)

Setiap orang yang telah mengerti dan membeli produk minuman teh hijau cap bandulan 180 ml di perusahaan kami pasti akan menceritakan ke orang lain bahwa pernah membeli serta mencoba merasakan kelebihan / keunggulan produk dan pelayanan bagus. Dengan cara sederhana ini bisa meningkatkan jumlah pembeli dan memberi dampak serta kesan menarik, simpatik, melekat erat dihati orang-orang sekitar perusahaan.

6. Strategi Penjualan

Dalam Menerapkan Strategi Penjualan Perusahaan Teh Bandulan Jogja Mengedepankan:

1. Harga Kompetitif, Logis Dan Stabil

Dalam masalah harga maka perusahaan Teh Bandulan Jogja selalu kompetitif dan memperhatikan daya beli masyarakat sebagai konsumen dan calon konsumen minuman teh hijau cap bandulan 180 ml agar orang-orang tidak merasa berat dalam membeli baik dalam jumlah kecil maupun besar untuk menjaga pelanggan tetap setia menggunakan produk selamanya. Kami menerapkan 2 sistem penjualan yaitu tunai dan tunda/konsinyasi kepada konsumen dan calon konsumen. Untuk sistem pembayaran tunai biasanya kami terapkan di bengkel resmi sepeda motor Honda (AHASS), bengkel dan dealer resmi Nasmoco Toyota, penjual-penjual minuman dan snack, kantin-kantin sekolah. Sistem kedua saya menerapkan sistem penjualan konsinyasi / titip jual untuk konsumen yang berada di swalayan-swalayan dan toserba, sebagian kantin di sekolah, pengecer-pengecer minuman, dll.

2. Kualitas Produk Yang Tetap Menjaga Mutu

Untuk menjaga kualitas produk agar senantiasa bagus perusahaan Teh Bandulan Jogja selalu mensortir dengan teliti produk agar benar-benar layak dikonsumsi konsumen sebelum produk itu terjual / terkirim yaitu dengan melihat masa kadaluarsa / tanggal yang baik sebelum dikonsumsi jangan sampai melewati dari yang tercatat di kardus/ kemasan produk minuman teh hijau cap bandulan 180 ml. Menjaga produk aman dari kebocoran kemasan yang mengakibatkan rasa berubah, warna berbeda, bau menjadi kecut / asam, terlindungi kemasan produk dari panas sinar matahari langsung, menghindarkan produk dari bau sekitar yang tajam, menjaga jangan sampai kardus / kemasan peyok, lecet, terkelupas, terinjak, terhapus tulisan-tulisan, angka-angka dari pembacaan konsumen dan calon konsumen.

3. Pelayanan (Service) Yang Memuaskan

Perusahaan Teh Bandulan Jogja selalu menyapa konsumen dan calon konsumen minuman teh hijau cap bandulan 180 ml dengan ramah, lembut dan sopan baik langsung maupun melalui telepon sehingga pelanggan merasa nyaman dan dihargai, maka dengan cara seperti ini menunjukkan pelayanan yang selalu memuaskan demi menjaga mutu dan pelanggan tetap setia. Kami mempunyai kriteria untuk pelayanan yang memuaskan pelanggan yaitu :

- ✓ Menjaga disiplin yang baik seperti selalu tepat waktu (timelines) dan jumlah / kuantitas.
- ✓ Menjaga produk agar sampai ke konsumen dalam keadaan baik dan tidak cacat.
- ✓ Jujur dalam masalah harga dan jangan menipu pembeli.
- ✓ Penguasaan yang baik tentang pengetahuan produk (product knowledge).
- ✓ Memberikan bonus atau insentif jika ada pelanggan yang selalu order membeli dalam jumlah besar dan rutin.

- ✓ Tidak menjual produk lain yang sejenis selain minuman teh hijau cap bandulan 180 ml pada satu tempat yang sama.
- ✓ Jangan membuat pelanggan marah dan selalu dibuat kecewa karena masalah sepele.
- ✓ Taati perjanjian yang telah dibuat dan disepakati bersama dengan pelanggan.
- ✓ Jangan buat pelanggan ragu-ragu tentang produk yang ditawarkan dan dijual.
- ✓ Garansi terbesar bagi Kami adalah memberikan pelanggan merasa puas, nyaman, aman dan percaya.

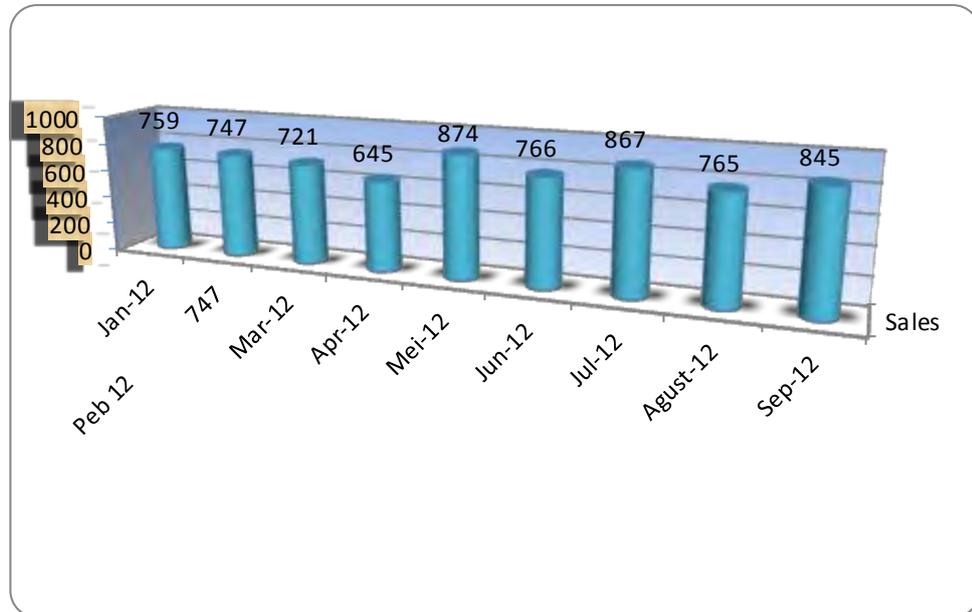
4. Bebas Biaya Kirim

Dalam mengantarkan atau mengirim produk teh hijau cap bandulan 180 ml kepada pelanggan maka kami menerapkan cara bebas biaya kirim sampai ketempat tujuan apabila melewati jalur darat / jalan raya di wilayah DIY dengan minimal order 10 dos. Untuk sementara ini belum melayani pengiriman produk ke luar daerah dengan pesawat terbang, kereta api, truk atau jasa pengiriman barang.

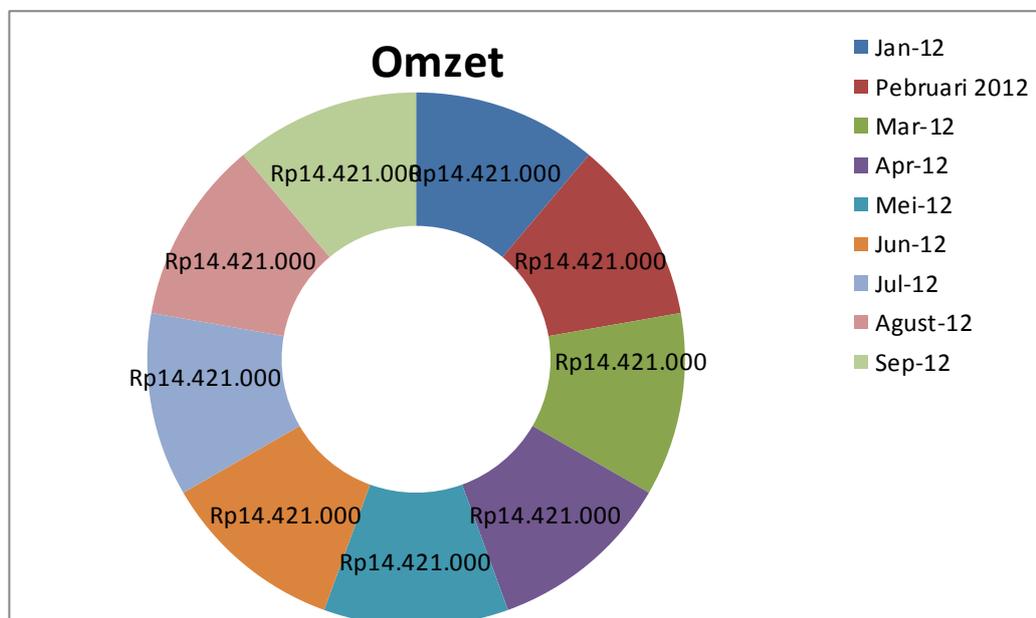
5. Garansi Produk Cacat / Rusak

Perusahaan Teh Bandulan Jogja menjamin dan mengganti yang baru produk minuman teh hijau cap bandulan 180 ml pada saat pengiriman dan penjualan kepada konsumen apabila terdeteksi kemasan rusak, bocor, penyok, lecet, cacat, tertukar dan hilang dengan produk yang baru tanpa membayar lagi.

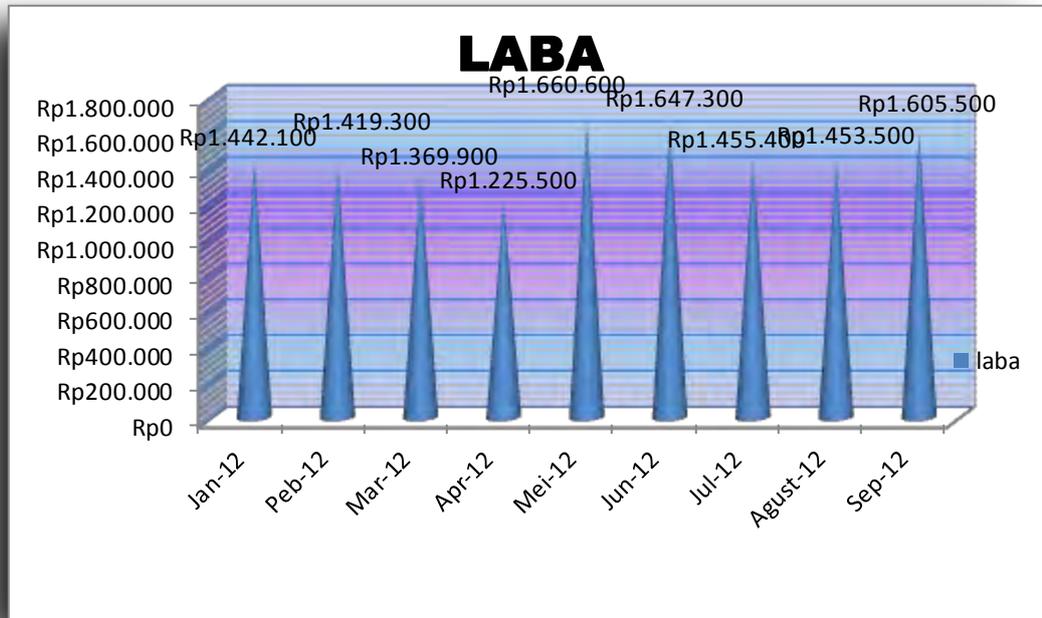
7. **Gambar Grafik Penjualan Minuman Teh Hijau Cap Bandulan 180 ml (Dalam Dos) Di Bulan Januari - September 2012**



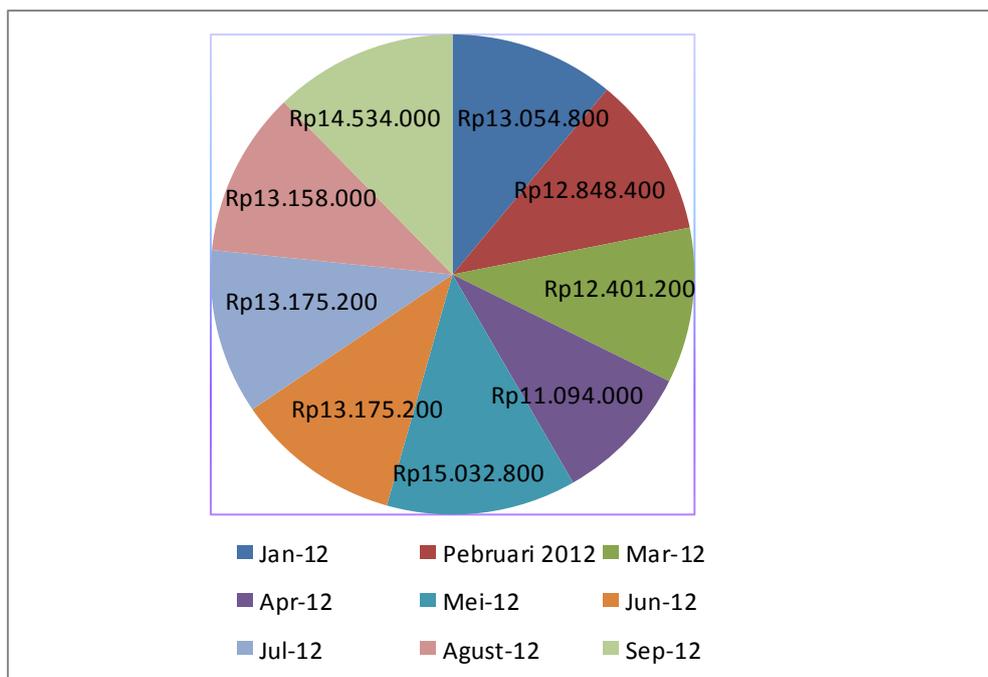
8. **Gambar Grafik Omzet Penjualan Minuman Teh Hijau Cap Bandulan 180 ml (Dalam Rupiah) Di Bulan Januari – September 2012**



9. Gambar Grafik Laba Penjualan Minuman Teh Hijau Cap Bandulan 180 ml (Dalam Rupiah) Di Bulan Januari – September 2012



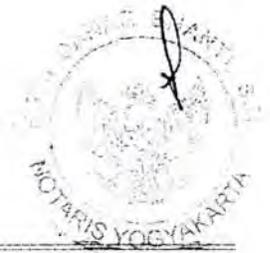
10. Gambar Grafik Modal Pembelian Minuman Teh Hijau Cap Bandulan 180 ml (Dalam Rupiah) Di Bulan Januari – September 2012



LAMPIRAN 4

BUKTI UKM MEMPEROLEH PEMBIAYAAN

**PERJANJIAN PINJAMAN
ANTARA
PT. JASA RAHARJA (PERSERO)
AMPYANG COKLAT KALESYA (SRIWIJAYA CAKE)**



Nomor A.17.1.1.05.00765

Yang bertanda tangan di bawah ini

1. PT. Jasa Raharja (Persero) kantor Cabang D I. Yogyakarta berkedudukan di Jln. Magelang No. & Yogyakarta, dalam hal ini di wakili oleh Sdr : H. Armanda, SE. MM, yang dalam hal ini kedudukan sebagai Kepala cabang disebut PIHAK PERTAMA
2. WIRAJAYA, SSn yang berkedudukan di REJOWINANGUN KGI/475 RT. 25. RW.08 Gg. Nogobondo 2 YOGYAKARTA dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama Ampyang Coklat KALESYA (SRIWIJAYA CAKE) disebut PIHAK KEDUA

**Pasal 1
PINJAMAN**

- (1) PIHAK PERTAMA dengan ini memberikan pinjaman sebesar Rp. 7.500.000,- (tujuh juta limaratus ribu rupiah) kepada PIHAK KEDUA sebagai mana PIHAK KEDUA telah menerima sejumlah tersebut dari PIHAK PERTAMA yang selanjutnya dipergunakan sesuai dengan kebutuhan untuk menjalankan kegiatan usaha yang dikelola.
- (2) Pinjaman tersebut pada ayat (1) hanya dapat digunakan untuk menjalankan kegiatan usaha yang dikelola dan tidak dapat untuk membayar hutang atau didepositokan atau kebutuhan lain diluar yang disebut ayat (1)

**Pasal 2
IMBALAN DAN PELUNASAN**

- (1) PIHAK KEDUA wajib membayar imbalan kepada PIHAK PERTAMA sebesar 6% pertahun secara flat untuk masa 1 tahun
- (2) Pokok pinjaman dan imbalan dibayar setiap bulan oleh PIHAK KEDUA kepada PIHAK PERTAMA rekening Pengusaha Kecil dan Koperasi PT. JASA RAHARJA (Persero) pada bank BNI *46 cabang UGM Yogyakarta dengan daftar sebagai berikut :

PERIODE BULAN	JUMLAH ANGSURAN/BULAN
Bulan Mar-2012 S/D Feb-2013	Rp. 662.500,-

Dengan No.Rekening : 0039234649



Pasal 3
DENDA DAN KETERLAMBATAN

- (1) Setiap keterlambatan pembayaran imbalan dan pengembalian pokok pinjaman dikenakan sebesar 1% (satu persen) sebulan dari jumlah imbalan dan atau pokok pinjaman yang terlambat dibayar.
- (2) Denda bisa diberi keringanan / pembebasan bila sebab keterlambatan membayar cicilan dapat diterima dan dimaklumi oleh PIHAK PERTAMA

Pasal 4
Jaminan Pinjaman

Guna menjamin pembayaran sebagaimana yang harus dilakukan PIHAK KEDUA berdasarkan perjanjian beserta perubahannya, penembahannya dan penggantinya, PIHAK KEDUA menyerahkan jaminan.

Pasal 5
LAPORAN BERKALA DAN PEMERIKSAAN

- (1) PIHAK PERTAMA wajib menyampaikan laporan berkala triwulwn kepada PIHAK PERTAMA sebagai bahan pembinaan selambat - lambatya tanggal 15 bulan berikut yang memuat perkembangan usaha berikut laporan keuanganya.
- (2) Laporan keuangan dimaksud memuat jumlah aktifa, hutang(kewajiban) dan modal pada akhir periode laporan serta penjualan dan biaya selama periode laporan brikut penjelasan hal-hal yang dianggap penting.
- (3) PIHAK PERTAMA setiap saat dapat melakukan pemeriksaan dan meminta keterangan yang diperlukan dalam rangka pembinaan. PIHAK KEDUA wajib memberikan keeluasaan pemeriksaan dan memberikan keterangan secara jujur kepada PIHAK PERTAMA
- (4) PIHAK KEDUA wajib memberikan laporan Khusus diluar yang disebut dalam ayat(1) sewaktu-waktu kepada PIHAK PERTAMA bila ada hal-hal yang ditandatangani atau dianggap perlu oleh PIHAK KEDUA.

PASAL 6
LAIN _ LAIN

- (1) Atas Perjanjian ini, baik mengenai pelaksanaanya, yang berlaku hukum perdata sebagai mana termaktub dalam kitab undang-undang hukum perdata Indonesia.
- (2) Pertikaian antara keduabelah pihak diselesaikan dengan musyawarah mufakat dan bila tidak tercapai kesepakatan dipilih Pengadilan Negri ditempat kedudukan (domisili) PIHAK PERTAMA

Perjanjian ini dibuat rangkap (2) dengan materai yang cukup dan ditandatangani oleh kedua belah pihak

Dibuat di : Yogyakarta
Tanggal : 20-Feb-2012

PIHAK KEDUA
AMPYANG KALESYA
(SRIWIJAYA CAKE)



Wirajaya.SSn
PEMILIK

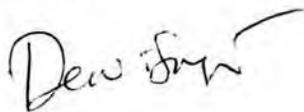
PIHAK PERTAMA

PT. JASA RAHARJA (Persero)
Cabang DI Yogyakarta



H. ARMANDA.SE.MM
Kepala Cabang

Mengetahui:

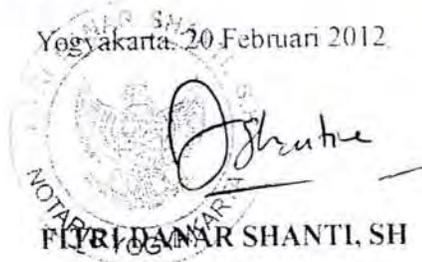


Dewi Rukmini
Isteri

Nomor : 328/DAFT/NOT-FDS/II/2012

Yang bertandatangan dibawah ini saya, FITRI DANAR SHANTY, SH Notaris, menerangkan dan menyatakan bahwa PERJANJIAN PINJAMAN ANTARA PT. JASA RAHARJA (PERSERO) DENGAN AMPYANG COKLAT KALESYA (SRIWIJAYA CAKE) ini telah diperlihatkan kepada saya Notaris, sesudah itu lalu didaftarkan dalam daftar khusus untuk surat-surat di kantor saya, Notaris pada tanggal dua puluh Februari dua ribu dua belas (20-02-2012)

Yogyakarta, 20 Februari 2012



FITRI DANAR SHANTI, SH

Kepada

Arief Hidayat / Republik Jamur

Kemirisewu RT 04/22 Sidorejo, Godean

SLEMAN

Perihal: **Proposal Usaha Program Penciptaan Wirausaha Baru Bank Indonesia Tahun 2012**

Menunjuk surat Saudara perihal tersebut di atas, bersama ini kami informasikan bahwa Kantor Pusat Bank Indonesia telah memutuskan besaran *seed capital* yang akan diberikan untuk mengembangkan usaha Saudara sebesar:

Rp20.000.000,- (*Dua puluh juta Rupiah*).

Bantuan dari Bank Indonesia diberikan dalam bentuk dana, melalui transfer ke rekening bank yang Saudara tunjuk.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, berdasarkan Peraturan Dewan Gubernur No.14/14/PDG/2012 tanggal 2 Oktober 2012 tentang Program Sosial Bank Indonesia, dan Surat Edaran No.14/44/INTERN tanggal 2 Oktober 2012 tentang Petunjuk Pelaksanaan Program Sosial Bank Indonesia, dalam rangka pencairan *seed capital* mohon bantuan Saudara untuk melengkapi persyaratan dokumen administrasi sebagai berikut:

1. Surat pengantar tagihan sekaligus penunjukan nomor rekening bank Saudara
2. *Copy* halaman pertama buku tabungan rekening yang ditunjuk,
3. Formulir identitas dan gambaran usaha lembaga Saudara (terlampir),
4. Kuitansi tanda terima sebanyak 2 rangkap yang salah satunya bermaterai cukup,
5. Surat pernyataan yang menyatakan bahwa bantuan yang diterima akan dipergunakan sebagaimana mestinya (contoh surat terlampir),
6. Bukti serah terima bantuan (contoh surat terlampir).

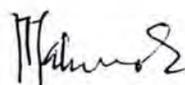
Persyaratan dokumen sebagaimana tersebut di atas diserahkan ke Kantor Perwakilan Bank Indonesia DIY **paling lambat** pada hari **Rabu, 19 Desember 2012 pukul 12.00 WIB**.

Sebagai bentuk pertanggungjawaban Saudara terkait penggunaan *seed capital* dimaksud, dalam jangka waktu maksimal 30 hari kalender setelah dana ditransfer ke rekening yang ditunjuk, Saudara wajib menyampaikan laporan penggunaan *seed capital* (berupa laporan pelaksanaan, dokumentasi kegiatan, dan/atau bukti pembelian barang) ke Kantor Perwakilan Bank Indonesia DIY.

Perlu kami informasikan bahwa surat ini beserta lampirannya merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan dan menjadi pedoman dalam merealisasikan program yang Saudara ajukan. Informasi lebih lanjut dapat menghubungi Unit Pemberdayaan Sektor Riil dan UMKM KPw BI DIY dengan Sdri. Ratih/ Sdri. Shirley, di nomor 0274-377755.

Demikian agar maklum, atas perhatian dan kerjasama Saudara kami ucapkan terimakasih.

**KEPALA PERWAKILAN BANK INDONESIA
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**



Mahdi Mahmudy
Direktur



PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk.

CABANG : UNIT DEPOK SLEMAN

UNIT : DEPOK SLEMAN

No. SKPP : B.224/3076/4/2013

No. Pangkal / CIF : H647830

SURAT PENGAKUAN HUTANG

Nomor : B.232/3076/4/2013

Untuk kepentingan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk sebagai Badan Hukum yang berkedudukan di Jakarta berdasarkan Anggaran Dasar Perseroan yang dimuat dalam Akta Nomor 51 tanggal 26 Mei 2008 yang dibuat di hadapan Fathiah Helmi, SH, Notaris di Jakarta dan telah diumumkan dalam Berita Negara RI Nomor 68 tanggal 25 Agustus 2009, Tambahan Nomor 23079.

Pada hari ini Senin tanggal dua puluh dua bulan April tahun dua ribu tiga belas (22/04/2013)

Yang bertandatangan dibawah ini :

1. Nama : HASTUTI SETYANINCRUM
Pemegang KTP No. : 34.04114607730002
Alamat : KARANGANYAR RT 01 RW 46
WEDOMARATANI KEL WEDOMARTANI/KEC.NGEMPLAK
Sleman, Kab. 55584
Pekerjaan : Wiraswasta
2. Nama : FIRDAUS
Pemegang KTP No. : 3471032606660002
Pekerjaan : Wiraswasta
Alamat : JL. MELATI WETAN 41 BACIRO YOGYAKARTA

dengan ini menggabungkan diri masing-masing untuk menanggung hutang sejumlah di bawah ini atau segala hutang yang akan timbul sehubungan dengan Surat Pengakuan Hutang ini, sehingga dengan demikian baik bersama-sama maupun sendiri-sendiri atau salah seorang saja menanggung segala hutang (hoofdelijk)², selanjutnya disebut YANG BERHUTANG, menyatakan mengaku berhutang kepada PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk Unit DEPOK SLEMAN selanjutnya disebut BANK, karena telah menerima uang sebagai pinjaman KUR Mikro sejumlah Rp.10,000,000.00 (sepuluh juta rupiah) menurut syarat-syarat dan ketentuan-ketentuan yang ditetapkan oleh BANK sebagaimana tersebut dibawah ini :

1 Diisi dengan nama, alamat dan pekerjaan dari YANG BERHUTANG

2 Dicoret kalima' 'dengan s/d segala hutang (hoofdelijk), 'apabila YANG BERHUTANG hanya 1 (satu) orang

3 Diisi sesuai dengan syarat keputusan oleh pemutus kredit

4 Dicoret apabila tidak terdapat agunan kredit dan asuransi kerugian atas agunan tersebut

5 Diisi dengan jenis agunan, pengikatan agunan dan form yang digunakan

6 Diisi sesuai dengan syarat keputusan kredit oleh pemutus kredit

7 Jika dapat menulis, YANG BERHUTANG harus menulis sendiri kalimat 'baik untuk sejumlah Rp (dengan huruf) ditambah dengan bunga dan ongkos-ongkos"

PENGGUNAAN PINJAMAN DAN BENTUK PINJAMAN

Pasal 1

1. YANG BERHUTANG mengaku telah menerima utang sebagai Pokok Pinjaman modal kerja/investasi dari BANK sebesar Rp. 10,000,000.00 (sepuluh juta Rupiah) dan dipergunakan untuk keperluan TAMBAH MODAL USAHA.
2. Bentuk Pinjaman adalah persekot *non annuitet (flat rate)*.

JANGKA WAKTU PINJAMAN DAN BUNGA

Pasal 2

1. Pokok pinjaman berikut bunganya harus dibayar kembali oleh YANG BERHUTANG kepada BANK dengan jangka waktu 36 (tiga puluh enam) bulan terhitung sejak tanggal ditandatanganinya Surat Pengakuan Hutang ini sehingga Pinjaman tersebut harus sudah dilunasi seluruhnya pada tanggal 22 bulan 04 tahun 2016
2. Atas pokok pinjaman tersebut dikenakan bunga sebesar 12.48% per tahun secara flat. Suku bunga pinjaman reviewable sesuai ketentuan yang berlaku.
3. Pokok Pinjaman berikut bunga harus dibayar kembali oleh YANG BERHUTANG tiap-tiap bulan. Angsuran tersebut harus dibayar selambat-lambatnya setiap tanggal 22 pada bulan angsuran yang bersangkutan. Dalam hal tanggal tersebut jatuh pada hari libur maka angsuran harus dibayar oleh YANG BERHUTANG pada hari kerja sebelumnya.
4. Apabila YANG BERHUTANG melunasi Pinjaman sebelum berakhirnya waktu pinjaman (pelunasan maju), maka atas pelunasan tersebut berlaku ketentuan ditetapkan oleh bank

SYARAT-SYARAT PENARIKAN PINJAMAN

Pasal 3

Penarikan pinjaman dapat dilaksanakan apabila: ³

¹ Diisi dengan nama, alamat dan pekerjaan dari YANG BERHUTANG

² Dicoret kalimat 'dengan s/d segala hutang (hoofdelijk), 'apabila YANG BERHUTANG hanya 1 (satu) orang

³ Diisi sesuai dengan syarat keputusan oleh pemutus kredit

⁴ Dicoret apabila tidak terdapat agunan kredit dan asuransi kerugian atas agunan tersebut

⁵ Diisi dengan jenis agunan, pengikatan agunan dan form yang digunakan

⁶ Diisi sesuai dengan syarat keputusan kredit oleh pemutus kredit

⁷ Jika dapat menulis, YANG BERHUTANG harus menulis sendiri kalimat "baik untuk sejumlah Rp (dengan huruf) ditambah dengan bunga dan ongkos-ongkos"

BIAYA - BIAYA
Pasal 4

Bea materai yang timbul sehubungan dengan pemberian pinjaman ini merupakan beban dan harus dibayar YANG BERHUTANG.

