

UJIAN TENGAH SEMESTER GENAP TAHUN 2021/2022
SEKOLAH VOKASI IPB

MATA KULIAH : DASAR-DASAR BISNIS (Soal PRAKTIKUM)
DOSEN KOORDINATOR : Ir. Hermawan Wana, M.Si
PROGRAM KEAHLIAN : MANAJEMEN AGRIBISNIS (MAB)
HARI/TANGGAL : Rabu, 23 Maret 2022
WAKTU : 13.15 – 15.30
NAMA MAHASISWA : Nura Mutia Zahra / A2
NIM : J0310211102

PERHATIAN :

1. Mahasiswa mengerjakan soal sesuai dengan perintahnya, dan bila ada pelanggaran soal jawaban tidak akan diperiksa.
2. Mahasiswa yang melakukan **kecurangan** (diskusi, jawaban copy paste dari teman, dll) pada jawaban ujian **maka nilai ujian dianggap nol**.
3. Soal dikerjakan ONLINE pada evieta.ipb.ac.id dan diupload jika sudah selesai.
4. Jika mengalami kendala jaringan, jawaban disajikan dalam bentuk dokumen softcopy dan dikirim via email ke dosen kuliah paling lambat 0.5 jam setelah batas akhir jadwal UAS praktikum (dengan pemberitahuan kepada dosen terkait).

Dr Ir Anita Ristianingrum, M.Si	ani_roni@yahoo.com
Ir. Hermawan Wana, M.Si.	hwana@apps.ipb.ac.id
Dr Maya Dewi Dyah Maharani, M.AP	mayasudarsono@gmail.com
Ayutyas Sayekti SE, M.Si.	ayutyassa@apps.ipb.ac.id
Annissa Soeyono, S.Si, MM	annisa.soe@apps.ipb.ac.id

JAWABLAH SOAL DI BAWAH INI DENGAN JELAS DAN LENGKAP

Naskah Bacaan

Pandemi Covid 19, Peluang Bisnis UMKM Makanan Olahan Masih Bagus Meskipun pandemic Covid 19 menghantam semua sektor ekonomi, namun peluang untuk membuka usaha masih terbuka lebar terutama untuk pelaku UMKM. Salah satunya adalah bidang usaha kuliner dengan segmen anak muda. Pasarnya diperkirakan tetap akan tumbuh ke depan. Menurut Ferry Setiawan, founder dan owner makanan olahan berbahan dasar jagung, NakGung, potensi mengembangkan bisnis kuliner masih terbuka luas. Hanya saja, konsep, menu dan kemasannya harus dibikin kekinian sehingga lebih menarik bagi konsumen "Selama packingnya menarik, rasanya pas dengan segmen pasarnya plus harganya terjangkau, kesempatan bisnis untuk berkembang terbuka lebar," kata Ferry Setiawan kemarin. Apalagi bila segmen market yang dibidik kalangan anak-anak muda atau milenial, maka kesempatan untuk berkembang lebih luas lagi . Pasalnya, segmen anak muda selalu dinamis dan lebih cepat pertumbuhannya. