

LAPORAN BIMTEK I

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

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

2013

INKUBATOR BISNIS PSW/G LPPM-UNY

LAPORAN BIMTEK I



2013

LAPORAN BIMTEK I

**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



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

**Alamat : Gedung LPPM UNY – Karangmalang Yogyakarta, 55281
Tlp. 0274 550839; Fax . 0274 518617**

2013

**LAPORAN BIMTEK I DALAM RANGKA
PENINGKATAN KAPASITAS UKM TENANT INKUBATOR BISNIS
MELALUI PENDAMPINGAN INKUBATOR BISNIS PSW/G
LPPM UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

1. Pendahuluan

a. Latar Belakang

Globalisasi dan liberalisasi ekonomi telah menjadikan kawan dan lawan sebagai kompetitor. Pada persaingan era globalisasi tersebut akan ada dua aktor di dalamnya, yaitu pemenang dan pecundang. Menjadi pemenang dan pecundang ditentukan oleh daya respon terhadap globalisasi. Merespon globalisasi adalah peningkatan kemampuan bersaing dalam era integrasi ekonomi global. Kemampuan ini tidak hanya bertumpu pada negara, tetapi juga aktor-aktor yang terlibat dalam globalisasi dan integrasi ekonomi, baik itu perusahaan besar atau korporasi, individu, atau sektor-sektor yang produktif.

Untuk meningkatkan kemampuan merespon globalisasi tersebut, tampaknya posisi Indonesia belum siap dibanding negara-negara lain di Asia Tenggara (ASEAN) atau Asia. Sebagai contoh negara China yang tergabung melalui perjanjian ACFTA (China-ASEAN Free Trade Area) memanfaatkan ACFTA sebagai *tools* untuk melakukan liberalisasi ekonominya. Produk-produk impor dari ASEAN dan China akan lebih mudah masuk ke Indonesia dan lebih murah karena adanya pengurangan tarif dan penghapusan tarif, serta tarif akan menjadi nol persen dalam jangka waktu tiga tahun.

UKM sebagai stabilisator ekonomi nasional, mendapat tantangan yang lebih berat dengan adanya ACFTA. Melalui ACFTA, China lebih leluasa melakukan liberalisasi perdagangan ke pasar domestik Indonesia. Mengingat peran UKM dalam pembangunan nasional tidak dapat diremehkan, karena berperan sebagai tulang punggung kehidupan masyarakat. Keberadaan usaha kecil memang mewakili hampir seluruh unit usaha di berbagai sektor ekonomi yang hidup dalam perekonomian, karena jumlahnya yang amat besar. Sampai saat ini usaha kecil mewakili

sekitar 99,05 % dari jumlah unit usaha yang ada, sedangkan usaha menengah sebesar 0,14% saja, sehingga usaha besar hanya merupakan 0,01%. Dengan demikian corak perekonomian Indonesia ditinjau dari subyek hukum pelaku usaha adalah ekonomi rakyat yang terdiri dari usaha kecil di berbagai sektor, terutama sektor pertanian dan perdagangan maupun jasa serta industri pengolahan dan sebagian besar di antaranya adalah usaha mikro.

Fakta lain yang dikemukakan oleh Studi Keenan Institute Asia (Thailand) tentang kondisi UMKM di Indonesia menunjukkan bahwa persoalan utama yang dihadapi usaha mikro kecil dan menengah relatif kompleks. Permasalahan tersebut antara lain: masalah dengan citra wirausahawan, program UMKM pemerintah yang dianggap kurang, sulitnya memulai usaha baru, daya beli konsumen, persoalan pajak, tidak adanya dukungan pemerintah lokal, kurang koordinasi antara lembaga yang memayungi UMKM, kebijakan yang kurang mendukung, kemampuan manajemen pelaku UMKM, kualitas produk yang kurang, kurangnya sumber daya manusia berkualitas, UMKM tidak tahu informasi pasar, UMKM tidak punya kemampuan pemasaran, dan kesulitan akses kredit.

Dalam rangka menyelesaikan permasalahan yang pada umumnya dihadapi oleh para UMKM tersebut, maka pembimbingan dan pendampingan sangat diperlukan. UKM tenant dibimbing secara teknis untuk mengenali bagaimana dunia bisnis yang sesungguhnya, termasuk memperkenalkan para wirausahawan baru (UKM tenant) dengan para supplier bahan baku, pengembangan pasar secara online dan off line bahkan sumber permodalan serta teknologi yang dapat diakses. Pendampingan adalah layanan yang dapat disediakan oleh perguruan tinggi melalui lembaga Inkubator Bisnis yang mempunyai atau menyediakan fungsi pendampingan wirausaha selama periode waktu tertentu. 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.

b. Maksud dan Tujuan

Maksud dan tujuan kegiatan Bimbingan Teknis I peningkatan kapasitas UKM tenant inkubator bisnis melalui pendampingan inkubator bisnis PSW/G LPPM Universitas Negeri Yogyakarta adalah meningkatkan kapasitas UKM tenant baik dari aspek; motivasi, strategi pemasaran, dan peningkatan produktifitas pemasaran UKM melalui e-marketing. Secara detail tujuan Bimbingan Teknis I dijelaskan sebagai berikut:

- 1) 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.
- 2) menyusun langkah-langkah kreatif yang berkesinambungan untuk mengoptimalkan aktivitas pemasaran guna mencapai target penjualan yang ditetapkan dan bahkan meningkatkan omzet penjualan.
- 3) memberikan wawasan tentang strategi pemasaran melalui internet, pembuatan web untuk penjualan online sehingga akan memperluas jaringan pasar UKM tenant.

c. Gambaran Umum Bidang Usaha UKM Tenant yang di inkubasi Inkubator Bisnis

Secara umum, UKM tenant yang diinkubasi adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, yang telah lolos seleksi administrasi dan wawancara oleh Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi PSW/G LPPM UNY dan dikelompokkan dalam bidang usaha sebagai berikut:

- 1) Industri Kerajinan
- 2) Industri Pengolahan Makanan dan Minuman
- 3) Budidaya Pertanian dan Peternakan

d. Ruang Lingkup Kegiatan

Ruang lingkup kegiatan Bimbingan Teknis I Pengembangan Kapasitas UKM Tenant Inkubator Bisnis PSW/G LPPM-UNY meliputi:

- 1) Menyusun Kurikulum Bimbingan Teknis I untuk UKM tenant.
- 2) Menyelenggarakan Bimbingan Teknis I untuk UKM Tenant.
- 3) Pendampingan berkelanjutan kepada UKM Tenant.
- 4) Membangun jejaring pembiayaan untuk peningkatan kapasitas UKM Tenant.
- 5) Memfasilitasi terbentuknya paguyuban UKM tenant sebagai embrio terbentuknya koperasi.
- 6) Memfasilitasi terwujudnya Website bagi setiap UKM Tenat.
- 7) Monitoring dan evaluasi kegiatan pendampingan.

e. Sasaran Kegiatan

Sasaran kegiatan Bimbingan Teknis I Pengembangan Kapasitas UKM Tenant Inkubator Bisnis PSW/G LPPM-UNY adalah 45 pengusaha mikro kecil dan menengah yang telah berhasil lolos seleksi administrasi dan wawancara.

f. Hasil Yang Diharapkan

Output kegiatan Bimbingan Teknis I adalah terjadinya perubahan mindset peserta UKM Tenant yang ditandai dengan meningkatnya:

- 1) motivasi berprestasi dan kinerja sehingga mampu meningkatkan kualitas diri secara terukur dan terencana, serta antisipatif terhadap perubahan.
- 2) tindakan kreatif yang berkesinambungan untuk mengoptimalkan aktivitas usaha guna mencapai target perusahaan
- 3) kinerja perusahaan melalui berbagai terobosan sistem marketing yang memungkinkan terjadinya transaksi bisnis yang lebih luas dan tidak dibatasi oleh ruang dan waktu.

g. Tempat dan Waktu Kegiatan

Kegiatan Bimbingan Teknis I Pengembangan Kapasitas UKM Tenant Inkubator Bisnis PSW/G LPPM-UNY dilaksanakan di Hotel UNY, Jalan Kolombo No1 Kampus Karangmalang Yogyakarta 55281, mulai dari tanggal 17 sampai dengan 19 April 2013.

h. Organisasi Pelaksana

Kegiatan Bimbingan Teknis memerlukan sinergi beberapa komponen stakeholder, terkait dengan pembinaan UKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Stakeholder UKM antara lain adalah Disperindagkop, Perguruan Tinggi dan Dunia Usaha dan Industri, serta masyarakat luas. Pelaksanaan Bimbingan Teknis UKM tenant Inkubator Bisnis PSW/G LPPM UNY melibatkan berbagai unsur stakeholder tersebut yang disusun dalam organisasi sebagai berikut:

Pelindung	: Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd., MA.
Pengarah	: Prof. Dr. Anik Ghufron, M.Pd.
Ketua	: Dr. Nahiyah Jaedi Faraz, M.Pd.
Sekretaris	: Novie Rahmawati, SE.
Bendahara	: Lies Endarwati, M.Si.
Seksi Tempat	: Wahono
Seksi Acara	: Sutrina Wibawa, M.Pd.
Seksi Konsumsi	: Poni Pujiati, S.Pd.
Seksi Dokumentasi	: Sukardi, S.Pd.
Seksi Laporan	: Sutopo, MT.
Narasumber	: <ol style="list-style-type: none">1. Tejo Nurseto, M.Pd.2. Apri Nuryanto, MT.3. Desy Irmawati, MT.
Moderator	: Satino, M.Si.
Pendamping UKM	: <ol style="list-style-type: none">1. Lies Endarwati, M.Si.2. Sutopo, MT.

3. Apri Nuryanto, MT.
4. Satino, M.Si.
5. Sutrisna Wibawa, M.Pd

4. Pelaksanaan Bimtek

a. Metode pelaksanaan Bimtek

Metode pelaksanaan Bimtek dilakukan dengan 3 (tiga) pendekatan yaitu:

- 1) Pendekatan klasikal (teori). Bimbingan teknis secara klasikal dilakukan dengan mengundang narasumber yang relevan sesuai dengan agenda kegiatan tahap I, kemudian setiap narasumber mengawali dengan presentasi makalah dan selanjutnya dilakukan tanya jawab dengan peserta bimtek (UKM tenant). Pendekatan klasikal dipandu oleh seorang moderator yang bertugas mengarahkan peserta dan narasumber untuk fokus pada topik bimtek. Hal-hal yang penting terkait dengan topik bimtek akan dicatat sebagai masukan untuk perbaikan sistem pengelolaan inkubator maupun proses pendampingan tahap berikutnya
- 2) Pendekatan tutorial (praktik). Bimbingan teknis secara tutorial dilakukan di dalam laboratorium komputer milik Pusat Komputer Universitas Negeri Yogyakarta. Setiap UKM tenant dipandu oleh instruktur yang berpengalaman untuk *hand on* mengelola sistem pemasaran bisnisnya melalui pemasaran berbasis internet (on line). UKM Tenant dibimbing untuk membuat website perusahaan yang dimiliki sesuai kreatifitas masing-masing.
- 3) Pendekatan individual. Bimbingan teknis secara individual dilakukan oleh pendamping sesuai dengan jenis usaha dan kepakaran pendamping. Sebelumnya, seluruh UKM tenant dipetakan menurut jenis usahanya yang meliputi; industri pengolahan, budidaya dan industri kreatif. Dalam pendekatan ini, bimbingan teknis dilakukan sesuai karakteristik permasalahan yang dihadapi oleh UKM tenant.

a. Nama dan Jenis Usaha UKM tenant Peserta Bimtek

Berikut adalah nama-nama dan jenis usaha UKM yang diberikan Bimbingan Teknis tahap I:

No	Nama	Nama Usaha	Jenis Usaha
1	Rachmawati Adelysina	Mama Dimsum	Pengolahan Makanan
2	Agung Hari Wicaksono	Konveksi	Konveksi
3	Triyono, SE	Petani Cabe	budidaya
4	Oktavianto Tri Utomo	Milkmoo Susu Pateurisasi	Makanan dan Minuman
5	Parjiono	Budibaya sengon	budidaya
6	Parmi	Batik	Industri Kreatif
7	Sutini	Batik	Industri Kreatif
8	Nico Hadi Saputra, A.Md.	Olahan Ikan "ALIF"	Pengolahan makanan
9	Wirajaya, S.Sn	Ampyang Coklat Kalesya	Pengolahan makanan
10	Suminten	Mendiro	Industri Kreatif
11	Hery Purnomo	Lele dan Ayam "Obama"	budidaya
12	Arief Hidayat, S.Sos	Republik Jamur	budidaya
13	Briane Novianti Syukmita, S.Fil.	Dluwang Art	Industri Kreatif
14	Supandi	Gandok Craft	Pengolahan makanan
15	Puspita Ajeng JM	Frida Modiste	Garmen
16	Rinda Meika	Rinas Batik	Industri Kreatif
17	Roh Anisa Talitama, SE	PRI Art Jogja	Industri Kreatif
18	Singgih	Batik Kayu	Kerajinan
19	Debora Ayu Christyandari	Mina Glow	budidaya
20	Wanti	Batik	Industri Kreatif
21	Intika Chunda Kharnama	Int's Art Production	Industri Kreatif
22	Rusfan Hamid	Roesone Boneka	Industri Kreatif
23	Rian Fitrianto	Rian Jaya	Budidaya
24	Patrizka Nur Pradiningtyas	House of Cazil, Baladewi Collection	Industri Kreatif
25	Meytya Adedina	Metori	Pengolahan makanan
26	Darminto Mei	Warung Iwak Kali	Pengolahan makanan
27	Fajar Purwaningsih	Radite Colletion	Industri Kreatif
28	Farikha Ratna Sekar	Permata bakery	Pengolahan makanan
29	Rani Soraya Siregar	Ramachanos	Pengolahan Makanan
30	Suharyoto	Kel Ternak Kelinci	Budidaya
31	Sariyanto	Barca R &B	Industri Kreatif
32	Hastuti Setyaningrum	Weka Collection	Industri Kreatif
33	Arri Aprilyanti		Industri Kreatif
34	Khairul Muzaki Syarif	Zakk-zakk	Industri Kreatif
35	Sri Mulyani	Sri Mulyani	Industri Kreatif
36	Ali Yusron	Lita Collection	Industri Kreatif

37	Aswan Amyudhi	Budidaya Jamur Tiram	Budidaya
38	Ruri Anggaraini	Silma Craft n Souvenir	Industri Kreatif
39	Warjono	Sahaja Abadi	Pengolahan makanan
40	Heri Slamet	Mitra Konveksi	Industri Kreatif
41	Mandar Utomo	Kajeng Kraf	Industri Kreatif
42	Sujilah	Emping Bantul	Pengolahan makanan
43	A Bambang Agus S	Marvie Es Krim	Pengolahan makanan
44	Darmin	Batik	Industri Kreatif
45	Maryono	Batik	Industri Kreatif

b. Materi Bimtek yang disampaikan kepada UKM tenant

Materi Bimtek I Pengembangan Kapasitas UKM Tenant Inkubator Bisnis PSW/G LPPM-UNY adalah sebagai berikut:

No	Materi
1.	Gelar Produk
2.	<i>AMT</i>
3.	Strategi Pemasaran
4.	<i>E-Marketing</i>
5.	<i>Praktik E-Marketing</i>

c. Alasan Pemilihan Materi yang disampaikan kepada UKM tenant

- 1) AMT (*achievement motivation training*) adalah penanaman cara pandang yang positif untuk membantu mengembangkan motif berprestasi UKM peserta. Motif prestasi yang dikembangkan oleh *Achievement Motivation Training* (AMT) adalah suatu dorongan dalam diri seseorang yang membuatnya mencari kepuasan melalui usaha pencapaian yang bersifat prestatif (*achieving*), sehingga diharapkan motivasi berprestasi dan kinerja UKM dapat berubah. UKM tenant mampu meningkatkan kualitas diri secara terukur dan terencana, serta antisipatif terhadap perubahan.
- 2) Strategi Pemasaran adalah tindakan kreatif yang berkesinambungan untuk mengoptimalkan aktivitas usaha guna mencapai target perusahaan. Sesuai dengan tujuan pemasaran, maka inti pemasaran

adalah penciptaan nilai yang lebih tinggi bagi konsumen daripada nilai yang diciptakan oleh pihak pesaing. Strategi usaha yang cocok dengan konsep tersebut adalah memproduksi barang dan jasa apa yang bisa dijual dan bukan menjual barang dan jasa apa yang bisa diproduksi. Prinsip dasar pemasaran yaitu menciptakan nilai bagi pelanggan (customer value), keunggulan bersaing (competitive advantages), dan fokus pemasaran. Tujuan pemasaran bukan mendapatkan pelanggan (get customer), akan tetapi memperbaiki situasi bersaing (improve competitive situation). Dalam konteks ini, seorang wirausaha harus mampu memproduksi barang dan jasa dengan mutu yang lebih baik, harga yang lebih murah, dan penyerahan yang lebih cepat daripada pesaing.

- 3) E-marketing adalah kegiatan marketing melalui internet yang umumnya meliputi atau berkisar pada hal-hal yang berhubungan dengan pembuatan produk periklanan, pencarian prospek atau pembeli dan penulisan kalimat-kalimat marketing. Marketing internet atau e-marketing ini secara umum meliputi kegiatan pembuatan desain web (web design), periklanan dengan menggunakan baner, promosi perusahaan lewat mesin pencari informasi atau e-surat (e-mail), periklanan lewat e-surat (email advertising), marketing afiliasi (affiliate marketing), advertensi interaktif (interactive advertising). Diharapkan dengan e-marketing, memungkinkan terjadinya transaksi bisnis yang lebih luas dan tidak dibatasi oleh ruang dan waktu.

d. Nama Narasumber Bimtek I

Berikut adalah nama-nama narasumber Bimtek I di Hotel UNY:

No	Materi	Narasumber
1.	<i>AMT</i>	Tejo Nurseto, M.Pd.
2.	Strategi Pemasaran	Lies Endarwati, M.Si
3.	<i>E-Marketing</i>	Apri Nuryanto, MT
4.	Praktik <i>E-Marketing</i>	Desy Irmawati, MT

e. Permasalahan/hambatan di dalam Penyelenggaraan

Secara keseluruhan acara dapat berjalan dengan baik sesuai rencana. Beberapa hambatan dalam penyelenggaraan Bimtek I Pengembangan Kapasitas UKM tenant Inkubator Bisnis PSW/G LPPM UNY adalah sebagai berikut:

- 1) Kurangnya inovasi dalam mengatur meja dan sarana pembelajaran di dalam ruang, sehingga terkesan menggurui dan antar peserta kurang terlibat secara aktif dalam bimtek
- 2) Proses bimtek klasikal masih dominan teacher centre, belum melibatkan peserta bimtek secara aktif untuk sharing dengan narasumber
- 3) Kedisiplinan UKM untuk tepat waktu relatif masih kurang, sehingga terdapat beberapa UKM yang datang terlambat sedikit banyak mengganggu keseriusan narasumber dan UKM peserta bimtek

f. Hasil Kegiatan (paparan materi, diskusi/tanya jawab, saran/masukan, simulasi)

Berikut disampaikan rangkuman paparan materi, diskusi, dan saran kegiatan Bimtek I Pengembangan Kapasitas UKM tenant Inkubator Bisnis PSW/G LPPM UNY:

1) Paparan Materi AMT

Materi ini rancang untuk membantu pelaku UKM dalam upaya meningkatkan kemampuannya dalam hal memotivasi diri secara efektif. Pengusaha yang mampu menumbuhkan motivasi diri secara efektif akan sangat mempengaruhi kehidupan kerja sehari-hari dan kesuksesan hasil kerja. Dengan kemampuan tersebut, akan terpupuk semangat dalam beprestasi dan terus berusaha memperbaiki diri, untuk hasil terbaik.