AGUNAN
Pasal 5

 Guna menjamin supaya pinjaman dibayar dengan semestinya serta untuk menjamin pembayaran lunas segala hutang YANG BERHUTANG kepada BANK berupa pokok pinjaman, bunga/ denda dan biaya-biaya lain yang timbul sehubungan dengan pengakuan hutang ini, maka YANG BERHUTANG memberikan agunan kepada BANK sebagaimana tersebut dibawah ini:⁵

JAMINAN TERHADAP PINJAMAN
Pasal 6

Untuk kepentingan BANK, BANK dapat menjamin pinjaman ini kepada perusahaan penjamin yang ditunjuk oleh BANK.

KEWAJIBAN LAIN YANG BERHUTANG
Pasal 7

YANG BERHUTANG berkewajiban untuk:⁶

PENGAWASAN DAN PEMERIKSAAN
Pasal 8

BANK berhak baik dilakukan sendiri atau dilakukan oleh pihak lain yang ditunjuk BANK dan atau YANG BERHUTANG wajib mematuhi untuk setiap waktu meminta keterangan dan melakukan pemeriksaan yang diperlukan BANK kepada YANG BERHUTANG dan/atau perusahaan.

1 Diisi dengan nama, alamat dan pekerjaan dari YANG BERHUTANG
2 Dicoret kalimat 'dengan s/d segala hutang (hoofdelijk), 'apabila YANG BERHUTANG hanya 1 (satu) orang
3 Diisi sesuai dengan syarat keputusan oleh pemutus kredit
4 Dicoret apabila tidak terdapat agunan kredit dan asuransi kerugian atas agunan tersebut
5 Diisi dengan jenis agunan, pengikatan agunan dan form yang digunakan
6 Diisi sesuai dengan syarat keputusan kredit oleh pemutus kredit
7 Jika dapat menulis, YANG BERHUTANG harus menulis sendiri kalimat 'baik untuk sejumlah Rp (dengan huruf) ditambah dengan bunga dan ongkos-ongkos")

PERNYATAAN Pasal 9

YANG BERHUBUNGAN dengan tegas menyatakan :

1. Bersedia memberikan setiap keterangan-keterangan dengan sebenar-benarnya yang diperlukan oleh BANK atau kuasanya dan tunduk kepada peraturan-peraturan yang telah ditetapkan oleh BANK terutama mengenai kebijakan pemberian pinjaman.
2. Bahwa pinjaman yang diterima dari BANK tersebut akan dipergunakan untuk keperluan-keperluan sebagaimana yang diuraikan dalam pasal 1 dan setiap waktu BANK berhak memeriksa penggunaan pinjaman dimaksud.
3. Bilamana pinjaman ternyata digunakan untuk keperluan lain, maka BANK berhak dengan seketika menagih pinjamannya dan YANG BERHUTANG diwajibkan tanpa menunda-menunda lagi membayar seluruh pinjamannya berupa pokok, bunga, denda, biaya-biaya dan kewajiban lainnya yang mungkin timbul dengan seketika dan sekaligus lunas.
4. Bilamana pinjaman tidak dibayar lunas pada waktu yang telah ditetapkan, BANK berhak untuk menjual seluruh jaminan sehubungan dengan pinjaman ini, baik secara dibawah tangan maupun dimuka umum, untuk dan atas permintaan BANK dan atas kerelaan sendiri tanpa paksaan YANG BERHUTANG dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya akan menyerahkan / mengosongkan barang jaminan sebagaimana tersebut dalam pasal 5 Surat Pengakuan Hutang ini.
5. Apabila pernyataan ayat 4 tersebut diatas tidak dilaksanakan dengan semestinya, maka atas biaya YANG BERHUTANG sendiri, pihak BANK dengan bantuan yang berwenang dapat melaksanakannya.
6. Bersedia membayar seluruh pokok pinjaman beserta bunga, denda dan ongkos - ongkos sampai pinjaman dinyatakan lunas oleh BANK.

DOMISILI Pasal 10

Tentang Surat Pengakuan Hutang ini dan segala akibatnya serta pelaksanaannya YANG BERHUTANG memilih tempat kedudukan hukum (domisili) yang tetap dan umum di Kantor Kepaniteraan Pengadilan Negeri SLEMAN dengan tidak mengurangi hak dan wewenangnya BANK untuk menuntut pelaksanaan/eksekusi atau mengajukan tuntutan hukum terhadap YANG BERHUTANG berdasarkan Surat Pengakuan Hutang ini melalui atau dihadapan Pengadilan-Pengadilan lainnya dimanapun juga di dalam wilayah Republik Indonesia.

1 Diisi dengan nama, alamat dan pekerjaan dari YANG BERHUTANG

2 Dicoret kalimat 'dengan s/d segala hutang (hoofdelijk), 'apabila YANG BERHUTANG hanya 1 (satu) orang

3 Diisi sesuai dengan syarat keputusan oleh pemutus kredit

4 Dicoret apabila tidak terdapat agunan kredit dan asuransi kerugian atas agunan tersebut

5 Diisi dengan jenis agunan, pengikatan agunan dan form yang digunakan

6 Diisi sesuai dengan syarat keputusan kredit oleh pemutus kredit

7 Jika dapat menulis, YANG BERHUTANG harus menulis sendiri kalimat 'baik untuk sejumlah Rp (dengan huruf) ditambah dengan bunga dan ongkos-ongkos")

KETENTUAN-KETENTUAN LAIN
Pasal 11

1. Kuasa-kuasa yang diberikan YANG BERHUTANG kepada BANK sehubungan pemberian pinjaman ini diberikan dengan hak substitusi dan tidak dapat ditarik kembali/diakhiri, baik oleh ketentuan Undang-Undang yang mengakhiri pemberian kuasa sebagaimana ditentukan dalam pasal 1813 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata maupun oleh sebab apapun juga, dan kuasa-kuasa tersebut merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari pemberian pinjaman ini yang tanpa adanya kuasa-kuasa tersebut Pengakuan Hutang ini tidak akan dibuat.
2. Segala sesuatu yang belum cukup diatur dalam pengakuan hutang ini yang oleh BANK diatur dalam surat menyurat dan kertas-kertas lain merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari Surat Pengakuan Hutang ini.
3. Terhadap surat pengakuan hutang ini segala akibat berlaku pula "SYARAT-SYARAT UMUM PERJANJIAN PINJAMAN DAN KREDIT PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK." Yang telah disetujui oleh YANG BERHUTANG dan mengikat YANG BERHUTANG serta merupakan suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dari surat pengakuan Hutang ini.
4. Surat Pengakuan Hutang ini mulai berlaku sejak ditandatangani.

Baik untuk sejumlah Rp 10.000.000,
(sepuluh juta rupiah) ditambah dengan
bunga dan ongkos-ongkos.

Ditandatangani di UNIT DEPOK SLEMAN

YANG BERHUTANG



HASTUTI
SETYANINGRUM

FIRDAUS

Menerima pengakuan,

Dari YANG MEMBERI HUTANG
BANK

ERNA SUPRIYANI

- 1 Diisi dengan nama, alamat dan pekerjaan dari YANG BERHUTANG
- 2 Dicoret kalimat 'dengan s/d segala hutang (hoofdelijk), 'apabila YANG BERHUTANG hanya 1 (satu) orang
- 3 Diisi sesuai dengan syarat keputusan oleh pemutus kredit
- 4 Dicoret apabila tidak terdapat agunan kredit dan asuransi kerugian atas agunan tersebut
- 5 Diisi dengan jenis agunan, pengikatan agunan dan form yang digunakan
- 6 Diisi sesuai dengan syarat keputusan kredit oleh pemutus kredit
- 7 Jika dapat menulis, YANG BERHUTANG harus menulis sendiri kalimat 'baik untuk sejumlah Rp (dengan huruf) ditambah dengan bunga dan ongkos-ongkos"

UD - 01 A

PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk.

Depok

Unit 3076

Kwitansi Pinjaman

3076-01

Nomor Rekening **3076-01-00 4096210-6**
 Hastuti Setyaningrum
 CPF: 40
 Fiduans
 Nomor Buku Besar
 Karatungaya Welunara

Unit: 40

Hastuti Setyaningrum

Karatungaya Welunara

Uraian angsuran paling lambat tanggal **12**

Nyenyuh Sieman

Penukusan

Budi S

Penitius

Etna Supriyani

Saya telah menerima ~~Rp. 10.000.000~~ pinjaman Kupedes Investasi/Modal kerja dari BRI ~~10.000.000~~ jangka waktu ~~36~~ **36** bulan. Sebesar Pokok Rp. ~~10.000.000~~ Angsuran Pokok Rp. ~~277.800~~ Bunga Rp. ~~341.000~~ Jumlah ~~Rp. 618.800~~ **Rp. 10.000.000**

Terbilang :

Signer

Checker

Maker

Sieman

12 APR

Tanda Tangan / Cap Jempol

Materai,

Hastuti Setyaningrum

Fiduans

Transaksi Tanggal	No.	Jumlah	Paraf P. buku	Paraf P. was
	10/000000			

BS

3076 3076051 4003 217 22/04/2013 15:05:27
 3076-01-011683-5314 HASSTUTI SETYANINGRUM IDR 10.000.000.00 C
 3076-01-004878-10 HASSTUTI SETYANINGRUM IDR 10.000.000.00 C

PERJANJIAN PINJAM MEMINJAM KEMITRAAN

Antara

PT. ANGKASA PURA I (PERSERO)
BANDAR UDARA ADISUTJIPTO YOGYAKARTA

Dengan

LELE OBAMA

NOMOR : AP.I 941 /KU.12/2012/GMI-B

Perjanjian Pinjam Meminjam Kemitraan dibuat dan ditandatangani pada hari Kamis, tanggal dua puluh empat bulan Mei tahun dua ribu dua belas (24-05-2012) di Yogyakarta antara :—

- I. **PT. ANGKASA PURA I (PERSERO)**, merupakan Badan Usaha Milik Negara yang didirikan berdasarkan Hukum Republik Indonesia, berkedudukan di Jakarta, berkantor pusat di Kota Baru Bandar Kemayoran Blok B.12, Kaveling Nomor 2 Jakarta Pusat 10610, yang anggaran dasar dan perubahannya telah disahkan dan diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia Nomor 52 tanggal 29 Juni 1993 dengan tambahan Berita Negara Republik Indonesia Nomor 2914/1993 dengan perubahan terakhir termuat dalam Berita Negara Republik Indonesia Nomor 89 tanggal 04 Nopember 2008, dengan tambahan Berita Negara Republik Indonesia Nomor 22475/2008 dan Akta Nomor 34 tanggal 27 Agustus 2009 yang dibuat di hadapan P. Suandi Halim, Sarjana Hukum, Notaris di Jakarta, dan perubahan terakhir termuat dalam Akta Notaris Nomor 02 tanggal 16 Agustus 2010, dalam hal ini diwakili oleh **AGUS ADRIYANTO**, bertindak selaku General Manager PT. ANGKASA PURA I (PERSERO) Kantor Cabang Bandar Udara Adisutjipto Yogyakarta, selanjutnya disebut **PIHAK PERTAMA**.—
- II. **LELE OBAMA**, merupakan Usaha Kecil dan Menengah yang bergerak di bidang Perikanan, berkedudukan di Sleman beralamat di Sidorejo, Demangan, Rukun Tetangga 05, Rukun Warga 02, Kelurahan Selomartani, Kecamatan Kalasan, Kabupaten Sleman yang dalam hal ini diwakili oleh **RR. SRI HARTIWI**, pemegang Kartu Tanda Penduduk Nomor bertindak selaku Pemilik **LELE OBAMA**, dari dan oleh karena itu bertindak sah untuk dan atas nama Usaha Kecil dan Menengah tersebut, selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA**.—

Terlebih dahulu **PIHAK PERTAMA** dan **PIHAK KEDUA**, yang selanjutnya disebut **PARA PIHAK** menerangkan sebagai berikut :—

- a. Bahwa **PIHAK PERTAMA** dalam kedudukannya sebagai Badan Usaha Milik Negara mempunyai fungsi dan kewenangan dalam hal Pembinaan Lingkungan sebagai bagian dari Pertanggungjawaban Sosial Korporasi, diwajibkan untuk melaksanakan

- program kemitraan dalam bentuk penyaluran dana pinjaman pengembangan kegiatan usaha.-----
- b. Bahwa Program Kemitraan sebagaimana tersebut pada huruf a di atas bertujuan untuk mendorong lahirnya kegiatan-kegiatan usaha yang berdampak pada perbaikan kondisi perekonomian masyarakat serta mewujudkan Usaha Kecil dan Menengah yang berdaya saing kuat dan produktif.-----
 - c. Bahwa PIHAK KEDUA dalam kedudukannya sebagai Usaha Kecil dan Menengah berperan aktif dalam upaya meningkatkan kondisi perekonomian masyarakat dengan melakukan kegiatan usaha industri kerajinan batik yang mendorong terciptanya lapangan kerja.-----
 - d. Bahwa PIHAK PERTAMA memandang perlu untuk melakukan pembinaan dengan mengikutsertakan dalam program pembinaan PIHAK PERTAMA dengan menyalurkan bantuan dana pinjaman modal usaha kepada PIHAK KEDUA.-----

Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tersebut di atas, PARA PIHAK sepakat mengadakan perjanjian pinjam meminjam kemitraan dalam bentuk bantuan dana modal usaha dengan ketentuan dan syarat-syarat sebagai berikut :-----

Pasal 1

DASAR PERJANJIAN

Sebagai dasar dibuatnya Perjanjian ini adalah sebagai berikut :-----

- a. Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor : PER-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.-----
- b. Surat Keputusan Direksi PT. Angkasa Pura I (Persero) Nomor: SKEP.30/KP.07.02/2009. Tanggal 20 Januari 2009 Tentang Pengangkatan Kolonel Agus Adriyanto Sebagai General Manager Kantor Cabang PT Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Adisutjipto, Yogyakarta.-----
- c. Keputusan Direksi PT. Angkasa Pura I (Persero) Nomor : KEP 36/OM.01/2010 tanggal 07 Juni 2010 Tentang Organisasi Dan Tata Kerja Kantor Cabang PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Adisutjipto Yogyakarta.-----
- d. Keputusan Direksi PT. Angkasa Pura I (Persero) Nomor : KEP. 42/KU.13/2010 tanggal 11 Juni 2010 tentang Petunjuk Pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT. Angkasa Pura I (Persero).-----
- e. Berita Acara Pembahasan Rencana Penyaluran Pinjaman Kemitraan Tahap I tahun 2012 tanggal 20 April 2012.-----
- f. Surat Permohonan Bantuan Pembinaan kepada PT. Angkasa Pura I (Persero) oleh PIHAK KEDUA -----

- g. Surat Direktur Keuangan PT. Angkasa 1 (Persero) Nomor : 1283/AP.I/2012 tanggal 08 Mei 2012 perihal Penyaluran Dana Pinjaman Program Kemitraan Tahap I Tahun 2012.-----

Pasal 2

DEFINISI

Kecuali makna kalimat menentukan lain, maka perkataan-perkataan berikut yang diawali dengan huruf besar yang digunakan dalam Perjanjian ini mempunyai makna/arti sebagai berikut :-----

- a. "Perjanjian" adalah suatu Perbuatan Hukum dimana PIHAK PERTAMA mengikatkan diri untuk memberikan pinjaman dana untuk modal usaha kepada PIHAK KEDUA dan PIHAK KEDUA menerima pinjaman tersebut dari PIHAK PERTAMA.-----
- b. "Pinjaman" adalah sejumlah dana yang diserahkan kepada PIHAK KEDUA dengan melekatkan kewajiban untuk mengembalikan dana tersebut secara berangsur-angsur yang dipergunakan untuk modal usaha PIHAK KEDUA sebagaimana diatur dalam Perjanjian ini.-----
- c. "Modal Usaha" adalah dana yang dipergunakan untuk menjalankan kegiatan usaha PIHAK KEDUA.-----
- d. "Jasa Administrasi Pinjaman" adalah besaran biaya yang wajib dibayarkan oleh PIHAK KEDUA diluar pokok pinjaman sebagaimana diatur dalam Perjanjian ini.-----

Pasal 3

POKOK-POKOK PERJANJIAN

- (1) PIHAK PERTAMA dalam Perjanjian ini memberikan Pinjaman lunak kepada PIHAK KEDUA berupa sejumlah uang tunai sebesar Rp.10.000.000,- (Sepuluh juta Rupiah) dan PIHAK KEDUA mengakui telah menerima Pinjaman tersebut dari PIHAK PERTAMA.-----
- (2) PIHAK KEDUA dengan iktikad baik dan penuh rasa tanggung jawab akan melaksanakan setiap kewajiban dan atau prestasi yang melekat atas pinjaman tersebut kepada PIHAK PERTAMA sebagaimana diatur dalam Perjanjian ini.-----
- (3) Apabila PIHAK KEDUA lalai dalam melaksanakan kewajiban dan atau prestasi sebagaimana tersebut pada ayat (2) di atas akan dikenakan sanksi.-----

Pasal 4

JASA ADMINISTRASI PINJAMAN

- (1) PIHAK KEDUA dalam Perjanjian ini dikenakan beban Jasa Administrasi Pinjaman secara tetap sebesar 6% (enam Persen) per tahun dari Pokok Pinjaman sebagaimana tersebut pada Pasal 3 ayat (1) Perjanjian ini.-----
- (2) Jasa Administrasi Pinjaman sebagaimana tersebut pada ayat (1) di atas merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dari Pinjaman, atau dengan kata lain tiada penghalang untuk melepaskan kewajiban tersebut kepada PIHAK KEDUA.-----

Pasal 5

JANGKA WAKTU PINJAMAN DAN CARA PELUNASANNYA

- (1) Jangka waktu pengembalian Pinjaman dalam Perjanjian ini selama 2 (dua) tahun terhitung mulai tanggal 24 Mei 2012 dan karenanya akan berakhir pada tanggal 24 Juni 2014.-----
- (2) Jatuh tempo pembayaran angsuran setiap bulan dalam Perjanjian ini adalah setiap tanggal 24 bulan berikutnya.-----
- (3) PIHAK KEDUA dalam Perjanjian ini diberikan masa tenggang pembayaran angsuran selama 1 (satu) bulan sehingga dengan demikian pembayaran angsuran pertama Pinjaman tersebut dilaksanakan selambat-lambatnya pada tanggal 24 Juli 2012.-----
- (4) Pengembalian Pinjaman dilaksanakan secara berangsur-angsur setiap bulan sebesar Rp.466.667,- (Empat ratus enam puluh enam ribu enam ratus enam puluh tujuh rupiah) sudah termasuk Jasa Administrasi Pinjaman.-----
- (5) Pembayaran angsuran Pinjaman sebagaimana tersebut pada ayat (4) di atas, dilakukan secara auto debet atau pemotongan langsung dari rekening PIHAK KEDUA dan kemudian dipindahbukukan ke rekening Dana Kemitraan PIHAK PERTAMA oleh petugas dari Bank yang ditunjuk oleh PIHAK PERTAMA.-----
- (6) Apabila saldo yang tersedia di rekening PIHAK KEDUA tidak mencukupi, maka pembayaran angsuran Pinjaman dilakukan secara langsung oleh PIHAK KEDUA melalui rekening PIHAK PERTAMA.-----
- (7) PIHAK PERTAMA dalam hal ini dan untuk kepentingan pembayaran angsuran Pinjaman PIHAK KEDUA telah menunjuk Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Yogyakarta dengan Nomor Rekening 0029.01.000380.30.1.-----

- (8) Apabila selama Jangka waktu yang telah ditentukan sebagaimana tersebut pada ayat (1) di atas, PIHAK KEDUA telah melaksanakan kewajiban pembayaran Pinjaman secara keseluruhan, maka PIHAK PERTAMA akan menerbitkan Surat Tanda Telah Melunasi Pinjaman Lunak dan akan menyerahkan kembali Surat-surat berharga dan atau barang yang dijadikan agunan atau Jaminan Pinjaman milik PIHAK KEDUA.-----

Pasal 6

PENGGUNAAN PINJAMAN

- (1) PIHAK KEDUA akan mempergunakan Pinjaman sebagaimana tersebut pada Pasal 3 ayat (1) di atas sebagai modal kerja dan atau investasi pengadaan barang-barang modal dalam rangka meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri.-----
- (2) Apabila berdasarkan evaluasi PIHAK PERTAMA Penggunaan Pinjaman tidak sesuai sebagaimana ketentuan dalam ayat (1) di atas, maka PIHAK PERTAMA dapat menarik kembali Pinjaman tersebut dan atas Perjanjian ini dinyatakan berakhir.-----
- (3) Dalam hal terjadi sebagaimana tersebut pada ayat (2) di atas, PIHAK PERTAMA akan memberitahukan secara tertulis kepada PIHAK KEDUA dan sekaligus memberikan penjelasan teknis pengembalian Pinjaman secara utuh oleh PIHAK KEDUA.-----

Pasal 7

SANKSI DAN DENDA KETERLAMBATAN PEMBAYARAN ANGSURAN PINJAMAN

Apabila PIHAK KEDUA dalam pembayaran angsuran mengalami keterlambatan sebagaimana waktu yang telah ditentukan dalam Pasal 5 ayat (2) di atas, maka PIHAK KEDUA akan dikenakan sanksi dengan tahapan sebagai berikut :-----

- a. PIHAK KEDUA dapat dikenakan sanksi berupa teguran lisan oleh PIHAK PERTAMA apabila keterlambatan atas pembayaran angsuran Pinjaman selama 7 (tujuh) hari kalender terhitung setelah Jatuh tempo pembayaran angsuran.-----
- b. PIHAK KEDUA dapat dikenakan sanksi berupa teguran tertulis pertama oleh PIHAK PERTAMA apabila keterlambatan atas pembayaran angsuran Pinjaman selama 1 (satu) bulan terhitung setelah teguran lisan diberikan.-----
- c. PIHAK KEDUA dapat dikenakan sanksi berupa teguran tertulis kedua oleh PIHAK PERTAMA apabila keterlambatan atas pembayaran angsuran Pinjaman selama 1 (satu) bulan terhitung setelah teguran pertama diberikan.-----
- d. PIHAK KEDUA dapat dikenakan sanksi berupa teguran tertulis ketiga oleh PIHAK PERTAMA apabila keterlambatan atas pembayaran angsuran Pinjaman selama 1 (satu) bulan terhitung setelah teguran kedua diberikan dan akan menjadi bahan pertimbangan oleh PIHAK PERTAMA untuk mengikutkan kembali PIHAK KEDUA dalam program pembinaan usaha kecil yang dilakukan oleh PIHAK PERTAMA.-----

Pasal 8

HAK DAN KEWAJIBAN PIHAK PERTAMA

- (1) HAK PIHAK PERTAMA.-----
- a. Menerima pembayaran angsuran Pinjaman setiap bulan secara tepat waktu yang diserahkan oleh PIHAK KEDUA sebagai bagian dari pelaksanaan prestasi dan atau kewajiban dari PIHAK KEDUA.-----
 - b. Memberikan teguran-teguran baik lisan maupun tertulis kepada PIHAK KEDUA dalam hal PIHAK KEDUA lalai melaksanakan prestasi dan atau kewajibannya.----
 - c. Memberikan sanksi atas kelalaian dalam pemenuhan prestasi dan atau kewajiban oleh PIHAK KEDUA sebagaimana diatur dalam Perjanjian ini.-----
 - d. Mengawasi, mengontrol dan memberikan saran serta himbauan yang diperlukan atas kegiatan usaha yang dilakukan oleh PIHAK KEDUA.-----
 - e. Melakukan kegiatan pembinaan kepada PIHAK KEDUA.-----
 - f. Meminta kembali Pinjaman kepada PIHAK KEDUA dalam hal terjadi wan prestasi yang disengaja oleh PIHAK KEDUA.-----
- (2) KEWAJIBAN PIHAK PERTAMA.-----
- a. Memberikan Pinjaman kepada PIHAK KEDUA berupa sejumlah uang tunai sebagaimana diatur dalam Pasal 3 ayat (1) Perjanjian ini.-----
 - b. Menerbitkan Surat Tanda Telah Melunasi Pinjaman dari PIHAK PERTAMA apabila Pinjaman tersebut telah dilunasi oleh PIHAK KEDUA.-----
 - c. Menyerahkan surat-surat berharga dan atau barang yang menjadi Jaminan Pinjaman milik PIHAK KEDUA apabila Pinjaman tersebut telah dilunasi oleh PIHAK KEDUA.-----

Pasal 9

HAK DAN KEWAJIBAN PIHAK KEDUA

- (1) HAK PIHAK KEDUA-----
- a. Memperoleh Pinjaman sebagaimana tersebut pada Pasal 3 ayat (1) Perjanjian ini dari PIHAK PERTAMA.-----
 - b. Menggunakan Pinjaman tersebut sebagaimana disebut dalam Pasal 6 Perjanjian ini.-----

- c. Memperoleh Pembinaan yang dilakukan oleh PIHAK PERTAMA yang bertujuan untuk peningkatan produktifitas kegiatan usaha.-----
 - d. Memperoleh Surat Tanda Telah Melunasi Pinjaman dari PIHAK PERTAMA apabila Pinjaman tersebut telah dilunasi oleh PIHAK KEDUA.-----
 - e. Menerima surat-surat berharga dan atau barang yang menjadi Jaminan Pinjaman secara tepat waktu yang diserahkan oleh PIHAK PERTAMA apabila Pinjaman telah dilunasi oleh PIHAK KEDUA.-----
- (2) KEWAJIBAN PIHAK KEDUA-----
- a. Menyerahkan Jaminan atau agunan Pinjaman kepada PIHAK PERTAMA.-----
 - b. Membayar angsuran Pinjaman setiap bulan secara tepat waktu sebagaimana diatur dalam Pasal 5 ayat (2) Perjanjian ini.-----
 - c. Menyampaikan laporan perkembangan kegiatan usaha secara periodik kepada PIHAK PERTAMA minimal 1 (satu) kali dalam setahun.-----
 - d. Memberitahukan secara tertulis setiap terjadi pergantian dan atau perubahan kepemilikan usaha yang bertanggung jawab atas kewajiban terhadap PIHAK PERTAMA.-----

Pasal 10

BERAKHIRNYA PERJANJIAN

Perjanjian Pinjam Meminjam ini berakhir apabila -----

- a. PIHAK KEDUA telah melunasi seluruh Pinjaman dan Jasa Administrasi Pinjaman sebagaimana ketentuan dalam Perjanjian ini.-----
- b. PIHAK KEDUA mempergunakan Pinjaman tidak sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Perjanjian ini, dan atas kondisi yang demikian PIHAK KEDUA tetap diwajibkan untuk mengembalikan seluruh Pinjaman kepada PIHAK PERTAMA.-----

Pasal 11

FORCE MAJEURE

- (1) Apabila terjadi peristiwa-peristiwa diluar kemampuan PARA PIHAK pada umumnya untuk mengatasinya atau merupakan *Force Majeure*, sehingga mengakibatkan tertunda, terhambat dan terhalangnya pihak yang terkena untuk melaksanakan kewajiban-kewajibannya, maka pihak yang mengalaminya diwajibkan untuk memberitahukan secara tertulis kepada pihak lain dalam waktu 3 x 24 jam setelah terjadinya peristiwa itu untuk mendapatkan pertimbangan pihak lain. -----

