

MODUL PENGELOLAAN BISNIS

Good Business Practices (GBP)



Pendahuluan dan Pre-Test
Pengenalan Bisnis dalam Pertanian Kakao
Kewirausahaan yang Berorientasi Sosial dan Lingkungan
Manajemen Kewirausahaan dalam Sektor Kakao
Penyusunan Rencana Usaha
Evaluasi dan Rencana Kerja

Edisi 1

Daftar Isi

Penyusun

Budi Christiana
Kuwat Karyadi
Zul Fadhi

Kontributor

Abdul Syukur Sialana
Ahmad Mudir
Alvius
Alwi
Armyati
Christina Sulisty Rini
Denny Herlambang Slamet
Fatta
La Baasi
Mangnoy
Muliadi
Safaruddin
Sumargani
Sutriani Yusuf
Tanda
Yusril

Private Sector

Cargill Team
Mars Team

Desain

Gary Aiman
Rendy Syahputra
Roy Prasetyo

Foto

Irfan Saputra
Megi Wahyuni
Rendy Syahputra
Roy Prasetyo
Tammi Suryani

Informasi yang terdapat di dalam modul ini dapat disesuaikan dengan kebutuhan serta konteks di wilayah (regional/negara) dimana Anda berada. Mohon untuk menyebutkan Swisscontact dan referensi yang tepat jika mengutip materi di dalamnya. Seluruh informasi dalam buku ini menjadi properti eksklusif Swisscontact dan tidak dapat direproduksi secara komersial tanpa persetujuan tertulis dari Swisscontact.

Foto serta ilustrasi gambar yang berada di dalam buku modul ini dibuat untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pembaca tanpa ada maksud untuk melanggar atau merendahkan ajaran agama apapun, norma budaya serta kode etik yang berlaku di masyarakat Indonesia.



Daftar Isi	i
Daftar Tabel/Daftar Gambar/Daftar Singkatan	ii
Daftar Istilah	iii
Kata Pengantar/Tentang SCPP	iv/v
Bagaimana Menggunakan Modul Pengelolaan Bisnis?	1
Dasar Pemikiran	2
Untuk Siapa Modul Ini	3
Rincian Sesi Pelatihan	3
Alur Pelatihan GBP	3
Metode Pembelajaran Dalam Modul Ini	4
Bagaimana menggunakan buku panduan ini	4
I. Pokok Bahasan: Pendahuluan dan Pre Test	7
Sub Pokok Bahasan 1.1. Pembukaan dan Perkenalan	7
Sub Pokok Bahasan 1.2. Pre Test	9
II. Pokok Bahasan: Pengenalan Bisnis dalam Pertanian Kakao	11
Sub Pokok Bahasan 2.1. Pengalaman Bisnis Kakao (Refleksi)	11
Sub Pokok Bahasan 2.2. Konsep dan Ide Bisnis yang Baik	13
Sub Pokok Bahasan 2.3. Mata Rantai Nilai Pemasaran Sektor Kakao	15
Sub Pokok Bahasan 2.4. Peluang Bisnis dalam Sektor Kakao	17
Sub Pokok Bahasan 2.5. Analisis Risiko Bisnis Kakao	19
III. Pokok Bahasan: Kewirausahaan yang Berorientasi Sosial dan Lingkungan	23
Sub Pokok Bahasan 3.1. Kompetensi Wirausaha Sukses	23
Sub Pokok Bahasan 3.2. Konsep Kewirausahaan dan Karakteristik Wirausaha Sukses	25
Sub Pokok Bahasan 3.3. Kewirausahaan yang Berorientasi Sosial dan Lingkungan	30
IV. Pokok Bahasan: Manajemen Kewirausahaan dalam Sektor Kakao	33
Sub Pokok Bahasan 4.1. Manajemen Produksi dan Pemasaran Sektor Kakao	33
Sub Pokok Bahasan 4.2. Manajemen Keuangan dalam Kewirausahaan	35
V. Pokok Bahasan: Penyusunan Rencana Usaha	39
VI. Pokok Bahasan: Evaluasi dan Rencana Kerja	41
Sub Pokok Bahasan 6.1. Post Test	41
Sub Pokok Bahasan 6.2. Evaluasi Pelatihan dan Rencana Kerja	42
Lampiran - Lampiran	45
Format Evaluasi Pelatihan	45
Template Rencana Bisnis (<i>Business Plan</i>)	48
Daftar Pustaka	63

Daftar Tabel

Tabel 1 : Tabel Simbol-Symbol untuk Penyaringan Usaha	13
Tabel 2 : Form Ide Usaha	14
Tabel 3 : Daftar Pertanyaan Diskusi	20
Tabel 4 : Form Penilaian Pribadi Terkait dengan Pengetahuan dan Keterampilan yang Harus Dimiliki Oleh Seorang Pengusaha	28
Tabel 5 : Form tahapan dan Manajemen Produksi Kakao	34
Tabel 6 : Form Sumber-Sumber Pendanaan yang bisa Diakses oleh Petani	35
Tabel 7 : Contoh form arus kas	37

Daftar Gambar

Gambar 1 : <i>Photo</i> Petani dan Pedagang Sedang Transaksi Jual Beli Kakao	12
Gambar 2 : Sketsa Rantai Pemasaran Kakao dari Hulu Sampai Hilir	16
Gambar 3 : Dalam Melaksanakan Keegiatannya, SCPP Memperkenalkan Tiga Dimensi ' <i>People, Profit, and Planet</i> ' yang Berarti Mendorong Kegiatan Terkait Dimensi Sosial, Ekonomi dan Lingkungan	31

Daftar Singkatan

CSR	: Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan)
GAP	: Good Agricultural Practices (Tata Kelola Pertanian yang baik)
GBP	: Good Business Practices (Tata Kelola Bisnis yang baik)
ICCRI	: Indonesia Coffee and Cocoa Research Institute (Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia)
MCAI	: Millenium Challenge Account Indonesia (MCA-Indonesia)
RTL	: Rencana Tindak Lanjut
SCPP	: Sustainable Cocoa Production Program (Program Produksi Kakao yang berkelanjutan)
UMKM	: Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Daftar Istilah

Aktor yang terlibat	: Orang/perusahaan/lembaga yang terlibat dalam suatu rantai nilai suatu usaha
Arus Kas	: Catatan uang masuk dan uang keluar dari suatu kegiatan operasional usaha
Cocoa-Preneur	: Seseorang yang mengerti hal tentang kakao dan menggunakan kemampuan entrepreneurship untuk melakukan perubahan
Inklusif	: Menggunakan sudut pandang orang lain atau kelompok lain dalam memahami masalah.
Komoditas	: Suatu benda yang diperdagangkan (Misalnya : Biji Kakao)
Konsep 5P	: Konsep bauran pemasaran yang terdiri dari 5P : <i>Product, Price, Place, Promotion, and People</i>
Lobi Usaha	: Negosiasi dengan pihak lain untuk mengembangkan usaha
Mata Rantai Nilai	: Alur aktivitas yang menghasilkan nilai tambah dari berbagai aktor dalam suatu usaha
Outcome	: Manfaat dan harapan perubahan dari sebuah kegiatan
Peserta	: Peserta yang dimaksud adalah peserta perempuan dan laki-laki
Petani	: Petani yang dimaksud adalah petani perempuan dan laki-laki
Polybag	: Plastik biasanya berwarna hitam, ada beberapa lubang kecil untuk sirkulasi air, biasanya digunakan untuk bertanam sebagai pengganti pot, atau lebih sering digunakan untuk tempat pembenihan tanaman
Post Test	: Kegiatan menguji tingkatan pengetahuan peserta terhadap materi yang telah disampaikan
Pre Test	: Kegiatan menguji tingkatan pengetahuan peserta terhadap materi yang akan disampaikan
Produktivitas	: Perbandingan antara hasil yang diharapkan (waktu panen) dan biaya yang dikeluarkan
Rencana Usaha	: Rencana formal atas tujuan berdirinya sebuah bisnis, serta alasan mengapa pendirinya yakin bahwa tujuan tersebut dapat dicapai, serta strategi atau rencana - rencana apa yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan tersebut.
Sekolah Lapang Petani	: Proses belajar bersama yang difasilitasi oleh fasilitator untuk topik tertentu yang dilaksanakan di lokasi lahan pertanian
Studi Kasus	: Simulasi untuk mempelajari suatu kejadian yang nyata atau fiktif

Kata Pengantar

Program Produksi Kakao Berkelanjutan (SCPP) menjembatani peningkatan keahlian 130.000 petani kakao di 50 Kabupaten dari 11 provinsi penghasil kakao hingga tahun 2020. Berangkat dari upaya pengentasan kemiskinan dan pengurangan emisi gas rumah kaca di sektor kakao Indonesia, SCPP menyertakan sebelas dari 17 Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDG) untuk meningkatkan daya saing rantai nilai kakao yang ramah lingkungan. Program ini mengambil pendekatan tiga dimensi untuk menangkap aspek-aspek sosial, lingkungan, dan ekonomi keberlanjutan, dan secara khusus memastikan keikutsertaan dan keberlanjutan generasi petani kakao berikutnya.

SCPP adalah proyek kemitraan publik-swasta berskala besar, dilaksanakan oleh Swisscontact, didanai *Swiss State Secretariat for Economic Affairs (SECO)*, *Millennium Challenge Account for Indonesia (MCA-I)*, dan perusahaan-perusahaan multinasional diantaranya Barry Callebaut, Cargill, Ecom, JB Cocoa, Mars, Mondeléz, Nestlé serta perusahaan-perusahaan coklat dan kakao Indonesia.

Menggunakan pendekatan terintegrasi Sekolah Lapang Petani (FFS) dalam ketertelusuran rantai pasokan, Swisscontact menyusun modul pelatihan sebagai bahan pelajaran dan pedoman pelatihan di wilayah program. Modul ini dirancang berdasarkan masukan unit riset dan pengembangan Swisscontact, mitra SCPP, dan lembaga pemerintah daerah. Dibandingkan modul awal yang dibuat SCPP tahun 2012, topik yang diangkat sekarang telah jauh berkembang

dari hanya praktik pertanian dan perkebunan. Perluasan program ke wilayah dan komponen baru guna meningkatkan dampak program dan memastikan keberlanjutannya memunculkan kebutuhan penyusunan manual dan modul baru untuk para pelatih dan bahan pembelajaran bagi para petani, anggota keluarganya serta organisasi petani.

Seri modul pelatihan yang disusun diantaranya Modul Teknik Fasilitasi Dasar/ *Good Training Practices (GTP)*, Modul Persiapan dan Evaluasi Sekolah Lapangan Tanaman Kakao/ *Good Agricultural Practices (GAP) - FFS Preparation and Evaluation*), Modul Dasar Praktik Budidaya Tanaman Kakao/ *Good Agricultural Practices (GAP) - Basic Practices*, Modul Lanjutan Praktik Budidaya Tanaman Kakao/ *Good Agricultural Practices (GAP) Advanced*, Modul Gizi Keluarga/ *Good Nutritional Practices (GNP)*, Modul Pengelolaan Lingkungan/ *Good Environmental Practices (GEP)*, Modul Pengelolaan Keuangan/ *Good Financial Practices (GFP)*, Modul Perilaku Sosial Masyarakat Petani/ *Good Social Practices (GSP)*, Modul Pengelolaan Usaha/ *Good Business Practices (GBP)*, dan Modul Pelatihan Pengenalan Kakao untuk Staff Lembaga Keuangan/ *Cocoa Sector Training (CST)*.

Swisscontact percaya bahwa pendekatan terpadu dan menyeluruh ini pada akhirnya bisa membantu keberlangsungan peningkatan mata pencaharian petani kakao sekaligus memperkenalkan perilaku positif terhadap pelestarian lingkungan, keterbukaan dan ketertelusuran produk di sektor kakao Indonesia.

Salam,



Manfred Borer
Country Director Swisscontact Indonesia

Tentang SCPP

Sejak awal, SCPP telah menjadi proyek yang berdampak tinggi dan berjangkauan luas dalam memenuhi tujuan pembangunan dari donor dan mitra sektor swasta. Program ini menciptakan manfaat dari praktik pertanian yang meningkatkan keuntungan serta kesejahteraan dan fokus pada penerapan cara bertani, perbaikan gizi, dan pengelolaan keuangan petani yang lebih baik. Pendekatan dan metodologi SCPP yang terbukti memiliki dampak terhadap keluarga petani telah menjadi tolok ukur (*benchmark*) tidak saja di Indonesia, tetapi di seluruh dunia.

- 01 PEKA (2010 – 2012):**
Swisscontact menerima pendanaan dari *Economic Development Facility (EDFF)*, dikelola oleh World Bank, berdasarkan dari pengalaman Swisscontact di proyek sebelumnya di Indonesia timur dan Sumatera Utara untuk memperluas kegiatan terkait kakao di 5 kabupaten di Aceh kepada 12.000 penerima manfaat petani.
- 02 SCPP SECO (2012 – 2015):**
SCPP dimulai secara resmi pada tanggal 1 Januari 2012 dengan perluasan proyek ke Sulawesi sebagai kelanjutan dari Peningkatan Ekonomi Kakao Aceh (PEKA) di Aceh.
- 03 CPQP 1 – IDH (2012 – 2015):**
Tiga perusahaan swasta menyatakan minat mereka untuk bekerja sama dengan Swisscontact di Sulawesi, dimana IDH menjadi mitra *co-funding* selain SECO.
- 04 STMF-IDH and CPQP2-IDH (2012 – 2015):**
Berkat komitmen lebih lanjut IDH, dua perusahaan swasta turut bergabung selain perluasan jangkauan proyek ke Sulawesi.
- 05 GNP – EKN (2012 – 2015):**
Desember 2012, *the Embassy of the Kingdom of Netherlands (EKN)* atau Kedutaan Belanda bersama SCPP dengan modul Praktik Gizi yang Baik (*Good Nutritional Practices*) yang turut menambah mutu kegiatan program dalam meningkatkan kesejahteraan petani.
- 06 AFF – SECO (2014 – 2016):**
Maret 2014, SECO memperluas komitmennya melalui *Agribusiness Financing Facility (AFF)* atau Fasilitas Pembiayaan Agribisnis sebagai komponen fasilitasi Akses ke Keuangan, terutama tabungan dan pinjaman, kepada petani dan pelatihan kemampuan mengelola keuangan.
- 07 READ – IFAD (2015 – 2017):**
Januari 2015, Swisscontact dan IFAD memulai kolaborasi dalam memperkuat kapasitas kelembagaan, kepemimpinan dan akses ke pasar untuk petani kakao di Sulawesi Tengah.
- 08 GP-SCPP MCA-I (2015-2018):**
Maret 2015, konsorsium yang dipimpin oleh Swisscontact dan *Millennium Challenge Account - Indonesia (MCA-Indonesia)* menandatangani kemitraan yang dinamakan *Green Prosperity - Sustainable Cocoa Production Program (GP-SCPP)* dengan tujuan mengurangi angka kemiskinan dan emisi gas rumah kaca dari sektor kakao di Indonesia.
- 09 SCPP II (2016-2020):**
Februari 2016 SECO menyetujui usulan Swisscontact mengenai perluasan dan perpanjangan program hingga tahun 2020 dengan 130.000 petani skala kecil.