Materi bahasan:

a) Motivasi diri:

- Mengenal kemampuan diri
- Menanamkan dorongan di dalam diri

- Membangun dan memelihara motivasi untuk terus meraih prestasi terbaik.
- b) Pendukung motivasi:
- Menemukan dukungan positif
 - Bagaimana bekerjasama untuk meraih prestasi.
- c) Hambatan motivasi:
- Mengatasi rintangan sulit
 - Menyingkirkan penghalang fisik dan psikologis untuk maju
- d) Menghadapi kegagalan
- 2) Paparan Materi Strategi Pemasaran

Prinsip dasar pemasaran yaitu menciptakan nilai bagi langganan (customer value), keunggulan bersaing (competitive advantages), dan fokus pemasaran. Tujuan pemasaran bukan mendapatkan langganan (get customer), akan tetapi memperbaiki situasi bersaing (improve competitive situation). Seorang wirausaha harus mampu memproduksi barang dan jasa dengan mutu yang lebih baik, harga yang lebih murah, dan penyerahan yang lebih cepat daripada pesaing.

Pembahasan tentang strategi perusahaan, tidak bisa lepas dari perencanaan, arahan, atau acuan gerak langkah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan. Ada beberapa langkah dalam merencanakan pemasaran bagi usaha baru:

a) Menentukan Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan

Untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan, perlu dilakukan penelitian pasar atau riset pemasaran. Riset pasar harus diarahkan pada kebutuhan konsumen, misalnya barang atau jasa apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, berapa jumlahnya, kualitas yang bagaimana, siapa yang membutuhkan, dan kapan mereka memerlukan. Riset pasar dimaksudkan untuk menentukan segmen pasar dan karakteristik konsumen yang dituju.

b) Memilih Pasar Sasaran Khusus

Setelah mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, langkah berikutnya adalah memilih pasar sasaran khusus. Ada tiga jenis pasar sasaran khusus, yaitu:

- (1) Pasar individual (*individual market*).
- (2) Pasar khusus (*niche market*).
- (3) Segmentasi pasar (*market segmentation*).

Dari tiga alternatif pasar sasaran tersebut, bagi perusahaan kecil dan usaha baru lebih tepat bila memilih pasar khusus (*niche market*) dan pasar individual (*individual market*). Sedangkan untuk perusahaan menengah dan besar lebih baik memilih segmen pasar (*segmentation market*).

c) Menempatkan Strategi Pemasaran dalam Persaingan

Penerapan strategi pemasaran sangat tergantung pada keadaan lingkungan persaingan pasar yang ada dari hari kehari. Keberhasilan dalam segmentasi pasar sangat tergantung pada potensi yang menggambarkan permintaan dari lingkungan persaingan. Ada enam strategi untuk memenuhi permintaan dari lingkungan yang bersaing:

- (1) Berorientasi pada pelanggan (*customer orientation*).
- (2) Kualitas (*quality*), ialah mengutamakan Total Quality Management (TQM) yaitu efektif, efisien, dan tepat.
- (3) Kenyamanan (*convenience*), yaitu memfokuskan perhatian pada kesenangan hidup, kenyamanan, dan kenikmatan.
- (4) Inovasi (*innovation*), yaitu harus berkonsentrasi untuk berinovasi dalam produk, jasa, maupun proses.
- (5) Kecepatan (*speed*), atau disebut juga Time Compression Management (TCM), yang diwujudkan dalam bentuk
 - Kecepatan untuk menempatkan produk baru di pasar.
 - Memperpendek waktu untuk merespons keinginan dan kebutuhan pelanggan (*customer response time*).
 - Pelayanan dan kepuasan pelanggan.

d) Memilih Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran ialah paduan dari kinerja wirausaha dengan hasil pengujian dan penelitian pasar sebelumnya dalam mengembangkan keberhasilan strategi pemasaran. Untuk menarik konsumen, seorang wirausaha dapat merekayasa indikator-indikator yang terdapat dalam bauran pemasaran (marketing mix), yaitu *probe, product, price, place, promotian*.

3) Paparan Materi E-Marketing

Berbicara tentang perdagangan maka tidak bisa dipisahkan dari pemasaran. Pemasaran yang memanfaatkan internet dapat dikatakan internet marketing. Nama lain dari internet marketing adalah e-marketing, e-pemasaran, online-marketing. Kegiatan internet marketing berkaitan dengan mengiklan produk/jasa, penulisan kalimat pemasaran (copywriting) dan mencari pembeli potensial melalui media internet. Internet marketing menjadi favorit karena dapat menjangkau banyak orang yang tidak dibatasi oleh geografis sehingga dapat mengurangi biaya pemasaran.

a) Media yang dapat digunakan dalam E-Marketing:

- Display iklan: display iklan adalah sebuah cara untuk mengenalkan produk/jasa kepada pengguna internet dengan cara memasang iklan disebuah website yang memiliki trafik pengunjung yang tinggi. Bentuk dari display iklan dapat berupa web banner, popup, atau teks iklan.
- SEO (Search Engine Optimization): SEO adalah sebuah usaha untuk meningkatkan visibilitas hasil pencarian di search engine (google, yahoo, bing, dan lain-lain). SEO menjadi perhatian penting di internet marketing karena para pengguna internet hampir selalu menggunakan *search engine* dalam mencari informasi di internet.
- Sosial Media Marketing: Sosial media (facebook, twitter, dll) harus menjadi perhatian dalam memasarkan sebuah produk/jasa

karena pada masa sekarang sosial media jenis network sosial memiliki banyak pengguna dan menjadi sarana komunikasi antar pengguna, sehingga sebuah informasi dapat menyebar dengan sendirinya dari satu pengguna ke pengguna, yang dilakukan oleh pengguna.

- Email Marketing: Agar cara email marketing menggunakan ke milis berhasil dapat mengikuti tips sederhana berikut ini:
 - ✓ Pilihlah milis yang memiliki banyak anggota dan cukup aktif, ciri-ciri dari milis yang aktif dapat dilihat dari banyaknya topik yang dibahas dan jumlah anggota milis yang saling menjawab topik tersebut.
 - ✓ Kirimkan penawaran produk/jasa kepada milis yang memiliki keterkaitan dengan produk/jasa yang ditawarkan, karena akan meningkatkan kemungkinan pembelian. Sebagai contoh apabila menjual produk makanan olahan maka yang menjadi target adalah milis yang bertema makanan, menjual alat tentang kecantikan, gunakan milis yang bertema kesehatan.
- Refferel Marketing: sebuah model pemasaran yang membentuk sebuah jaringan pengguna produk, yang mana setiap pembeli produk akan dapat menjadi penjual. Bentuk pemasaran seperti ini akan meningkatkan kekuatan pemasaran karena setiap orang yang membeli produk akan berusaha mencari calon pembeli yang lain dengan tujuan mendapatkan bonus.

4) Paparan Materi Praktik E-Marketing

Materi praktik E-marketing adalah pembuatan sistem pemasaran online berbasis web. Untuk memulai aktivitas pembuatan web, peserta bimtek diperkenalkan dengan internet. Pada tahap awal, praktik e-marketing diperkenalkan ke peserta, berikut adalah topik-topik diskusi terkait praktik e-marketing:

- **Affiliate Program:** Affiliate marketing adalah mereferensikan pelanggan untuk ikut masuk ke dalam bisnis melalui link ke website pelanggan dari website peserta atau email dan peserta akan mendapatkan komisi untuk setiap pelanggan yang direferensikan tersebut. Biasanya ada mekanisme bagi hasil antara penjual (vendor) dan pereferensi.
- **Search Engine Optimization:** Adalah services di internet di mana seorang user dapat mencari sesuatu yang diperlukan dengan menuliskan keyword yang dicari. Selanjutnya Search Engine akan menampilkan hasil pencarian berdasarkan keyword tersebut. Search engine sangat berguna karena jumlah website sangat banyak sekali. Sementara user tidak mempunyai banyak waktu untuk mencari informasi yang dibutuhkan.
- **Email Campaigns:** Mempromosikan via email. Email adalah surat elektronik yang dikirimkan via internet. Email dapat menggantikan surat biasa dan bisa digunakan untuk mempromosikan bisnis.
- **Banner Exchange:** Banner advertising merupakan kerjasama program periklanan di mana saling mempromosikan produk atau website orang lain di websitenya sendiri.
- **Business Website:** Website perusahaan yang berisi profil perusahaan, produk yang ditawarkan sebagai usaha untuk memperkenalkan bisnis.

Praktik e-marketing yang dilaksanakan di Lab Pusat Komputer UNY dilaksanakan selama 2 hari dan difokuskan pada pembuatan web perusahaan UKM tenant.

5. Kesimpulan

a. Penutup

- 1) Setiap pengelola UKM membutuhkan dorongan motivasi dari pihak eksternal guna meningkatkan kinerja kepemimpinan dalam menjalankan bisnis sehingga setiap tenant mampu meningkatkan

kualitas diri secara terukur dan terencana, serta antisipatif terhadap perubahan yang terjadi secara cepat.

- 2) Kreatif adalah indikator utama setiap pengusaha untuk mampu bertahan dalam persaingan sehingga secara berkesinambungan dapat digunakan untuk mengoptimalkan aktivitas usaha.
- 3) Menghadapi era global khususnya era pasar bebas di lingkungan ASEAN, pelaku UKM harus memiliki perubahan mind set di bidang marketing. E-marketing memungkinkan terjadinya transaksi bisnis yang lebih luas, networking antar pengusaha yang semakin mudah dan efektif, serta tidak dibatasi oleh ruang dan waktu.

b. Saran

- 1) Pengembangan kapasitas UKM Tenant yang tidak hanya terfokus pada Bimbingan Teknis atau Pelatihan namun disesuaikan dengan kebutuhan UKM Tenant dan permasalahan UKM Tenant.
- 2) 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-Lampiran

1. Foto-foto Kegiatan















2. Curriculum Vitae Narasumber

I. Tejo Nurseto, M.Pd.

A. Data Pribadi

1. Nama : Tejo Nurseto, M.Pd
2. Nip : 19740324 200112 1001
3. Tempat dan Tanggal Lahir : Sleman, 24 Maret 1974
4. Program Studi : Pendidikan Ekonomi
5. Alamat : Jl. Gejayan Santren Gg. Menur CTX 16
Yogyakarta
6. Telepon : 087839211444
7. FB/Email : tejonurseto@yahoo.co.id

B. Riwayat Pendidikan

No.	Jenjang Pendidikan	Tempat Pendidikan	Lulus Tahun
1.	SD	Inpres Catur Tunggal Depok Sleman	1988
2.	SMP	SMPN 2 Depok Sleman Yogyakarta	1990
3.	SMA	Pondok Pesantren Islam Surakarta	1993
4.	Pendidikan Tinggi	S1 UNY	2001
		S2 PPs UNY	2008
		S3	

C. Pengalaman Organisasi

No.	Nama Organisasi	Jabatan	Tahun
1	Karang Taruna Santren	Ketua	1996-1998
2	Remaja Peduli Indonesia (RPI	Sekretaris Umum	1997-1999
3	KOPMA UNY	Asisten Keuangan	1997
		Kabid Keuangan	1998
		Ketua Umum	1999
		Pembina	2002 s.d sekarang
4	Yogyakarta Economic Education S	Anggota	2008
5	(YESS) Entrepreneurship Education Center (EEC)	Sekretaris	2011

D. Riwayat Pekerjaan

No.	Nama Instansi	Jabatan	Tahun
1	KOPMA UNY	Manajer Umum	2001
2	UNY	Dosen	2001–sekarang
3	PT. Little Bee	Supervisor	2006-2010

4	Edutainment	Owner	2009-sekarang
5	Grosir Mamiko	MANAJER	2012-sekarang
6	KAFE UNY Badan Pengembangan dan Pengelolaan Usaha (BPPU) UNY	Sekretaris	2012-sekarang

II. Apri Nuryanto, S.Pd., ST., MT.

1. Nama : Apri Nuryanto, S.Pd., S.T., M.T.
2. NIP. : 19740421 200112 1 001
3. Pangkat Golongan : Penata / IIIc
4. Jabatan Fungsional : Lektor
5. Tempat tanggal lahir : Wonogiri, 21 April 1974
6. Agama : Islam
7. Jenis Kelamin : Laki-laki
8. Alamat Rumah : Bendungan, RT. 04, RW.39, Wedomartani,
Ngemplak, Sleman. HP. 08156893843
9. Alamat Kantor : Jurusan Pendidikan Teknik Mesin
FT UNY, Kampus Karangmalang Yogyakarta
Telp./Fax. (0274) 520327

10. Pendidikan :

Nama dan Lokasi Sekolah	Jurusan	Tahun Lulus	Keterangan
SDN I Grabag		1987	
SMPN I Grabag		1990	
SMAN I Grabag	A1 (Fisika)	1993	
IKIP Yogyakarta	Pendidikan Teknik Mesin	1999	Sarjana Pendidikan
UGM Yogyakarta	Teknik Mesin	2002	Sarjana Teknik
UGM Yogyakarta	Teknik Mesin	2006	Master Teknik

11. Pengalaman Pelatihan:

Jenis Pelatihan	Tempat	Tahun	Keterangan
Prajabnas	Depdagri	2003	1 bulan
Pekerti	UNY	2003	2 minggu
Pelatihan Penulisan Naskah Video Instruksional	P3AI	2005	2 hari
Pelatihan Pengenalan dan Pemahaman Sistem Manajemen Mutu ISO 9001:2000.	UNY	2007	1 minggu
TFT Autodes Inventor 11	PrisMATIC/	2007	1 Bulan

Jenis Pelatihan	Tempat	Tahun	Keterangan
	Autodesk		
Pelatihan Video Instruksional bagi Dosen UNY.	UNY	2008	2 hari
JIG & Fixture Design	POLMAN	2009	2 minggu
Sandwich Program	Dresden Jerman	2011	3 bulan
Bimtek Peningkatan Kapasitas Profesionalisme Tenaga Pendamping Ukm Tenant Unkubator Bisnis	Jakarta	2013	4 hari

12. Riwayat Pekerjaan:

Nama Pekerjaan	dari	sampai	Tempat/Institusi
Guru	2000	2001	SMK Kristen Klaten
Dosen Jurusan Pendidikan Teknik Mesin	2001	sekarang	FT UNY
Dosen Stikes Keperawatan	2010	sekarang	Stikes Keperawatan
Konsultan Pendidikan	2005	sekarang	

13. Pengalaman Penelitian:

Judul Penelitian	Jenis Penelitian	Tahun	Keterangan
Alat Penebar Pakan Udang	PIMNAS	1997	Anggota
Pengelolaan Unit Produksi dan Jasa di VEDC Malang	Skripsi	1998	Ketua
Perancangan Track Type Loader setara 933 C	Skripsi	2001	Ketua
Studi Analisis Pendidikan Kecakapan Hidup (Life Skills) Pada Sekolah Menengah Kejuruan Negeri Kelompok Teknologi dan Industri di Daerah Istimewa Yogyakarta	LPTK	2003	Anggota
Pengembangan Pembelajaran Konstruktivistik Berbasis Media Komputer Dalam Penerapan Kurikulum Berbasis Kompetensi Pada Mata Diklat Praktek Pemesinan	Hibah Pekerti	2004	Anggota
Kemampuan Pembiayaan SMK dalam Era Otonomo Daerah	Penelitian Dosen Muda	2005	Anggota
Pengaruh Suhu, Waktu Sputtering dan Parameter Pemotongan Terhadap Kekerasan dan Umur Pahat Bubut HSS yang dilapisi	Tesis	2006	Ketua

Judul Penelitian	Jenis Penelitian	Tahun	Keterangan
Aln/Tin/Aln			
Pengaruh Variasi Kecepatan Potong, Kecepatan Makan, dan Kedalaman Potong terhadap Umur Pahat HSS yang dilapisi Aln/Tin/Aln	Penelitian Fakultas	2006	Ketua
Analisi Peluang Kerja Bidang Teknik Mesin pada Bursa Kerja Online	Penelitian Fakultas	2007	Ketua
Pengembangan Model Pembelajaran Microteaching untuk Calon Guru SMK Bertaraf Internasional	Penelitian Fakultas	2008	Anggota
Peningkatan Kompetensi Profesional Guru Melalui Program Pendampingan dalam Penyusunan Karya Pengembangan Profesi Berbasis Potensi Wilayah Pedesaan	Stanias	2009	Ketua
Pengembangan Pembelajaran Model Problem Based Learning dengan Media Pembelajaran Berbantuan Komputer dalam Mata Diklat Measuring bagi siswa SMK	Hibah Bersaing	2010	Anggota
Dampak Penerapan SMM ISO 9001:2000 Terhadap Kualitas Layanan Akademik dan Lulusan FT UNY	Pengembangan Keilmuan Guru Besar	2010	Anggota

14. Pengalaman Pengabdian Masyarakat:

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat	Bentuk	Tahun	Keterangan
Microsoft Excel dan Power Point bagi Guru-guru SMK Daerah Istimewa Yogyakarta	Pelatihan	2006	Ketua
Pelatihan Penyusunan Media Pembelajaran Berbantuan Komputer Guru-guru SMK Negeri Kelompok Teknologi Industri Di Kota Yogyakarta	Pelatihan	2008	Ketua
Pelatihan Media Pembelajaran	Pelatihan	2009	Anggota
Pelatihan Karya Pengembangan Profesi Guru	Pelatihan	2009	Ketua
IbM Kelompok Industri Kecil Kerajinan Kipas Bambu di Kabupaten Bantul	Pembuatan Alat dan Pelatihan	2010	Ketua

15. Publikasi:

Judul	Tahun	Keterangan
Metode Penelitian Administrasi	1998	Buku (Editor)
Statistika Untuk Penelitian	1998	Buku (Editor)
Statistik Non Parametrik	1999	Buku (Editor)
Metode Penelitian Bisnis	1999	Buku (Editor)
Manajemen Diklat	2000	Buku (Editor)
Las Listrik	2000	Buku (Editor)
Perancangan Track Type Loader setara 933C	2003	Jurnal Dinamika
Pengaruh Pelapisan AIN/TiN/AiN dan Parameter Pemotongan Terhadap Kekerasan dan Umur Pahat Bubut HSS	2005	Proceeding Seminar Nasional Product Design & Development FT UGM
Peluang dan Tantangan Pembiayaan Pendidikan Menengah Kejuruan dalam Era Otonomi Daerah dan Penerapan Manajemen Peningkatan Mutu Berbasis Sekolah	2006	Jurnal JPTK
Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Komputer untuk Kompetensi Melakukan Pekerjaan dengan Mesin Bubut	2006	Jurnal INOTEK
Analisi Peluang Kerja Bidang Teknik Mesin pada Bursa Kerja Online	2007	Jurnal JPTK
Model Pembelajaran Microteaching untuk Calon Guru SMK RSBI	2009	Jurnal JPTK