- (2) Peristiwa-peristiwa yang dianggap *force majeure* adalah perang, pemberontakan, pemogokan, kerusuhan, gempa bumi, taufan, banjir atau keadaan cuaca buruk, ledakan, kebakaran, petir, huru-hara, blokade, epidemik, bencana-bencana alam lainnya.-----
- (3) Dalam hal terjadi *force majeure*, maka PARA PIHAK sepakat untuk merundingkan kembali hak dan kewajiban masing-masing dengan tujuan untuk melanjutkan Perjanjian ini. Selama belum tercapai kesepakatan mengenai perjanjian yang baru tersebut, maka ketentuan dalam Perjanjian ini tetap berlaku sepanjang mengenai bagian Ruangan yang tidak terkena *force majeure*.-----

Pasal 12

BEA MATERAI DAN PAJAK-PAJAK

- (1) Bea materai untuk mengadakan Perjanjian ini sepenuhnya menjadi beban dan tanggung jawab PIHAK KEDUA.-----
- (2) Segala jenis pajak dan atau retribusi lainnya yang timbul sebagai akibat adanya Perjanjian ini sepenuhnya menjadi beban dan tanggung jawab PIHAK KEDUA sesuai peraturan yang berlaku.-----

Pasal 13

PENYELESAIAN PERSELISIHAN

- (1) Setiap perselisihan/persoalan yang timbul sehubungan dengan Perjanjian ini untuk pertama sekali akan diselesaikan oleh PARA PIHAK secara musyawarah untuk mufakat.-----
- (2) Apabila ternyata setelah diadakan musyawarah untuk mencapai mufakat tidak dicapai kata sepakat, maka PARA PIHAK sepakat menunjuk Pengadilan Negeri Sleman untuk menyelesaikan perselisihan PARA PIHAK.-----

Pasal 14

PERUBAHAN

Perjanjian ini dapat diubah dan/atau ditambah atas kesepakatan PARA PIHAK dan dituangkan dalam *Addendum* yang merupakan bagian yang mengikat dan tidak dapat dipisahkan dengan Perjanjian ini.-----

Pasal 15

LAIN-LAIN

- (1) Dalam hal kepentingan penyerahan Pinjaman, maka Perjanjian Pinjam Meminjam ini dapat dipergunakan sebagai tanda terima.-----

- (2) Lampiran-lampiran dan Berita Acara-Berita Acara yang disebutkan dalam Perjanjian ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Perjanjian ini.-----
- (3) Apabila PIHAK KEDUA meninggal dunia sedangkan Pinjaman belum seluruhnya dilunasi, maka kuasa PIHAK KEDUA dalam hal ini isteri atau suami atau anggota keluarga lain yang sah berkewajiban untuk memberikan keterangan tertulis yang menyatakan adanya peralihan tanggung jawab terhadap PIHAK PERTAMA untuk membayar kekurangan dari Pinjaman tersebut selambat-lambat 7 (tujuh) hari kalender terhitung setelah PIHAK KEDUA dinyatakan secara resmi meninggal dunia.-----

Pasal 16

PEMBERITAHUAN

- (1) Semua surat dan/atau pemberitahuan sehubungan dengan Perjanjian ini yang ditujukan kepada PIHAK PERTAMA harus diberikan kepada PIHAK PERTAMA dengan menerima bukti penerimaan yang sah atau dikirimkan dengan surat tercatat ke alamat PIHAK PERTAMA.-----
- (2) Untuk kelancaran pelaksanaan Perjanjian ini, semua surat menyurat atau pengiriman berita melalui telepon/faksimile kepada masing-masing pihak dipergunakan alamat sebagai berikut :-----
- a. Untuk PIHAK PERTAMA ditujukan kepada:-----
- GENERAL MANAGER-----
PT. ANGKASA PURA I (PERSERO)-----
Bandar Udara Adisutjipto Yogyakarta-----
Telepon : (0274) 489466-----
Faksimile : (0274) 488155-----
- b. Untuk PIHAK KEDUA ditujukan kepada:-----
- PEMILIK-----
LELE OBAMA-----
Alamat : Sidorejo, Demangan, Rukun Tetangga 05, Rukun Warga 02,-----
Kelurahan Selomartani, Kecamatan Kalasan, Kabupaten Sleman-----
Telepon : 02742640287-----
- (3) Perubahan alamat oleh PARA PIHAK harus diberitahukan secara tertulis 30 (tiga puluh) hari kalender sebelumnya kepada pihak lainnya dan apabila tidak ada pemberitahuan maka alamat sebagaimana tersebut di atas secara hukum adalah alamat yang sah dan berlaku.-----

Pasal 17

PENUTUP

PARA PIHAK menegaskan dan memberlakukan Perjanjian ini, yang dibuat rangkap 2 (dua) masing-masing bermaterai cukup yang semuanya mempunyai kekuatan Hukum yang sama, 1 (satu) rangkap untuk PIHAK PERTAMA dan 1 (satu) rangkap untuk PIHAK KEDUA, sejak hari dan tanggal sebagaimana tersebut pada awal Perjanjian ini dan telah ditandatangani PARA PIHAK yang mempunyai wewenang untuk itu tanpa adanya paksaan dan atau tekanan dari pihak manapun dan dalam bentuk yang bagaimanapun.-----



LAMPIRAN PERJANJIAN NO : 97/ /KU.12/2012/GMI-B TANGGAL : 24 MEI 2012
 JADWAL PEMBAYARAN POKOK DAN BUNGA PINJAMAN
 PROGRAM KEMITRAAN DAN BINA LINGKUNGAN (PKBL)
 PT. ANGKASA PURA I (PERSERO)

1. Nama Perusahaan : LELE OBAMA
 Alamat Perusahaan : SIDOREJO, RT 05/RW 32 SELOMARTANI, KALASAN,SLEMAN
 2. Bentuk Badan Hukum :
 3. Jumlah Pinjaman (Rp) : Rp 10,000,000
 4. Jasa Administrasi Pinjaman : 6%
 5. Jumlah jasa Adm. Pinjaman (Rp) : Rp 1,200,000
 6. Jumlah Pokok + jasa Adm. Pinjaman (Rp) : Rp 11,200,000
 7. Nomor Perjanjian : /KU.12/2012/GMI-B TANGGAL 24 MEI 2012
 8. Jangka Waktu Pinjaman : 2 TH
 Terhitung Tanggal : 24 MEI 2012
 Jatuh Tempo Tanggal : 24 JUNI 2014
 9. Masa Tenggang (Grace Period) : 1 (SATU) BULAN
 10. Cara Pembayaran : TUNAI / TRANSFER
 11. Tempat Pembayaran : BRI KEMITRAAN NO REKENING : 0029-01-000380-30-1
 PT. ANGKASA PURA I (PERSERO) YOGYAKARTA

NO	JADWAL PEMBAYARAN ANGSURAN	ANGSURAN POKOK	ANGSURAN BUNGA	TOTAL ANGSURAN	SALDO PINJAMAN
1	24-Jul-2012	416,667	50,000	466,667	10,733,333
2	24-Aug-2012	416,667	50,000	466,667	10,266,667
3	24-Sep-2012	416,667	50,000	466,667	9,800,000
4	24-Oct-2012	416,667	50,000	466,667	9,333,333
5	24-Nov-2012	416,667	50,000	466,667	8,866,667
6	24-Dec-2012	416,667	50,000	466,667	8,400,000
7	24-Jan-2013	416,667	50,000	466,667	7,933,333
8	24-Feb-2013	416,667	50,000	466,667	7,466,667
9	24-Mar-2013	416,667	50,000	466,667	7,000,000
10	24-Apr-2013	416,667	50,000	466,667	6,533,333
11	24-May-2013	416,667	50,000	466,667	6,066,667
12	24-Jun-2013	416,667	50,000	466,667	5,600,000
13	24-Jul-2013	416,667	50,000	466,667	5,133,333
14	24-Aug-2013	416,667	50,000	466,667	4,666,667
15	24-Sep-2013	416,667	50,000	466,667	4,200,000
16	24-Oct-2013	416,667	50,000	466,667	3,733,333
17	24-Nov-2013	416,667	50,000	466,667	3,266,667
18	24-Dec-2013	416,667	50,000	466,667	2,800,000
19	24-Jan-2014	416,667	50,000	466,667	2,333,333
20	24-Feb-2014	416,667	50,000	466,667	1,866,667
21	24-Mar-2014	416,667	50,000	466,667	1,400,000
22	24-Apr-2014	416,667	50,000	466,667	933,333
23	24-May-2014	416,667	50,000	466,667	466,667
24	24-Jun-2014	416,667	50,000	466,667	0
		10,000,000	1,200,000	11,200,000	

PENANGGUNG JAWAB USAHA

RR.SRI HARTIWI

PT. ANGKASA PURA I (PERSERO)
 BANDARA ADISUTJIPTO
 GENERAL MANAGER

AngkasaPura | A
 BANDARA ADISUTJIPTO
 AGUS ADRIYANTO

BERITA ACARA PENERIMAAN JAMINAN PINJAMAN

Pada hari ini Rabu, tanggal dua puluh tiga bulan April tahun dua ribu dua belas. Yang bertanda tangan dibawah ini :

(u a i) / z

1. Nama : JON HENDRI
Jabatan : Assisten Manager PKBL Angkasa Pura 1 (Persero)
Bandara Int'l Adisutjipto Yogyakarta.
Nama : IKE YUTIANE P
Jabatan : Staf PKBL
Bandara Int'l Adisutjipto Yogyakarta
Alamat : Jl. Solo Km 9 Bandara Int'l Adisutjipto
Yogyakarta.
Selanjutnya disebut **PIHAK PERTAMA**.

2. Nama : SRI HARTIWI
Jabatan : Pimpinan LELE OBAMA
Alamat : Sidorejo Demangan RT 005 RW 002 Selomartani Kalasan Sleman
Selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA**

Selanjutnya PIHAK PERTAMA menyatakan sebagai berikut :

- PIHAK KEDUA telah menyerahkan Surat Jaminan Pinjaman kepada PIHAK PERTAMA berupa BPKB Motor sebagai berikut :

Nama Pemilik (BPKB) : HERY Purnomo
Nomor Polisi : AB 2437 HZ
Merk : HONDA
Type / tahun : 1997
Jenis : SPD MOTOR
Model : SEPEDA MOTOR SOLO
Nomor Rangka : MH1NFG00VVK700208
Nomor Mesin : NFGE1699778
Warna : HITAM

Nama Pemilik (BPKB) : PAIDI
Nomor Polisi : AB 1947 FE
Merk : ZUZUKI ST 100
Type / tahun : 1985
Jenis :
Model :
Nomor Rangka : F10A.ID.110682
Nomor Mesin :
Warna : BIRU KOMBINASI

- PIHAK PERTAMA telah menerima Surat Jaminan berupa BPKB motor dari PIHAK KEDUA.

PERJANJIAN PINJAM MEMINJAM KEMITRAAN

Antara

PT. ANGKASA PURA I (PERSERO)
BANDAR UDARA ADISUTJIPTO YOGYAKARTA

Dengan *

RUMAH OLAHAN IKAN ALIF

NOMOR : AP.I *306* /KU.12/2013/GMI-B

Perjanjian Pinjam Meminjam Kemitraan dibuat dan ditandatangani pada hari ini, Selasa, tanggal sembilan belas, bulan Februari, tahun dua ribu tiga belas (19-02-2013) di Yogyakarta antara :-----

- I. **PT. ANGKASA PURA I (PERSERO)**, merupakan Badan Usaha Milik Negara yang didirikan berdasarkan Hukum Republik Indonesia, berkedudukan di Jakarta, berkantor pusat di Kota Baru Bandar Kemayoran Blok B.12, Kaveling Nomor 2 Jakarta Pusat 10610, yang anggaran dasar dan perubahannya telah disahkan dan diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia Nomor 52 tanggal 29 Juni 1993 dengan tambahan Berita Negara Republik Indonesia Nomor 2914/1993 dengan perubahan terakhir termuat dalam Berita Negara Republik Indonesia Nomor 89 tanggal 04 Nopember 2008, dengan tambahan Berita Negara Republik Indonesia Nomor 22475/2008 dan Akta Nomor 34 tanggal 27 Agustus 2009 yang dibuat di hadapan P. Suandi Halim, Sarjana Hukum, Notaris di Jakarta, dan perubahan terakhir termuat dalam Akta Notaris Nomor 02 tanggal 16 Agustus 2010, dalam hal ini diwakili oleh **AGUS ADRIYANTO**, bertindak selaku General Manager PT. ANGKASA PURA I (PERSERO) Kantor Cabang Bandar Udara Adisutjipto Yogyakarta, selanjutnya disebut **PIHAK PERTAMA**.-----
- II. **RUMAH OLAHAN IKAN ALIF**, merupakan Usaha Kecil dan Menengah yang bergerak di bidang industri olahan makanan, berkedudukan di Bantul, beralamat di Tulung, Rukun Tetangga 03, Kelurahan Srihardono, Kecamatan Pundong, Kabupaten Bantul yang dalam hal ini diwakili oleh **NICO HADI SAPUTRA**, pemegang Kartu Tanda Penduduk Nomor **3402040703860003** bertindak selaku Pemilik **RUMAH OLAHAN IKAN ALIF**, dari dan oleh karena itu bertindak sah untuk dan atas nama Usaha Kecil dan Menengah tersebut, selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA**.-----

PIHAK PERTAMA	<i>Agus</i>
PIHAK KEDUA	<i>Nico Hadi Saputra</i>

Terlebih dahulu PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA, yang selanjutnya disebut PARA PIHAK menerangkan sebagai berikut :-----