Bagaimana Menggunakan Modul Pengelolaan Bisnis?

Dasar Pemikiran

Sustainable Cocoa Production Program (SCPP) yang diimplementasikan oleh Swisscontact sejak tahun 2012, bertujuan untuk memungkinkan petani perempuan dan petani laki-laki meningkatkan produktivitas mereka, dengan demikian akan meningkatkan penghasilan dan meningkatkan mata pencaharian bagi rumah tangga petani, sehingga tujuan utama untuk pengurangan kemiskinan dan emisi gas rumah kaca dalam sektor kakao di Indonesia dapat tercapai. Hasil dari program ini adalah meningkatnya daya saing rantai nilai kakao yang *inklusif* dan yang peduli lingkungan, dengan *outcomes* yang berhubungan dengan tiga perubahan perilaku pemangku kepentingan di sektor kakao; berkaitan dengan praktik produksi, praktik lingkungan dan dukungan mereka ke masyarakat lokal.

Modul Tata Kelola Bisnis Yang Baik (*Good Business Practices*- GBP) bertujuan untuk meningkatkan profesionalisme bagi kelompok tani kakao dan UMKM dalam sektor kakao sehingga perlu diberikan peningkatan kapasitas kepada mereka agar menjadikan sektor kakao sebagai sebuah bisnis yang menguntungkan. Petani dan aktor dalam rantai nilai kakao diharapkan mampu menerapkan praktik bisnis yang baik untuk mengembangkan usahanya dan meningkatkan pendapatan.

Modul *Good Business Practices* (GBP) atau Tata Kelola Bisnis Yang Baik adalah modul yang akan diaplikasikan kepada kelompok tani, koperasi, dan usaha lain terkait kakao, sehingga mereka dapat menjalankan bisnisnya dengan sebaik-baiknya dan dapat menghasilkan keuntungan yang maksimal, ramah lingkungan, mempunyai kepedulian sosial yang tinggi serta berkelanjutan.

Tujuan dan Hasil yang Diharapkan

Tujuan dari modul ini adalah:

1. Meningkatkan pengetahuan para fasilitator tentang kewirausahaan dan penyusunan rencana usaha.
2. Meningkatkan keterampilan fasilitator dalam mendorong munculnya wirausaha berbasis potensi lokal dalam sektor kakao.
3. Terbentuknya tim fasilitator yang mampu memfasilitasi pelatihan tata kelola bisnis yang baik secara berjenjang.

Hasil yang diharapkan dari modul ini adalah:

1. Fasilitator mampu menjelaskan pengertian kewirausahaan dan perencanaan usaha.
2. Fasilitator mampu menjelaskan tentang manajemen usaha yang baik.
3. Fasilitator mampu dan terampil memfasilitasi perencanaan usaha.
4. Fasilitator mampu memotivasi munculnya wirausaha lokal.



Untuk Siapa Modul ini?

Modul ini berguna bagi fasilitator atau pelatih yang belum pernah memfasilitasi suatu kegiatan pelatihan sebelumnya, terutama dalam pelatihan pengembangan bisnis, khususnya untuk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam rantai nilai pertanian khususnya pertanian kakao, karena modul ini bersifat teknis dan aplikatif. Modul diperuntukkan kepada:

1. *Trainer* atau fasilitator untuk pengayaan materi dan penambahan pengalaman pelatihan dalam kewirausahaan pertanian.
2. Peserta pelatihan kewirausahaan pertanian sebagai bahan rujukan dalam pelaksanaan pelatihan.
3. Setiap lembaga yang mempunyai program dengan tujuan untuk meningkatkan kapasitas (*capacity building*) staff/anggotanya di bidang kewirausahaan dalam implementasi programnya.

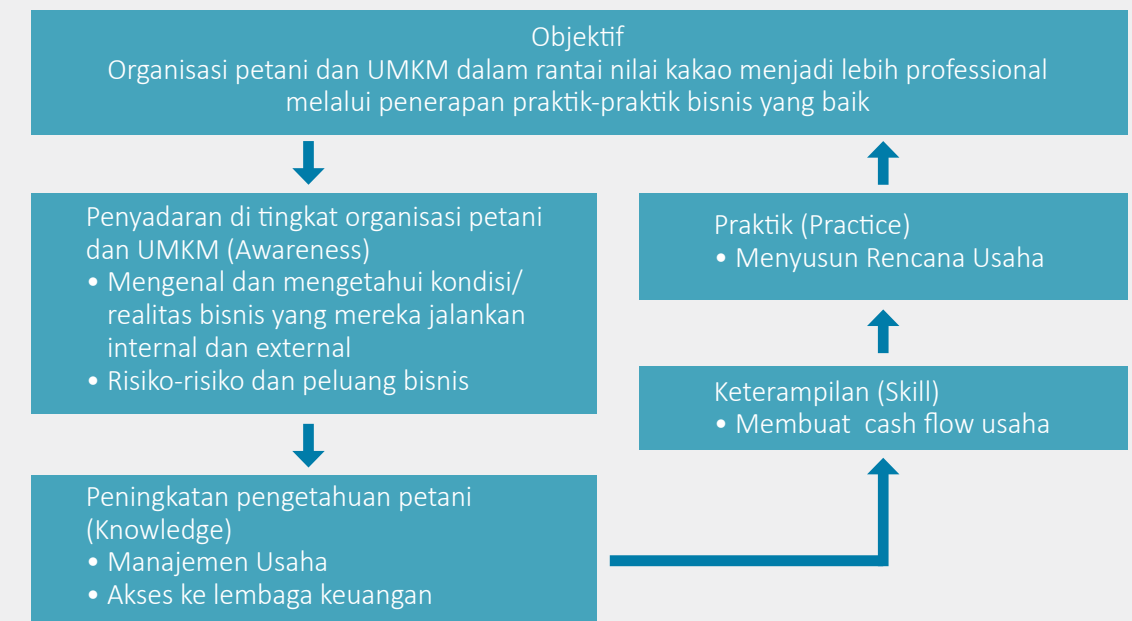
Rincian Sesi Pelatihan

Setiap sesi dari pelatihan akan dideskripsikan dengan tabel rencana penyampaian materi (*teaching plans*). Untuk memudahkan pengguna, modul ini disertai pula deskripsi aktivitas yang akan dilakukan di kelas pelatihan. Sedangkan lama waktu dari pelatihan ini adalah selama 18 jam; di mana pelatihan dibagi dalam tiga kali pertemuan, yang masing-masing pertemuan dilakukan selama enam jam.

Penyajian materi pokok bahasan oleh fasilitator diperinci ke dalam beberapa sub-sub pokok bahasan setiap sesinya. Kemudian penjelasan lebih jauh dan mendalam akan dijabarkan oleh fasilitator mengenai pengembangan bisnis dan kewirausahaan dalam pertanian kakao di kelas pelatihan. Ada pula materi-materi tambahan yang menjadi pegangan fasilitator untuk memperkaya bahan materi modul ini. Modul ini menekankan pada beberapa hal yaitu:

1. Penysadaran tentang pentingnya menjalankan usaha secara baik dan profesional,
2. Peningkatan pengetahuan tentang manajemen usaha,
3. Peningkatan keterampilan menyusun cash flow usaha, dan
4. Praktik menyusun rencana pengembangan usaha (*cash flow*).

Alur Pelatihan GBP



Metode Pembelajaran dalam Modul ini

Pembahasan studi kasus — Fasilitator dapat menggunakan kasus-kasus yang dialami oleh peserta daripada sekadar memberikan contoh kasus yang ada dalam panduan.

Permainan — Fasilitator dapat menerapkan permainan-permainan yang dapat mencairkan suasana kelas sehingga meningkatkan semangat dan dinamika kelas dari peserta.

Latihan — Berupa studi kasus, form isian, dan template yang sesuai dengan pokok bahasan dalam setiap sesi.

Presentasi — Fasilitator diharapkan dapat memberi pengarahannya berupa konsep umum pada setiap awal/akhir sesi dan menyimpulkan setiap hasil pembahasan partisipatif dalam kerangka konseptual itu.

Diskusi Partisipatif — Fasilitator memberi pemancing diskusi untuk dibahas oleh peserta dalam kelompok-kelompok kecil. Pemancing dapat berupa pertanyaan singkat atau juga pernyataan yang harus disetujui atau tidak (disanggah) oleh kelompok peserta yang bersifat aktif/partisipatif.

Penjelasan — Lamanya penjelasan mengenai kewirausahaan beserta materi-materi pokok dan sub-sub materi lainnya yang diberikan sesuai dengan kondisi dan bobot penyampaian materinya, terutama untuk menjawab pertanyaan dan memberi contoh-contoh yang memang memerlukan waktu ekstra dalam penyampaiannya. Berkenaan dengan modul ini, fasilitator akan menjelaskan lebih dalam berkenaan dengan materi pokok tambahan kewirausahaan dalam pelatihan intinya.



Bagaimana menggunakan buku panduan ini?

Oleh karena buku ini adalah untuk fasilitator dan peserta, maka penerapan dari panduan ini pertama-tama digunakan oleh fasilitator dahulu seperti tabel rencana penyajian dan pengajarannya. Selanjutnya dijelaskan dengan pemberian bahan-bahan yang terkait dengan materi pelatihan yang berguna juga untuk peserta dan siapa pun sebagai pegangan dalam pelatihan ini.

Apa saja bahan-bahan yang perlu dipersiapkan?

1. Pastikan bahwa semua bahan (kuesioner, fotokopi lembar instruksi, sinopsis film, dan contoh kasus serta *tool kit*) telah dipersiapkan sebelum memulai sebuah sesi.
2. Pastikan bahwa alat tulis-menulis, kertas *flipchart*, dan kartu *metaplan* tambahan telah tersedia, sedangkan segala alat elektronik yang diperlukan berfungsi baik.
3. Jika perlu, sediakan *cue cards* pribadi untuk membantu mengingat tahapan-tahapan dalam suatu sesi.
4. Perhatikan waktu yang telah digunakan. Letakkan jam di tempat yang mudah terlihat, jika perlu.

Seperti apa fasilitas pelatihannya?

1. Hampir seluruh kegiatan pelatihan ini melibatkan kegiatan kelompok kecil.
2. Aturlah ruangan sehingga 4–6 peserta dapat duduk secara melingkar, tetapi tetap dapat mendengar dan melihat fasilitator.
3. Sediakan *flipchart* untuk kegiatan kelompok.
4. Tempat pelatihan yang ideal adalah ruangan yang baik dan tenang sehingga tidak terganggu oleh suara dering telepon, dan dindingnya dapat dipakai untuk menempelkan *flipchart*.
5. Pemisah ruang tidak akan dibutuhkan jika ruangan cukup luas untuk melakukan kelompok kerja.

Metode Fasilitasi

1. Interaksi merupakan hal yang sangat penting untuk partisipasi peserta pelatihan.
2. Pembelajaran akan optimal jika para peserta mampu berbagi pengetahuan dan menerapkan pengalaman mereka dalam memahami konsep-konsep baru yang diperkenalkan. Latihan dan kerja kelompok dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan itu.
3. Cara terbaik untuk memperoleh umpan balik adalah melalui pengajuan pertanyaan-pertanyaan yang baik. Sebagian besar kegiatan diakhiri dengan “pertanyaan-pertanyaan proses” yang akan membantu pelatih merangkum dan menutup sesi sekaligus memberi kesempatan kepada para peserta untuk berbagi ide.
4. Di awal pelatihan, juga di awal setiap kegiatan, yang paling penting adalah memperjelas tujuan atau maksud dan menjelaskan agenda. Ini memberikan arah kepada apa yang diinginkan fasilitator untuk dilakukan.
5. Agar partisipasi peserta dapat maksimum, fasilitator perlu merespons kebutuhan-kebutuhan yang mereka ekspresikan sepanjang pelatihan.

Prinsip proses pelatihan

1. Persiapan.

Peserta telah menerima undangan untuk mengikuti pelatihan dan ToR dari pelatihan ini.

2. Dinamika Kelompok.

Proses pelatihan ini diarahkan untuk menciptakan iklim belajar dalam suatu kelompok, sehingga semua merasa didengar dan merasa bebas untuk berpartisipasi aktif. Proses pelatihan ini juga dimaksudkan untuk mengenali kebutuhan tiap-tiap kelompok sehingga semua kelompok dapat menyelesaikan tugas, semangat kelompok terjaga, dan anggota kelompok dapat memberi masukan sebaik-baiknya. Dinamika kelompok yang tinggi akan mengakibatkan struktur kelas yang relatif lebih bebas. Orang-orang tidak selalu harus duduk di kursi dan menghadap ke depan. Pengaturan kelas dapat berupa lingkaran, tanpa meja, bahkan di lantai, jika memungkinkan. Kadang-kadang peserta akan memperoleh kesempatan untuk berjalan-jalan, bukan hanya di dalam ruangan tertutup, bahkan juga di luar ruangan.