III. Lies Endarwati, M.Si.

I. IDENTITAS DIRI

1.1	Nama	M. Lies Endarwati, M.Si.
1.2	Jabatan Fungsional	Lektor
1.3	NIP/NIK	19610711 198812 1 001
1.4	Tempat dan Tanggal lahir	Ngawi, 11 Juli 1961
1.5	Alamat Rumah	Jl. Pura 192 Sorowajan, Yogyakarta, 55198
1.6	Nomor Telepon/Faks	0274 489464 / 0274 489464
1.7	Nomor HP	0811267000
1.8	Alamat Kantor	FISE UNY, Karangmalang, Yogyakarta
1.9	Nomor Telepon/Faks	0274 586168 ext 375 / 0274 548202
1.10	Alamat Email	lies_endarwati@yahoo.com
1.11	Mata Kuliah yg diampu	1. Pendidikan Karakter
		2. Kewirausahaan
		3. Riset Pemasaran
		4. Pengantar Manajemen,
		5. Komunikasi Pemasaran
		6. Komunikasi Interpersonal

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

2.1 Program:	S-1	S-2
2.2 Nama PT	Universitas Brawijaya	Universitas Gajah Mada
2.3 Bidang Ilmu	Manajemen	Manajemen
2.4 Tahun Masuk	1981	1996
2.5 Tahun Lulus	1987	2002
2.6 Judul Skripsi/Tesis	Pengukuran Kinerja Keuangan PT Asuransi Jiwasraya malang	Kepemimpinan Transformasional Manajer dan Kepuasan Karyawan
2.7 Nama Pembimbing	Drs. Suhadak, Akt.	Prakosa hadi, MBA

III. PENGALAMAN PENELITIAN

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jml(JutaRp)
1.	2002	Peranan MGMP Ekonomi untuk Meningkatkan Efektivitas Guru dalam Kegiatan Pembelajaran di SMU se DIY	DIKTI	10
2.	2002	Implementasi Metode Pemecahan Masalah dan Diskusi Sebagai Upaya menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Pada Mahasiswa PS Manajemen FIS UNY (Penelitian Tindakan)	DIKS	5
3.	2002	Semangat Kerja Masyarakat Kab. Kulonprogo Prop. DIY (Dalam Perspektif Jender).	PEMDA Kulon Progo	20
4.	2003	Persepsi Mahasiswa Manajemen terhadap Kinerja Jurusan Manajemen FIS	DIKS	5
5.	2004	EQ MAP Aktivis Perempuan Politik di Propinsi DIY	DIKTI	10
6.	2004	Perempuan Politikus di Provinsi DIY: Antara Peran dan Hambatan Budayanya	DIKS	10
7.	2004	Peran Organisasi Perempuan dalam Kesetaraan dan Keadilan Gender di DIY	DIKS	5
8.	2005	Persepsi Civitas Akademika UNY terhadap Pengarusutamaan Gender	DIKS	5
9.	2006	Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa di Perguruan Tinggi		8
10.	2007	Analisis Empowerment dan Kebutuhan untuk Berprestasi Anggota Partai Politik terhadap	DIKTI	10

		Organizational Citizenship Behavior dalam Perspektif Gender di Propinsi DIY		
11.	2007	Analisis Kebutuhan Karyawan UNY	DIPA	15
12.	2008	Placement Karyawan di Universitas Negeri Yogyakarta	DIPA	15
13.	2009	“Kemiskinan dan Pengembangan Model Kredit Mikro bagi Perempuan Miskin di Kota Yogyakarta”	DIPA	80

IV. PENGALAMAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jml(JutaRp)
1.	2007	Pelatihan Kewirausahaan pada Para Ibu Rumah Tangga di Sembilan Kota Di Indonesia	Unilever Indonesia	450
2.	2006-2007	Pelatihan Pemasaran pada Pengrajin Jamu Gendong di Bantul	LIPI	50
3.	2007	Unit Jasa (UJI) Desain Interior dan Industri Furniture UNY	DIKTI/DP2M	100
4.	2007	Pelatihan Peningkatan Pemasaran Hasil Olahan Ikan pada Perempuan Nelayan di Ngreh, Gunung Kidul	PEMDA GUNUNG KIDUL	25
5.	2008	Pelatihan Kewirausahaan pada Perempuan di Prigi, Kabupaten Gunung Kidul	Kementerian Pemberdayaan Perempuan RI	25
6.	2009	Pelatihan Peningkatan Pemasaran Batik Lendah Kulon Progo	USAID dan PSW	100
7.	2009	Pelatihan Manajemen Usaha bagi Penjual Jamu Gendong di Dukuh Sorowajan, Bantul	UNY	5
8.	2011	IbPE Pengrajin Handycraft Kayu di Prambanan Klaten	DIKTI	100
9.	2012	IbPE Pengrajin Handycraft Kayu di Prambanan Klaten	DIKTI	100
10.	2013	IbPE Pengrajin Handycraft Kayu di Prambanan Klaten	DIKTI	100
11.	2013	IbPE Pengrajin Permainan Educatif di Bantul	DIKTI	100

V. PENGALAMAN PENULISAN ARTIKEL ILMIAH DALAM JURNAL

No.	Tahun	Judul Artikel Ilmiah	Volume/Nomor	Nama Jurnal
1.	2002	Partisipasi Wanita dalam Kegiatan KUD		Jurnal Penelitian Humaniora
2.	2002	Kompetensi Inti sebagai Keunggulan Strategi Bersaing		Jurnal pendidikan dan Akuntansi
3.	2003	Gaya Kepemimpinan Transformasional Kepala Sekolah Dasar dan Kepuasan Kerja Guru		Jurnal Kependidikan
4.	2003	Implementasi Metode Pemecahan Masalah dan Diskusi Sebagai Upaya menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Pada Mahasiswa PS Manajemen FIS UNY		Jurnal pendidikan dan Akuntansi
5.	2005	EQ MAP Aktivis Perempuan Politik di DIY		Jurnal Ilmu Manajemen

VI. PENGALAMAN INSTRUKTUR

No.	Tahun	Judul Pelatihan	Sasaran
1.	2010	Pelatihan bagi Manajer Pemasaran: "Marketing Strategic"	Manajer pemasaran Pupuk Kaltim, Bontang
2.	2011	Pelatihan bagi Manajer Pemasaran: "Marketing Strategic"	Manajer pemasaran Pupuk Kaltim
3.	2012	Pelatihan bagi Manajer Pemasaran: "Marketing dan Strategic Planning"	Manajer pemasaran Pupuk Kaltim

ACHIEVEMENT MOTIVATION TRAINING

FINANCIAL INTELLIGENCE



entertain trainer

**MASTER
TRAINER**

TEJO NURSETO, M.Pd

CP: 087839211444

tejonurseto@yahoo.co.id

**The Real
Edutainment**

UKM TENANT PSW UNY

RABU 17 APRIL 2013

Kenapa orang datang dari seminar-
keseminar tidak dapat apa-apa?



Ngelonjor

Kenapa Ngalamun?

Karena tidak mau terlibat

tejoentertaintrainer
fb:tejodosenuny@yahoo.co.id



**Terlibat, Otak akan konsentrasi sampai
99%**

tejoentertaintriner
fb:tejososenuny@yahoo.co.id

Keterlibatan 1

Angkat tangan kanan, tepuk
bahu disebelah kanan Anda

Kalau masih ada HP yang bunyi
salahnya siapa?

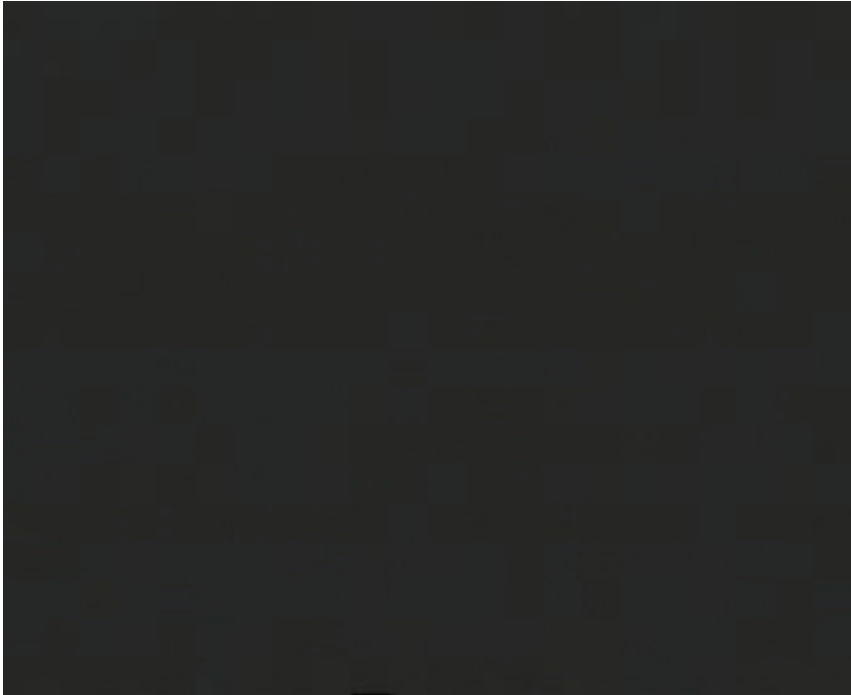
tejoentertaintriner
fb:tejososenuny@yahoo.co.id

Keterlibatan 2

- PASSWORD
- Tepuk Sukses
- Incantation
- Clear

tejoentertaintrainer
fb:tejosenyum@yahoo.co.id





**BAGAIMANA CARA MENJINAKKAN
GAJAH LIAR?**



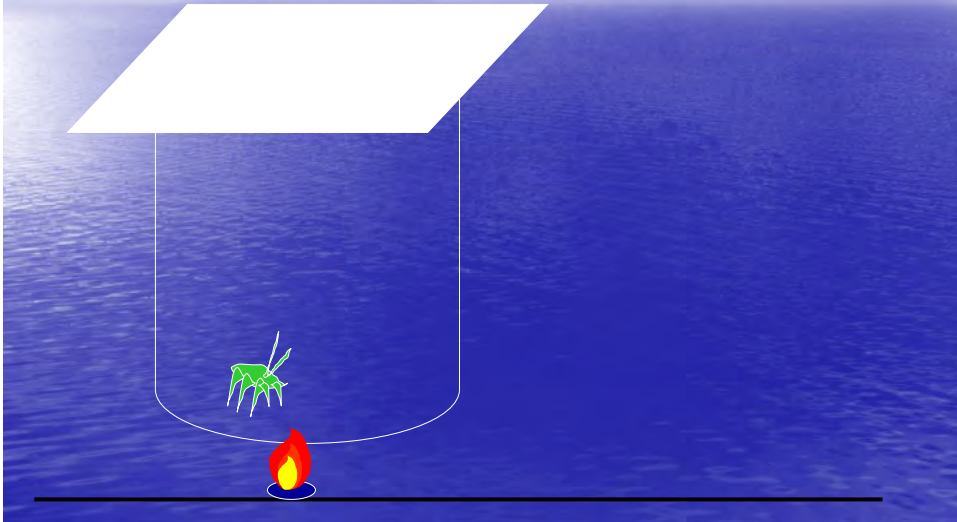
Coba yang satu ini...

**BINATANG APA YANG LOMPATNYA TERTINGGI
BILA DIBANDINGKAN UKURAN TUBUHNYA?**



Kutu Anjing

Percobaan Seekor Kutu



**APA RANTAI
GAJAH DAN
KOTAK KOREK
API ANDA?**

Group share

Tuliskan 5 Alasan/Hambatan Anda belum Mulai Melakukan Usaha/Bisnis:



1.

2.

3.

4.

5.



Rantai Gajah dan Kotak Koreka Api

I am a common person

I am not rich

I am not hansom/beautiful

I am not talented

I am not lucky

I am not clever

(c) 2002 - 3VISIONS for GOLDQUEST

*"Kita tidak bisa **merubah arah angin**
tapi kita bisa **merubah arah layar**
perahu kita."*

Mana Yang Anda Pilih?










UANG	WAKTU
Minus	Minus
Minus	Surplus
Surplus	Minus
Surplus	Surplus

WHY? ,....

11 JANUARI

Kau bawa diriku
Kedalam hidupmu
Kau basuh diriku
Dengan rasa sayang
Senyummu juga sedihmu adalah
Hidupku
Kau sentuh cintaku dengan lembut
Dengan sejuta warna

TAHUKAH ANDA?

1		Carlos Slim Helu & family	\$69 B	72	telecom	Mexico
2		Bill Gates	\$64 B	56	Microsoft	United States
3		Warren Buffett	\$44 B	81	Berkshire Hathaway	United States
4		Bernard Arnault	\$41 B	63	LVMH	France
5		Amancio Ortega	\$37.5 B	75	Zara	Spain
6		Larry Ellison	\$36 B	67	Oracle	United States
7		Eike Batista	\$30 B	55	mining, oil	Brazil
8		Stefan Persson	\$26 B	64	H&M	Sweden
9		Li Ka-shing	\$25.5 B	83	diversified	Hong Kong

- 1% Orang di dunia menguasai 50% uang di dunia

TAHUKAH ANDA?

- 5% Orang di dunia menguasai 90% uang didunia

TAHUKAH ANDA?



- 95% orang didunia berebut uang yang 10%

**KALAU UANG DI DUNIA DIBAGI
RATA APA YANG TERJADI?**

Dalam waktu 5 tahun akan kembali
pada komposisi semula (Marchel
Schiver)

Apa yang membedakan 1 % dan 95%?



- 95%: Mau saya pakai apa yang uang ini

Apa yang membedakan 1 % dan 95%?



- 1%: Bagaimana caranya supaya uang ini bisa berkembang biak

KENAPA ORANG TIDAK BISA MENJADI KAYA?

- Tidak punya tujuan menjadi kaya
- Punya keyakinan yang salah tentang kekayaan
- Melakukan tindakan yang salah

SURVEI GELB INTERNATIONAL KONDISI FINANSIAL USIA 60 AN

- 54% tergantung pada orang lain
- 36 % mati duluan sebelum usia 65thn
- 5% terpaksa masih bekerja
- 4% finansial independent
- 1% yang finansial freedom

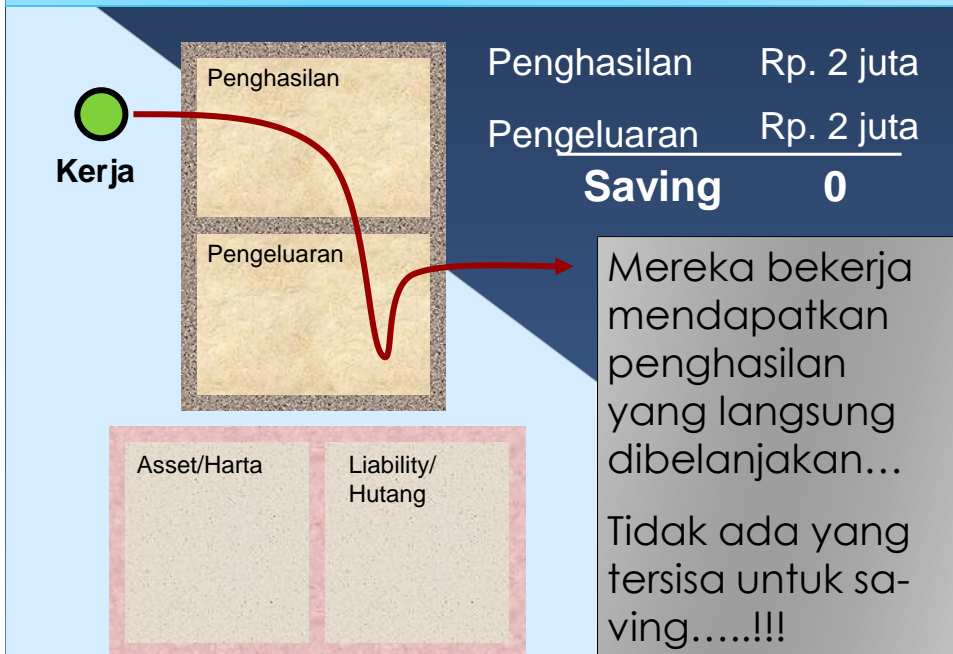


Mindset orang miskin	Mindset orang kaya
<ul style="list-style-type: none"> • Sekolah yang baik, dapatkan nilai baik agar mendapat pekerjaan yang baik • Sekolah, kerja keras dan menyimpan uang • Rumah adalah aset • Uang adalah sumber kejahatan 	<ul style="list-style-type: none"> • Sekolah yang baik, dapatkan nilai baik agar dapat membuat perusahaan yang baik • Belajarlah lebih keras untuk bisnis dan investasi • Rumah adalah liabilitas • Kekurangan uang adalah sumber kejahatan

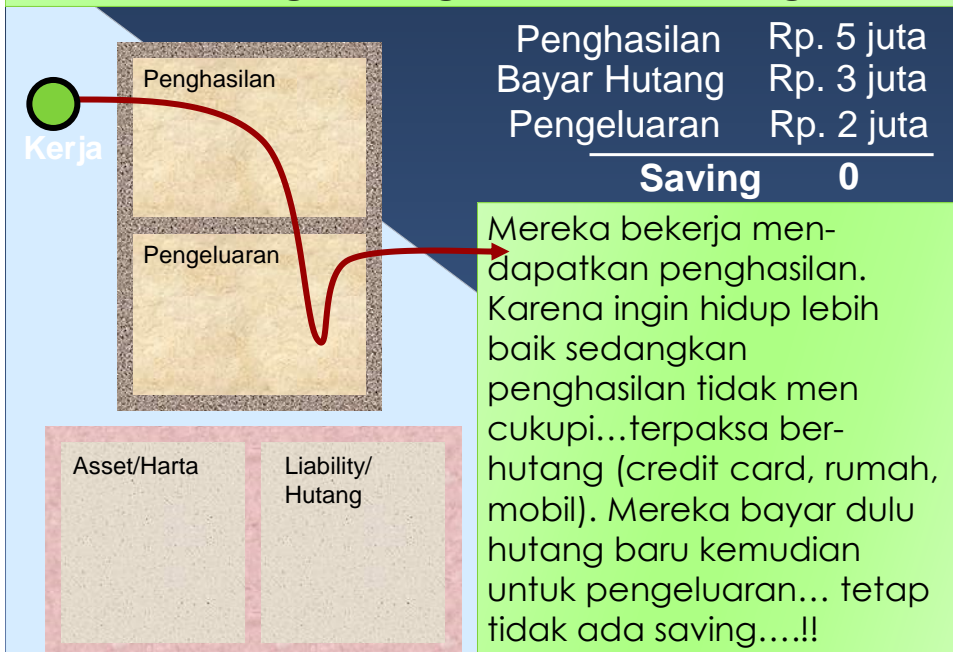
Mindset orang miskin	Mindset orang kaya
<ul style="list-style-type: none"> • Uang akan membuat kita kaya • Penghasilan yang besar akan membuat kita kaya • Saya tidak mampu membelinya 	<ul style="list-style-type: none"> • Ide yang akan membuat kita kaya • Cara kita mengelola keuangan dengan bijak akan membuat kita kaya • Bagaimana agar saya mampu membelinya