- a. Bahwa PIHAK PERTAMA dalam kedudukannya sebagai Badan Usaha Milik Negara mempunyai fungsi dan kewenangan dalam hal Pembinaan Lingkungan sebagai bagian dari Pertanggungjawaban Sosial Korporasi, diwajibkan untuk melaksanakan program kemitraan dalam bentuk penyaluran dana pinjaman pengembangan kegiatan usaha.-----
- b. Bahwa Program Kemitraan sebagaimana tersebut pada huruf a di atas bertujuan untuk mendorong lahirnya kegiatan-kegiatan usaha yang berdampak pada perbaikan kondisi perekonomian masyarakat serta mewujudkan Usaha Kecil dan Menengah yang berdaya saing kuat dan produktif.-----
- c. Bahwa PIHAK KEDUA dalam kedudukannya sebagai Usaha Kecil dan Menengah berperan aktif dalam upaya meningkatkan kondisi perekonomian masyarakat dengan melakukan kegiatan usaha industri kerajinan batik yang mendorong terciptanya lapangan kerja.-----
- d. Bahwa PIHAK PERTAMA memandang perlu untuk melakukan pembinaan dengan mengikutsertakan dalam program pembinaan PIHAK PERTAMA dengan menyalurkan bantuan dana pinjaman modal usaha kepada PIHAK KEDUA.-----

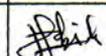
Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tersebut di atas, PARA PIHAK sepakat mengadakan perjanjian pinjam meminjam kemitraan dalam bentuk bantuan dana modal usaha dengan ketentuan dan syarat-syarat sebagai berikut :-----

Pasal 1

DASAR PERJANJIAN

Sebagai dasar dibuatnya Perjanjian ini adalah sebagai berikut :-----

- a. Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor : PER-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.-----
- b. Surat Keputusan Direksi PT. Angkasa Pura I (Persero) Nomor: SKEP.30/KP.07.02/2009. Tanggal 20 Januari 2009 Tentang Pengangkatan Kolonel Agus Adriyanto Sebagai General Manager Kantor Cabang PT Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Adisutjipto, Yogyakarta.-----
- c. Keputusan Direksi PT. Angkasa Pura I (Persero) Nomor : KEP 36/OM.01/2010 tanggal 07 Juni 2010 Tentang Organisasi Dan Tata Kerja Kantor Cabang PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Adisutjipto Yogyakarta.-----

PIHAK PERTAMA	
PIHAK KEDUA	

- d. Keputusan Direksi PT. Angkasa Pura I (Persero) Nomor : KEP. 42/KU.13/2010 tanggal 11 Juni 2010 tentang Petunjuk Pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT. Angkasa Pura I (Persero).-----
- e. Berita Acara Pembahasan Rencana Penyaluran Pinjaman Kemitraan Tahap IV tahun 2012 tanggal 03 Desember 2012.-----
- f. Surat Permohonan Bantuan Pembinaan kepada PT. Angkasa Pura I (Persero) oleh PIHAK KEDUA -----
- g. Surat Finance and IT Director PT. Angkasa I (Persero) Nomor : 656/KU.12/2013/FID-B tanggal 06 Februari 2013 perihal Penyaluran Dana Pinjaman Program Kemitraan Tahap I Tahun 2013.-----

Pasal 2

DEFINISI

Kecuali makna kalimat menentukan lain, maka perkataan-perkataan berikut yang diawali dengan huruf besar yang digunakan dalam Perjanjian ini mempunyai makna/arti sebagai berikut :-----

- a. "Perjanjian" adalah suatu Perbuatan Hukum dimana PIHAK PERTAMA mengikatkan diri untuk memberikan pinjaman dana untuk modal usaha kepada PIHAK KEDUA dan PIHAK KEDUA menerima pinjaman tersebut dari PIHAK PERTAMA.-----
- b. "Pinjaman" adalah sejumlah dana yang diserahkan kepada PIHAK KEDUA dengan melekatkan kewajiban untuk mengembalikan dana tersebut secara berangsur-angsur yang dipergunakan untuk modal usaha PIHAK KEDUA sebagaimana diatur dalam Perjanjian ini.-----
- c. "Modal Usaha" adalah dana yang dipergunakan untuk menjalankan kegiatan usaha PIHAK KEDUA.-----
- d. "Jasa Administrasi Pinjaman" adalah besaran biaya yang wajib dibayarkan oleh PIHAK KEDUA diluar pokok pinjaman sebagaimana diatur dalam Perjanjian ini.-----

PIHAK PERTAMA	
PIHAK KEDUA	

Pasal 3

POKOK-POKOK PERJANJIAN

- (1) PIHAK PERTAMA dalam Perjanjian ini memberikan Pinjaman lunak kepada PIHAK KEDUA berupa sejumlah uang tunai sebesar Rp.15.000.000,- (Lima belas juta Rupiah) dan PIHAK KEDUA mengakui telah menerima Pinjaman tersebut dari PIHAK PERTAMA.-----
- (2) PIHAK KEDUA dengan iktikad baik dan penuh rasa tanggung jawab akan melaksanakan setiap kewajiban dan atau prestasi yang melekat atas pinjaman tersebut kepada PIHAK PERTAMA sebagaimana diatur dalam Perjanjian ini.-----
- (3) Apabila PIHAK KEDUA lalai dalam melaksanakan kewajiban dan atau prestasi sebagaimana tersebut pada ayat (2) di atas akan dikenakan sanksi.-----

Pasal 4

JASA ADMINISTRASI PINJAMAN

- (1) PIHAK KEDUA dalam Perjanjian ini dikenakan beban Jasa Administrasi Pinjaman secara tetap sebesar 6% (enam Persen) per tahun dari Pokok Pinjaman sebagaimana tersebut pada Pasal 3 ayat (1) Perjanjian ini.-----
- (2) Jasa Administrasi Pinjaman sebagaimana tersebut pada ayat (1) di atas merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dari Pinjaman, atau dengan kata lain tiada penghalang untuk melepaskan kewajiban tersebut kepada PIHAK KEDUA.-----

Pasal 5

JANGKA WAKTU PINJAMAN DAN CARA PELUNASANNYA

- (1) Jangka waktu pengembalian Pinjaman dalam Perjanjian ini selama 3 (tiga) tahun terhitung mulai tanggal 19 Februari 2013 dan karenanya akan berakhir pada tanggal 19 Februari 2016.-----
- (2) Jatuh tempo pembayaran angsuran setiap bulan dalam Perjanjian ini adalah setiap tanggal 19 bulan berikutnya.-----
- (3) PIHAK KEDUA dalam Perjanjian ini diberikan masa tenggang pembayaran angsuran selama 1 (satu) bulan sehingga dengan demikian pembayaran angsuran pertama Pinjaman tersebut dilaksanakan selambat-lambatnya pada tanggal 19 April 2013.-----

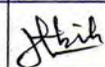
PIHAK PERTAMA	
PIHAK KEDUA	

- (4) Pengembalian Pinjaman dilaksanakan secara berangsur-angsur setiap bulan sebesar Rp.507.000,- (Lima ratus tujuh ribu rupiah) sudah termasuk Jasa Administrasi Pinjaman.-----
- (5) Pembayaran angsuran Pinjaman sebagaimana tersebut pada ayat (4) di atas, dilakukan secara auto debet atau pemotongan langsung dari rekening PIHAK KEDUA dan kemudian dipindahbukukan ke rekening Dana Kemitraan PIHAK PERTAMA oleh petugas dari Bank yang ditunjuk oleh PIHAK PERTAMA.-----
- (6) Apabila saldo yang tersedia di rekening PIHAK KEDUA tidak mencukupi, maka pembayaran angsuran Pinjaman dilakukan secara langsung oleh PIHAK KEDUA melalui rekening PIHAK PERTAMA.-----
- (7) PIHAK PERTAMA dalam hal ini dan untuk kepentingan pembayaran angsuran Pinjaman PIHAK KEDUA telah menunjuk Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Yogyakarta dengan Nomor Rekening 0029.01.000380.30.1.-----
- (8) Apabila selama Jangka waktu yang telah ditentukan sebagaimana tersebut pada ayat (1) di atas, PIHAK KEDUA telah melaksanakan kewajiban pembayaran Pinjaman secara keseluruhan, maka PIHAK PERTAMA akan menerbitkan Surat Tanda Telah Melunasi Pinjaman Lunak dan akan menyerahkan kembali Surat-surat berharga dan atau barang yang dijadikan agunan atau Jaminan Pinjaman milik PIHAK KEDUA.-----

Pasal 6

PENGUNAAN PINJAMAN

- (1) PIHAK KEDUA akan mempergunakan Pinjaman sebagaimana tersebut pada Pasal 3 ayat (1) di atas sebagai modal kerja dan atau investasi pengadaan barang-barang modal dalam rangka meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri.-----
- (2) Apabila berdasarkan evaluasi PIHAK PERTAMA Penggunaan Pinjaman tidak sesuai sebagaimana ketentuan dalam ayat (1) di atas, maka PIHAK PERTAMA dapat menarik kembali Pinjaman tersebut dan atas Perjanjian ini dinyatakan berakhir.-----
- (3) Dalam hal terjadi sebagaimana tersebut pada ayat (2) di atas, PIHAK PERTAMA akan memberitahukan secara tertulis kepada PIHAK KEDUA dan sekaligus memberikan penjelasan teknis pengembalian Pinjaman secara utuh oleh PIHAK KEDUA.-----

PIHAK PERTAMA	
PIHAK KEDUA	

Pasal 7

SANKSI DAN DENDA KETERLAMBATAN PEMBAYARAN ANGSURAN PINJAMAN

Apabila PIHAK KEDUA dalam pembayaran angsuran mengalami keterlambatan sebagaimana waktu yang telah ditentukan dalam Pasal 5 ayat (2) di atas, maka PIHAK KEDUA akan dikenakan sanksi dengan tahapan sebagai berikut :-----

- a. PIHAK KEDUA dapat dikenakan sanksi berupa teguran lisan oleh PIHAK PERTAMA apabila keterlambatan atas pembayaran angsuran Pinjaman selama 7 (tujuh) hari kalender terhitung setelah Jatuh tempo pembayaran angsuran.-----
- b. PIHAK KEDUA dapat dikenakan sanksi berupa teguran tertulis pertama oleh PIHAK PERTAMA apabila keterlambatan atas pembayaran angsuran Pinjaman selama 1 (satu) bulan terhitung setelah teguran lisan diberikan.-----
- c. PIHAK KEDUA dapat dikenakan sanksi berupa teguran tertulis kedua oleh PIHAK PERTAMA apabila keterlambatan atas pembayaran angsuran Pinjaman selama 1 (satu) bulan terhitung setelah teguran pertama diberikan.-----
- d. PIHAK KEDUA dapat dikenakan sanksi berupa teguran tertulis ketiga oleh PIHAK PERTAMA apabila keterlambatan atas pembayaran angsuran Pinjaman selama 1 (satu) bulan terhitung setelah teguran kedua diberikan dan akan menjadi bahan pertimbangan oleh PIHAK PERTAMA untuk mengikutkan kembali PIHAK KEDUA dalam program pembinaan usaha kecil yang dilakukan oleh PIHAK PERTAMA.-----

Pasal 8

HAK DAN KEWAJIBAN PIHAK PERTAMA

- (1) HAK PIHAK PERTAMA.-----
 - a. Menerima pembayaran angsuran Pinjaman setiap bulan secara tepat waktu yang diserahkan oleh PIHAK KEDUA sebagai bagian dari pelaksanaan prestasi dan atau kewajiban dari PIHAK KEDUA.-----
 - b. Memberikan teguran-teguran baik lisan maupun tertulis kepada PIHAK KEDUA dalam hal PIHAK KEDUA lalai melaksanakan prestasi dan atau kewajibannya.----
 - c. Memberikan sanksi atas kelalaian dalam pemenuhan prestasi dan atau kewajiban oleh PIHAK KEDUA sebagaimana diatur dalam Perjanjian ini.-----
 - d. Mengawasi, mengontrol dan memberikan saran serta himbauan yang diperlukan atas kegiatan usaha yang dilakukan oleh PIHAK KEDUA.-----

PIHAK PERTAMA	
PIHAK KEDUA	

- e. Melakukan kegiatan pembinaan kepada PIHAK KEDUA.-----
 - f. Meminta kembali Pinjaman kepada PIHAK KEDUA dalam hal terjadi wan prestasi yang disengaja oleh PIHAK KEDUA.-----
- (2) KEWAJIBAN PIHAK PERTAMA.-----
- a. Memberikan Pinjaman kepada PIHAK KEDUA berupa sejumlah uang tunai sebagaimana diatur dalam Pasal 3 ayat (1) Perjanjian ini.-----
 - b. Menerbitkan Surat Tanda Telah Melunasi Pinjaman dari PIHAK PERTAMA apabila Pinjaman tersebut telah dilunasi oleh PIHAK KEDUA.-----
 - c. Menyerahkan surat-surat berharga dan atau barang yang menjadi Jaminan Pinjaman milik PIHAK KEDUA apabila Pinjaman tersebut telah dilunasi oleh PIHAK KEDUA.-----

Pasal 9

HAK DAN KEWAJIBAN PIHAK KEDUA

- (1) HAK PIHAK KEDUA.-----
- a. Memperoleh Pinjaman sebagaimana tersebut pada Pasal 3 ayat (1) Perjanjian ini dari PIHAK PERTAMA.-----
 - b. Menggunakan Pinjaman tersebut sebagaimana disebut dalam Pasal 6 Perjanjian ini.-----
 - c. Memperoleh Pembinaan yang dilakukan oleh PIHAK PERTAMA yang bertujuan untuk peningkatan produktifitas kegiatan usaha.-----
 - d. Memperoleh Surat Tanda Telah Melunasi Pinjaman dari PIHAK PERTAMA apabila Pinjaman tersebut telah dilunasi oleh PIHAK KEDUA.-----
 - e. Menerima surat-surat berharga dan atau barang yang menjadi Jaminan Pinjaman secara tepat waktu yang diserahkan oleh PIHAK PERTAMA apabila Pinjaman telah dilunasi oleh PIHAK KEDUA.-----

PIHAK PERTAMA	
PIHAK KEDUA	

- (2) KEWAJIBAN PIHAK KEDUA-----
- a. Menyerahkan Jaminan atau agunan Pinjaman kepada PIHAK PERTAMA.-----
 - b. Membayar angsuran Pinjaman setiap bulan secara tepat waktu sebagaimana diatur dalam Pasal 5 ayat (2) Perjanjian ini.-----
 - c. Menyampaikan laporan perkembangan kegiatan usaha secara periodik kepada PIHAK PERTAMA minimal 1 (satu) kali dalam setahun.-----
 - d. Memberitahukan secara tertulis setiap terjadi pergantian dan atau perubahan kepemilikan usaha yang bertanggung jawab atas kewajiban terhadap PIHAK PERTAMA.-----