3. Partisipatif.

Proses pelatihan ini diarahkan untuk menjamin agar semua terlibat aktif dalam penyusunan agenda bersama dan berbagi hasil pembelajaran dengan menggunakan kelompok-kelompok lebih kecil. Untuk itu, setiap peserta diharapkan mau dan mampu terlibat dalam proses pengambilan keputusan sehingga merasa menjadi “bagian” dari keputusan itu dan merasa wajib melaksanakannya. Faktor perasaan setiap peserta menyangkut suatu isu dipandang penting, dan oleh karenanya, semua peserta dianjurkan untuk mengungkap dan mengangkatnya di depan umum. Peserta dan fasilitator pelatihan perlu menyelesaikan segala konflik yang muncul secara baik, sehingga semua suara didengar, pandangan baru disertakan, dan tidak ada yang merasa harus mengalah. Setiap orang didorong untuk memberi dan menerima umpan balik sehingga semua orang yang hadir dapat berkembang dan rintangan kerja kelompok dapat diatasi. Evaluasi partisipatif akan digunakan untuk menilai kegiatan pelatihan ini.



I. Pendahuluan dan *Pre Test*

Sub Pokok Bahasan 1.1. Pembukaan dan Perkenalan

“Sesi perkenalan sangat penting untuk menciptakan suasana kedekatan antarpeserta dan menciptakan suasana belajar yang merupakan titik awal untuk pelatihan yang baik.”

Tujuan:

- Peserta dapat mengenal satu sama lain dengan baik dan dapat menciptakan suasana belajar yang baik.
- Peserta dapat mengetahui dan memahami tentang tujuan dan rencana program pelatihan.
- Peserta dapat menentukan aturan main pelatihan dan disepakati bersama.

Waktu:

1 jam

Metode:

Permainan, curah pendapat, dan penjelasan

Media dan Alat Bantu:

Spidol, lakban, dan *metaplan*.

Langkah-Langkah:

1. Ucapkan selamat datang dan salam pembukaan oleh fasilitator.
2. Mintalah perwakilan dari tuan rumah untuk membuka pelatihan dan memberikan kata sambutan.
3. Setelah selesai sambutan, bagikan selembar kertas, sebuah spidol, dan potongan selotip kertas kepada setiap peserta. Mintalah mereka menuliskan nama panggilan dan lipatlah kertas menjadi dua dan letakkan di depan mereka sehingga dapat terlihat oleh orang lain.
4. Kemudian mintalah setiap peserta menyampaikan perkenalan singkat dengan menyebutkan nama, pekerjaan, dan pengalaman mereka sebagai pelaku usaha.
5. Minta peserta menempelkan nama tersebut ke baju mereka di bagian dada kanan dengan selotip kertas yang telah dibagikan sebelumnya.
6. Untuk menguji peserta, apakah mereka sudah saling mengenal antara satu dan lainnya bisa dilakukan dengan permainan menembak *cowboy*. Permainan menembak *cowboy* adalah seperti uraian di bawah ini.

7. Undang semua peserta untuk berdiri melingkar dan fasilitator berdiri di dalam lingkaran.
8. Pastikan semua peserta memakai *badge* namanya yang telah dipersiapkan sebelumnya.
9. Mintalah peserta untuk mengingat nama di sebelah kiri dan kanannya.
10. Buat aturan sebagai berikut: Jika fasilitator menyebut nama seseorang dalam barisan maka orang tersebut harus menunduk dan orang di sebelah kanan serta kiri dari nama tersebut saling menembak dengan gaya *cowboy* menembak, yang lebih dahulu menembak adalah pemenang dan yang terlambat menembak kalah serta harus menggantikan fasilitator di tengah.
11. Ulangi permainan ini dalam 3–4 kali.
12. Mintalah peserta untuk mengambil *metaplan* dan spidol di meja depan mereka; kemudian mintalah mereka menuliskan harapan mereka terhadap pelatihan ini (satu *metaplan* satu harapan). Mintalah mereka menempatkannya di depan dan kemudian satu persatu menjelaskan harapannya. Selama proses fasilitator mengelompokkan harapan tersebut.
13. Setelah harapan disepakati bersama, presentasikan dan jelaskan alur belajar dari pelatihan selama tiga hari dan setelah dijelaskan tunjuklah ketua kelas selama pelatihan dilaksanakan.
14. Mintalah ketua kelas untuk memimpin kelas menentukan kontrak belajar beserta aturan aturannya yang disepakati bersama.



Sub Pokok Bahasan 1.2.

Pre Test

Tujuan:

- *Pre test* untuk mengetahui tingkat pengetahuan peserta mengenai bisnis terkait sektor kakao dan menemukan peluang mengenai topik yang masih lemah pemahamannya oleh petani sehingga pelatihan dapat lebih fokus pada sesi tersebut.
- *Post-test* untuk mengetahui tingkat pengetahuan peserta terkait bisnis setelah mengikuti pelatihan.

Waktu:

15 menit

Metode:

Kerja mandiri mengisi format *pre test* *)

Media dan Alat Bantu:

Lembar *pre-test*, alat tulis.

Langkah-Langkah:

1. Fasilitator membagikan lembar tes kepada peserta.
2. Fasilitator menginstruksikan kepada peserta untuk menjawab tes tersebut dalam waktu 15 menit dengan sebelumnya meminta peserta menuliskan jawaban pada kolom yang telah ditentukan.
3. Setelah selesai fasilitator mengumpulkan kembali lembar tes untuk kemudian diperiksa dan dianalisis.

*) lihat form pada halaman lampiran





II. Pokok Bahasan Pengenalan Bisnis dalam Pertanian Kakao

Sub Pokok Bahasan 2.1. Pengalaman Bisnis Kakao (Refleksi)

Tujuan:

- Peserta menyampaikan pengalaman bisnis dan memperoleh pembelajaran dari proses yang selama ini dijalani.
- Pada akhir sesi peserta memahami konsep komersialisasi dalam pertanian, serta langkah-langkah logis dalam pengelolaan sebuah bisnis.
- Peserta berubah cara pandang terhadap pengelolaan bisnis pertanian.

Waktu:

1,5 jam

Metode:

Brainstorming, kerja kelompok, dan presentasi

Media dan Alat Bantu:

Spidol, lakban, *metaplan*, dan *flipchart*.

Langkah-Langkah:

1. Berikan salam pembuka kepada peserta; sampaikan tujuan pertemuan sesi ini, kemudian gali pengalaman peserta dalam mengelola usaha pertaniannya dengan curah pendapat. Kenapa mereka menjalankan bisnis/usahanya sekarang? Untuk apa/apa tujuannya? Minta peserta menuliskannya pada *metaplan*, kemudian tempel pada *sticky clothes*/papan yang tersedia.
2. Fasilitator mengelompokkan hasil curah pendapat yang sudah ditempel pada papan. Ajak peserta menganalisis jawaban yang berbeda-beda. Secara umum apa jawaban peserta? Ambil kesimpulan bersama orientasi/tujuan umumnya peserta menjalankan usahanya.
3. Bagi peserta menjadi beberapa kelompok berdasarkan asal instansi yang sama. Sampaikan instruksi/pertanyaan berikutnya, bagaimana peserta menjalankan usahanya? Hasil diskusi kelompok tuliskan pada *flipchart*. Setelah selesai minta masing-masing presentasi.
4. Fasilitator membantu membuat rangkuman hasil kerja kelompok, ada berapa macam model/cara mereka menjalankan usahanya (hasilnya pada umumnya terbagi dua: tradisional X profesional). Tanyakan kepada peserta kenapa terjadi perbedaan tersebut?

5. Sebagai penutup minta pendapat peserta, idealnya seperti apa pengusaha profesional itu, komponen apa saja yang ada dalam alur sebuah usaha?
6. Jelaskan tentang “komponen-komponen sebuah usaha atau bisnis pada umumnya”. Jelaskan bahwa usaha tani kakao sama dengan suatu unit produksi; tempat, produksi, pasar. (*lihat gambar siklus bisnis pertanian hand out*)
7. Pada akhir pertemuan, sepakati bersama peserta kesimpulan dari sesi ini (bahwa pada umumnya peserta masih belum memperlakukan usahanya secara profesional).

Bahan Bacaan: Pertanian Kakao komersial



Gambar 1

Gambar 1: *Photo* Petani dan Pedagang Sedang Transaksi Jual Beli Kakao



Sub Pokok Bahasan 2.2. Konsep dan Ide Bisnis yang Baik

“Bisnis yang sukses dimulai dengan ide bisnis yang baik. Jika ide bisnis Anda tidak bagus, bisnis Anda akan gagal walaupun Anda sudah menghabiskan banyak uang.”

Tujuan:

- Peserta mengenal dan mengetahui serta memahami tentang bisnis dan ide bisnis yang baik.
- Peserta mengenal dan memahami tentang prospek dan potensi bisnis dalam industri kakao.
- Peserta menyadari tentang pentingnya pembiayaan yang berkaitan dengan sektor kakao.
- Peserta mampu mengidentifikasi peluang dan merancang ide bisnis yang baik yang berhubungan dengan sektor kakao.

Waktu:

1,5 jam

Metode:

Curah pendapat, diskusi kelompok, presentasi, dan studi kasus

Media dan Alat Bantu:

Metaplan, selotip kertas, flipchart/papan tulis, dan spidol.

Langkah-Langkah:

1. Bagilah peserta dalam tiga kelompok. Mintalah setiap kelompok untuk mengidentifikasi tiga ide usaha berdasarkan kriteria:
 - a. Kelompok 1: dari keterampilan yang mereka miliki.
 - b. Kelompok 2: dari sumber daya yang tersedia.
 - c. Kelompok 3: dari banyaknya permintaan.
2. Minta setiap kelompok berdiskusi tentang ide usahanya dan membuat daftar ide usaha. Setelah ide usaha setiap kelompok terkumpul, ajak peserta untuk menyaring ide yang paling memungkinkan agar dapat dilaksanakan dengan mengisi form penyaringan ide usaha.
Gunakan simbol-simbol berikut untuk penyaringan ide usaha:

Tabel 1: Tabel Simbol-Simbol untuk Penyaringan Usaha

Simbol	Keterangan
😊😊	Sangat Baik
😊	Baik
😞	Biasa Saja

Simbol	Keterangan
😞	Sulit
😞😞	Sangat Sulit

3. Gunakan simbol-simbol di atas untuk menentukan ide usaha yang paling memungkinkan dengan melengkapi tabel berikut:

Tabel 2: Form Ide Usaha

Ide Usaha	Keterampilan dan Pengetahuan	Perlengkapan yang Tersedia	Sumber Daya Keuangan	Akses Bahan Baku	Permintaan Pasar	Pesaing

4. Setiap kelompok mempresentasikan ide usahanya dan memilih usaha yang paling layak.
5. Fasilitator menyampaikan teori tentang ide bisnis yang baik dan merangkum sesi tersebut.

Ide Bisnis yang baik menjawab hal ini

Kebutuhan barang atau jasa yang mana yang akan dipenuhi oleh bisnis ini?

Apa tepatnya yang akan dihasilkan atau ditawarkan oleh bisnis ini?

Siapa yang akan membeli barang atau jasa yang ditawarkan?

Bagaimana barang atau jasa tersebut sampai kepada pelanggan?

Kriteria Peluang Bisnis:

Permintaan nyata terhadap barang dan atau jasa

Tingkat Pengembalian Nilai investasi (Return on Investment)

Kompetitif

Mencapai tujuan

Ketersediaan sumber daya dan kompetensi



Sub Pokok Bahasan 2.3. Mata Rantai Nilai Pemasaran Sektor Kakao

“Memahami mata rantai nilai pemasaran dan aktor-aktor yang terlibat sangat penting dalam mengembangkan ide bisnis, topik ini sangat penting untuk dipelajari agar kita bisa memahami pentingnya mata rantai nilai pemasaran dalam suatu bisnis.”

Tujuan:

- Peserta mengenal dan memahami tentang mata rantai nilai pemasaran kakao.
- Peserta mampu mengidentifikasi aktor-aktor yang terlibat dalam mata rantai nilai pemasaran kakao.
- Peserta mampu mengidentifikasi setiap permasalahan dan peluang dari tiap-tiap mata rantai.
- Peserta mengetahui dan memahami konsep ide bisnis dan mampu mengidentifikasi faktor-faktornya yang terkait dengan mata rantai nilai pemasaran kakao.

Waktu:

2,5 jam

Metode:

Curah pendapat, diskusi kelompok, presentasi, dan penjelasan

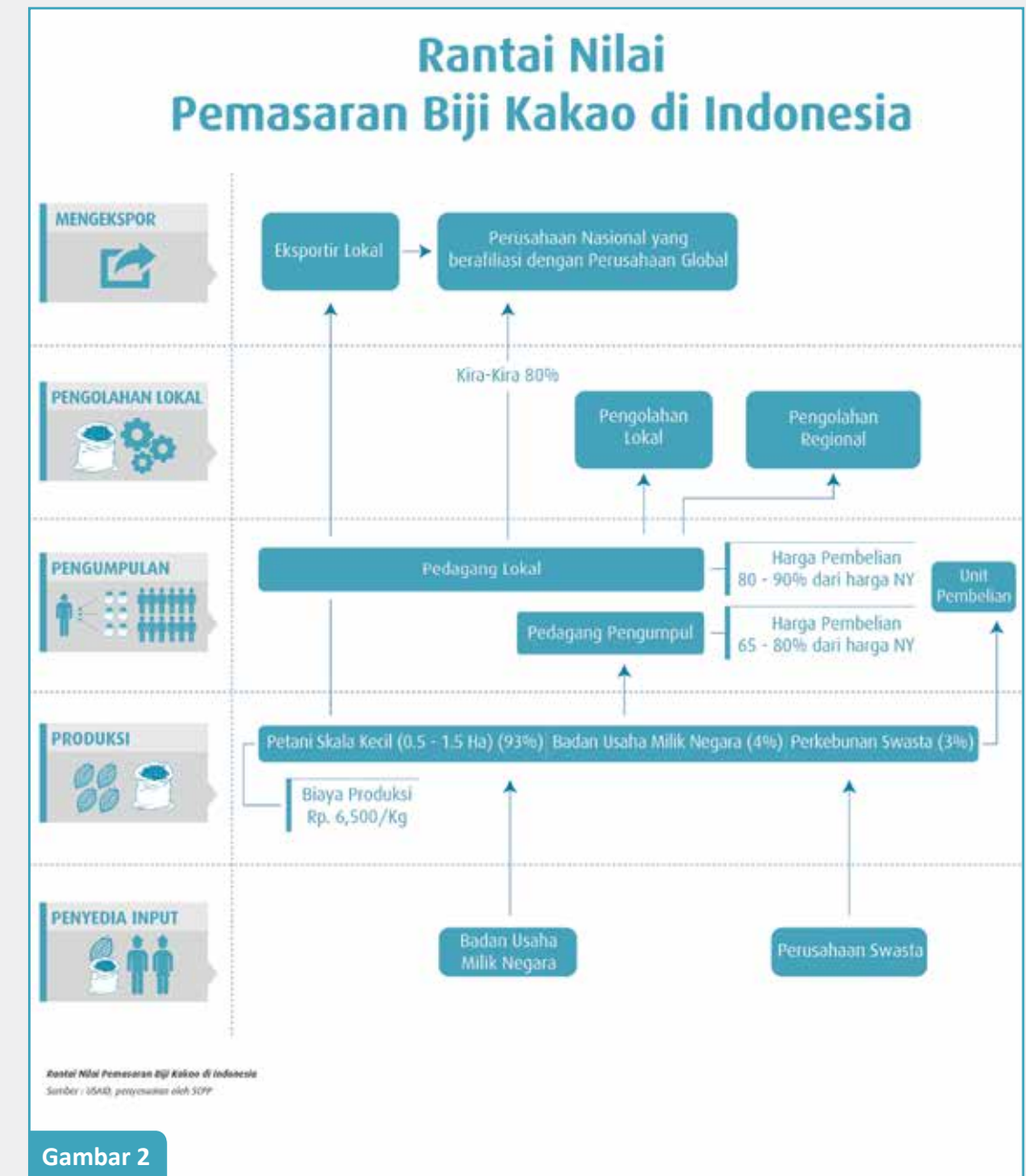
Media dan Alat Bantu:

Plano, infocus, metaplan, dan spidol.