Mindset orang miskin	Mindset orang kaya
<ul style="list-style-type: none"> • Bermainlah dengan aman • Jangan menjual karena orang intelektual tidak menjual 	<ul style="list-style-type: none"> • Belajarlah mengelola resiko • Kalau kamu tidak bisa menjual, kamu hampir tidak punya harapan

Arus uang orang rata-rata

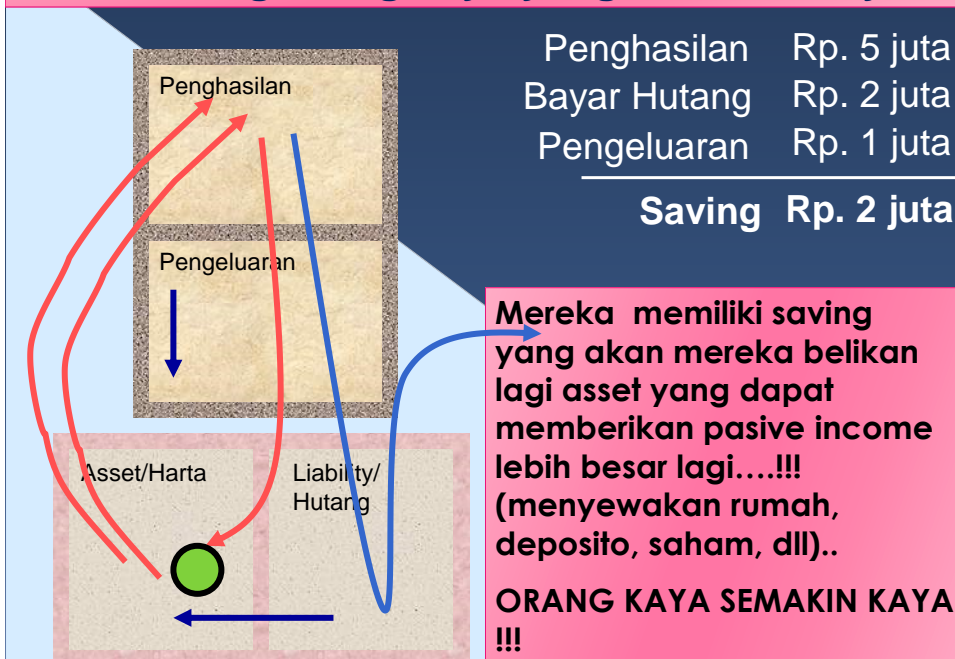


Arus uang orang kelas menengah..



Kalau Anda selalu melakukan seperti yang dilakukan orang **rata-rata** yaitu bekerja untuk uang maka Anda akan mengalami **kesulitan keuangan**

Arus uang orang kaya yang semakin kaya



"Kalau Anda menginginkan perubahan kecil dalam hidup, ubahlah perilaku Anda. Tetapi bila Anda menginginkan perubahan yang besar dan mendasar, ubahlah pola pikir Anda."

- Stephen Covey



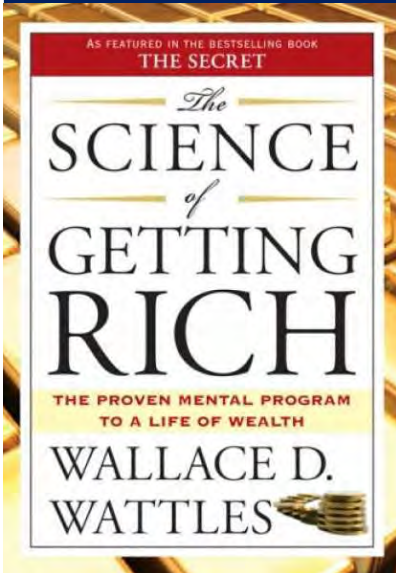
Kisah nyata haji Wahid itu menunjukkan bahwa **sukses** secara **finansial tidak ditentukan** oleh besarnya **penghasilan**, namun oleh disiplin dalam mengelola uang dan adanya tujuan cita-cita yang jelas.

Pelajaran yang menarik dari kisah ini :

1. Wahid ingin mempunyai **alat produksi** sendiri (becak) karena itu dia bersedia untuk menunda berbagai kesenangan demi mendapatkan alat produksi (mendahulukan aset)
2. Selanjutnya ia **menyimpan hartanya** dalam bentuk yang **paling manfaat** yaitu rumah untuk keluarganya. Hal ini menimbulkan ketenangan batin dan meningkatkan kepercayaan dirinya dalam berusaha. (mengamankan kebutuhan dasar)

4. Setelah hal paling dasar dipenuhi, Wahid **menambah jumlah alat produksi** dengan memperbanyak becaknya, dan menyewakannya kepada orang lain. (meningkatkan penghasilan melalui bisnis, sebuah sistem usaha penyewaan becak)
5. Hasil usaha kemudian diamankan dalam bentuk kamar kontrakan yang memberikan penghasilan. (mengubah kekayaan menjadi aset **pasif income** melalui real estate)
6. Wahid dengan kesungguhan senantiasa membela cita-citanya, seperti punya becak sendiri, punya rumah, beli lebih banyak becak, punya kontrakan, menyekolahkan anak, naik haji. (**kejelasan cita-cita untuk kesejahteraan jangka panjang, mengalahkan kesenangan jangka pendek**)
7. Kita perlu belajar kepada Haji Wahid ini.

Science of Getting Rich:



Think In the certain way
Feel in the certain way
Act in the certain way

CARA MENENTUKAN TUJUAN

- S: Specific
- M: Measurable
- A :Antusiasable
- R: Results Oriented
- T: Timely

KEYAKINAN (BULAT TOTAL)

Keyakinan-keyakinan yang menghambat:

- Uang adalah akar dari segala kejahatan
- Kekurangan uang adalah akar segala kejahatan

KEYAKINAN (BULAT TOTAL)

- Incantation
- Fokus
- Pilihan Kata
- Komitmen
- Bersyukur

ACTION

- Action salah hasilnya salah
- Temukan Pasion-nya (senang, semangat, tidak mungkin gagal)
- Cari orang yg sudah lebih dulu sukses
- Kerjasama dengan orang yg sudah sukses

ACTION

- Kepribadian yg menyenangkan
- Belajar dari kegagalan
- Membuat nilai tambah
- Dikalikan (Leverage)

LAVEREGE

Leverage.



- R: Resources
- I: Idea
- C: Contact
- E: Exspertise

FAKTOR X

- Faktor X apa , siapa?
- 80% waktu kita fokus dan belajar dari orang yang lebih sukses

GAME : ABD GAME

- Waktunya 3 Menit
- Membuat kalimat sebanyak mungkin
- Terdiri dari minimal 3 kata
- A:.....Aku
- B:Bersama
- D:Dodi
- Tuliskan Targetnya

ABD GAME

No	A	B	D	Kata sifat
1	Aku	Bermain	Dengan	Semangat
2	Abi	Berlari	Disertai dengan	Heboh
3	Andi	Bercinta	Diikuti dengan	Jujur
4	Ali	Bercumbu		Semangat
5	Atik	Berciuman		
6	Ani	Berjalan		
7	Acong	Bergandengan		
8	Ahong	Bergaya		
9	Abong			
10	Ahiong			
11	Arif			

BAGAIMANA UANG MENGEJAR KITA



- Nilai tambah
- Dikomunikasikan pada orang yang tepat dalam jumlah yang banyak
- Cara yang tepat

KAYA YG AMAN

- Open Mind always learn
- Multiple Income
- Aset Alokasi
 1. Alokasikan yang aman
 2. Alokasikan cadangan
 3. Alokasikan untuk dihabiskan

Aset Alokasi

- Minimal 10% Investasi yang aman
- Minimal 20%:
 - ❖ Bayar hutang Produktif
 - ❖ Cadangan
 - ❖ Investasikan yang tumbuh
- 70% Maksimal habiskan

- **No Action: Nothing Happen**
- **Take Action: Miracle Happen**
- **Knowledge: Something**
- **Action: Everything**
- **Knowledge + Action: Perfecting**

Tips Praktis

- Gunakan visualisasi harian sesuai dengan tujuan, misalkan: imajinasikan nikmatnya mempunyai usaha yang waktunya tidak diatur oleh orang lain.
- Gunakan teknik afirmasi harian dengan pemilihan kata yang menggugah kesadaran pikiran, dengan mengucapkan kalimat “saya semakin sukses” saat kondisi tubuh relaks bangun pagi.

Pengumuman Juara Presentasi Terbaik

PGSD Kelas III E



Team "4 RISER Squad"

THE BEST TEAM

Pengumuman Juara Presentasi
Terbaik

PGSD Kelas III D





Team "1 Celah Usaha Kita"

THE BEST TEAM



"The illiterate of the 21st century will not be those who cannot read and write, but those who cannot learn, unlearn, and relearn."

- Alvin Toffler



ce.co.id

ce Gallery Diimpor dari IE YouTube - Pancarka... Google Terjemahan [inkubi uny] [inkub... Home

toko online

ecommerce indonesia

dari yang hi tech sampai etnik ada di sini !!

TAG
mattres matras senam mat silat body protector punching sand bag sand sack Sarung tangan beladiri MMA gloves eva matras senam rebonded

KATEGORI
Bela Diri
Jaket Kulit Premium

INFORMASI
Pengiriman
Syarat dan Ketentuan
Tentang kami

PENYEDIA BARANG
Simple - Premium
Leather Jacket
Wisanggeni Martial Gear
Semua penyedia barang

TROLI
produk tdk ada
Pembelajaan Total: 0Rp
0Rp
Prices are tax excluded
TrolI Keluar

BANTING HARGA
Tdk ada Barang Banting Harga

TOKO ONLINE ECOMMERCE INDONESIA
Belanja Online Mudah dalam 3 langkah
SELAMAT DATANG DI TOKO ONLINE ECOMMERCE INDONESIA

Selamat Datang di toko online kami, Ecommerce Indonesia. Dapatkan barang-barang dengan harga dan kualitas terbaik untuk anda. Kami akan selalu berusaha menyajikan barang-barang baru yang menjadi cita-cita anda dan keluarga. Demi keamanan dan kenyamanan anda, kami hanya menerima pembayaran melalui transfer bank saja.

- 1 pilih barang
- 2 masukkan keranjang
- 3 masukkan data
- 4 transfer dana
- 5 konfirmasi pembayaran

Cara pembelian pun mudah sekali, anda tinggal mencari dan memilih barang yang ingin anda beli, kemudian masukkan keranjang belanja, apabila anda ingin meneruskan dengan barang yang lain, silahkan masukkan barang-barang tersebut ke keranjang belanja online yang tersedia. Jika anda telah cukup puas, silahkan checkout, dan ikuti proses selanjutnya, seperti membuat akun (jika belum), memilih lokasi pengiriman, dsb. Setelah selesai, anda akan mendapatkan email yang berisikan detail transaksi anda. Silahkan lakukan pembayaran, dan konfirmasi ke kami.

"powered by [duniahosting](#)"

SPESIFIKASI PRODUK

Sofie Bengkel Mode


Pilih Kategori Barang


Home Cara Pembelian Daftar biaya transport Tentang kami

Cara Pembelian Daftar Biaya Transport Tentang Kami

Search Cari

Produk Terlaris






Long Green Blus
Harga : 190000
Size : 190000
Keterangan : Dengan warna alam, busana muslim long green blus mempunyai desain yang sangat halus

1 2 3 4 5

Online Support
Online Support


Buku Tamu
Nama
Alamat
Pesan


Keranjang Belanja
Untuk melihat keranjang belanja, klik disini 


Kategori Barang
ASSESORIES
BAJU MUSLIM GAUL
BAJU MUSLIMAH GAUL
BAJU MUSLIM


Koleksi Kami
Bando
Blus Long Life 2011
Long Blus Classic
Baju Koko Anak Stellan
Long Green Blus
[Semua Koleksi](#)

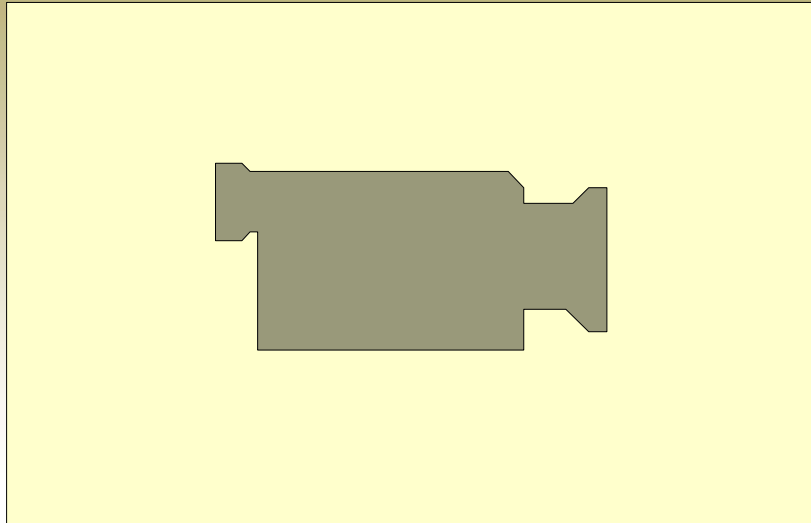
Galeri Produk 1 2 >

 Bando

 Blus Long Life 2011

 Long Blus Classic

 Long Blus Classic



<http://www.bisnisgoonline.co.id/>

The Internet

- Suatu jaringan komputer global yang menghubungkan jaringan privat dan publik untuk berbagi informasi (antar lembaga pendidikan, penelitian, pemerintahan, bisnis, masyarakat umum)



The Internet

- **Internet** (kependekan dari *interconnection-networking*) adalah seluruh jaringan komputer yang saling terhubung menggunakan standar sistem global Transmission Control Protocol/Internet Protocol Suite(TCP/IP) sebagai protokol pertukaran paket (*packet switching communication protocol*) untuk melayani miliaran pengguna di seluruh dunia.

YOUR LOGO
HERE

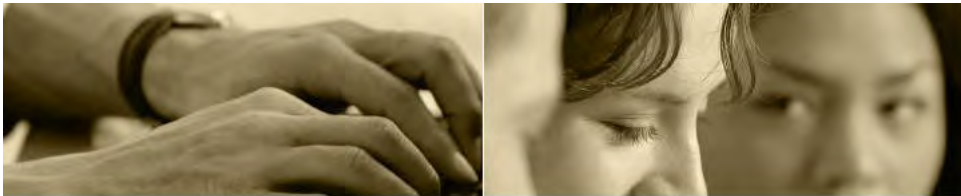
URL (Uniform Resource Locator)

- **Alamat situs internet**
- **Contoh: <http://www.wahana.com>**
- **Kode URL :**
 - ♦ .com : organisasi komersial
 - ♦ .mil : militer
 - ♦ .ac : Akademi/Lembaga Pendidikan
 - ♦ .org : Organisasi Sukarela
 - ♦ .gov : Pemerintahan

6/25/2013 8

URL

- **.firm** : Bisnis atau firma
- **.store** : Bisnis yg menawarkan kegiatan berbelanja
- **.web** : Entitas yg menekankan aktivitas yg berhubungan dg web
- **.arts** : Entitas yg menekankan pada aktivitas budaya dan hiburan
- **.info** : Entitas yg menyediakan pelayanan informasi
- **.nom** : Bagi mereka yg menginginkan penamaan pribadi atau individual



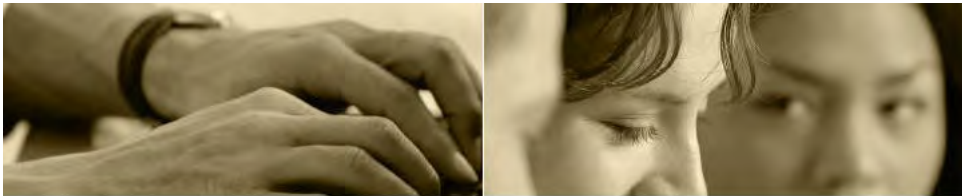
Istilah dlm Internet

- **Homepage** : adalah halaman muka atau halaman utama yang ditampilkan dari sebuah website di internet, jika user memasuki alamat site tersebut pada webbrowser.
- **HTML** : Hyper Text Markup Language, adalah bahasa komputer yang digunakan untuk membuat sebuah halaman webpage.
- **Http://** : **http** atau Hyper Text Transfer Protocol adalah kode yang dituliskan pada awal site, untuk menjelaskan pada program webbrowser bahwa protokol (antarmuka) yang digunakan adalah http



Istilah dlm Internet

- **Internet Explorer** : program komputer yang digunakan untuk dapat menampilkan halaman-halaman yang ada pada sebuah website di internet, yang dibuat oleh Microsoft Corp.
- **WAP** : Wireless Application Protocol, adalah fasilitas pada handphone yang dapat digunakan untuk menjalankan aplikasi tertentu yang terhubung dengan internet. Dengan WAP kita dapat menggunakan internet tidak saja untuk menerima dan mengirim handphone, bahkan untuk kalender, jadwal, serta gambar.

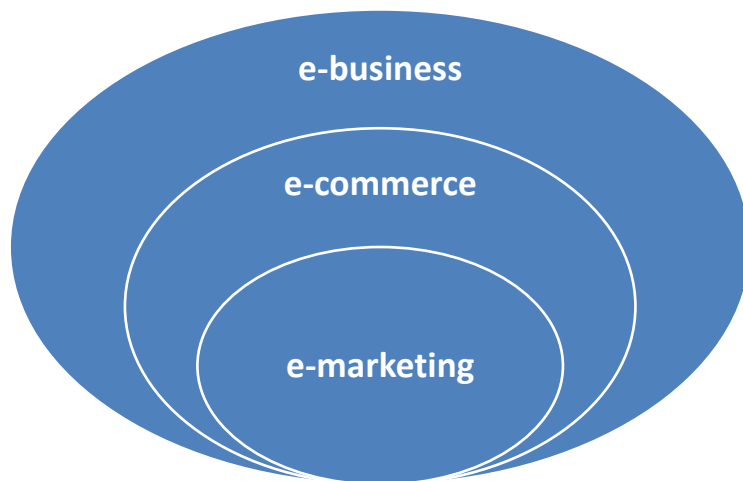


Istilah dlm Internet

- **Web browser** : program komputer yang digunakan untuk menampilkan webpage. Contoh web browser : netscape navigator, internet explorer, dan lain-lain.
- **Web page** : adalah halaman yang dapat ditampilkan di sebuah website di internet, yang dapat menampilkan, teks, gambar, bahkan suara, animasi dan video.
- **Website** : adalah sebuah kumpulan halaman (webpages) yang diawali dengan halaman muka (homepage) yang berisikan informasi, iklan, serta program interaksi.
- **www** : world wide web adalah istilah yang digunakan dalam internet untuk awal.