Pasal 10

BERAKHIRNYA PERJANJIAN

Perjanjian Pinjam Meminjam ini berakhir apabila -----

- a. PIHAK KEDUA telah melunasi seluruh Pinjaman dan Jasa Administrasi Pinjaman sebagaimana ketentuan dalam Perjanjian ini.-----
- b. PIHAK KEDUA mempergunakan Pinjaman tidak sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Perjanjian ini, dan atas kondisi yang demikian PIHAK KEDUA tetap diwajibkan untuk mengembalikan seluruh Pinjaman kepada PIHAK PERTAMA.-----

Pasal 11

FORCE MAJEURE

- (1) Apabila terjadi peristiwa-peristiwa diluar kemampuan PARA PIHAK pada umumnya untuk mengatasinya atau merupakan *Force Majeure*, sehingga mengakibatkan tertunda, terhambat dan terhalangnya pihak yang terkena untuk melaksanakan kewajiban-kewajibannya, maka pihak yang mengalaminya diwajibkan untuk memberitahukan secara tertulis kepada pihak lain dalam waktu 3 x 24 jam setelah terjadinya peristiwa itu untuk mendapatkan pertimbangan pihak lain. -----
- (2) Peristiwa-peristiwa yang dianggap *force majeure* adalah perang, pemberontakan, pemogokan, kerusuhan, gempa bumi, taufan, banjir atau keadaan cuaca buruk, ledakan, kebakaran, petir, huru-hara, blokade, epidemik, bencana-bencana alam lainnya.-----

PIHAK PERTAMA	
PIHAK KEDUA	

- (3) Dalam hal terjadi *force majeure*, maka PARA PIHAK sepakat untuk merundingkan kembali hak dan kewajiban masing-masing dengan tujuan untuk melanjutkan Perjanjian ini. Selama belum tercapai kesepakatan mengenai perjanjian yang baru tersebut, maka ketentuan dalam Perjanjian ini tetap berlaku sepanjang mengenai bagian Ruangan yang tidak terkena *force majeure*. -----

Pasal 12

BEA MATERAI DAN PAJAK-PAJAK

- (1) Bea materai untuk mengadakan Perjanjian ini sepenuhnya menjadi beban dan tanggung jawab PIHAK KEDUA. -----
- (2) Segala jenis pajak dan atau retribusi lainnya yang timbul sebagai akibat adanya Perjanjian ini sepenuhnya menjadi beban dan tanggung jawab PIHAK KEDUA sesuai peraturan yang berlaku.-----

Pasal 13

PENYELESAIAN PERSELISIHAN

- (1) Setiap perselisihan/persoalan yang timbul sehubungan dengan Perjanjian ini untuk pertama sekali akan diselesaikan oleh PARA PIHAK secara musyawarah untuk mufakat.-----
- (2) Apabila ternyata setelah diadakan musyawarah untuk mencapai mufakat tidak dicapai kata sepakat, maka PARA PIHAK sepakat menunjuk Pengadilan Negeri Sleman untuk menyelesaikan perselisihan PARA PIHAK.-----

Pasal 14

PERUBAHAN

Perjanjian ini dapat diubah dan/atau ditambah atas kesepakatan PARA PIHAK dan dituangkan dalam *Addendum* yang merupakan bagian yang mengikat dan tidak dapat dipisahkan dengan Perjanjian ini.-----

PIHAK PERTAMA	
PIHAK KEDUA	

Pasal 15

LAIN-LAIN

- (1) Dalam hal kepentingan penyerahan Pinjaman, maka Perjanjian Pinjam Meminjam ini dapat dipergunakan sebagai tanda terima.-----
- (2) Lampiran-lampiran dan Berita Acara-Berita Acara yang disebutkan dalam Perjanjian ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Perjanjian ini.-----
- (3) Apabila PIHAK KEDUA meninggal dunia sedangkan Pinjaman belum seluruhnya dilunasi, maka kuasa PIHAK KEDUA dalam hal ini isteri atau suami atau anggota keluarga lain yang sah berkewajiban untuk memberikan keterangan tertulis yang menyatakan adanya peralihan tanggung jawab terhadap PIHAK PERTAMA untuk membayar kekurangan dari Pinjaman tersebut selambat-lambat 7 (tujuh) hari kalender terhitung setelah PIHAK KEDUA dinyatakan secara resmi meninggal dunia.-----

Pasal 16

PEMBERITAHUAN

- (1) Semua surat dan/atau pemberitahuan sehubungan dengan Perjanjian ini yang ditujukan kepada PIHAK PERTAMA harus diberikan kepada PIHAK PERTAMA dengan menerima bukti penerimaan yang sah atau dikirimkan dengan surat tercatat ke alamat PIHAK PERTAMA.-----
- (2) Untuk kelancaran pelaksanaan Perjanjian ini, semua surat menyurat atau pengiriman berita melalui telepon/faksimile kepada masing-masing pihak dipergunakan alamat sebagai berikut :-----
 - a. Untuk PIHAK PERTAMA ditujukan kepada:-----

GENERAL MANAGER-----
PT. ANGKASA PURA I (PERSERO)-----
Bandar Udara Adisutjipto Yogyakarta-----
Telepon : (0274) 489466-----
Faksimile : (0274) 488155-----

PIHAK PERTAMA	
PIHAK KEDUA	

b. Untuk PIHAK KEDUA ditujukan kepada:-----

PEMILIK-----

RUMAH OLAHAN IKA ALIF-----

Alamat : Tulung, Rukun Tetangga 03, Kelurahan Srihardono,-----
Kecamatan Pundong, Kabupaten Bantul-----

Telepon : 085643131731-----

- (3) Perubahan alamat oleh PARA PIHAK harus diberitahukan secara tertulis 30 (tiga puluh) hari kalender sebelumnya kepada pihak lainnya dan apabila tidak ada pemberitahuan maka alamat sebagaimana tersebut di atas secara hukum adalah alamat yang sah dan berlaku.-----

Pasal 17

PENUTUP

PARA PIHAK menegaskan dan memberlakukan Perjanjian ini, yang dibuat rangkap 2 (dua) masing-masing bermaterai cukup yang semuanya mempunyai kekuatan Hukum yang sama, 1 (satu) rangkap untuk PIHAK PERTAMA dan 1 (satu) rangkap untuk PIHAK KEDUA, sejak hari dan tanggal sebagaimana tersebut pada awal Perjanjian ini dan telah ditandatangani PARA PIHAK yang mempunyai wewenang untuk itu tanpa adanya paksaan dan atau tekanan dari pihak manapun dan dalam bentuk yang bagaimanapun.-----

PIHAK KEDUA



NICO HADI SAPUTRA
PEMILIK

PIHAK PERTAMA



AGUS ADRIYANTO
GENERAL MANAGER

PIHAK PERTAMA	
PIHAK KEDUA	<i>Abih</i>

LAMPIRAN PERJANJIAN NO : /KU.12/2013/GMI-B TANGGAL : 19 FEBRUARI 2013
 JADWAL PEMBAYARAN POKOK DAN BUNGA PINJAMAN
 PROGRAM KEMITRAAN DAN BINA LINGKUNGAN
 PT. ANGKASA PURA I (PERSERO)

1. Nama Perusahaan : RUMAH OLAHAN IKAN " ALIF "
 Alamat Perusahaan : TULUNG RT 03, SRIHARDONO ,PUNDONG BANTUL
 2. Bentuk Badan Hukum :
 3. Jumlah Pinjaman : Rp 15,000,000
 4. Jasa Administrasi Pinjaman : 6%
 5. Jumlah jasa Adm. Pinjaman (Rp) : Rp 2,700,000
 6. Nomor Perjanjian : /KU.12/2013/GMI-B TANGGAL 19 FEBRUARI 2013
 7. Jangka Waktu Pinjaman : 3 TH
 Terhitung Tanggal : 19 MARET 2013
 Jatuh Tempo Tanggal : 19 FEBRUARI 2016
 8. Masa Tenggang (Grace Period) : 1 (SATU)
 9. Cara Pembayaran : TUNAI / TRANSFER
 10. Tempat Pembayaran : BRI KEMITRAAN NO REKENING : 0029-01-000380-30-1
 PT. ANGKASA PURA I (PERSERO)YOGYAKARTA

NO	JADWAL PEMBAYARAN ANGSURAN	ANGSURAN POKOK	ANGSURAN BUNGA	TOTAL ANGSURAN	SALDO PINJAMAN
1	19-Mar-2013	0	-	-	17,700,000
2	19-Apr-2013	429,000	78,000	507,000	17,193,000
3	19-May-2013	429,000	78,000	507,000	16,686,000
4	19-Jun-2013	429,000	78,000	507,000	16,179,000
5	19-Jul-2013	429,000	78,000	507,000	15,672,000
6	19-Aug-2013	429,000	78,000	507,000	15,165,000
7	19-Sep-2013	429,000	78,000	507,000	14,658,000
8	19-Oct-2013	429,000	78,000	507,000	14,151,000
9	19-Nov-2013	429,000	78,000	507,000	13,644,000
10	19-Dec-2013	429,000	78,000	507,000	13,137,000
11	19-Jan-2014	429,000	78,000	507,000	12,630,000
12	19-Feb-2014	429,000	78,000	507,000	12,123,000
13	19-Mar-2014	429,000	78,000	507,000	11,616,000
14	19-Apr-2014	429,000	78,000	507,000	11,109,000
15	19-May-2014	429,000	78,000	507,000	10,602,000
16	19-Jun-2014	429,000	78,000	507,000	10,095,000
17	19-Jul-2014	429,000	78,000	507,000	9,588,000
18	19-Aug-2014	429,000	78,000	507,000	9,081,000
19	19-Sep-2014	429,000	78,000	507,000	8,574,000
20	19-Oct-2014	429,000	78,000	507,000	8,067,000
21	19-Nov-2014	429,000	78,000	507,000	7,560,000
22	19-Dec-2014	429,000	78,000	507,000	7,053,000
23	19-Jan-2015	429,000	78,000	507,000	6,546,000
24	19-Feb-2015	429,000	78,000	507,000	6,039,000
25	19-Mar-2015	429,000	78,000	507,000	5,532,000
26	19-Apr-2015	429,000	78,000	507,000	5,025,000
27	19-May-2015	429,000	78,000	507,000	4,518,000
28	19-Jun-2015	429,000	78,000	507,000	4,011,000
29	19-Jul-2015	429,000	78,000	507,000	3,504,000
30	19-Aug-2015	429,000	78,000	507,000	2,997,000
31	19-Sep-2015	429,000	78,000	507,000	2,490,000
32	19-Oct-2015	429,000	78,000	507,000	1,983,000
33	19-Nov-2015	429,000	78,000	507,000	1,476,000
34	19-Dec-2015	429,000	78,000	507,000	969,000
35	19-Jan-2016	429,000	78,000	507,000	462,000
36	19-Feb-2016	414,000	48,000	462,000	-
		15,000,000	2,700,000	17,700,000	

PT. ANGKASA PURA I (PERSERO)
 BANDARA ADISUTJIPTO
 GENERAL MANAGER

AGUS ADRIYANTO

PENANGGUNG JAWAB USAHA
 NICO HADI SAPUTRA

BERITA ACARA PENERIMAAN JAMINAN PINJAMAN

Pada hari ini Kamis tanggal empat belas bulan Februari tahun dua ribu tiga belas. (14/02/2013)
Yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama : RIZKA AINAENY
Jabatan : CSR Section Head
- Nama : IKE YUTIANE P
Jabatan : CSR Officier
PT Angkasa Pura I (Persero)
Bandara Int'l Adisutjipto Yogyakarta.
- Alamat : Jl. Solo Km 9 Bandara Int'l Adisutjipto
Yogyakarta.

Selanjutnya disebut **PIHAK PERTAMA**.

2. Nama : NICO HADI SAPUTRA
Jabatan : Pimpinan RUMAH OLAHAN IKAN ALIF
Alamat : TULUNG RT 3 PUNDONG BANTUL

Selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA**

Selanjutnya PIHAK PERTAMA menyatakan sebagai berikut :

- PIHAK KEDUA telah menyerahkan Surat Jaminan Pinjaman kepada PIHAK PERTAMA berupa Sertipikat Tanah sebagai berikut :
Nama Pemilik : NY SANSI SAHATI
Sertifikat Nomor : 13.01.13.02.1.10215
Hak Milik Nomor : 10215
Lokasi : Patalan
Luas tanah : 753 M²
Instansi yang mengeluarkan : Kantor Pertanahan Kabupaten Bantul
- PIHAK PERTAMA telah menerima Surat Jaminan berupa Sertipikat Tanah dari PIHAK KEDUA.

Demikian Berita Acara ini berlaku sebagai bukti tanda terima yang sah bagi kedua belah pihak.

Yogyakarta, 14 Februari 2013

PIHAK PERTAMA


IKE YUTIANE

PIHAK KEDUA


NICO HADI SAPUTRA

MENGETAHUI,


RIZKA AINAENY

PERJANJIAN KREDIT KEMITRAAN BUMN
Nomor : 2012/031/KKB

Yang bertanda tangan di bawah ini : -----

I. **BAMBANG ISDIARTO, SE.**, Pejabat Sementara Pemimpin Sentra Kredit Kecil Yogyakarta, PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, dalam hal ini bertindak berdasarkan jabatannya tersebut dengan demikian berwenang bertindak untuk dan atas nama PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, berkedudukan dan berkantor pusat di Jakarta Pusat, Jl. Jenderal Sudirman Kavling 1, untuk selanjutnya disebut: -----

----- **BANK** -----

II. **RURI ANGGRAINI SUSTAJI**, bertempat tinggal di **Kabupaten Bantul** dengan alamat **Saman Dk.Saman RT/RW.02/-- Desa Bangunharjo Kecamatan Sewon**, dengan tanda bukti diri berupa Kartu Tanda Penduduk Nomor **340215.440581.0001**, untuk selanjutnya disebut : -----

----- **PENERIMA KREDIT** -----

dengan ini sepakat mengadakan perjanjian kredit dengan ketentuan-ketentuan dan syarat-syarat sebagai berikut : -----

Pasal 1
MAKSIMUM PINJAMAN

Maksimum pinjaman yang diberikan kepada **PENERIMA KREDIT** adalah sebesar **Rp.25.000.000,- (dua puluh lima juta rupiah)**. Maksimum pinjaman adalah fasilitas pinjaman tertinggi yang boleh dipergunakan atau dapat ditarik oleh **PENERIMA KREDIT**.