Langkah-Langkah:

1. Fasilitator membuka sesi dengan menyapa peserta dan menjelaskan maksud pembelajaran ini.
2. Tanyakan kepada peserta apa saja yang mereka pahami tentang potensi dan perspektif bisnis di sektor tanaman kakao? Mintalah peserta untuk berbagi pengalaman mereka di bidang tanaman kakao. Fasilitator mencatat kata-kata kunci dari cerita peserta yang terkait dengan “mata rantai, aktor-aktor yang terlibat, permasalahan dan ide-ide bisnis”.
3. Ajaklah peserta untuk mendiskusikan secara singkat tentang kata-kata kunci tadi.
4. Bagilah peserta menjadi tiga kelompok dan masing-masing kelompok mendiskusikan hal-hal sebagai berikut:
 - a. Gambarkan dan jelaskan tentang mata rantai bisnis dalam sektor kakao beserta pemasarannya.
 - b. Sebutkan aktor-aktor yang terlibat dalam mata rantai nilai pemasaran kakao.
 - c. Identifikasikan setiap permasalahan dan peluang dari tiap-tiap mata rantai.
 - d. Bagaimanakah sebuah konsep ide bisnis dalam sektor kakao dan identifikasikan faktor-faktor yang memengaruhinya terkait dengan mata rantai pemasaran kakao (dapat dipakai dalam sesi selanjutnya).

5. Mintalah tiap kelompok mempresentasikan hasil diskusinya dan mintalah kelompok lain untuk menanggapi. Pada akhir diskusi simpulkan tentang sistem mata rantai nilai pemasaran kakao.
6. Pada akhir sesi jelaskan kepada peserta tentang sistem mata rantai nilai pemasaran kakao, aktor-aktor yang terlibat, permasalahan dan peluang di tiap mata rantai dan konsep ide bisnis dalam sektor kakao beserta faktor-faktor yang memengaruhinya.



Gambar 2 : Sketsa Rantai Pemasaran Kakao dari Hulu Sampai Hilir



Sub Pokok Bahasan 2.4. Peluang Bisnis dalam Sektor Kakao

Tujuan:

- Peserta mengenal dan mengetahui serta memahami tentang peluang bisnis dalam sektor kakao.
- Peserta mengenal dan memahami tentang prospek dan potensi bisnis dalam industri kakao.
- Peserta mampu mengidentifikasi peluang dan merancang ide bisnis yang baik yang berhubungan dengan sektor kakao.

Waktu:

1,5 jam

Metode:

Curah pendapat, diskusi kelompok, presentasi, dan studi kasus

Media dan Alat Bantu:

Metaplan, selotip kertas, flipchart/papan tulis, dan spidol.

Langkah-Langkah:

1. Jelaskan kepada peserta tujuan dari sesi ini.
2. Tanyakan kepada peserta apakah mereka mengenal istilah “ide bisnis”, mintalah mereka menjelaskannya menurut pemahaman mereka, catatlah jawaban mereka dalam kertas plano. Jika memang belum memahaminya jelaskan kepada peserta tentang pengertian “peluang bisnis” dengan melihat “box peluang bisnis” di samping.
3. Bagilah peserta menjadi tiga kelompok dan mintalah peserta untuk mendiskusikan tentang:
 - a. Apa ciri-ciri sebuah peluang bisnis yang bagus?
 - b. Apa faktor-faktor yang memengaruhi identifikasi dan penilaian peluang bisnis?
 - c. Mintalah mereka menyusun pertanyaan sederhana untuk melakukan sebuah wawancara dalam melihat keberhasilan sebuah bisnis yang ditekuni perorangan/kelompok/koperasi.
4. Berikan kepada peserta studi kasus seorang petani kakao SCPP. Analisislah kenapa petani ini menjadi seorang petani yang sukses dalam mengembangkan usahanya, kaitkan dengan ide dan peluang bisnis dalam sektor kakao.
5. Mintalah kelompok untuk mempresentasikan hasil diskusinya dan kelompok yang lain menanggapi. Buatlah kesimpulan dari kegiatan presentasi ini.
6. Di akhir sesi jelaskan kepada peserta tentang peluang bisnis dan ciri-cirinya, faktor-faktor yang memengaruhi identifikasi dan penilaian peluang bisnis, bagaimana menyusun daftar pertanyaan sederhana untuk identifikasi dll.

Studi Kasus: Petani Kakao yang Berhasil



“Komoditas dan Perlakuan yang tepat membuahkan kesuksesan”
Suheri dan keluarga, Desa Simawang, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat

Meraih Peluang

Tahun 2009, Suheri menerima 500 bibit kakao gratis dari seorang teman. Tidak menyia-nyiaakan kesempatan, ia segera menanamnya menggantikan pohon jeruk limaunya yang menua dan meninggalkan sekitar 100 pohon sawo sebagai pohon pelindung. Awalnya produksinya hanya 400 kg/0,5 ha. Tetapi setelah mengikuti pelatihan sekolah lapang dari Barry Callebaut dan Swisscontact, produktivitasnya pun meningkat menjadi 1.110 kg/0,5 ha/tahun.

Suheri merasakan sendiri bahwa kakao adalah komoditas yang menguntungkan dan tahan lama dibandingkan komoditas lain. Sehingga, dia menanam sekitar 500 pohon kakao lagi, dan totalnya sekarang menjadi 1.000 pohon kakao. Dari 500 pohon produktif, ia bisa menghasilkan Rp30 juta per tahun. Biasanya ia menjual biji fermentasi ke gudang di Batusangkar (5 km dari rumahnya) karena harga jual di sana lebih tinggi Rp500,-. Dari panen raya terakhir, ia membawa pulang uang sebesar Rp16,5 juta yang ia gunakan untuk membeli motor baru.

Memperluas Usaha

Selain kakao, Suheri dan keluarga juga memiliki penghasilan tambahan dari toko kelontong kecil dan usaha kakaonya. Selama musim panen, ia bisa menjual sekitar 400 kg dan meraih penghasilan Rp1,2 juta per bulan. Pendapatan dari hasil usaha sampingannya itu ia gunakan untuk kebutuhan sehari-hari dan membeli pupuk untuk pohon kakaonya. Saat ini, Suheri belum menjalankan usaha pembibitan karena kurangnya permintaan bibit di daerahnya. Tetapi jika ada permintaan, dengan keahlian yang ia dapat dari sekolah lapang ia siap untuk memulai usaha pembibitan kapan saja. Menggabungkan keseluruhan pendapatannya, sekarang Suheri memiliki tabungan di bank sekitar Rp. 22 juta. Ia merasa aman, karena telah menyisihkan uang untuk hal-hal tak terduga. Ia juga menyarankan anak-anaknya untuk menabung. Saat ini, kedua anaknya memiliki tabungan masing-masing Rp. 1 juta untuk persiapan pendidikan. “Saya bahagia sudah menanam kakao. Saya menyadari bahwa komoditas yang tepat dengan perlakuan yang sesuai disertai kegigihan akan membawa hasil yang baik,” Suheri menjelaskan.



Sub Pokok Bahasan 2.5. Analisis Risiko Bisnis Kakao

Tujuan:

- Peserta mengenal dan memahami tentang risiko yang dihadapi dalam bisnis kakao.
- Peserta mampu mengidentifikasi dan menyusun strategi mengelola risiko dalam bisnis sektor kakao.

Waktu:

1,5 jam (2 JPL)

Metode:

Curah pendapat, diskusi kelompok, dan presentasi

Media dan Alat Bantu:

Kertas plano, spidol, lakban kertas, infokus, dan bahan bacaan mitigasi risiko bisnis.

Langkah-Langkah:

1. Jelaskan kepada peserta tentang tujuan dan hasil yang akan dicapai dari sesi ini.
2. Lakukan curah pendapat dengan peserta apakah yang dimaksud dengan risiko? Fasilitator mencatat poin-poin penting jawaban peserta ke dalam *metaplan* dan menempelkannya pada *sticky clothes/papan*. (Kemudian jelaskan bahwa risiko didefinisikan sebagai suatu faktor (internal dan eksternal) yang bisa menyebabkan kerugian pada bisnis kakao).
3. Minta peserta menuliskan pada *metaplan* risiko-risiko yang mereka hadapi selama berbisnis kakao, kemudian tempel pada kolom yang sudah disiapkan oleh fasilitator sesuai kategori.
4. Fasilitator menyiapkan lima kolom kategori risiko utama dalam bisnis kakao pada *sticky clothes/ papan* yakni: produksi, pemasaran, keuangan, kelembagaan, dan manusia.
5. Bagi peserta ke dalam lima kelompok, minta mereka mendiskusikan lima kategori risiko yang telah teridentifikasi dalam *metaplan*, bila perlu masing-masing kelompok menambahkan risiko dalam kategori tersebut kemudian mendiskusikannya bagaimana mereka menghadapi risiko-risiko tersebut dan apa strateginya? Seberapa besar keberhasilan strategi yang mereka terapkan untuk mengatasinya? Apa indikatornya?
6. Minta masing-masing kelompok presentasi hasil diskusi mereka dan kelompok lain memberikan tanggapan dan masukan. Fasilitator mencatat temuan-temuan penting selama proses presentasi serta umpan balik, kemudian menyampaikannya pada akhir diskusi sebagai kesimpulan.
7. Masih dalam kelompok yang sama minta peserta menyusun mitigasi (prakiraan) risiko yang akan dihadapi setahun ke depan dalam bisnis kakao, berdasarkan pengalaman yang lalu serta situasi terkini (perubahan iklim, pasar, kebijakan pemerintah, petani, dan lain-lain), kemudian buat juga rencana antisipasinya. (*Gunakan daftar pertanyaan di bawah ini untuk acuan diskusi kelompok*).

Tabel 3: Daftar pertanyaan diskusi

Aspek	Pertanyaan
Lahan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah sistem pengelolaan kebun kakao Anda? 2. Berapa luas lahan kakao masing-masing petani? 3. Seberapa jauh jarak lahan kebun dengan rumah? 4. Apa status kepemilikan lahan kakao ? 5. Bagaimana kondisi lahan tersebut? Produktif? Rawan hama/longsor/banjir, dan sebagainya?
Pekerja	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berapa orang anggota keluarga bekerja mengelola lahan? 2. Berapa jam per hari yang diperlukan untuk mengerjakan lahan? 3. Berapa jumlah pekerja bayaran dari luar? Berapa biaya?
Modal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah tersedia cadangan uang tunai/tabungan? 2. Peralatan kerja apa yang tersedia? Bagaimana kondisinya? 3. Sarana produksi apa saja yang masih tersedia? Berapa banyak?
Pasokan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasokan apa saja yang diperlukan? 2. Siapa pemasoknya? Berapa harga yang harus dibayar? 3. Bagaimana cara pembayarannya? 4. Seperti apa kualitas barang?
Produksi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa saja hasil produksi? Seberapa besar hasil produksi? Bagaimana kualitasnya? 2. Input apa saja yang dibutuhkan untuk produksi? Kapan dibutuhkan?
Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ke manakah hasil produksi dipasarkan? Bagaimana caranya? Berapa biaya pemasaran? Berapa harga didapat? Apakah harga tersebut merupakan harga terbaik? 2. Apakah ada cara lain untuk meningkatkan pemasaran?
Infrastruktur	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana akses dan kondisi jalan ke area lahan dan pasar? 2. Apakah ada sarana pengelolaan hasil panen (penjemuran, fermentasi, gudang, dll.)?
Pengelolaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah ada pencatatan (pembukuan) keuangan? 2. Apakah ada sistem kolektif (pemasaran bersama)? 3. Apakah ada unit-unit usaha bersama?

8. Dalam diskusi pleno semua kelompok kerja menyampaikan hasilnya kemudian dilanjutkan dengan membuat satu kesepakatan rencana aksi bersama yang akan dilakukan untuk menghadapi risiko dalam bisnis kakao.
9. Tutup sesi dengan menegaskan kembali bahwa sangat penting di dalam dunia bisnis untuk mengetahui risiko-risiko yang akan dihadapi dan menyiapkan strategi untuk meminimalisasi risiko yang terjadi



Peluang Bisnis?

Peluang bisnis dapat dijelaskan sebagai suatu ide investasi atau usulan bisnis yang menarik yang memberi kemungkinan untuk memberikan hasil bagi seseorang yang berani mengambil risiko.