Siapa yang sdh punya?

- E-mail
- Facebook
- Twitter
- Blog
- Website



E-Business

- **E-Business** adalah prakatek **pelaksanaan** dan **pengelolaan** proses bisnis utama seperti **perancangan produk, pengelolaan pasokan bahan baku, manufaktur, penjualan, pemenuhan, pesanan** dan **penyediaan servis** melalui penggunaan teknologi komunikasi, komputer, dan data yang telah terkomputerisasi



E-Commerce

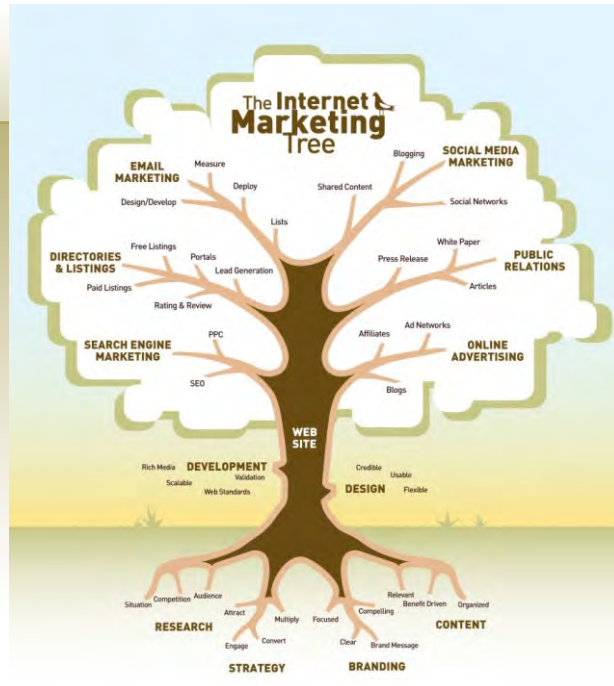
- **E-commerce** berarti perdagangan elektronik yang mencakup proses **pembelian, penjualan, transfer,** atau **pertukaran produk, layanan,** atau **informasi** melalui jaringan computer, termasuk Internet.
- **Perdagangan** atau **perniagaan** adalah kegiatan tukar menukar barang atau jasa atau keduanya.





E-Marketing

- **E-Marketing** adalah suatu proses pemasaran yang menggunakan teknologi komunikasi elektronik khususnya internet, yang terdiri dari kerja dari perusahaan untuk **mengkomunikasikan** sesuatu, **mempromosikan**, dan **menjual barang dan jasa**.
- **Pemasaran/Marketing** adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.

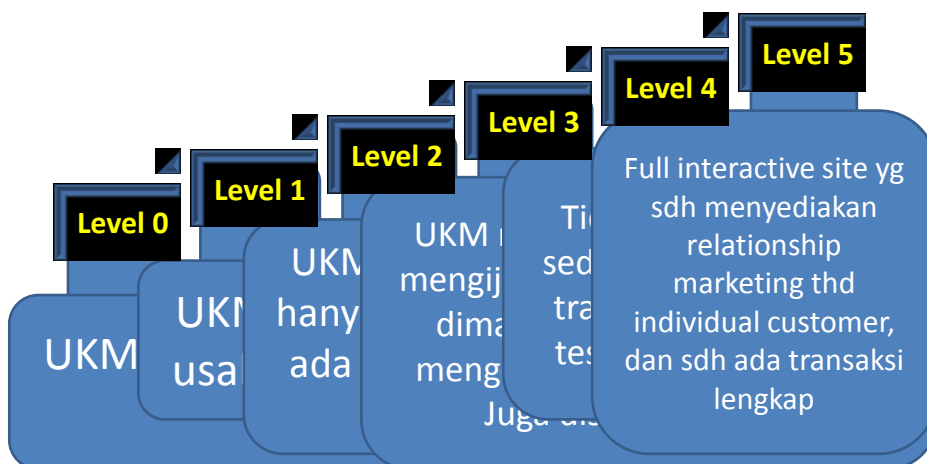




Fungsi Website

- Website merupakan komponen dasar yang sebaiknya dimiliki oleh setiap perusahaan, karena selain berfungsi sebagai tempat rujukan informasi yang resmi mengenai sebuah perusahaan, juga digunakan untuk membangun brand.

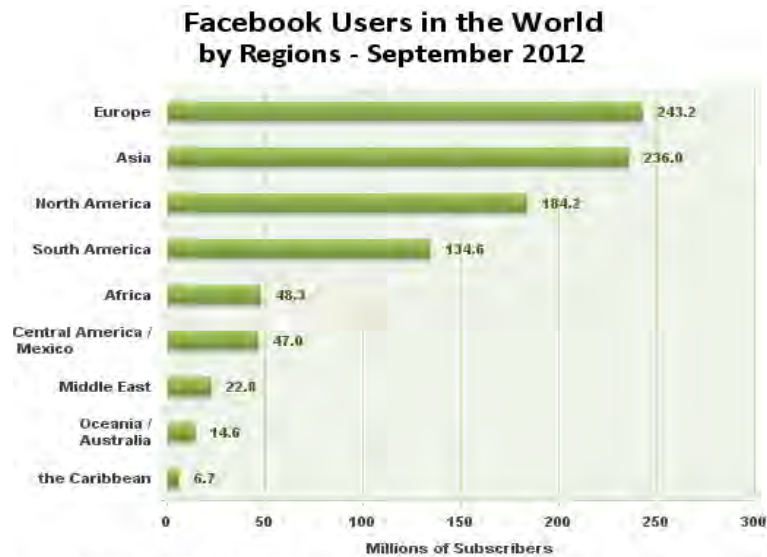
Tingkat Pengembangan Website





Social Media

- Social media adalah media yang sangat efektif untuk membangun interaksi dengan baik dengan konsumen dan membantu mempertahankan loyalitas konsumen.
- Dengan interaksi yang baik usaha akan memperoleh feed back dari konsumen mengenai pengembangan produk kedepan.
- Contoh: FB. Twitter, Youtube, Google+ dll



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/facebook.htm
 The total number of Facebook subscribers in the world is estimated to be 937,407,180 on September 30, 2012.
 Copyright © 2012, Miniwatts Marketing Group

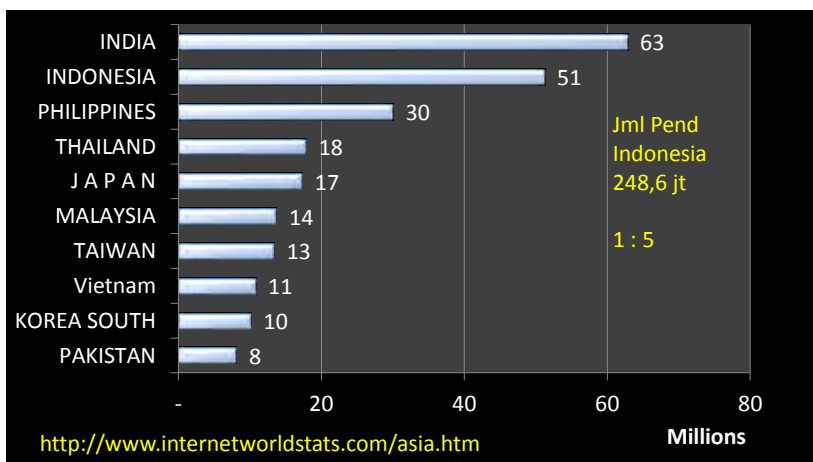
List of countries by number of users

Rank	Country	Population	Number of Users	Percentage
	World	6,895,889,000	1,000,000,000	14.50%
1	United States	315,120,000	167,431,700	53.97%
2	Brazil	193,946,886	65,237,180	32.44%
3	India	1,210,193,422	62,761,420	5.35%
4	Indonesia	242,968,342	50,583,320	20.82%
5	Mexico	112,468,855	39,933,040	35.51%
6	United Kingdom	62,348,447	32,827,180	52.65%
7	Turkey	77,804,122	32,354,900	41.59%
8	Philippines	99,900,177	30,265,200	30.30%
9	France	64,768,389	25,614,100	39.55%
10	Germany	81,802,257	25,350,560	30.99%

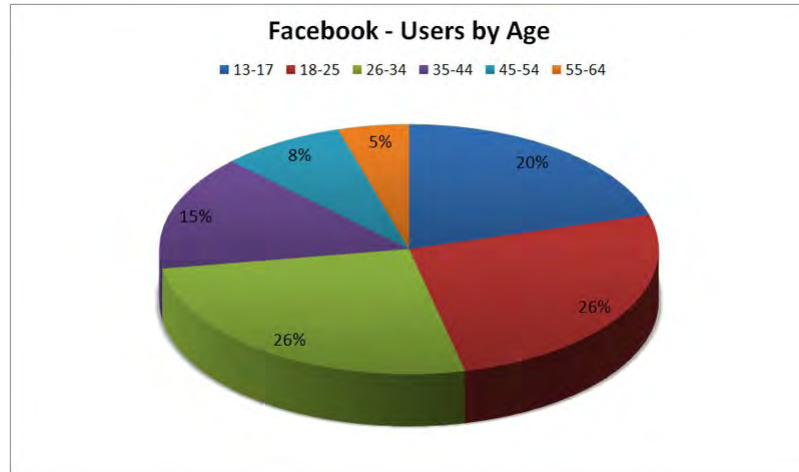
<http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook>

April 2012

Jumlah Pengguna Facebook 10 Besar Asia



Facebook users on Dec 31/12



E-Mail

- Database e-mail pelanggan sangat penting untuk dimiliki karena memiliki peran yang sangat strategis dalam menjaga loyalitas pelanggan.
- Database bisa digunakan untuk mengirimkan informasi mengenai produk terbaru, penawaran khusus, atau bahkan untuk menyebarkan informasi untuk pengembangan produk.



E-commerce lebih dari sekedar Penggunaan Internet

- Internet bukan sekedar pengganti telepon dan fax
- Siapa yang dapat mengeksploitasi penggunaan Internet ini akan menang
 - Mengurangi biaya, waktu
 - Mengintegrasikan supply chain
 - Meraih dunia ...



Manfaat E-Commerce

- *Aliran pendapatan baru*
- *Market exposure*, melebarkan jangkauan
- Menurunkan biaya
- Memperpendek waktu *product cycle*
- Meningkatkan *customer loyalty*
- Meningkatkan *value chain*

Penghalang Utama Melakukan E-Commerce

- Para pembeli belum menaruh kepercayaan kepada e-commerce
- Pembeli tidak menemukan apa yg dicari di e-commerce
- Belum ada cara yg mudah dan sederhana utk membayar
- Surfing di e-commerce belum lancar betul
- Takut terjadi pencurian kartu kredit
- Takut rahasia informasi personal menjadi terbuka
- Kinerja jaringan yg kurang baik
- Belum punya model yg baik untuk mensetup situs E-Commerce
- Kesulitan sharing informasi online dg aplikasi bisnis lainnya (misal pelanggan dan supplier)

6/25/2013

31

Penghambat Perkembangan E-Commerce di Indonesia

- Infrastruktur
- Kesadaran
- Keamanan
- Budaya atau kebiasaan
- Penyedia E-Commerce

6/25/2013

32

Peluang

- Pasar Indonesia yang besar
- Jenis layanan khas Indonesia yang hanya dimengerti oleh orang Indonesia

Penutup

- Meskipun banyak hambatan, e-commerce tidak dapat dihindari karena merupakan tuntutan dari masyarakat
- Masih banyak peluang dalam e-commerce
- Masih banyak hambatan. Namun hambatan bisa diubah menjadi peluang

TERIMA KASIH



E-Marketing

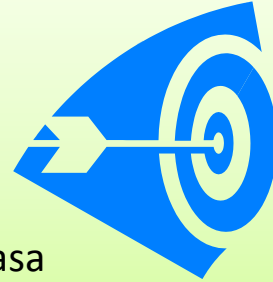
Apri Nuryanto
aprie_man@yahoo.com

Marketing

Sebuah proses yang melibatkan setiap aspek bisnis, mulai dari mendesain produk, menentukan harga dan mendapatkan umpan balik dari pelanggan.

Pemasaran

- perencanaan
- eksekusi dari konsep,
- penetapan harga,
- penetapan strategi promosi
- strategi distribusi produk dan jasa



Mencapai Tujuan Marketing yang di tetapkan



E-Marketing (Elektronik Marketing)

Pemasaran internet atau e-pemasaran (Internet-Marketing atau e-marketing atau online-marketing)

- Merupakan suatu proses pemasaran yang menggunakan teknologi komunikasi elektronik khususnya internet



E-Marketing

- Kegiatan pemasaran internet umumnya meliputi pada hal yang berhubungan dengan produk periklanan, pencarian prospek atau pembeli.



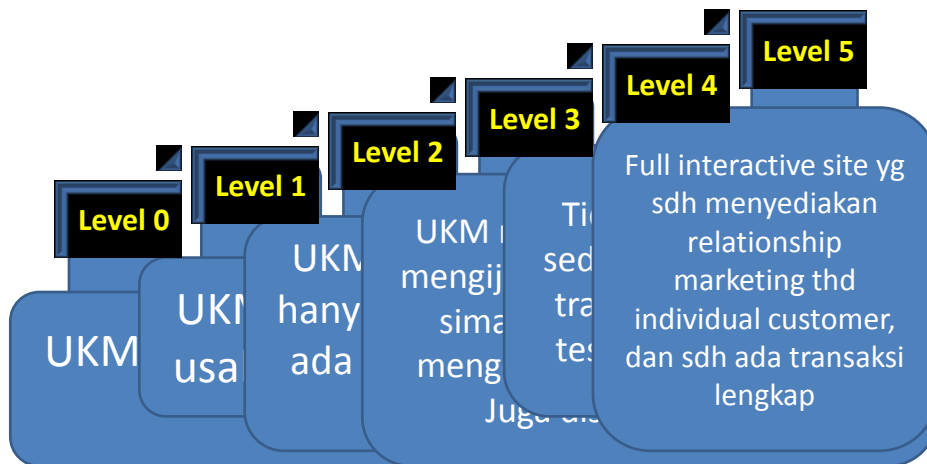
Contoh e-marketing

- Website
- Social Media
- E-Mail
- Advertising

Website

- Website merupakan komponen dasar yang sebaiknya dimiliki oleh setiap perusahaan, karena selain berfungsi sebagai tempat rujukan informasi yang resmi mengenai sebuah perusahaan, juga digunakan untuk membangun brand.

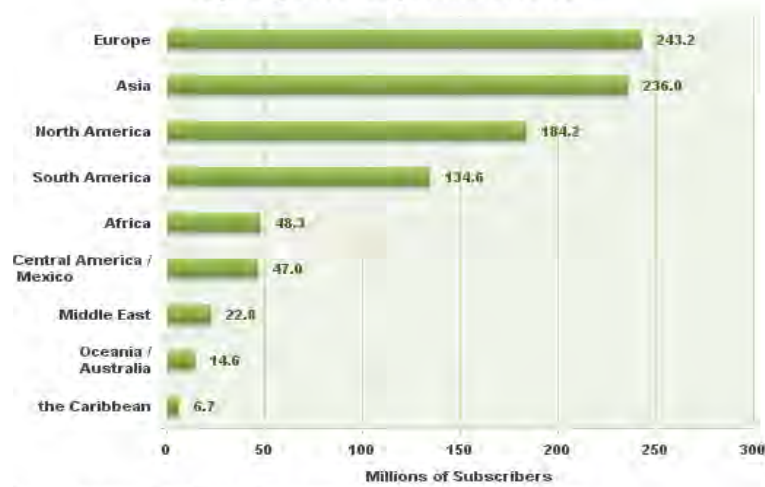
Tingkat Pengembangan Website



Social Media

- Social media adalah media yang sangat efektif untuk membangun interaksi dengan baik dengan konsumen dan membantu mempertahankan loyalitas konsumen.
- Dengan interaksi yang baik usaha akan memperoleh feed back dari konsumen mengenai pengembangan produk kedepan.
- Contoh: FB. Twitter, Youtube, Google+ dll

Facebook Users in the World by Regions - September 2012



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/facebook.htm
 The total number of Facebook subscribers in the world is estimated to be 937,407,180 on September 30, 2012.
 Copyright © 2012, Miniwatts Marketing Group

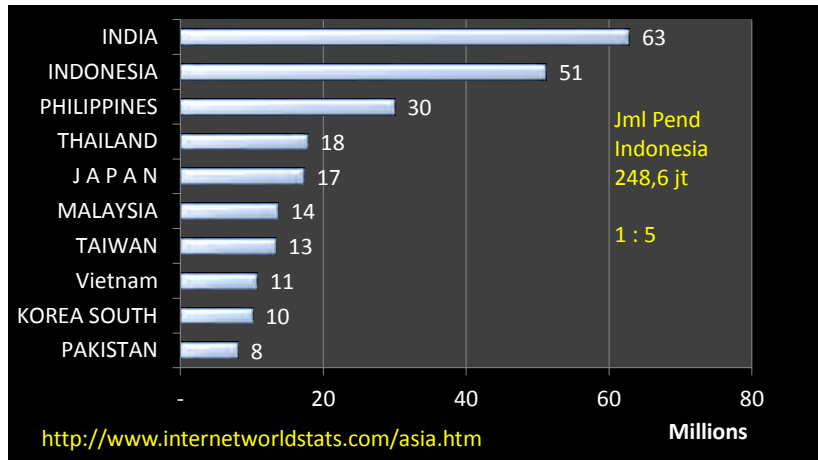
List of countries by number of users

Rank	Country	Population	Number of Users	Percentage
	World	6,895,889,000	1,000,000,000	14.50%
1	United States	315,120,000	167,431,700	53.97%
2	Brazil	193,946,886	65,237,180	32.44%
3	India	1,210,193,422	62,761,420	5.35%
4	Indonesia	242,968,342	50,583,320	20.82%
5	Mexico	112,468,855	39,933,040	35.51%
6	United Kingdom	62,348,447	32,827,180	52.65%
7	Turkey	77,804,122	32,354,900	41.59%
8	Philippines	99,900,177	30,265,200	30.30%
9	France	64,768,389	25,614,100	39.55%
10	Germany	81,802,257	25,350,560	30.99%

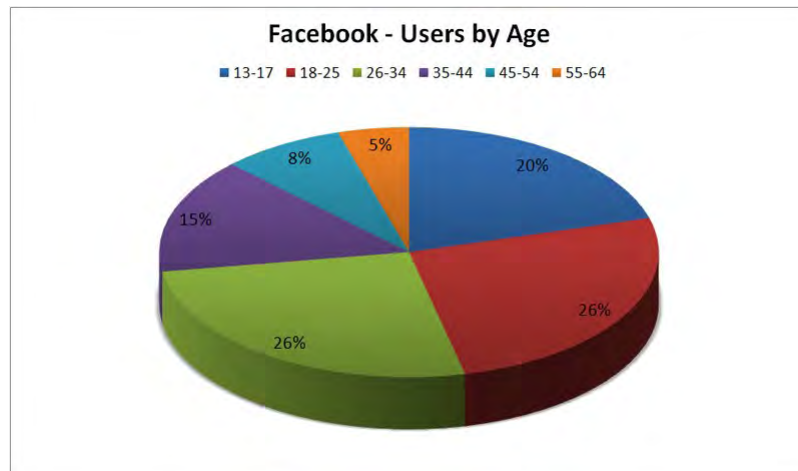
<http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook>

April 2012

Jumlah Pengguna Facebook 10 Besar Asia



Facebook users on Dec 31/12



E-Mail Direct Marketing

- Database e-mail pelanggan sangat penting untuk dimiliki karena memiliki peran yang sangat strategis dalam menjaga loyalitas pelanggan.
- Database bisa digunakan untuk mengirimkan informasi mengenai produk terbaru, penawaran khusus, atau bahkan untuk menyebar informasi untuk pengembangan produk.