Pasal 2
TUJUAN PINJAMAN

Tujuan Pinjaman dipergunakan untuk **tambahan modal kerja industri dan perdagangan souvenir**.

Pasal 3
SUKU BUNGA PINJAMAN

1. **PENERIMA KREDIT** wajib membayar kepada **BANK** bunga pinjaman sebesar 6% (enam persen) flat pertahun dan dibayarkan secara bulanan, serta berlaku tetap selama jangka waktu kredit.
2. **PENERIMA KREDIT** wajib melunasi pinjaman yang diterima, dengan besarnya angsuran sebagaimana tersebut dalam lampiran Perjanjian Kredit ini yang terdiri dari angsuran hutang pokok dan bunga sebesar **Rp 819.444,-** (delapan ratus sembilan belas ribu empat ratus empat puluh empat rupiah) perbulan, yang merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan dari Perjanjian Kredit ini.

Pasal 4
JANGKA WAKTU PINJAMAN

Jangka waktu pinjaman 36 (tiga puluh enam) bulan, terhitung sejak tanggal **09-10-2012** sampai dengan tanggal **08-10-2015**.

Pasal 5
PENARIKAN KREDIT, BIAYA ADMINISTRASI DAN PELUNASAN

1. Penarikan kredit dilakukan dengan cara memindahkan bukukan ke rekening Tabungan di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Yogyakarta / UGM atas nama **PENERIMA KREDIT**.
2. Atas pinjaman yang diberikan, kepada **PENERIMA KREDIT** dikenakan biaya administrasi sebesar Rp. 50.000,- (lima puluh ribu rupiah) dan wajib dibayar lunas sekaligus pada saat Perjanjian Kredit ini ditanda tangani.
3. Apabila **PENERIMA KREDIT** bermaksud melunaskan pinjamannya sebelum jatuh tempo sebagaimana ditetapkan dalam **Pasal 4** Perjanjian Kredit ini, maka besarnya pelunasan adalah sebesar sisa kewajiban ditambah dengan bunga berjalan.

Sisa Kewajiban sebagaimana dimaksud dalam ayat 3 Pasal ini adalah merupakan jumlah seluruh sisa hutang **PENERIMA KREDIT** yang terdiri dari Hutang Pokok, Tunggakan Hutang Pokok, Tunggakan Bunga, dan Tunggakan Biaya.

Pasal 6 J A M I N A N

Untuk menjamin pembayaran hutang kepada **BANK** tepat pada waktunya, maka **PENERIMA KREDIT** dengan sukarela mengikatkan diri untuk menyerahkan jaminan dan membuat pengikatan jaminan kepada **BANK** sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Perjanjian Kredit ini, antara lain :

1. Segala harta kekayaan **PENERIMA KREDIT** baik yang bergerak maupun yang tidak bergerak, baik yang sudah ada maupun yang akan ada dikemudian hari, menjadi jaminan bagi pelunasan semua kewajiban **PENERIMA KREDIT** yang timbul karena Perjanjian Kredit ini.
2. Jenis barang jaminan yang diserahkan adalah berupa :
 - a) Jaminan Pokok : - **Persediaan bahan baku souvenir berupa kain, benang dll yang terletak di Saman Dk.Saman RT/RW.02/-- Desa Bangunharjo Kecamatan Sewon Kabupaten Bantul diikat Fiducia sebesar Rp.3.500.000,-.**
 - b) Jaminan Tambahan : - **Sebidang tanah & bangunan rumah tinggal dengan bukti kepemilikan SHM No. 7487 tgl. 14-02-2005 atas nama Subiatno Susyoso yang terletak di Desa Bangunharjo, Kecamatan Sewon, Kabupaten Bantul diikat SKMHT sebesar Rp.25.000.000,-.**
 - c) Jaminan alternatif : - **Ijazah Pendidikan Terakhir atas nama Ruri Anggraini Sustaji.**

Pasal 7 ASURANSI JIWA DAN BARANG-BARANG JAMINAN

1. Berkenaan dengan pelaksanaan Perjanjian Kredit ini tidak diwajibkan untuk melakukan penutupan asuransi, baik Asuransi Jiwa terhadap **PENERIMA KREDIT** maupun Asuransi terhadap barang-barang jaminan yang dapat diasuransikan, dengan demikian **BANK** terlepas dari tanggung jawab dan ganti rugi atas segala bentuk risiko yang timbul sehubungan dengan tidak ditutupnya asuransi, karena segala risiko menjadi tanggung jawab **PENERIMA KREDIT**.
2. Apabila **PENERIMA KREDIT** menghendaki adanya penutupan asuransi, maka **BANK** akan melakukan penutupan sesuai dengan jenis asuransinya pada Maskapai Asuransi yang ditunjuk dan disetujui oleh **BANK** dengan biaya atas beban **PENERIMA KREDIT**, dan didalam polis Asuransi dicantumkan klausula sedemikian rupa, sehingga jika ada pembayaran ganti rugi dari pihak Maskapai Asuransi, maka **BANK** berhak untuk memperhitungkan hasil pembayaran klaim tersebut dengan seluruh kewajiban **PENERIMA KREDIT** kepada **BANK** (Banker's Clause).

Pasal 8 BIAYA-BIAYA

Semua biaya yang timbul karena dan untuk pelaksanaan Perjanjian Kredit ini menjadi beban **PENERIMA KREDIT**.

Pasal 9 SANGSI-SANGSI

1. **PENERIMA KREDIT** dinyatakan telah melakukan kelalaian apabila telah **menunggak pembayaran angsuran baik pokok maupun bunga selama 3 (tiga) kali berturut-turut, memberikan pernyataan / keterangan / dokumen yang tidak benar, atau menjual / mengalihkan hak kepemilikan / menyewakan / menggadaikan / menjaminkan kepada orang lain atas jaminan yang telah diserahkan tanpa seizin dari BANK.**
2. Kelalaian sebagaimana yang dimaksudkan dalam **ayat 1 Pasal ini** sudah cukup terbukti dengan terjadinya salah satu peristiwa tersebut diatas, sehingga tidak diperlukan adanya surat teguran (somasi), surat juru sita, dan atau surat lain semacam itu terlebih dahulu.

- 3 Dengan terjadinya kelalaian tersebut, maka :
- Seluruh hutang **PENERIMA KREDIT** kepada **BANK** menjadi jatuh tempo dan atas permintaan pertama dari **BANK**, **PENERIMA KREDIT** wajib membayar secara seketika dan sekaligus lunas dan apabila **PENERIMA KREDIT** tidak dapat memenuhi kewajibannya, maka **PENERIMA KREDIT** dengan ini berjanji dan mengikatkan diri kepada **BANK** untuk menyerahkan dan memberikan kuasa kepada **BANK** untuk menjual jaminan sebagaimana yang tersebut dalam **Pasal 6** Perjanjian Kredit ini.
 - Apabila **PENERIMA KREDIT** tidak bersedia menyerahkan dan memberikan kuasa sebagaimana dimaksudkan dalam **ayat 3 (a) Pasal ini**, maka **BANK** akan menarik / mengambil, dan mengeksekusi jaminan, dan atau mengambil setiap tindakan hukum sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku.
 - Apabila hasil eksekusi ternyata kurang atau tidak mencukupi kewajiban **PENERIMA KREDIT**, maka **PENERIMA KREDIT** wajib membayar sebesar kekurangannya tersebut dan apabila terdapat kelebihan, maka **BANK** wajib mengembalikan kelebihan tersebut kepada **PENERIMA KREDIT**.

Pasal 10 PASAL TAMBAHAN

- Perjanjian Kerjasama antara PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk dengan **Perjanjian Kerjasama antara PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk dengan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Gadjah Mada tentang Pengelolaan dan Penyaluran Kredit Program Kemitraan BUMN kepada Usaha Kecil Nomor : YGC/3/001 dan Nomor : LPPM-UGM/1643/2010 tanggal 02 Juli 2010** yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Perjanjian Kredit ini.-----
- Segala sesuatu yang belum diatur dalam Perjanjian Kredit ini akan diberitahukan secara tertulis, pemberitahuan tertulis mana merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan dari Perjanjian Kredit ini.
- Atas saldo rekening tabungan sebagaimana tersebut dalam **Pasal 5 ayat 1** dalam Perjanjian Kredit ini, akan diblokir sebesar satu kali angsuran pinjaman (pokok dan bunga) sampai dengan pinjaman dinyatakan lunas oleh **BANK**.
- Perjanjian ini dibuat atas dasar Surat Keputusan Kredit Nomor: **YGC/03/0835/R** tanggal **26-09-2012** dan dalam hal tidak diatur dalam Perjanjian Kredit ini maka syarat-syarat dan ketentuan dalam Surat tersebut dinyatakan berlaku.

DOMISILI HUKUM

Tentang Perjanjian Kredit ini dan segala akibatnya, kedua belah pihak memilih tempat kedudukan yang tetap dan umum di Kantor Kepaniteraan Pengadilan Negeri Yogyakarta.

PENUTUP

Perjanjian Kredit ini di tanda tangani di Yogyakarta pada tanggal **09-10-2012** dan dibuat dalam rangkap 2 (dua), masing-masing bermaterai cukup dan mempunyai kekuatan pembuktian yang sama.



BAMBANG ISDIARTO, SE.

PENERIMA KREDIT,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Ruri Anggraini Sustaji".

RURI ANGGRAINI SUSTAJI

Catatan : Lampiran PK berupa :
- Jadwal Angsuran Kredit.
- Daftar Barang Jaminan yang diasuransikan (kalau ada).

Jadwal Angsuran Pinjaman Atas Nama : **RURI ANGGRAINI SUSTAJI**

Bulan Ke	Sisa Pokok Awal Periode	Angsuran			Sisa Pokok Akhir Periode
		Pokok	Bunga	Total	
1	25,000,000	694,444	125,000	819,444	25,000,000
2	24,305,556	694,444	125,000	819,444	24,305,556
3	23,611,111	694,444	125,000	819,444	23,611,111
4	22,916,667	694,444	125,000	819,444	22,916,667
5	22,222,222	694,444	125,000	819,444	22,222,222
6	21,527,778	694,444	125,000	819,444	21,527,778
7	20,833,333	694,444	125,000	819,444	20,833,333
8	20,138,889	694,444	125,000	819,444	20,138,889
9	19,444,444	694,444	125,000	819,444	19,444,444
10	18,750,000	694,444	125,000	819,444	18,750,000
11	18,055,556	694,444	125,000	819,444	18,055,556
12	17,361,111	694,444	125,000	819,444	17,361,111
13	16,666,667	694,444	125,000	819,444	16,666,667
14	15,972,222	694,444	125,000	819,444	15,972,222
15	15,277,778	694,444	125,000	819,444	15,277,778
16	14,583,333	694,444	125,000	819,444	14,583,333
17	13,888,889	694,444	125,000	819,444	13,888,889
18	13,194,444	694,444	125,000	819,444	13,194,444
19	12,500,000	694,444	125,000	819,444	12,500,000
20	11,805,556	694,444	125,000	819,444	11,805,556
21	11,111,111	694,444	125,000	819,444	11,111,111
22	10,416,667	694,444	125,000	819,444	10,416,667
23	9,722,222	694,444	125,000	819,444	9,722,222
24	9,027,778	694,444	125,000	819,444	9,027,778
25	8,333,333	694,444	125,000	819,444	8,333,333
26	7,638,889	694,444	125,000	819,444	7,638,889
27	6,944,444	694,444	125,000	819,444	6,944,444
28	6,250,000	694,444	125,000	819,444	6,250,000
29	5,555,556	694,444	125,000	819,444	5,555,556
30	4,861,111	694,444	125,000	819,444	4,861,111
31	4,166,667	694,444	125,000	819,444	4,166,667
32	3,472,222	694,444	125,000	819,444	3,472,222
33	2,777,778	694,444	125,000	819,444	2,777,778
34	2,083,333	694,444	125,000	819,444	2,083,333
35	1,388,889	694,444	125,000	819,444	1,388,889
36	694,444	694,444	125,000	819,444	694,444
		25,000,000			0

BANK, *do*

BAMBANG ISDIARTO, SE.

PENERIMA KREDIT

Ruri

RURI ANGGRAINI SUSTAJI



Kuitansi

Terima dari : **Warko : 15728**
Alamat : **Dukuh MJ1/1396 RT72 RW15 Gedongkiwo**
Mantijen Yogyakarta
Sejumlah : **Rp 482,580.00**
Terbilang : **EMPAT RATUS DELAPAN PULUH DUA RIBU LIMA**
RATUS DELAPAN PULUH RUPIAH

Untuk pembayaran : Premi Asuransi Kredit

17 April 2013

Yogyakarta.....



PD. BPR
BANK JOGJA
KOTA YOGYAKARTA

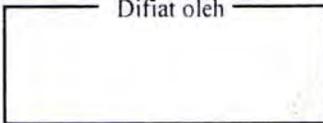
Nomor Rekening :

Nomor Buku Besar :

KWITANSI PINJAMAN

URAIAN	JUMLAH/ Rp.
Saya telah menerima uang pinjaman Kredit Pasar / Karyawan / Umum dari PD. BPR Bank Jogja Kota Yogyakarta sebesar pokok Rp. Jangka waktu bulan dengan angsuran : X Rp. Angsuran : Pokok Rp. Bunga Rp. Jumlah Rp.	35.000.000,00 ✓ 35.000.000,00
Terbilang :	

Difiat oleh



Yogyakarta, 20

Tanda tangan / Cap jempol

Penerima / Debitur

Transaksi		JUMLAH	Paraf	
Tgl.	No.		Pem. Bk	Pem. Kas
17 APR 2013		Rp 35.000.000,00		

(Handwritten signature and stamp)

LAMPIRAN

FOTO-FOTO

KEGIATAN

Lampiran-Lampiran

1. Foto-foto Kegiatan







Foto-foto Kegiatan



Foto-foto Kegiatan



Foto-foto Kegiatan



Foto-foto Kegiatan



Foto-foto Kegiatan



Foto-foto Kegiatan



FOTO KEGIATAN







FOTO KEGIATAN









FOTO KEGIATAN