Peluang seperti itu merepresentasikan persyaratan pelanggan dan mengarah kepada penyediaan suatu produk atau jasa yang membuat atau memberikan nilai tambah kepada pembeli atau pengguna akhir.

Kriteria Peluang Bisnis:

- Permintaan nyata terhadap barang dan atau jasa
- Tingkat Pengembalian Nilai investasi (Return on Investment)
- Kompetitif
- Mencapai tujuan
- Ketersediaan sumber daya dan kompetensi

Mengidentifikasi dan Menilai Peluang Bisnis

Pada intinya melibatkan penentuan risiko dan imbalan yang dicerminkan dalam:

- Kondisi Industri dan pasar
- Lama masa “peluang”
- Tujuan pribadi dan kompetensi yang dimiliki oleh wirausaha
- Tim manajemen
- Kompetisi
- Modal, teknologi, dan sumber daya lain yang dibutuhkan
- Lingkungan (politik, ekonomi, hukum, kebijakan/peraturan pemerintah)

Bahan Bacaan:
Pengenalan Bisnis dan Ide Bisnis yang Baik



III. Kewirausahaan yang Berorientasi Sosial dan Lingkungan

Sub Pokok Bahasan 3.1. Kompetensi Wirausaha Sukses

“Pada hakikatnya semua orang adalah wirausaha dalam arti mampu berdiri sendiri dalam menjalankan usaha dan pekerjaannya guna mencapai tujuan pribadi, keluarga, masyarakat, bangsa dan negaranya.”

Tujuan:

- Peserta dapat mengidentifikasi kompetensi diri yang harus dimiliki oleh seorang pengusaha.
- Peserta dapat meningkatkan kompetensi yang harus dimiliki oleh seorang pengusaha sehingga usahanya lebih sukses.

Waktu:

1,5 jam

Metode:

Brainstorming dan kerja kelompok

Media dan Alat Bantu:

Spidol, lakban, *metaplan*, dan *flipchart*.

Langkah-Langkah:

1. Sampaikan kepada peserta tujuan dari sesi ini. Lakukan curah pendapat pemahaman mereka tentang wirausaha. Apa pendapat mereka tentang bidang usaha pertanian yang sekarang mereka kerjakan? Apakah dapat disebut wirausaha? Kenapa?
2. Minta semua peserta memejamkan mata, dalam waktu 2–3 menit pikirkan tentang seorang wirausahawan yang paling sukses yang mereka pernah tahu/kenal. Minta beberapa orang untuk menyampaikan hasil perenungannya.
3. Mengapa mereka pikir orang tersebut sebagai wirausaha sukses?
4. Menurut mereka apa kemampuan/kompetensi kunci yang menjadikannya wirausaha sukses? Tulis jawaban peserta pada *metaplan* dan tempel pada papan atau *sticky clothes*. Fasilitator membantu menandai (*highlight*) poin-poin penting dari semua jawaban peserta.

5. Selanjutnya bagi peserta ke dalam beberapa kelompok kecil (lebih baik jika anggota kelompok berasal dari lembaga/institusi yang sama). Dalam waktu 15 menit minta setiap kelompok mengidentifikasi kompetensi yang dimiliki oleh lembaganya saat ini dan tulis dalam *flipchart*. Presentasikan hasil diskusi tersebut dalam pleno sementara fasilitator mencatat poin-poin penting kompetensi dalam *metaplan*. Kemudian tempel di dinding/*sticky clothes*.
6. Minta setiap kelompok menandai/mencatat:
 - a. Kompetensi yang menurutnya paling kuat;
 - b. Kompetensi mana yang menurut peserta masih ingin ditingkatkan; dan
 - c. Bagaimana cara seseorang bisa meningkatkan kompetensinya?
7. Presentasikan power point “ciri wirausaha sukses” untuk mengonfirmasi jawaban peserta dengan konsep umumnya wirausaha sukses.
8. Akhiri pertemuan ini dengan menegaskan bahwa peserta harus aktif melibatkan diri guna mengembangkan kompetensi pribadi dan lembaga mereka dalam wirausaha guna mengikuti perkembangan dunia usaha/ bisnis saat ini dan ke depan

Ide yang diharapkan muncul adalah:

- Bertemu pelaku usaha sukses. Amati mereka, berdiskusi, dan belajar dari mereka.
- Mengidentifikasi kelompok kompetensi yang perlu ditingkatkan dan mencari pelatihan yang sama.
- Aktif ambil bagian dalam pelatihan-pelatihan yang mendukung usahanya

Bahan Bacaan: Kompetensi wirausaha sukses

Sub Pokok Bahasan 3.2.

Konsep Kewirausahaan dan Karakteristik Wirausaha Sukses

Tujuan:

- Peserta mengetahui dan memahami tentang karakteristik, motivasi, tantangan, dan keterampilan dalam kewirausahaan.
- Peserta dapat mengenal, mengidentifikasi, dan merumuskan bentuk-bentuk motivasi dan tantangan yang dihadapi dalam berwirausaha.
- Peserta dapat merumuskan dan merencanakan solusi yang terencana dalam menghadapi tantangan.

Waktu:

2,5 jam

Metode:

Curah pendapat, diskusi kelompok, presentasi, dan studi kasus

Media dan Alat Bantu:

Kertas plano, spidol, dan lakban kertas.

Langkah-Langkah:

1. Jelaskan kepada peserta tujuan yang akan dicapai dalam sesi ini.
2. Ajaklah peserta untuk mengungkapkan apa yang mereka pahami tentang wirausaha dan kewirausahaan serta apa perbedaan di antara keduanya. Tulislah jawaban dari para peserta dalam kertas plano. Buatlah kesimpulan dari kegiatan curah pendapat ini.
3. Setelah peserta memahami tentang wirausaha dan kewirausahaan, bagilah peserta menjadi 2–3 kelompok dan mintalah mereka membaca studi kasus tentang pengusaha yang sukses dan gagal, kemudian diskusikan tentang:
 - a. Sebutkan karakteristik dari kewirausahaan
 - b. Sebutkan bentuk-bentuk motivasi dalam berwirausaha
 - c. Sebutkan prinsip-prinsip dalam kewirausahaan
 - d. Keterampilan apa saja yang dibutuhkan dalam kewirausahaan?
 - e. Apa saja tantangan dan hambatan dalam kewirausahaan?
 - f. Apa saja solusi-solusi yang direncanakan untuk mengatasinya?
4. Mintalah peserta untuk mempresentasikan hasil diskusi kelompok dan ajaklah kelompok yang lain untuk menanggapi hasil diskusi.
5. Dari studi kasus dan diskusi, mintalah peserta untuk melakukan penilaian pribadi terkait dengan pengetahuan dan ketrampilan yang harus dimiliki seorang pengusaha (bagikan Tabel 4). Berikan asistensi pada peserta yang belum memahami secara jelas pengisian lembar penilaian, jelaskan kepada peserta ini bukan untuk sistem penilaian dalam pelatihan namun untuk melihat cara pandang mereka terhadap kewirausahaan.

6. Ajaklah peserta untuk mendiskusikan secara umum setelah mengisi lembar isian.
7. Tutuplah sesi dengan mempresentasikan tentang “wirausaha, kewirausahaan, karakteristik, bentuk-bentuk motivasi, prinsip-prinsip, keterampilan, tantangan dan solusi dalam kewirausahaan”

Studi Kasus 1: Pengusaha yang Sukses



“Kuncinya, Berani Coba Hal Baru dan Jeli Lihat Peluang Bisnis”
Muhammad Iqbal, Desa Juli Meunasah Teungoh, Kabupaten Bireuen, Aceh

Muhammad Iqbal (26 tahun) mulai merehabilitasi 400 pohon kakao di kebunnya pada akhir 2010 dan memanfaatkan 56 buah pohon kelapa sebagai pohon pelindung. Bisa saja ia memiliki lahan yang tidak luas, namun menurutnya ukuran tanah tidak menentukan hasil yang tinggi dan kualitas, namun bagaimana pohon-pohon tersebut dirawat.

Tahun 2010, Iqbal bergabung dengan Swisscontact sebagai petani andalan dalam program Peningkatan Ekonomi Kakao Aceh (PEKA) dan ikut di putaran pertama Pelatihan bagi Petalatih di kampungnya, Juli Meunasah Teungoh, Kabupaten Bireuen. Setelah pelatihan, ia berkomitmen untuk langsung merehabilitasi pohon kakaonya yang menua, yang ditanam pertama kali oleh orang tuanya tahun 1992 silam. Perubahan tidak selalu mulus adanya. “Saat itu kawan-kawan petani memandang upaya saya dengan sebelah mata, karena mungkin mereka tidak memiliki pengetahuan tentang praktek-praktek pertanian sebelumnya. Tetapi saya yakin bahwa hal baru ini akan berhasil dan kebun saya akan menjadi lebih baik,” ungkap Iqbal yang melanjutkan pendidikannya dibidang agribisnis dan pertanian yang berkelanjutan.

Sebelumnya Produksi kakao yang dihasilkan kebun Iqbal hanya 350 kg per tahun namun setelah ikut PEKA, ia mampu meningkatkan produksinya hingga dua kali lipat lebih atau sekitar 910 kg

per tahun! Banyak petani yang datang ke kebun Iqbal untuk meminta entris sehingga mereka bisa melakukan sambung samping terhadap pohon mereka dengan harapan bisa meningkatkan produksi kakaonya. Selain itu, Iqbal juga memproduksi bibit berdasarkan permintaan dan dijual dengan harga mulai Rp 3.000 hingga Rp 7.000 per polybag.

Keterlibatan dengan koperasi petani yang berbuah manis

Setelah PEKA, Iqbal mengikuti Program Produksi Kakao Berkelanjutan (*Sustainable Cocoa Production Program – SCPP*) dan menjadi fasilitator dalam proyek pengembangan SCPP di Bireuen. Di tahun 2013, Iqbal terpilih menjadi anggota *Internal Management System (IMS)* dalam program sertifikasi UTZ. Selang dua tahun, Iqbal diangkat menjadi manajer Perkebunan Kakao Bireuen Koperasi (PKBK) Bireuen, tepatnya Mei 2015.

Saat ini dengan pengetahuan yang baik dalam bidang pertanian dan pemahaman bisnis perdagangan kakao yang mumpuni, Iqbal mendedikasikan sebagian besar waktunya untuk kegiatan IMS serta mengelola unit usaha koperasi. Dia juga bertindak sebagai pemeriksa kualitas biji kakao, memberikan tambahan pemasukan Rp 75 per kg nya. Penjualan biji telah menjadi salah satu sumber pendapatan utama bagi PKBK dan tentunya Iqbal sendiri. Selain itu sebagai manajer, dia berhak untuk mendapatkan 13% dari penjualan biji pertahun yang dilakukan oleh koperasi. Diperkirakan Iqbal akan menerima sekitar Rp 15 - 20 juta dari total penjualan biji tahun 2016. Biji kakao kualitas tinggi milik PKBK ini ternyata menarik perhatian PT. Pipiltin dari Jakarta, dan keberuntungan ada di pihak Iqbal saat tahun 2016 Pipiltin setuju membayar Rp 50.000 per kg. Tahun 2016- tidak termasuk penghasilan tambahan dari pembibitan dan peran sebagai manajer- Iqbal mampu menjual 315,5 kg biji kakao kualitas tinggi dengan nilai Rp 14,8 juta, sebagai pemasok utama.

Pengalaman dan dedikasi dibidang kakao memberinya penghargaan tingkat nasional. Iqbal pun dianugerahi sebagai pemenang ke-3 biji kakao kualitas terbaik di kompetisi nasional dalam rangka Hari Kakao Indonesia ke-4, tanggal 22 November 2016 di Jakarta. Selanjutnya, Iqbal ingin menjadikan dirinya sebagai teladan bagi pengembangan dan keberlanjutan sektor kakao kedepan, berusia muda, paham mengenai tata kelola pertanian dan mampu menjadikannya sebagai sebuah bisnis yang menguntungkan, melalui tata kelola bisnis yang baik.

“Saya adalah contoh atas apa yang bisa diraih melalui pertanian kakao profesional. Berkat pemahaman saya yang cukup baik mengenai pertanian kakao, saya bisa membiayai kuliah kakak dan saya sendiri, serta membantu perekonomian keluarga, “ dikatakan Iqbal yang kesehariannya disibukan di pusat pembelajaran kakao (*District Cocoa Clinic/ DCC*) Kabupaten Bireuen, Aceh.

Studi Kasus 2: Pengusaha yang Gagal

Pak Maman, seorang distributor saprodi untuk petani kakao yang cukup tersohor di pasar tempat ia berjualan. Karena merasa usahanya sudah berjalan cukup baik dari waktu ke waktu, Pak Maman mengelola usahanya secukupnya saja. Yang penting uang hasil berdagang cukup

untuk membiayai kehidupan dan liburan bersama keluarga. Setiap hari Pak Maman hanya mengandalkan kotak uang hasil berjualan yang dia taruh di sisi belakang tokonya. Dari kotak itu Pak Maman langsung ambil secukupnya untuk belanja lagi persediaan dagangan yang habis, istrinya juga kalau belanja sayur tinggal mengambil dari kotak itu, begitu pula anak-anaknya saat akan ke sekolah ambil uang Maman dari kotak itu.

Suatu hari di pasar itu, Pak Maman ditawari pinjaman lunak untuk pengembangan usaha dengan syarat harus memberikan informasi tentang kondisi keuangan usahanya. Karena kebingungan dan tidak bisa memenuhi syarat tersebut, Pak Maman pun kehilangan kesempatan tersebut. Di sisi lain usaha Pak Maman tidak berkembang dan cenderung omset penjualan serta asset yang dimiliki oleh usahanya menurun dari waktu ke waktu. Pak Maman tidak punya data keuangan untuk menganalisis kenapa hal itu terjadi. Setelah dua tahun kondisi tersebut terjadi, usaha Pak Maman harus tutup karena likuiditas usahanya.