Advertising

- Mengiklankan produk secara online juga sangat baik untuk membangun awareness calon konsumen kita.
- Dalam menyelenggarakan periklanan harus dianggarkan lebih dulu agar memperoleh ROI (Return On Investment)

Kegiatan Pemasaran Internet atau e-marketing

- Pembuatan Desain Web (web desain)
- Periklanan dengan banner
- Promosi lewat mesin pencari Google
- Periklanan lewat e-mail
- Pemasaran lewat Media Sosial
- dll

Konsep E-Marketing

Tujuan Pemasaran :

- Mendapatkan produk yang tepat
- Dipromosikan secara tepat
- Dijual di tempat yang tepat
- Didistribusikan di tempat yang tepat
- Menguntungkan

Kelebihan E-Marketing

- Bisnis online bisa dijalankan di mana saja, yang penting ada jaringan internet
- Modal yang dibutuhkan relatif lebih sedikit
- Bisnis bisa berjalan otomatis dengan bantuan software tertentu
- Tidak butuh jumlah karyawan yang banyak
- Tersedia banyak pilihan bisnis yang ada

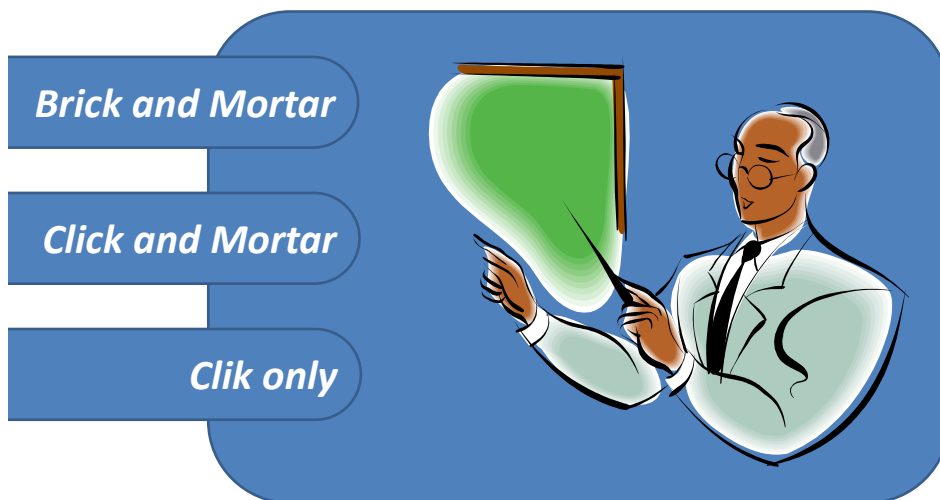
Manfaat e-marketing (5S)

- **Sell** ; meningkatkan penjualan
- **Serve** ; meningkatkan kualitas pelayanan
- **Speak**; menjadi sarana komunikasi yang efektif
- **Save** ; mengurangi biaya promosi
- **Sizzle**; meningkatkan brand awareness dan recognition

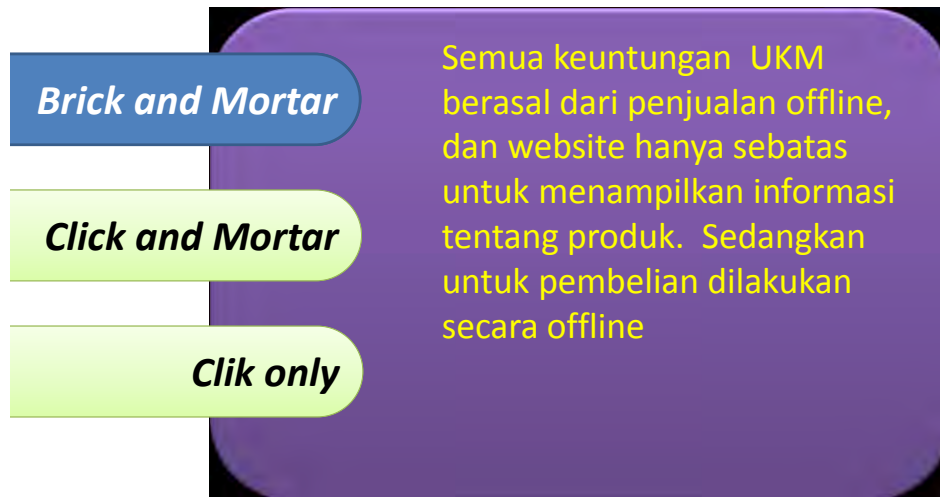
Ciri E-marketing yang baik

- Mampu mengidentifikasi kebutuhan customer
- Antisipasi mengenai kebutuhan lain dari customer
- Pemuasan kebutuhan customer

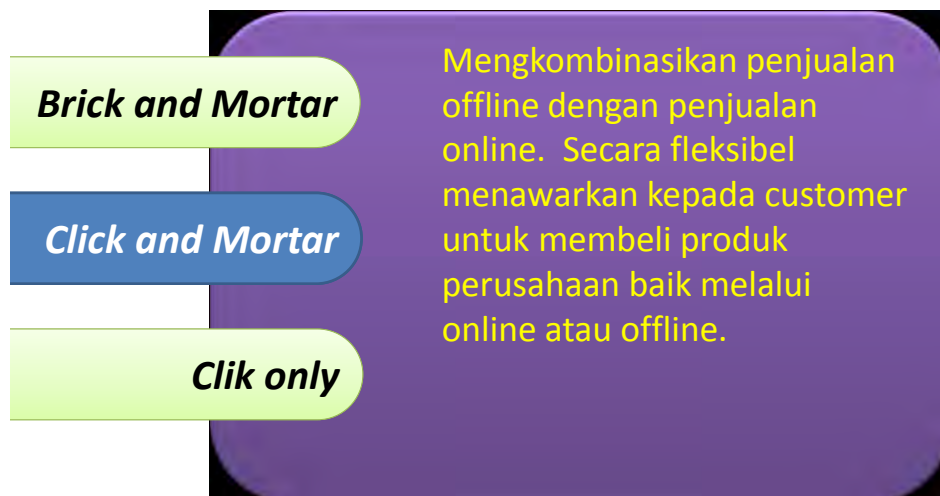
Strategi UKM dalam menerapkan e-marketing



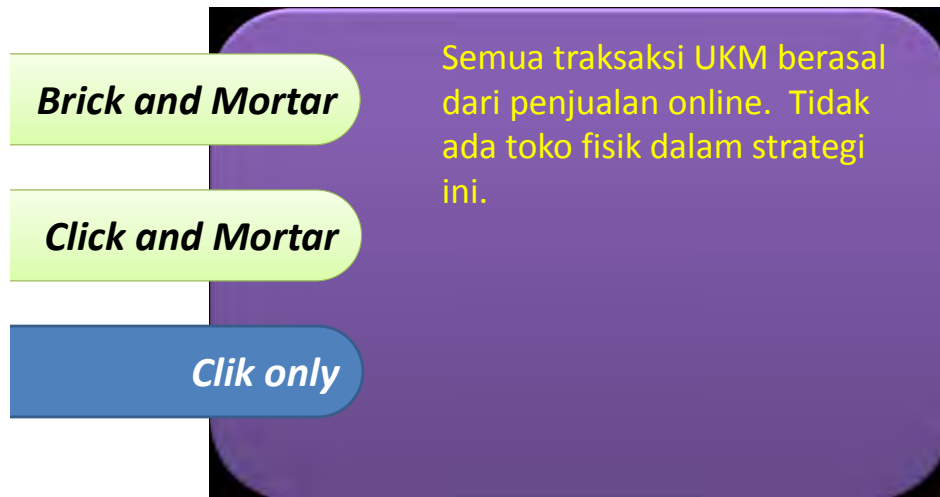
Strategi UKM dalam menerapkan e-marketing



Strategi UKM dalam menerapkan e-marketing



Strategi UKM dalam menerapkan e-marketing



Permasalahan Umum e-marketing

- Permasalahan umum sudah banyak yang menerapkan ***e-marketing*** akan tetapi ***tanpa perencanaan dan tujuan*** yang jelas.
- Sehingga tidak efektif dan tidak mampu memberikan pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan kualitas marketing perusahaan.

Model Perencanaan e-marketing

SOSTAC

- **S**ituation analysis (*Where Are We Now?*)
- **O**bjectives (where do we want to be?)
- **S**trategy Formulation (How do we get there?)
- **T**actics (How Exactly do we get there?)
- **A**ction (What is our plan?)
- **C**ontrol (Did We Get there?)

Situation analysis

- Menganalisis dan memahami kondisi atau tingkat keefektifan dari aktivitas marketing yang sekarang berjalan.
- Hasil analisis digunakan untuk mendefinisikan strategi marketing yang baru.
- Analisis yang dilakukan pada Internal dan external

Analisis thd Kondisi (SWOT)



Tabel SWOT

The organisation	Stengths - S 1. Existing brand 2. Existing customer base 3. Existing distribution	Weaknesses - W 1. Brand perception 2. Intermediary use 3. Technology/skills 4. X-channel support
Opportunities - O 1. Cross-selling 2. New markets 3. New services 4. Alliances/Co-branding	SO strategies Leverage strengths to maximise opportunities = Attacking strategy	WO strategies Counter weaknesses through exploiting opportunities = Build strengths for attacking strategy
Threats - T 1. Customer choice 2. New entrants 3. New competitive products 4. Channel conflicts	ST strategies Leverage strengths to minimise threats = Defensive strategy	WT strategies Counter weaknesses and threats = Build strengths for defensive strategy

Objectives

- Menentukan tujuan yang berguna membantu mengarahkan UKM supaya tetap fokus pada hal yang di capai.
- Pedoman membuat tujuan :
SMART (*Specific, Measurable, Actionable, Relevant dan Time-Related*).

SMART

- ***Specific*** : tujuan yang dibuat harus cukup detail
- ***Measurable*** : Tujuan harus bisa diukur
- ***Actionable*** : Tujuan harus dapat dilaksanakan
- ***Relevant*** : Tujuan harus sesuai dengan masalah yang ingin diselesaikan
- ***Time-Related*** : Tujuan yang dibuat harus dilengkapi Target waktu yg pasti

Strategy Formulation

- Menyusun strategi yang tepat agar dapat dilakukan.
- **Strategi** : merupakan panduan umum untuk mencapai tujuan
- **Taktik** : cara spesifik yang digunakan mencapai tujuan sesuai strategi

Pedoman membuat strategi

STOP and SIT

- **Segmentation**; pengklasifikasian customer
- **Target Market**; segment yang ingin dikuasai melalui marketing online
- **Objectives**; strategi yg dibuat harus difokuskan untuk mencapai objectives (tujuan)
- **Positioning**; penentuan pemilihan dari produk, harga dll akan menentukan posisi perusahaan dibanding dengan pesaing lain.

Pedoman membuat strategi

STOP and SIT

- **Sequence or Stage**; penentuan model e-marketing yang akan dibangun misal Level 2 dari 5 level.
- **Integration**; mengintegrasikan dengan database antara channel online dengan offline.
- **Tools**; alat seperti apa yang dipakai untuk mewujudkan website e-marketing

Tactics

- Detail langkah atau tahap yang akan dilakukan untuk pelaksanaan strategi

Contoh :

Tujuan: Perusahaan ingin menjaga baik dg customer.

Strategi : Peningkatan kualitas Komunikasi interaktif antara pelanggan dan perusahaan

Taktik : 1) Menambah fitur testimonial, review product, menampung kritik dan saran di e-marketing
2) Menghubungkan pelanggan dan perusahaan dengan membentuk komunitas (Facebook, Twitter, dll)

Cara merumuskan Taktik

RACE

- **Rach;** merupakan taktik untuk membangun brand
- **Art;** merupakan taktik mempengaruhi pengunjung website
- **Convert:** merupakan taktik untuk menarik target customer
- **Engage:** menjaga hubungan yg sdh terlajin

Action

- Menjalankan taktik yang telah dirumuskan menjadi rencana kerja yang terstruktur dan terjadwal.

Control

- Fungsi kontrol adalah untuk memonitor dan mengevaluasi secara berkala apakah e-marketing yang diterapkan sudah mencapai tujuan apa belum?
- Jika belum apa kesalahannya?
- Perlu alat ukur (*key performance indicator*) (cek jml penjualan yg diperoleh, jml pelanggan, jml pengunjung, jml pertemanan dll)

TERIMA KASIH



INOVASI PRODUK DAN KREATIVITAS UMK

Hadi K Purwadaria

tpphp@indo.net.id

BIMTEK UKM Inkubator Bisnis UNY

Yogyakarta, 17 April 2013

APA INOVASI ???

- ❑ Menerapkan sentuhan baru (yang belum dilakukan sebelumnya oleh kita) dalam setiap aspek usaha yang mampu mendatangkan nilai tambah (peningkatan pendapatan)

MENGAPA PERLU INOVASI ???

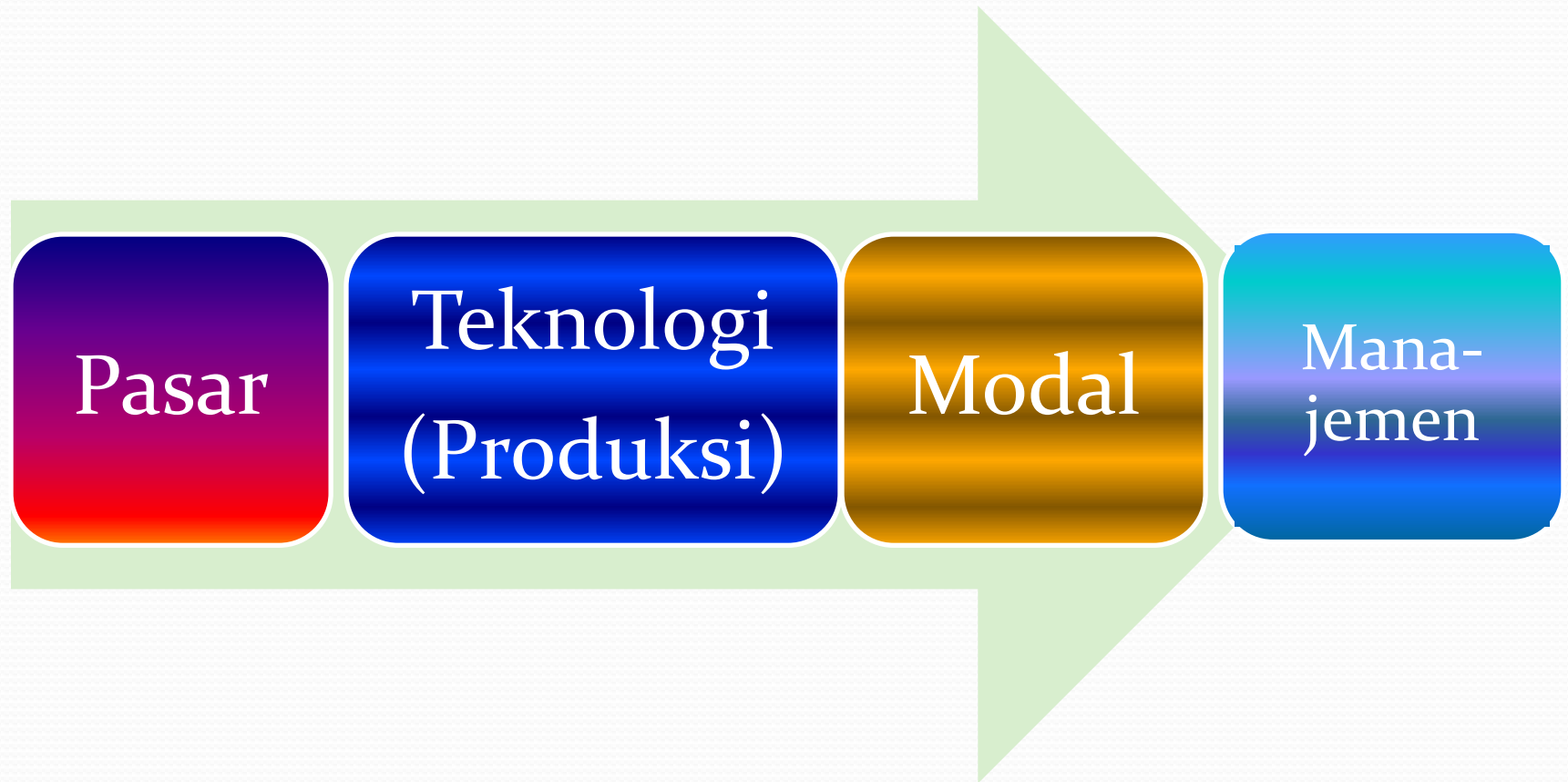
TANTANGAN YANG DIHADAPI UMK BANYAK DAN MEMBUTUHKAN INOVASI :

- ❑ selalu berawal dari skala kecil atau mikro.
- ❑ harga bahan baku turun-naik
- ❑ peka terhadap kenaikan harga bahan bakar.
- ❑ pengembalian modal kerja butuh waktu, terutama untuk produk segar (sayuran) atau produk yg dipasok ke pasar swalayan.
- ❑ butuh usaha lebih keras dalam meyakinkan investor dan kreditor.

STRATEGI INOVASI

- ❑ Inovasi teknologi : keragaman produk dan bahan baku, proses, energi, kemasan, pelayanan
- ❑ Inovasi pemasaran : perluasan wilayah pasar bekerjasama dgn agen distributor, atau dgn investor penolong (angel investor)
- ❑ Inovasi biaya : mengurangi biaya dgn mutu sama, meningkatkan mutu dgn biaya sama
- ❑ Inovasi manajemen : meningkatkan efisiensi dan efektivitas SDM, sistem pengelolaan pabrik

Dari UMK ke UKM



Inovasi dan Strategi Inovasi

Dalam menciptakan inovasi UKM dapat mulai dengan menjawab pertanyaan berikut :

- Barang seperti apa yang akan ditawarkan ?
- Bagaimana barang, produk dan jasa, yang ditawarkan akan diproduksi?
- Bagaimana barang dikirim ke pelanggan ?
- Model finansial apa yang akan dipakai ?
- Jejaring dan mitra yang mana akan digunakan ?
- Permintaan pelanggan apa yang akan dipenuhi ?