Tabel 4: Form Penilaian Pribadi Terkait Dengan Pengetahuan Dan Keterampilan Yang Harus Dimiliki Oleh Seorang Pengusaha

Keterampilan dan Pengetahuan *) form lembar kerja untuk peserta dikosongkan	Kuat	Sedang	Lemah	Apa yang akan dilakukan
A. KETERAMPILAN*)				
Keterampilan konseptual dalam mengatur strategi dan memperhitungkan risiko.				
Keterampilan dalam menciptakan nilai tambah.				
Keterampilan dalam memimpin dan mengelola.				
Keterampilan berkomunikasi dan berinteraksi.				
Keterampilan teknik usaha yang sedang/ akan dilakukan.				
B. PENGETAHUAN*)				
<i>Technical skill</i> , yaitu keterampilan yang diperlukan untuk melakukan kegiatan teknis yang berhubungan dengan usaha.				
Kecakapan dalam menjalin hubungan baik dengan orang lain.				



Keterampilan dan Pengetahuan *) form lembar kerja untuk peserta dikosongkan	Kuat	Sedang	Lemah	Apa yang akan dilakukan
<i>Conceptual skill</i> , yaitu kemampuan personal untuk berpikir abstrak, untuk mendiagnosis dan untuk menganalisis situasi yang berbeda, dan melihat situasi luar. Keterampilan konseptual sangat penting untuk memperoleh peluang pasar baru dan menghadapi tantangan.				
Kecakapan dalam memutuskan				
<i>Time management skill</i> , yaitu keterampilan dalam menggunakan dan mengatur waktu seproduktif mungkin				



Sub Pokok Bahasan 3.3. Kewirausahaan yang Berorientasi Sosial dan Lingkungan

“Topik ini sangat penting untuk dipelajari sebab membuat sebuah usaha harus juga berorientasi sosial dan lingkungan sehingga dapat memberikan dampak yang positif bagi masyarakat dan lingkungan serta untuk keberlanjutan usaha tersebut.”

Tujuan:

- Peserta mengenal, memahami dan mengidentifikasi pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan dalam melakukan usaha yang berorientasi sosial dan lingkungan.
- Peserta mengenal dan memahami tentang konsep wirausaha yang berorientasi sosial dan lingkungan.

Waktu:

2 jam

Metode:

Curah pendapat, diskusi kelompok, dan presentasi

Media dan Alat Bantu:

Kertas plano, spidol, lakban kertas, dan gambar (photo).

Langkah-Langkah:

1. Jelaskan kepada peserta tujuan dan capaian dari sesi ini.
2. Bagi peserta dalam empat kelompok.
3. Bagikan kepada setiap kelompok, masing-masing gambar berikut:
 - a. Kelompok 1: Gambar tentang UMKM yang menjaga lingkungan dengan baik.
 - b. Kelompok 2: Gambar tentang UMKM yang tidak menjaga lingkungan dengan membuang limbah secara sembarangan.
 - c. Kelompok 3: Gambar tentang kegiatan sosial UMKM kepada masyarakat di sekitar tempat usaha.
 - d. Kelompok 4: Gambar tentang usaha yang tidak peduli dengan keadaan sosial sekitar.
4. Mintalah tiap kelompok untuk berdiskusi tentang gambar yang mereka terima, dengan mengajukan pertanyaan:
 - a. Kenapa hal tersebut bisa terjadi?
 - b. Apa dampak bagi masyarakat sekitar tempat usaha?
 - c. Apa dampak terhadap usaha tersebut terkait dengan keberhasilan/kegagalan bisnis UMKM tersebut di masa mendatang ?
5. Setiap kelompok mempresentasikan hasil kerja kelompoknya dan tanya jawab.
6. Fasilitator merangkum hasil diskusi dan memaparkan teori tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan yang harus dilakukan oleh sebuah usaha (UMKM).

Bahan Bacaan:
Kewirausahaan yang berorientasi sosial dan lingkungan



Gambar 3

Gambar 3: Dalam melaksanakan kegiatannya, SCPP memperkenalkan tiga dimensi ‘People, Profit, and Planet’ yang berarti mendorong kegiatan terkait dimensi Sosial, Ekonomi dan Lingkungan



IV. Manajemen Kewirausahaan dalam Sektor Kakao

Sub Pokok Bahasan 4.1.

Manajemen Produksi dan Pemasaran Sektor Kakao

Tujuan:

- Peserta mengenal dan memahami tentang proses dan manajemen produksi tanaman kakao yang sesuai dengan GAP.
- Peserta mengenal dan memahami tentang pemasaran beserta strateginya dalam sektor kakao.
- Peserta mampu untuk merancang strategi pemasaran sector kakao yang baik.

Waktu:

2 jam

Metode:

Curah pendapat, studi kasus, diskusi kelompok, dan presentasi

Media dan Alat Bantu:

Kertas plano, spidol, lakban kertas, *infocus*, film, dan foto-foto.

Langkah-Langkah:

1. Jelaskan kepada peserta tentang tujuan dan hasil yang akan dicapai dari sesi ini.
2. Lakukan curah pendapat dengan peserta, apakah yang dimaksud dengan manajemen produksi? Gali sebanyak mungkin pemahaman peserta tentang manajemen produksi. Fasilitator mencatat poin-poin penting jawaban peserta ke dalam metaplan dan menempelkannya pada sticky clothes/papan. Kemudian tanyakan pula pengetahuan peserta tentang manajemen pemasaran. Lakukan hal yang sama seperti sebelumnya.
3. Buat kesepakatan dengan peserta kesimpulan sementara hasil curah pendapat tentang “manajemen produksi” dan “manajemen pemasaran”.
4. Bagilah peserta menjadi beberapa kelompok kerja untuk mendiskusikan dua pokok bahasan di bawah ini:

a. Produksi Kakao:

Isilah tabel di bawah ini terkait dengan tahapan dan manajemen produksi kakao.

Tabel 5: Form Tahapan dan Manajemen Produksi Kakao

Komponen/Tahapan Produksi Kakao *) *) kosongkan isian tabel di bawah ini untuk peserta	Apa yang dilakukan?	Bagaimana pengaruhnya terhadap produksi
Lahan		
Tanaman		
Pemeliharaan		
Pascapanen		

b. Pemasaran Kakao:

- Bagaimana konsep dan strategi pemasaran kakao yang baik dan menguntungkan? Sebutkan dan jelaskan.
 - Rancanglah sebuah strategi pemasaran dalam koperasi atau kelompok usaha Anda.
5. Mintalah setiap kelompok untuk mempresentasikan hasil diskusi dan kelompok lain menanggapi. Fasilitator membantu membuat kesimpulan dari diskusi yang telah dilakukan.
 6. Presentasikan power point “Konsep 5P dalam Pemasaran”.
 7. Akhiri sesi ini dengan menegaskan kepada peserta tentang pentingnya manajemen produksi dan pemasaran kakao yang baik agar memperoleh keuntungan maksimal.



Sub Pokok Bahasan 4.2. Manajemen Produksi dan Pemasaran Sektor Kakao

“Sebuah usaha tanpa manajemen keuangan tidak akan berhasil dengan baik, oleh karena itu topik ini akan membantu kita lebih memahami bagaimana pengelolaan keuangan usaha yang baik.”

Tujuan:

- Peserta mengenal dan memahami pentingnya pengelolaan keuangan usaha yang baik.
- Peserta mengenal dan mempelajari teknik-teknik pengelolaan keuangan dalam berwirausaha.
- Peserta mengetahui dan mampu merencanakan pengelolaan keuangan untuk pengembangan usaha.

Waktu:

2,5 Jam

Metode:

Curah pendapat, diskusi kelompok, studi kasus, dan penjelasan

Media dan Alat Bantu:

Kertas plano, spidol, lakban kertas, *infocus*, film, dan foto-foto.

Langkah-Langkah:

1. Jelaskan kepada peserta tentang tujuan dari sesi ini.
2. Tanyakan kepada peserta bagaimana selama ini mereka mendapatkan sumber pembiayaan dan bagaimana mereka melakukan pengelolaan keuangan usaha mereka? Tulislah jawaban mereka di kertas plano.
3. Tanyakan kembali apakah mereka sudah cukup familiar dalam pengisian arus kas?
4. Bagilah peserta menjadi dua kelompok kerja untuk mendiskusikan hal-hal sebagai berikut:
 - a. Kelompok 1
 - Sebutkan dan jelaskan sumber-sumber pembiayaan yang bisa diakses untuk usaha dengan mengisi dan menganalisisnya seperti tabel 6 ini:

Tabel 6: Form Sumber-Sumber Pendanaan yang Bisa Diakses oleh Petani

Sumber	Jumlah dana yang tersedia	Sifat	Risiko

- Sebutkan dan jelaskan langkah-langkah agar kita bisa mengakses sumber pembiayaan
- b. Kelompok 2
 - Bagaimana teknik-teknik pengelolaan keuangan yang baik?
 - Apa saja keuntungan dan kelemahan dalam mengisi arus kas?
 - Bagaimana teknik pengisian arus kas (mengambil satu contoh koperasi dengan mengisi form arus kas)?
 - Rancanglah sebuah perencanaan untuk melakukan sebuah perencanaan keuangan dalam sebuah usaha.
5. Mintalah masing-masing kelompok untuk mempresentasikan hasil diskusi dan kelompok yang lain diminta untuk menanggapi. Ambillah kesimpulan dari hasil diskusi dan presentasi ini.
 6. Di akhir sesi jelaskan kepada peserta tentang pentingnya sumber pembiayaan, langkah-langkah untuk mengakses sumber pembiayaan, pentingnya manajemen keuangan usaha dan merencanakan sebuah perencanaan keuangan usaha serta pengisian arus kas sebuah usaha.

Langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mendapat pembiayaan:

1. Apa yang tertulis dalam rencana usaha Anda, peminjam Anda harus mengetahui hal tersebut.
2. Berapa jumlah dana yang dibutuhkan bisnis Anda? Budget detail sangatlah penting untuk memberi keyakinan peminjam Anda.
3. Apa saja sumber daya yang telah bisnis Anda punya?
4. Kembali ke langkah 1, apakah Anda telah yakin bahwa rencana usaha tersebut realistis?
5. Buatlah daftar sumber pembiayaan untuk bisnis Anda, seperti: pinjaman dari keluarga, bank, lembaga kredit mikro, program pembiayaan pemerintah, koperasi, dan sumber pembiayaan lainnya.
6. Persiapkan surat permohonan pinjaman.
7. Jika Anda mendapatkan pembiayaan, letakkan uang tersebut di tempat yang betul-betul aman dan mulai bekerja seperti rencana bisnis Anda. Jangan alihkan pembiayaan untuk keperluan lain. Anda harus membangun bisnis yang sukses dan membayar kembali pinjaman.
8. Jika Anda tidak mendapat pembiayaan, tanyakan kepada peminjam, kenapa? Apa yang dapat Anda ambil pelajaran dari itu? Apakah Anda dapat mengubahnya untuk permohonan selanjutnya?



Tabel 7: Contoh Form Arus Kas

No	Uraian	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
I	Arus kas dari kegiatan usaha												
	Jumlah biji kakao yang dijual (kg)	36,000	20,000	8,000	4,000	4,000	4,000	4,000	16,000	24,000	84,700	128,700	84,700
1.1	Kas dari Penjualan kakao	1,296,000,000	720,000,000	288,000,000	144,000,000	144,000,000	144,000,000	144,000,000	576,000,000	864,000,000	2,964,500,000	4,504,500,000	2,964,500,000
1.2	Kas dari penjualan komoditi selain kakao	-	-	-	350,000,000	350,000,000	350,000,000	350,000,000	-	-	-	-	-
1.3	Kas dari penjualan jasa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.4	Pendapatan premium fee	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.5	Pungutan PPh oleh Koperasi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Total Of Cash from Operating Activities	1,296,000,000	720,000,000	288,000,000	494,000,000	494,000,000	494,000,000	494,000,000	576,000,000	864,000,000	2,964,500,000	4,504,500,000	2,964,500,000
II	Harga Polok												
2.1	Harga pokok pembelian kakao	1,152,000,000	640,000,000	256,000,000	128,000,000	128,000,000	128,000,000	128,000,000	512,000,000	768,000,000	2,710,400,000	4,118,400,000	2,710,400,000
2.2	Harga pokok pembelian komoditi selain kakao	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.3	Harga pokok produksi jasa	-	-	-	340,000,000	340,000,000	340,000,000	340,000,000	-	-	-	-	-
	Total harga polok	1,152,000,000	640,000,000	256,000,000	468,000,000	468,000,000	468,000,000	468,000,000	512,000,000	768,000,000	2,710,400,000	4,118,400,000	2,710,400,000
III	Biaya dari operasional usaha												
IV	Gaji												
4.1	Gaji manajer usaha	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000
4.2	Gaji staff administrasi	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000
4.3	Gaji staff produksi	17,000,000	10,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	8,000,000	12,000,000	40,000,000	60,000,000	40,000,000
4.3	Gaji staff pemasaran												
4.5	Tunjangan gaji	2,550,000											
	Total Salaries	14,000,000	14,000,000	8,000,000	8,000,000	8,000,000	8,000,000	8,000,000	12,000,000	16,000,000	44,000,000	64,000,000	44,000,000
V	Biaya Operasional lainnya												
5.1	Total biaya operasional setiap bulan	17,000,000	10,000,000	4,000,000	4,000,000	4,500,000	4,500,000	4,500,000	8,000,000	12,000,000	40,000,000	60,000,000	40,000,000
5.2	Biaya training	17,000,000	10,000,000	4,000,000	4,000,000	4,500,000	4,500,000	4,500,000	8,000,000	12,000,000	40,000,000	60,000,000	40,000,000
5.3	pembayaran premium fee	2,550,000	1,500,000	600,000	300,000	300,000	300,000	300,000	1,200,000	1,800,000	6,000,000	9,000,000	6,000,000
5.4	Biaya sertifikasi	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000

No	Uraian	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
5.5	Biaya penyusutan aktiva	6,800,000	4,000,000	1,600,000	800,000	800,000	800,000	800,000	3,200,000	12,000,000	16,000,000	24,000,000	16,000,000
	Total Biaya operasional lainnya	28,000,000	28,000,000	12,700,000	11,600,000	12,600,000	12,600,000	12,600,000	22,900,000	40,300,000	104,500,000	155,500,000	104,500,000
VI	Bunga dan Pajak												
6.1	Biaya bunga pinjaman	4,887,989	4,717,280	4,544,010	4,368,141	4,189,634	4,008,450	3,824,547	3,637,887	3,448,426	3,256,123	3,060,936	2,862,821
6.2	Biaya pajak PPh 21												
6.3	Biaya pajak PPh 22												
6.4	Biaya Pajak PPh 23												
6.5	Cicilan Pajak PPh 25												
6.6	Setoran Pungutan PPh												
6.7	Hutang pajak-sesuai pasal 29												
	Total Biaya bunga dan pajak	4,887,989	4,717,280	4,544,010	4,368,141	4,189,634	4,008,450	3,824,547	3,637,887	3,448,426	3,256,123	3,060,936	2,862,821
	TOTAL BIAYA OPERASIONAL	66,850,000	42,000,000	25,244,010	23,968,141	24,789,634	24,608,450	24,424,547	38,537,887	59,748,426	151,756,123	222,560,936	151,362,821
VII	PELUAN AKTIVA												
7.1	(+)Pendapatan dari penjualan aktiva												
7.2	(-)Pembelian aktiva berupa perlengkapan												
VIII	KEGIATAN PEMBIAYAAN												
8.1	(+)Pencairan pinjaman												
8.2	(-)Investasi dalam bentuk aktiva tetap												
8.3	(-)Prive												
8.4	(-)Cicilan Pinjaman	11,380,611	11,551,320	11,724,590	11,900,459	12,078,966	12,260,150	12,444,053	12,630,713	12,820,174	13,012,477	13,207,664	13,405,779
8.5	(+)Kontribusi pembiayaan dari partner												
8.6	(+)Hibah												
	TOTAL AKTIVITAS PEMBIAYAAN	(11,380,611)	(11,551,320)	(11,724,590)	(11,900,459)	(12,078,966)	(12,260,150)	(12,444,053)	(12,630,713)	(12,820,174)	(13,012,477)	(13,207,664)	(13,405,779)
X	ARUS KAS	65,769,389	26,448,680	(4,968,600)	(9,868,600)	(10,868,600)	(10,868,600)	(10,868,600)	12,831,400	23,431,400	102,343,877	150,331,400	89,331,400
XI	Saldo Awal	889,706,965	955,476,354	981,925,033	976,956,433	967,087,833	956,219,233	945,350,633	934,482,033	947,313,433	970,744,833	1,079,088,710	1,223,420,110
XII	Saldo Akhir	955,476,354	981,925,033	976,956,433	967,087,833	956,219,233	945,350,633	934,482,033	947,313,433	970,744,833	1,079,088,710	1,223,420,110	1,312,751,510



V. Penyusunan Rencana Usaha

Tujuan:

- Peserta mengetahui dan memahami tentang langkah-langkah menyusun sebuah rencana usaha.
- Peserta mampu menyusun sebuah rencana usaha untuk diimplementasikan dalam usahanya.

Waktu:

3,5 Jam

Metode:

Curah pendapat, diskusi, diskusi kelompok, dan penjelasan

Media dan Alat Bantu:

Spidol, kertas plano, lakban kertas, materi *power point*, contoh soal/usaha, dan mesin hitung-kalkulator.

Langkah-Langkah:

1. Jelaskan kepada peserta tujuan dari sesi kali ini.
2. Tanyakan kepada peserta apakah mereka sudah terbiasa dengan melakukan penyusunan rencana usaha? Jika sudah mintalah mereka untuk memberikan pendapatnya sesuai dengan yang sudah mereka lakukan. Jika belum ajaklah mereka berpendapat apa sebenarnya yang dimaksudkan dengan rencana usaha sesuai dengan pendapat mereka.
3. Bagi peserta menjadi 2-3 kelompok dan bagikan kepada peserta contoh kasus atau soal usaha. Mintalah peserta untuk membahas bersama tentang langkah-langkah yang bisa dilakukan untuk merencanakan sebuah usaha. Presentasikan secara singkat hasil diskusi dan ambil kesimpulan.
4. Kembali bagilah peserta menjadi 2-3 kelompok berdasarkan usaha yang ditekuninya (koperasi, usaha swasta, dan UMKM) dan mintalah kelompok untuk membuat sebuah perencanaan usaha di sektor kakao.
5. Setelah kelompok selesai berdiskusi, mintalah mereka mempresentasikan hasil diskusinya dan kelompok yang lain untuk menanggapi. Ambil kesimpulan dari proses diskusi dan presentasi ini.
6. elaskan kepada peserta tentang pentingnya sebuah perencanaan usaha bagi sebuah usaha seperti koperasi, UMKM dll.





VI. Evaluasi dan Rencana Kerja

Sub Pokok Bahasan 6.1.

Post Test

Tujuan:

- *Post-test* untuk mengetahui tingkat pengetahuan peserta mengenai bisnis terkait sektor kakao dan menemukan peluang mengenai topik yang masih lemah pemahamannya oleh petani sehingga pelatihan dapat lebih fokus pada sesi tersebut.
- *Post-test* untuk mengetahui tingkat pengetahuan peserta terkait bisnis setelah mengikuti pelatihan.

Waktu:

15 Menit

Metode:

Kerja mandiri mengisi format *post test* *)

Media dan Alat Bantu:

Lembar *pre/post test* dan alat tulis.

Langkah-Langkah:

1. Fasilitator membagikan lembar tes kepada peserta
2. Fasilitator menginstruksikan kepada peserta untuk menjawab tes tersebut dalam waktu 15 menit dengan sebelumnya meminta peserta menuliskan jawaban pada tempat yang telah ditentukan.
3. Setelah selesai fasilitator mengumpulkan kembali lembar tes untuk kemudian diperiksa dan dianalisis.

*) lihat form pada halaman lampiran





Sub Pokok Bahasan 6.2. Evaluasi Pelatihan dan Rencana Kerja

Tujuan:

- Peserta mampu menganalisis kelebihan dan kelemahan pelatihan ini.
- Peserta memberikan saran dan pendapat untuk perbaikan pelatihan.
- Peserta mampu menyusun *work plan* setelah pelatihan.

Waktu:

1 jam

Metode:

Kerja mandiri mengisi format penilaian pelatihan*) dan membuat RTL setelah pelatihan

Media dan Alat Bantu:

Form penilaian pelatihan dan alat tulis peserta.

Langkah-Langkah:

1. Fasilitator membagikan lembar penilaian kepada peserta.
2. Fasilitator menjelaskan secara sekilas tentang item yang akan dinilai dan skala dalam penilaian.
3. Fasilitator menginstruksikan kepada peserta mengisi lembar penilaian tersebut dengan membubuhkan tanda (X) pada skala yang mereka yakini.
4. Fasilitator memberikan informasi bahwa waktu penilaian ini adalah maksimal 25 menit.
5. Setelah selesai fasilitator mengumpulkan kembali lembar penilaian untuk kemudian diperiksa dan dianalisis.
6. Mintalah masing-masing peserta berdasarkan kelompok dari usaha yang diwakili untuk membuat rencana kerja.
7. Presentasikan rencana kerja tersebut.

*) lihat form pada halaman lampiran

Langkah-Langkah Penyusunan Rencana Bisnis (*Business Plan*):

Langkah 1: Mengenal Bisnis Anda

Sebelum benar-benar menuliskan rencana bisnis, anda seharusnya sudah bisa mengenal dengan baik bisnis anda. Dalam hal ini, pelajari dan pahami secara menyeluruh dan mendalam tentang bentuk, potensi dan segala tantangan yang ada pada bisnis anda. Dalam tahap ini Anda bisa menggunakan teknik analisa SWOT yang telah kita bahas sebelumnya. anda bisa mempelajari hal-hal terkait bisnis ini dengan banyak cara seperti membaca buku dan referensi lain, bertanya dan berdiskusi pada ahli atau orang yang telah melakukannya sebelum anda dan lainnya.

Langkah 2: Tentukan Visi Dalam Rencana Bisnis

Setelah anda mengenal dengan baik tentang bisnis anda, maka langkah berikutnya adalah menentukan visi bisnis anda. Visi yang merupakan pandangan jauh tentang tujuan dan sasaran perusahaan memang harus dimiliki seluruh pebisnis skala besar hingga skala kecil. Dengan adanya visi yang jelas, maka anda tak akan kesulitan nantinya dalam merancang alur dari rencana bisnis anda. Nyatakan visi bisnis dan perusahaan anda dengan bahasa dan kalimat yang jelas dan mudah dimengerti oleh orang lain.

Langkah 3: Tentukan untuk siapa Rencana Bisnis ini dibuat

Langkah berikutnya setelah memperoleh gambaran bisnis dan visi dengan jelas, anda harus menentukan target bisnis plan ini dibuat. Ya, dengan target yang tepat, maka anda bisa menyesuaikan isi business plan anda dengan baik dan benar. Misalkan business plan untuk investor, maka anda harus menyusun rencana bisnis tersebut dengan lebih serius, mendalam dan profesional.

Langkah 4: Saatnya Menuliskan Rencana Bisnis Anda

Terakhir, saat tiga tahapan diatas sudah anda lakukan dengan baik, maka saatnya Anda tuliskan rencana bisnis anda dengan sebagaimana template pada lampiran.



Lampiran - Lampiran

Lampiran 1 Format Evaluasi Pelatihan

Form Evaluasi Pelatihan

Nama :	Nama Usaha/Koperasi :
Nama Pelatihan : GBP (<i>Good Business Practices</i>)	Email :
Tgl Pelaksanaan :	Trainer :

Berikut ini adalah lembar untuk evaluasi program yang telah peserta ikuti. Saudara cukup memberikan tanda 'X' pada angka pilihan yang saudara anggap paling sesuai:
Kriteria Nilai: 1. Kurang sekali 2. kurang 3. Cukup 4. Baik 5. Baik Sekali

Materi	Jelas dan mudah diikuti	1 2 3 4 5
	Relevan dengan tujuan pelatihan	1 2 3 4 5
	Mudah diaplikasikan	1 2 3 4 5
Fasilitator	Penguasaan materi	1 2 3 4 5
	Gaya penyampaian	1 2 3 4 5
	Kejelasan dalam penyampaian	1 2 3 4 5
	Kemampuan menjawab pertanyaan	1 2 3 4 5
	Penggunaan alat bantu	1 2 3 4 5
	Kemampuan menggali informasi	1 2 3 4 5
Tempat Pelatihan	Kemampuan menggali informasi dari peserta	1 2 3 4 5
Sajian/Konsumsi	Kenyamanan dalam belajar	1 2 3 4 5
	<i>Coffee break/snack</i>	1 2 3 4 5
	Makan siang	1 2 3 4 5
Peserta	Keaktifan peserta dalam bertanya dan memberi pendapat	1 2 3 4 5

Peserta	Keaktifan Peserta dalam Diskusi Kelompok	1 2 3 4 5
	Peserta Pelatihan adalah Menyenangkan	1 2 3 4 5

Kesan-Kesan Positif Saya Selama Pelatihan

Saran - Saran

Terhadap Materi Pelatihan

Terhadap Fasilitator pelatihan



1.1.2. Misi usaha

.....

1.1.3. Nilai-nilai yang dianut oleh usaha

.....

2. Tujuan Penyusunan Rencana Usaha Dan Jangka Waktu Rencana Usaha

.....

3. Keterangan Rinci Tentang Pelaku Usaha

3.1. Pengalaman berwirausaha (berbisnis) sebelumnya (tuliskan tanggal, bulan dan tahun)

.....

3.2. Pendidikan dan pelatihan yang pernah diikuti (tuliskan tanggal, bulan dan tahun)

.....

4. Penilaian Pasar

4.1. Pelanggan saya dapat dideskripsikan sebagai berikut

.....

4.2. Jumlah atau volume produk sejenis yang ada di pasar

.....

4.3. Proyeksi masa depan volume produk di pasar

.....

4.4. Kekuatan utama pesaing usaha saya adalah

.....

4.5. Kelemahan utama pesaing saya adalah

.....

5. Analisa SWOT

Kekuatan Usaha anda	Kelemahan usaha anda
Peluang yang dapat diraih untuk mengembangkan Usaha	Ancaman Usaha anda

6. Rencana Pemasaran

6.1. Produk (barang atau jasa)

Nama Produk	Karakteristik Penting

6.2. Harga

Produk	Harga pokok atau Biaya Produksi)	Harga Jual	Harga yang ditawarkan oleh pesaing
Sistem pembayaran (Tunai/Kredit)			



6.3. Uraian proses produksi barang atau jasa

Nama Produk	Proses Produksi

6.4. Tempat

a. Informasi alamat dan lokasi

Alamat	Status (Milik/Sewa)	Luas	Biaya yang harus dikeluarkan/tahun

b. Alasan memilih tempat ini

.....

.....

.....

.....

6.5. Cara Pendistribusian Produk (Pilih Salah Satu)

a. Saya akan menjual barang atau jasa langsung kepada (Berikan tanda pada pilihan anda):

- Langsung ke pelanggan Pengecer Grosir

b. Alasan memilih cara pendistribusian tersebut

.....

.....

.....

.....

6.6. Promosi dan Iklan

Jenis Promosi	Biaya Promosi

7. Organisasi Usaha

7.1. Usaha Saya Akan Didaftarkan Berbadan Hukum Sebagai (Berikan tanda pada pilihan anda):

- Usaha perorangan Kemitraan CV atau PT
 Koperasi Usaha Kelompok Lain-lain

7.2. Nama Perusahaan yang Saya Usulkan (Jika Usaha Baru)

.....

.....