Strategi Inovasi

- ❑ Tiga bentuk strategi dan inovasi dalam menciptakan inovasi : meniru dari hal yang telah ada dan diketahui, transformasi teknologi, atau pembuka jalan yang baru muncul di pasar.
- ❑ Perusahaan seperti Teh Botol Sosro menerapkan strategi pembuka jalan bagi produk baru yang muncul di pasar.
- ❑ Nata de Coco pada waktu awal berdiri dapat digolongkan ke dalam perusahaan transformasi teknologi, walaupun kemudian menciptakan pula produk baru dalam perkembangannya kemudian.
- ❑ Banyak perusahaan makanan dan minuman yang mulai berdiri dengan meniru produk lain : martabak, asinan Bogor, tahu bulat, es krim dari es puter.



CV Graha Industri : nata de coco products, inwall incubatee, 10 years after graduated from TBI. Owner Aprisusi.





Mesin Penggoreng Buah (Vacuum Fryer) Skala Komersial II (Model Kopel)





“mixi” jejaring sosial didirikan Pebr 2004 memberikan jasa utk pertemanan dgn cara yang menyenangkan dan asyik. “mixi” menyebutkan sekarang pengikutnya berjumlah 27.1 juta di seluruh dunia (Maret 2012). Sekarang berkembang menjadi suatu infrastruktur komunikasi.

mixi voice, mixi photo, mixi diary, mixi check, mixi appls, mixi calender



Batara Eto co-founder mixi
dari Indonesia



Dream Bender :

usaha sosial yg menciptakan alat bantu belajar bahasa bisu tuli dgn metode interaktif mandiri.

Melalui perangkat lunak dan kinec dari Microsoft, orang dapat belajar dari gerakannya yg terpantau di layar, dan langsung diberitahukan benar atau salah.



Kemasan baru setelah yang lama hanya saset
Tanpa label.

“PT Mitra Niaga Indonesia” Gula Aren




Palm fit
سكر النخيل

HEALTHY SWEETENER
100% Pure Granulated Palm Sugar

Low
Glycemic Index
Suitable for Diabetic Person

Nett. 250 gr

MITRA NIAGA INDONESIA
Dinkes P-IRT No.2093271011207



“Sotoji” Soto Jamur Instant



“Bongo bongo” Nugget Jamur



“Dapur Kebita”

Daging Kelinci Olahannya



Baso Kelinci

Simpan dalam freezer

Komposisi :
 Fillet daging Kelinci, Tapioka,
 Bawang Putih, Omega 3
 Bumbu Baso



Netto : 200 gram

Saran Penyajian:
 Belah dan sajikan dengan
 kacang buncis

Tgl. Produksi :

incuBie LPPM IPB

Daging Kelinci Olahannya



Tahu Kelinci

Sajikan dalam Piring

Komposisi :
 Fillet daging Kelinci, Tapioka,
 Bawang Putih, Omega 3
 Bumbu Tahu



Netto : 250 gram

Saran Penyajian:
 Goreng dan sajikan dengan
 sambal/ saus tomat

Tgl. Produksi :

incuBie LPPM IPB



Daging Kelinci Olahannya



Nugget Kelinci

Simpan dalam freezer

Komposisi :
 Fillet daging Kelinci, Tapioka,
 Bawang Putih, Omega 3
 Bumbu Nugget



Netto : 250 gram

Saran Penyajian:
 Goreng dan sajikan dengan sambal/
 saus tomat

Tgl. Produksi :

incuBie LPPM IPB

Daging Kelinci Olahannya



Ungkeb Kelinci

Sajikan dalam Piring

Komposisi :
 Daging Kelinci Segar,
 Bumbu Ungkeb



Saran Penyajian:
 Goreng atau bakar dan sajikan
 dengan sambal/ saus tomat

Tgl. Produksi :

incuBie LPPM IPB



Susu Kambing



“Vondyra” Aneka Coklat



Vondyra
Chocolate

VONDYRA Chocolate menggunakan Dark Chocolate (real chocolate) dengan jenis coklat Couverture (mudah leleh) dan Compound (tidak mudah leleh) yang murni sehingga menghasilkan kualitas yang sangat baik.

Khasiat cokelat diantaranya:
 1. Mencegah risiko penyakit jantung koroner dan kanker.
 2. Mencegah penuaan dini yang bisa terjadi karena polusi ataupun radasi.
 3. Dapat membuat orang tenang dan membuat perasaan menjadi gembira.

Rumah Produksi:
 Jl. Srengaya C-V no.2
 Cimanggu Permai, Bogor

Outlet:
 Raffles Foodlife 2nd Floor,
 Jooja Bogor Junction
 Jl. Jendral Sudirman, Bogor

Cafe Serambi Botani
 Bobani Square Ground Floor,
 Bogor

Dinkes P-IRT No: 2103271021246
 No.SI : 01111072910612

Produk: **Belgian Quality Praline Chocolate made from Indonesian Cacao**

Cokelat Spesial Pilihan tepat oleh-oleh/kado

Contact: vondyra@gmail.com
 Vondyra Chocolate
 @Vondyra
 0878 73871440
 27CB2EDE



Produk Vondyra

Praline dan chocobar dengan isian rasa durian, carameli, tiramisu, almond, cashew (mete), sesame (wijen), cheese, coffee, mint, blueberry, melon, strawberry, orange dll.

Create your own Chocolate

Suvenir Instansi Choco Dip

Product codes: WS2, PB9/12, HM4/8, SB4, SF12/16, MF6/8, TF18/24, GB8, EB20

Appasco Indonesia

Rekayasa dan Konstruksi Besi

Melayani



Jasa pembuatan konstruksi dan rekayasa besi yang meliputi :

- pembuatan pagar
- pembuatan teralis jendela dan pintu
- pembuatan kanopi
- pembuatan pintu harmonika dan folding gate
- pembuatan pintu tooling door
- pembuatan pintu edensor



Jasa pembuatan booth jualan + gerai + stand + gerobak yang meliputi :

- Mobile booth
- standing booth, gerobak
- Aneka tenda jualan
- Knock down booth



Produksi aneka macam alat-alat pertanian, meliputi :

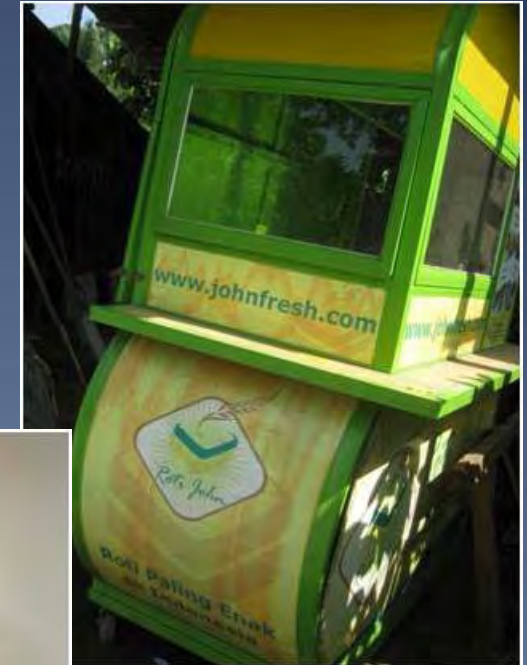
- Bor tanah
- Aneka pisau rumput
- Cangkul
- Charit
- Dodot



B. Cengkareng di belakang kampus IPB.
Kami juga menerima order online yang terhubung di
No. Hp : 081 252 27 383
: 085 714 562 562
Pig. Btl : 274 Dsmt
Twitter : @kalabesi
Facebook : <http://www.facebook.com/jagasi/Appasco>

APPASCO INDONESIA

Konstruksi besi dan rekayasa alsintan yang berbasis *Art and Engineering*



KIAT MELANGGENGKAN

USAHA

- ❑ Untung jangan dihabiskan untuk makan. Pakai sebagian besar untuk tambahan modal. Paling bagus : 90 % untuk tambahan modal.
- ❑ Cari tempat berjualan yang laku banyak, kalau belum ketemu jangan ragu untuk berpindah-pindah terus.
- ❑ Bersikap ramah kepada semua orang : jangan memandang golongan, agama, kaya – miskin.
- ❑ Terima kritik dengan senyuman. Perhatikan yang baik untuk kita. Kalau tidak baik tidak usah dilakukan.

Apakah masih ada hal yang dapat mendorong jumlah penjualan produk?

No	Hal yang Dapat Dilakukan	Sudah/ belum
1	Memilih sasaran segmen pasar	
2	Menggandeng budaya lokal tradisional	
3	Menambah pilihan flavor dan citarasa	
4	Membuat kemasan baru dan cara penyajian yang menarik	
5	Menyediakan ukuran kemasan dengan harga yang berbeda-beda	
6	Menyediakan kemasan siap santap untuk dibawa	
7	Membuat merek yang menarik	
8	Promosi dengan isu hidup sehat dan gairah seks	
9	Membuka kios transparan untuk demonstrasi kebersihan pengolahan produk	
10	Mengiklankan dengan media modern yang menjadi bagian hidup remaja	
11	Membuat sistem waralaba atau jejaring pasar yang kuat	

Minuman berbudaya lokal : cendol, dawet









Daun janggelan (*Mesona palastrus*)



Daun cincau hijau
(*Cystoseira
Barbata Myers*)

Apakah masih ada hal yang dapat mendorong jumlah penjualan cendol?

No	Hal yang Dapat Dilakukan	Sudah/ belum
1	Menentukan sasaran segmen pasar	√
2	Menggandeng budaya lokal tradisional	√
3	Menganekaragamkan flavor dan citarasa	√
4	Membuat kemasan dan cara menyajikan yang menarik	√
5	Menganekaragamkan ukuran kemasan	√
6	Menyediakan kemasan siap santap untuk dibawa	
7	Membuat merek yang menjual	√
8	Promosi dengan isu hidup sehat dan gairah seks	
9	Membuka kios transparan untuk demonstrasi kebersihan pengolahan produk	
10	Mengiklankan dengan media modern yang menjadi bagian hidup remaja	
11	Membuat sistem waralaba atau jejaring pasar yang kuat	√



this pic's taken from :
kampungdaun(dot)net







Informasi Produk



Biasanya Bandrek mengandung JAHE dan Gula pasir, tetapi YANG ini tidak mengandung itu sama sekali.

LATAM Mengandung : Lada Hitam, Kayu Manis, Cengkeh, Cabe Jawa dan 100% Gula Aren



Hal yang dapat mendorong jumlah penjualan bandrek dan bajigur?

No	Hal yang Dapat Dilakukan	Sudah/ belum
1	Menentukan sasaran segmen pasar	
2	Menggandeng budaya lokal tradisional	√
3	Menganekaragamkan flavor dan citarasa	√
4	Membuat kemasan dan cara menyajikan yang menarik	√
5	Menganekaragamkan ukuran kemasan	√
6	Menyediakan kemasan siap santap untuk dibawa	
7	Membuat merek yang menjual	
8	Promosi dengan isu hidup sehat dan gairah seks	
9	Membuka kios transparan untuk demonstrasi kebersihan pengolahan produk	
10	Mengiklankan dengan media modern yang menjadi bagian hidup remaja	
11	Membuat sistem waralaba atau jejaring pasar yang kuat	







Minuman lidah buaya



Hal yang dapat mendorong jumlah penjualan minuman Rosella & minuman ringan lain

No	Hal yang Dapat Dilakukan	Sudah/ belum
1	Menentukan sasaran segmen pasar	√
2	Menggandeng budaya lokal tradisional	
3	Menganekaragamkan flavor dan citarasa	√
4	Membuat kemasan dan cara menyajikan yang menarik	√
5	Menganekaragamkan ukuran kemasan	√
6	Menyediakan kemasan siap dibawa	√
7	Membuat merek yang menjual	√
8	Promosi dengan isu hidup sehat dan gairah seks	
9	Membuka kios transparan untuk demonstrasi kebersihan pengolahan produk	
10	Mengiklankan dengan media modern yang menjadi bagian hidup remaja	
11	Membuat sistem waralaba atau jejaring pasar yang kuat	





Sirup Pokak : jahe,
kayu manis, sereh,
jeruk purut, cengkeh



Sirup Jakadu : jahe,
kayu manis, madu

Hal yang dapat mendorong jumlah penjualan sirup

No	Hal yang Dapat Dilakukan	Sudah/ belum
1	Menentukan sasaran segmen pasar	
2	Menggandeng budaya lokal tradisional	√
3	Menganekaragamkan flavor dan citarasa	√
4	Membuat kemasan dan cara menyajikan yang menarik	
5	Menganekaragamkan ukuran kemasan	√
6	Menyediakan kemasan siap dibawa	√
7	Membuat merek yang menjual	
8	Promosi dengan isu hidup sehat dan gairah seks	
9	Membuka kios transparan untuk demonstrasi kebersihan pengolahan produk	
10	Mengiklankan dengan media modern yang menjadi bagian hidup remaja	
11	Membuat sistem waralaba atau jejaring pasar yang kuat	



*Pasar lebih senang produk alami :
pembotolan madu asli*



Hal yang dapat mendorong jumlah penjualan madu alam

No	Hal yang Dapat Dilakukan	Sudah/ belum
1	Menentukan sasaran segmen pasar	√
2	Menggandeng budaya lokal tradisional	√
3	Menganekaragamkan flavor dan citarasa	√
4	Membuat kemasan dan cara menyajikan yang menarik	√
5	Menganekaragamkan ukuran kemasan	√
6	Menyediakan kemasan siap dibawa	√
7	Membuat merek yang menjual	
8	Promosi dengan isu hidup sehat dan gairah seks	√
9	Membuka kios transparan untuk demonstrasi kebersihan pengolahan produk	
10	Mengiklankan dengan media modern yang menjadi bagian hidup remaja	
11	Membuat sistem waralaba atau jejaring pasar yang kuat	√



MADU KURMA



Hal yang dapat mendorong jumlah penjualan madu kurma

No	Hal yang Dapat Dilakukan	Sudah/ belum
1	Menentukan sasaran segmen pasar	
2	Menggandeng budaya lokal tradisional	
3	Menganekaragamkan flavor dan citarasa	
4	Membuat kemasan dan cara menyajikan yang menarik	√
5	Menganekaragamkan ukuran kemasan	√
6	Menyediakan kemasan siap dibawa	√
7	Membuat merek yang menjual	
8	Promosi dengan isu hidup sehat dan gairah seks	√
9	Membuka kios transparan untuk demonstrasi kebersihan pengolahan produk	
10	Mengiklankan dengan media modern yang menjadi bagian hidup remaja	
11	Membuat sistem waralaba atau jejaring pasar yang kuat	



Asam Urat

Khasiat

- Membantu mencegah asam urat dan nyeri persendian.

Asam Urat
Menakota darah, daun kapri, selen dan serbuk magnesium lanthanum. Mahkota yang mudah diserap dan di serutkan SSB. Bahan yang dipadatkan dalam bentuk kapsul, setiap mengandung serbuk ginseng, bawang putih, gliserin, swarna, emulsi, alcaicid, temoda, leci, indan, dan kimia.

PRIMAHERBA mengolahnya dalam bentuk tablet, tanpa pengawet apapun, sehingga kualitasnya tetap baik dan bahan kimia berbahaya lainnya.

Komposisi:
Mahkota dewa (gotu kola) (Centella asiatica), daun kapri (Medicago sativa), Swarna (Oxide), selen (L-cystine), bawang putih (Allium sativum), ekstrak mahkota dewa (gotu kola) (Centella asiatica) ekstrak mahkota dewa (gotu kola) (Centella asiatica).

PRIMAHERBA jahe MERAH

Khasiat

- Baik untuk migrain dan masuk angin
- Mengobati encok dan pegal linu
- Menghambat ejakulasi dini

PRIMAHERBA mengolahnya dalam bentuk tablet, tanpa pengawet, pewarna, dan bahan kimia berbahaya lainnya.

Komposisi:
akar Gendak (ginger) officinalis, biji-bijian, serbuk ginseng, selen, ekstrak bawang putih (Allium sativum), ekstrak jahe merah (Zingiber officinale), ekstrak jahe merah (Zingiber officinale).

085 292 111 852

Stamina Perkasa

Khasiat

- Penambah stamina.
- Mengurangi rasa pegal, lelah, dan lesu.
- Penambah gairah seksual.
- Menghambat ejakulasi dini.

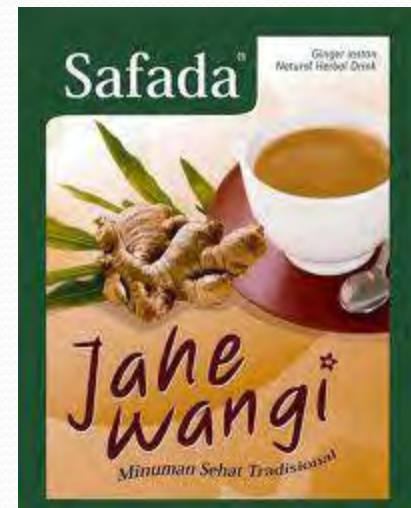
Stamina Perkasa
Jahe merah dan mahkota dewa memiliki manfaat untuk meningkatkan stamina. Dan pengalihan Jahe Merah yang dipadatkan menjadi Mahkota Dewa dengan menggunakan stamina agar lebih mudah diserap dan meningkatkan gairah seks.

PRIMAHERBA mengolahnya dalam bentuk tablet, tanpa pengawet, pewarna, dan bahan kimia berbahaya lainnya.

Komposisi:
Jahe merah (Zingiber officinalis), serbuk selen, mahkota dewa (gotu kola) (Centella asiatica), ekstrak bawang putih (Allium sativum), ekstrak mahkota dewa (gotu kola) (Centella asiatica).



NaturaLife™









Habbat'S[®] Café
Tanpa Kafein

Minuman Sehat
Habbatussauda Instan

Hangat & Menyegarkan ...

Tanpa kafein, cocok untuk penderita maag, perut kembung, dan masuk angin.