7.3. Susunan Personalia Perusahaan (Lampirkan struktur organisasi dan uraian tugas)

Jabatan	Uraian Tugas	Gaji Perbulan

7.4. Perijinan dan Sertifikat Usaha yang Diperlukan

Jenis Ijin Usaha / Sertifikat	Perkiraan Biaya Pengurusan

7.5. Tanggung Jawab Perusahaan (social, lingkungan, asuransi, kompensasi karyawan, pajak)

Jenis Tanggung Jawab	Perkiraan biaya

8. Aset Tetap Usaha

8.1. Alat Kerja dan Peralatan

Berdasarkan asumsi kapasitas penjualan dan produksi 100%, maka perusahaan akan membutuhkan alat kerja dan peralatan sebagai berikut:

Deskripsi (Uraian)	Jumlah Yg Diperlukan	Biaya Satuan	Jumlah Biaya



Nama Pemasok	Alamat	Telepon / Fax

8.2. Kendaraan yang Diperlukan oleh Perusahaan

Berdasarkan kebutuhan operasional (transportasi) dan kegiatan pemasaran, maka diperlukan kendaraan sebagai berikut:

Deskripsi (Uraian)	Jumlah yang Diperlukan	Biaya Satuan	Jumlah Biaya

Nama Pemasok	Alamat	Telepon / Fax

8.3. Mebel dan Peralatan Kantor

Kantor perusahaan membutuhkan mebel dan peralatan sebagai berikut:

Deskripsi (Uraian)	Jumlah yang Diperlukan	Biaya Satuan	Jumlah Biaya

Nama Pemasok	Alamat	Telepon / Fax

8.4. Ringkasan Asset Tetap (*Fixed Asset*) dan Penyusutan

Deskripsi (Uraian)	Nilai	Penyusutan Tahunan
Alat kerja dan peralatan		
Kendaraan		
Mebel dan peralatan kantor		
Tempat usaha		
Jumlah		

9. Analisa Laporan Keuangan

9.1. Laporan Arus Kas 3 Bulan Terakhir

LAPORAN ARUS KAS			
[Nama Perusahaan]			
TAHUN 2017			
	Satuan Rupiah		
	Des 2016	Jan 2017	Feb 2018
A Penerimaan			
Penerimaan Penjualan			
Penerimaan Pinjaman			
Sub Total Penerimaan			
B Pengeluaran			
Pembelian Asset (Investasi)			
Pembelian Bahan Baku/dagangan			
Pembelian Bahan Pembantu			
Upah Buruh Produksi			
Transport (Pengiriman Produk)			
Biaya Produksi Lain-Lain			
Gaji Pimpinan			
Gaji Staf Administrasi dan Umum			
Biaya Pemeliharaan			
Biaya Pemasaran			
Alat Tulis Kantor			
Listrik, Air, Telepon			
Biaya Administrasi Lain-Lain			
Angsuran Pokok			
Biaya Bunga			
Biaya Pajak			
Sub Total Penerimaan			
C Selisih Kas			
D Saldo Kas Awal			
E Saldo Kas Akhir			



9.2. Laporan Laba Rugi Tahun Lalu

LAPORAN LABA RUGI	
[Nama Perusahaan]	
TAHUN 20XX	
A Hasil Penjualan	
Penjualan	
Sub Total Hasil Penjualan	
B Harga Pokok Penjualan/Biaya Produksi	
Bahan Baku	
Bahan Pembantu	
Upah Buruh Produksi	
Transport (Pengiriman Produk)	
Biaya Lain-Lain	
Sub Total Biaya Produksi/Harga Pokok Penjualan	
C Biaya Tetap	
Gaji Pimpinan	
Gaji Staf Administrasi dan Umum	
Biaya Pemeliharaan	
Penyusutan	
Sub Total Biaya Tetap	
D Biaya Administrasi	
Biaya Pemasaran	
Alat Tulis Kantor	
Listrik, Air, Telepon	
Biaya Lain-Lain	
Sub Total Biaya Administrasi	
E Total Biaya (B + C + D)	
F Laba Sebelum Pajak (A - E)	
G Pajak	
H Laba Bersih (F - G)	

9.3. Neraca Tahun Lalu

LAPORAN NERACA	
[Nama Perusahaan]	
TAHUN 2016	
Dalam satuan Rupiah	
AKTIVA	
A Aktiva Lancar	
Kas	
Piutang	
Persediaan:	
Bahan Baku	
Bahan Pembantu	
Barang Jadi	
Barang dagangan	
Jumlah Aktiva Lancar	
B Aktiva Tetap	
Tanah	
Bangunan	
Peralatan	
Penyusutan	
Lain – Lain	
Jumlah Aktiva Lancar	
Jumlah Aktiva (A + B)	
PASIVA	
C Hutang Jangka Pendek	
Hutang Dagang	
Hutang Jatuh Tempo	
Lain – Lain	
Jumlah Hutang Jangka Pendek	
D Pinjaman Jangka Pendek	
Pinjaman Jangka Panjang	
Lain – Lain	
Jumlah Pinjaman Jangka Panjang	
E Modal	
Modal Disetor	
Laba Ditahan	
Jumlah Modal	
Jumlah Pasiva (C + D + E)	



Proyeksi penjualan per-bulan																
No	Nama Produk	Uraian	Bulan ke-												Tahun ke-2	Tahun ke-3
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
	Total penjualan produk 3															
		Jumlah yang terjual														
		Harga rata-rata (unit)														
	Total penjualan produk 4															
		Jumlah yang terjual														
		Harga rata-rata (unit)														
	Total penjualan produk 5															
	Total penjualan keseluruhan															

12. Proyeksi Penjualan

Uraian	Bulan ke-															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12				
Saldo awal																
Kas masuk																
1. Kas awal																
2. Penjualan																
3. Kas masuk lainnya																
4. Jumlah kas masuk																
Kas keluar																
5. Biaya bahan langsung																
6. Biaya tenaga kerja langsung																
7. Biaya tidak langsung																
8. Investasi																
9. Kewajiban (hutang)																
10. Pajak																
11. Uang keluar lainnya																
12. Jumlah kas keluar																
Saldo akhir (4-11) + saldo awal																

14. Analisis Dampak Dan Resiko Usaha

14.1. Dampak Terhadap Masyarakat Sekitar

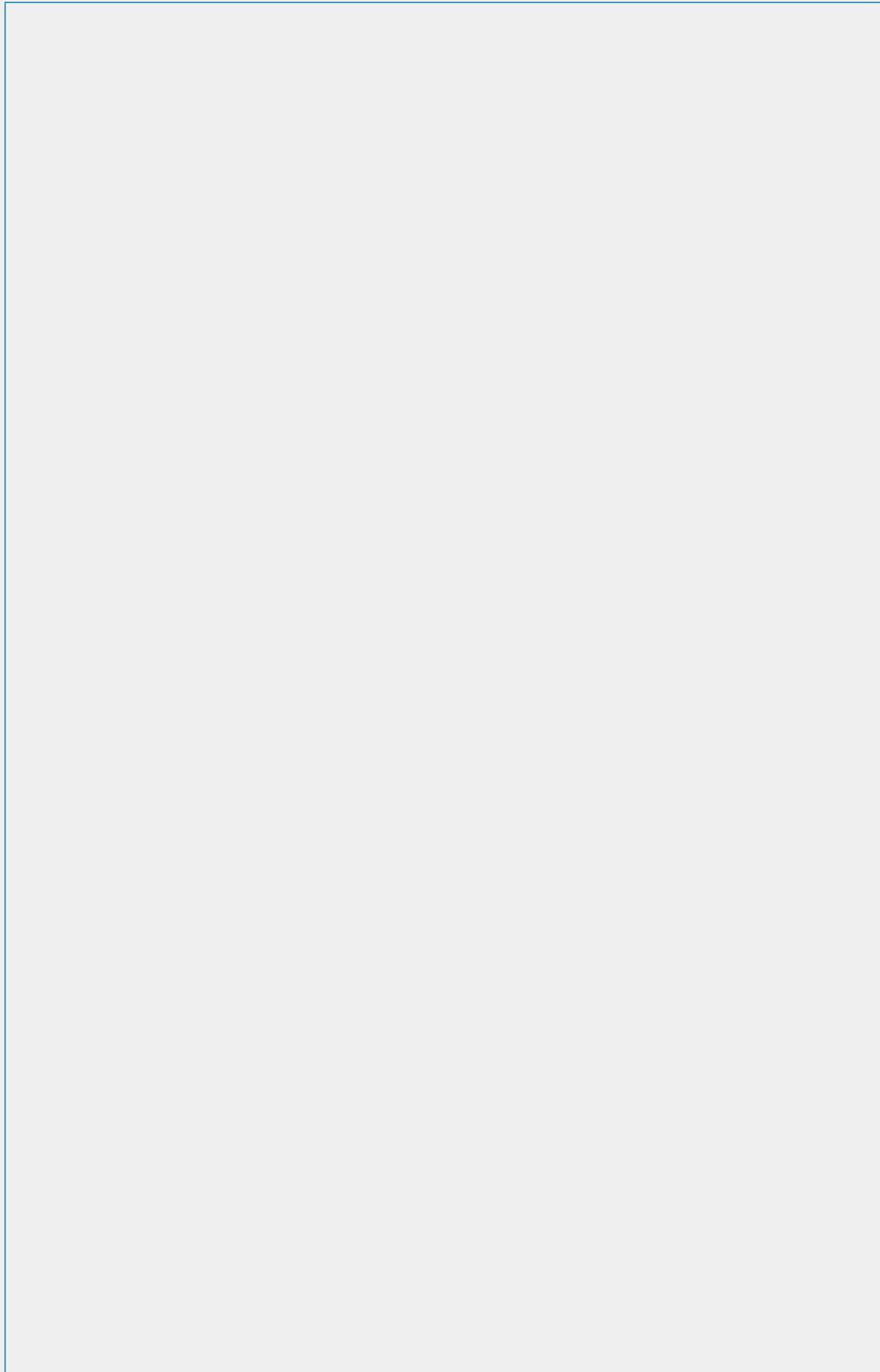
- Dampak pemasaran terhadap masyarakat
- Dampak produksi dan teknologi terhadap masyarakat
- Dampak organisasi dan SDM terhadap masyarakat
-
-
-
-

14.2. Dampak Terhadap Lingkungan

- Dampak produksi dan teknologi terhadap lingkungan
- Penanganan limbah yang dihasilkan akibat proses produksi
-
-
-
-
-



15. Peta Lokasi





Daftar Pustaka

1. *Food and Agriculture Organization. 1998. Agricultural Cooperative Development: A Manual for Trainers. Rome: FAO.*
2. *Jeff Tranel and Rod Sharp. 2010. Agriculture Business Planning. Colorado: Colorado State University.*
3. *Lembaga Pembangunan Kemitraan Sosial. 2014. Panduan Pelatihan Kewirausahaan. Jakarta: Lembaga Pembangunan Kemitraan Sosial.*
4. *Luyaji, F., E. Karanja, E. Ngoco, J. Oduol, J. Muriuki, and J. Mowo. Farmer Training Entrepreneurship Manual. Nairobi-Kenya: World Agroforestry Center.*
5. *Majurin Eva. 2014. Start and Improve Your Busines-Implementation Guide. Geneve: International Labour Organization.*
6. *Micro Finance Opportunities. 2009. Financial Education for the Poor Project (Modul Adaptasi oleh Swisscontact dan Mercy Corp). Jakarta: Swisscontact dan Mercy Corp.*
7. *Pemerintah Republik Indonesia. 1995. UU No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.*
8. *Pemerintah Republik Indonesia. 1997. PP No. 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.*
9. *Pemerintah Republik Indonesia. 1998. PP No. 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.*
10. *Pemerintah Republik Indonesia. 2002. Keppres No. 56 Tahun 2002 tentang Restrukturisasi Kredit Usaha Kecil dan Menengah. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.*
11. *Pemerintah Republik Indonesia. 1999. Inpres No. 10 Tahun 1999 tentang Pemberdayaan Usaha Menengah Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.*
12. *Pemerintah Republik Indonesia. 2001. Keppres No. 127 Tahun 2001 tentang Bidang/Jenis Usaha Yang Dicadangkan untuk Usaha Kecil dan Bidang/Jenis Usaha Yang Terbuka untuk Usaha Menengah atau Besar Dengan Syarat Kemitraan. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.*
13. *Pemerintah Republik Indonesia. 2007. Permeneg BUMN Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.*
14. *Pemerintah Republik Indonesia. 2008. Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.*
15. *Susanne, B., F. Gerry, H. Neliën. 2007. Paket Pelatihan GET AHEAD untuk perempuan dalam usaha. Jakarta: ILO Kantor Jakarta.*
16. *Veco Indonesia, FAO team. 2011. Sekolah Bisnis Pertanian; Program Pelatihan Petani Asia Selatan, Veco Indonesia. Bangkok: FAO Kantor Regional Asia Pasifik.*

Ayo rawat kebun!

Swisscontact Indonesia Country Office

Gedung The VIDA Lantai 5 Kav. 01-04 Jl. Raya Perjuangan, No. 8
Kebon Jeruk 11530 Jakarta Barat | Indonesia
Telp. +62-21-2951-0200 | Faks. +62-21-2951-0210

Swisscontact - SCPP Sulawesi

Gedung Graha Pena Lantai 11 Kav. 1108-1109 Jl. Urip Sumoharjo, No. 20
Makassar 90234 Sulawesi Selatan | Indonesia
Telp. | Faks. +62-411-421370

Swisscontact - SCPP Sumatra

Komplek Taman Setiabudi Indah Jl. Chrysant, Blok E, No. 76
Medan 20132 Sumatera Utara | Indonesia
Telp. +62-61-822-9700 | Faks. +62-61-822-9600



www.swisscontact.org/indonesia

Cover : Keuletan mengurus kakao telah menjadikan Pak Alimin tidak hanya mampu memperluas lahan kakaonya menjadi 7 hektar, namun menjadikannya seorang 'Cocoa-Preneur'. Dia mampu mengendus permintaan pasar dengan menjual bibit sambung pucuk bersertifikat yang kini sudah menyebar ke pelosok Sulawesi. Keluarganya disibukan di toko pertaniannya, yang melayani para petani dari komoditas lainnya (H. Alimin, Desa Ujung, Kabupaten Soppeng, Sulawesi Selatan)

Photos : Swisscontact Indonesia

Layout : Swisscontact Indonesia

Swiss NPO-Code: The structure and management of Swisscontact conforms to the Corporate Governance Regulations for Non-Profit Organisations in Switzerland (Swiss NPO-Code) issued by the presidents of large relief organisations. An audit conducted on behalf of this organisation showed that the principles of the Swiss NPO-Code are adhered to.

ZEWO-Gütesiegel: Swisscontact was awarded the Seal of Approval from ZEWO. It is awarded to nonprofit organisations for the conscientious handling of money entrusted to them, proves appropriate, economical and effective allocation of donations and stands for transparent and trustworthy organisations with functioning control structures that uphold ethics in the procurement of funds and communication.

January 2017