DINKES P. IRT No. 312327302251



Kopi habbat : kayu manis, gula merah, jinten hitam

Hal yang dapat mendorong jumlah penjualan herba & minuman herba

No	Hal yang Dapat Dilakukan	Sudah/ belum
1	Menentukan sasaran segmen pasar	√
2	Menggandeng budaya lokal tradisional	√
3	Menganekaragamkan flavor dan citarasa	√
4	Membuat kemasan dan cara menyajikan yang menarik	√
5	Menganekaragamkan ukuran kemasan	√
6	Menyediakan kemasan siap dibawa	√
7	Membuat merek yang menjual	√
8	Promosi dengan isu hidup sehat dan gairah seks	√
9	Membuka kios transparan untuk demonstrasi kebersihan pengolahan produk	
10	Mengiklankan dengan media modern yang menjadi bagian hidup remaja	
11	Membuat sistem waralaba atau jejaring pasar yang kuat	





www.infomesin.com

mesin_es_puter_1_tabung_15_liter_tristar_035

Hal yang dapat mendorong volume penjualan ES PUTER

No	Hal yang Dapat Dilakukan	Sudah/ belum
1	Menentukan sasaran segmen pasar	√
2	Menggandeng budaya lokal tradisional	√
3	Menganekaragamkan flavor dan citarasa	√
4	Membuat kemasan dan cara menyajikan yang menarik	
5	Menganekaragamkan ukuran kemasan	
6	Menyediakan kemasan siap dibawa	
7	Membuat merek yang menjual	
8	Promosi dengan isu hidup sehat dan gairah seks	
9	Membuka kios transparan untuk demonstrasi kebersihan pengolahan produk	
10	Mengiklankan dengan media modern yang menjadi bagian hidup remaja	
11	Membuat sistem waralaba atau jejaring pasar yang kuat	√



Terimakasih



Bandrek dan Bajigur Instant





KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
INKUBATOR BISNIS PSW/G

Alamat: Karangmalang, Yogyakarta. 55281

Telp. (0274) 550839 Fax: (0274) 550839

e-mail: inkubipswg.uny@gmail.com

Nomor : 011/UN34.21/TU/2013
Lamp : Daftar Undangan dan Jadwal Kegiatan
Hal : Undangan

Kepada Yth.

Di tempat

Dengan hormat,

Kami mohon kehadirannya, pada kegiatan Bimtek Peningkatan Kapasitas UKM Tenant Inkubator Bisnis PSW/G UNY, yang akan dilaksanakan pada:

Hari, tanggal : Selasa– Jum'at, 16 – 19 April 2013

Jam : 08.30 – Selesai

Tempat : Hotel UNY Yogyakarta

Demikian undangan kami, atas kehadiran dan kerjasamanya, kami ucapkan banyak terima kasih.

Hormat kami,
Ketua Inkubator Bisnis

Dr. Nahiyah Jaidi, Faraz, M.Pd.
NIP. 19520108 197803 2 001

LAMPIRAN 1 : DAFTAR UNDANGAN

No.	Nama Pemilik	Nama Usaha	No. Hp	Alamat
1	Rachmawati Adelysina	Mama Dimsum	085645737770	Ruko Nirwana Jl. Lembah Baru Blok E Karangmalang
2	Hari Agung Wicaksono	Konveksi	085640334266	Jl. Delima Raya No. 12 B Condong Catur Yogyakarta
3	Triyono, SE	Petani Cabe	02746656471	Jomboran RT 03 RW 15, Donokerto, Turi, Sleman
4	Okavianto Tri Utomo	Milkmoo Susu Pateurisasi	08562879657	Jombangan RT 12, Banguntapan, Bantul
5	Parjono	Masakan Angsa dan Sengon	08122734525	Tangkilan RT 01, Sumbermulyo, Bambanglipuro, Bantul
6	Parmi	Barik	085775583761	Mendiru, RT 44/20 Galurejo, Lendah, Kulon Progo
7	Sutini	Barik	08562547466	Mendiru, Gulurejo, Lendah, Kulon Progo
8	Nico Hadi Saputra, A.Md.	Olahan Ikan "ALIF"	085643131731	Tulung, Srihardono, Pundong, Bantul
9	Wirajaya, S.Sn	Ampyang Coklat Kalesya	081392828586	Pilihan Gg. Kendalisodo, KGI/890, Yogyakarta
10	Suminten	Mendiro	085228652127	Mendiru, Galurejo, Lendah, Kulon Progo
11	Hery Purromo	Lele dan Ayam "Obama"	02746873053	Sidorejo RT/RW 05/02 Selomartani, Sleman 55571
12	Arief Hidayat, S.Sos	Republik Jamur	0818280100	Kemirisewu, Sidorejo, Godean, Sleman
13	Briane Novianti Syukmita, S.Fil.	Dluwang Art	0818267155	Ledok Tukangan Dn 2/257 Yogyakarta 55212
14	Supandi	Gandok Craft	08157981659	Gersik RT 03 Sb. Mulyo Bambanglipuro, Bantul
15	Puspita Ajeng JM	Frida Modiste	085643487561	Sorowajan Lama 106 A Banguntapan, Bantul, Yogyakarta
16	Rinda Meika	Rinas Barik	083869111501	Jl. Solo Km. 8 Perum Bulog No. 2
17	Roh Anisa Talitama, SE	PRI Art Jogia	081904153264	Jl. Dewi Sri 11 Tegal Senggotan RT 02 Tritonimolo Yogyakarta
18	Singgh	Batik Kayu	085643633640	Krebet RT 04 Sendang Sari Pajangan Bantul
19	Debora Ayu Christyandari	Mina Glow	081578953551	Gaten Canden Jetis Bantul
20	Wanti	Batik	085292288486	Mendiru Lendah KP
21	Intika Chunda Kharrama	Int's Art Production	087839909377	Dusun Ongejoyan Rt 2 Rw 5 Banyurejo
22	Rusfan Hamid	Roesone Boneka	081328778342	Singosaren, Jl. Ismoyo 13 Rt05/Rw01 Wirobrajan Yogyakarta
23	Rian Fitrianto	Rian Jaya	081391763600	Kasihnan, Lendah Kulonprogo
24	Patrizka Nur Pradiningtyas	House of Cazil, Baladewi Collection	083867276877	Jl. Tamansiswa MG II/1269 Yogyakarta

No.	Nama Pemilik	Nama Usaha	No. Hp	Alamat
26	Darminto Mei	Warung Iwak Kali	085878242641	Polowijan No 2 Rt 25 Rw 07 Kadipaten Kraton
27	Fajar Purwaningsih	Radite Collection	08156876941	Jl. Wates Perum Taman Sedayu Rt 45 Argorejo Sedayu Bantul
28	Farikha Ratna Sekar	Permata Abkery	0817254996	Jl Solo Km 10 Komplek Griya Permata Hijau No. A1 Rt 9 Rw 01 Juwangen
29	Rani Soraya Siregar	Ramachanos	08562887871	Jalan Seturan III No 37 Rt12 Rw01 CT Depok Sleman
30	Suharyoto	Kel Ternak Kelinci	081328871978	Pedukuhan Pengung Hargorejo
31	Sariyanto	Barca R & B	081363251972	Jl. Monjali No. 90 Gemawang rt 04 Rw 44 Sinduadi Mlati Sleman
32	Hastuti Setyaningrum	Weka Collection	081804362823	Jl.Karanganyar Rt.01, Rw.46, Wedomartani, Ngeplak, Sleman
33	Arri Aprilyanti	Grape Collection	085729796197	Desa Keputen Rt Irw 2 Pleret Bantul
34	Khairul Muzaki Syarif	Zakk-zakk	08121578716	Nagan Tengah 46 A rt 28 Rw 07 Patehan Keraton Yogya
35	Yustina Sri Mulyani	Sri Mulyani	081578866340	
36	Ali Yusron/Sri Ernawati	Lita Collection	085868969235	Jl.Ngasen kadipaten wetan KP 1/215 Rt 30 Rw 08 Kadipaten Yogyakarta
37	Aswan Amyudi	Budidaya Jamur Tiram	087839517056	Pijenan Selarong rt 05 Rw 09 Wijirejo Pandak Bantul
38	Ruri Anggaraini	Silma Craft n Souvenir	081931739932	Samnan no 54 B Rt 02 Rw 14 Bangunharjo sewon Bantul
39	Warjono	sahaja Abadi	02746542716	semingin Rt 02/rw 09 sumbersari Moyudan sleman
40	Heri Slamet Santoso	Mitra Konveksi	08156898390	Jl Wonosari KM 7, Baturetno Banguntapan Bantul
41	Mandar Utomo	Kajeng Kraf		Jln. Bantul 19 A Kweni Bantul Yogyakarta
42	Sujilah	Emping Bantul	087838677546	Palbapang, Bantul
43	A Bambang Agus S	Marvie Es Krim	08562549030	sompilan rt 01. Rw 26 Tegaltirto Berbah Sleman
44	Darmin	Batik	085647017040	Mendiro Lendah KP
45	Maryono	Batik	085292371140	Mendiro Lendah KP



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
INKUBATOR BISNIS PSW/G

Alamat: Karangmalang, Yogyakarta. 55281

Telp. (0274) 550839 Fax. (0274) 550839

e-mail: inkubipswg.uny@gmail.com

Nomor: 018/UN34.21/TU-PPW/G/2013

15 April 2013

Lamp : Jadwal

Hal : UNDANGAN PEMBUKAAN

Yth. Dr. Das Salirawati, M.Si
Ketua Pusat Penelitian Wanita dan Gender LPPM
Universitas Negeri Yogyakarta

Dengan hormat diberitahukan bahwa Pusat Penelitian Wanita dan Gender bekerja sama dengan Kementerian Koperasi dan UKM RI akan melaksanakan Bimtek Peningkatan Kapasitas UKM Tenant Inkubator Bisnis pada :

Hari/tanggal : Selasa– Jum’at, 16 – 19 April 2013

Waktu : 07.00 s/d 18.00

Tempat : Hotel UNY

Komplek Kampus UNY Yogyakarta

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon Ibu berkenan hadir dalam acara pembukaan sesuai jadwal terlampir.

Atas perkenan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.



Ketua Inkubator Bisnis


Dr. Nahiyah Jaidi, Faraz, M.Pd.
NIP. 19520108 197803 2 001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
INKUBATOR BISNIS PSW/G

Alamat: Karangmalang, Yogyakarta. 55281

Telp. (0274) 550839 Fax. (0274) 550839

e-mail: inkubipswg.uny@gmail.com

Nomor: 017/UN34.21/TU-PPW/G/2013

15 April 2013

Lamp : Jadwal

Hal : Permohonan Memberi Sambutan dlm rangka
Peningkatan Kapasitas UKM Tenant
Inkubator Bisnis PSW/G UNY ke - 1

Yth. Ketua LPPM
Universitas Negeri Yogyakarta

Dengan hormat diberitahukan bahwa Pusat Penelitian Wanita dan Gender bekerja sama dengan Kementerian Koperasi dan UKM RI akan melaksanakan Bimtek Peningkatan Kapasitas UKM Tenant Inkubator Bisnis pada :

Hari/tanggal : Selasa- Jum'at, 16 – 19 April 2013

Waktu : 07.00 s/d 18.00

Tempat : Hotel UNY

Komplek Kampus UNY Yogyakarta

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon Bapak berkenan memberikan sambutan pada acara tersebut sesuai jadwal terlampir.

Atas perkenan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Ketua Inkubator Bisnis

Dr. Nadiyah Jaidi, Faraz, M.Pd.
NIP. 19520108 197803 2 001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
INKUBATOR BISNIS PSW/G

Alamat: Karangmalang, Yogyakarta. 55281

Telp. (0274) 550839 Fax. (0274) 550839

e-mail: inkubipswg.uny@gmail.com

Nomor: 019/UN34.21/TU-PSW/G/2013

16 April 2013

Lamp : 1 set jadwal kegiatan

Hal : Permohonan Menjadi Nara Sumber

Kepada Yth. Tejo Nurseto, M.Pd
FE Universitas Negeri Yogyakarta

Dengan hormat diberitahukan bahwa Pusat Penelitian Wanita dan Gender bekerja sama dengan Kementerian Koperasi dan UKM RI akan melaksanakan Bimtek Peningkatan Kapasitas UKM Tenant Inkubator Bisnis pada :

Hari/tanggal : Selasa– Jum’at, 16 – 19 April 2013

Waktu : 07.00 s/d 18.00

Tempat : Hotel UNY

Komplek Kampus UNY Yogyakarta

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon Bapak berkenan menjadi nara sumber dengan tema ” Achievement Motivation Training” dan hadir dalam acara pembukaan sesuai jadwal terlampir.

Atas perkenan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Ketua Inkubator Bisnis

Dr. Nahiyah Jaidi, Faraz, M.Pd.
NIP. 19520108 197803 2 001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
INKUBATOR BISNIS PSW/G

Alamat: Karangmalang, Yogyakarta. 55281

Telp. (0274) 550839 Fax. (0274) 550839

e-mail: inkubipswg.uny@gmail.com

Nomor: 018/UN34.21/TU-PPW/G/2013

15 April 2013

Lamp : Jadwal

Hal : UNDANGAN PEMBUKAAN

Kepada Yth.

Tim Pendamping Inkubator PSW/G LPPM UNY

1. Ir. Bambang Harimurti S. (Kabid Koperasi&UKM- Dinas Perindagkop dan UKM DIY)
2. M .Lies Endarwati, M.Si (FE - UNY)
3. Sutopo, MT (FT – UNY)
4. Apri Nuryanto, MT (FT – UNY)
5. Desy Irmawati, M.T (FT – UNY)
6. Satino, M.Si. (FMIPA – UNY)

Di Yogyakarta

Dengan hormat diberitahukan bahwa Pusat Penelitian Wanita dan Gender bekerja sama dengan Kementerian Koperasi dan UKM RI akan melaksanakan Bimtek Peningkatan Kapasitas UKM Tenant Inkubator Bisnis pada :

Hari/tanggal : Selasa– Jum’at, 17 – 19 April 2013


Waktu : 07.00 s/d 18.00

Tempat : Hotel UNY

Komplek Kampus UNY Yogyakarta

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon Bapak/Ibu berkenan hadir dalam acara pembukaan sesuai jadwal terlampir.

Atas perkenan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Ketua Inkubator Bisnis

Dr. Nahiyah Jaidi, Faraz, M.Pd.
NIP. 19520108 197803 2 001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
INKUBATOR BISNIS PSW/G

Alamat: Karangmalang, Yogyakarta. 55281

Telp. (0274) 550839 Fax. (0274) 550839

e-mail: inkubipswg.uny@gmail.com

Nomor: 018/UN34.21/TU-PPW/G/2013

15 April 2013

Lamp : Jadwal

Hal : UNDANGAN PEMBUKAAN

Yth. Sutrisna Wibawa, M.Pd
Ketua BPPU
Universitas Negeri Yogyakarta

Dengan hormat diberitahukan bahwa Pusat Penelitian Wanita dan Gender bekerja sama dengan Kementerian Koperasi dan UKM RI akan melaksanakan Bimtek Peningkatan Kapasitas UKM Tenant Inkubator Bisnis pada :

Hari/tanggal : Selasa– Jum'at, 16 – 19 April 2013
Waktu : 07.00 s/d 18.00
Tempat : Hotel UNY
Komplek Kampus UNY Yogyakarta

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon Bapak berkenan hadir dalam acara pembukaan sesuai jadwal terlampir.

Atas perkenan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Ketua Inkubator Bisnis

Dr. Nahiyah Jaidi, Faraz, M.Pd.
NIP. 19520108 197803 2 001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
INKUBATOR BISNIS PSW/G

Alamat: Karangmalang, Yogyakarta. 55281

Telp. (0274) 550839 Fax: (0274) 550839

e-mail: inkubipswg.uny@gmail.com

Nomor : 018/UN34.21/TU-PPW/G/2013

15 April 2013

Lamp : Jadwal

Hal : UNDANGAN PEMBUKAAN

Yth. Kepala Dinas Perindagkop dan UKM
Propinsi DIY

Dengan hormat diberitahukan bahwa Pusat Penelitian Wanita dan Gender bekerja sama dengan Kementerian Koperasi dan UKM RI akan melaksanakan Bimtek Peningkatan Kapasitas UKM Tenant Inkubator Bisnis pada :

Hari/tanggal : Selasa– Jum’at, 16 – 19 April 2013

Waktu : 07.00 s/d 18.00

Tempat : Hotel UNY

Komplek Kampus UNY Yogyakarta

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon Bapak berkenan hadir dalam acara pembukaan sesuai jadwal terlampir.

Atas perkenan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Ketua Inkubator Bisnis

Dr. Nadiyah Jaidi, Faraz, M.Pd.
NIP. 19520108 197803 2 001

**JADWAL ACARA BIMBINGAN TEKNIS PENINGKATAN KAPASITAS UKM
TENANT INKUBATOR BISNIS PSW/G LPPM UNY
TGL 16 – 19 APRIL 2013**

No.	Tanggal	Waktu WIB	Kegiatan/Materi	Nara Sumber/ Moderator/ Pembahas/pelaksana
1.	Selasa, 16 April 2013	14.00 – 15.00	Check In	Panitia
		15.00 – 16.00	Pembukaan 1. Laporan Ketua Inkubator Bisnis PSW/G LPPM UNY 2. Pengarahan Ketua LPPM UNY 3. Sambutan dan Pembukaan dari Kementerian Koperasi dan UKM	Dr. Nahiyah Jaidi Faraz Prof. Dr. Anik Ghufron Drs. Abdul Karim, M.M
		16.00 – 16.30	Coffee Break	Panitia
		16.30 – 18.00	Gelar Produk UKM Tenant	Tim Pendamping
		18.00 – 19.00	ISHOMA	Panitia
		19.00 – 20.00	Gelar Produk UKM Tenant	Tim Pendamping
		2.	Rabu, 17 April 2013	08.00 – 09.00
09.00 – 10.00	Pembukaan dan Pengarahan			Deputi Restrukturisasi dan Fasilitasi UMKM Kemenkop
10.00-10.30	Coffee Break			Panitia
10.30 – 12.00	AMT (Achievement Motivation Training)			Tejo Nurseto, M.Pd
12.00 – 13.30	ISHOMA			Panitia
13.30 – 15.00	AMT (Achievement Motivation Training)			Tejo Nurseto, M.Pd
15.00 – 15.30	Coffee Break			Panitia
15.30 – 17.00	Marketing & Strategic Planning			M. Lies Endarwati, M.Si
3.	Kamis, 18 April 2013	17.00 – 19.00	ISHOMA	Panitia
		07.30 – 09.00	Breakfast	Panitia
		09.00 – 10.30	Marketing & Strategic Planning	M. Lies Endarwati, M.Si
		10.30 – 10.45	Coffee Break	Panitia
		10.45 – 12.15	E-Commerce	Apri Nuryanto, M.T
		12.15 – 13.30	ISHOMA	Panitia
		13.30 – 15.00	E-Commerce	Apri Nuryanto, M.T
		15.00 – 15.30	Coffee Break	Panitia
4.	Jum'at, 19 April 2013	15.30 – 17.00	Praktik E-Commerce	Tim Inkubi
		17.00 – 19.00	ISHOMA	Panitia
		07.30 – 09.00	Breakfast	Panitia
		09.00 – 10.30	Praktik E-Commerce	Tim Inkubi
		10.30 – 10.45	Coffee Break	Panitia
		10.45 – 12.15	Praktik E-Commerce	Tim Inkubi
		12.15 – 14.00	ISHOMA	Panitia

Ketua Inkubator Bisnis

 Dr. Nahiyah Jaidi, Faraz, M.Pd.
 NIP. 19520108 197803 2 001

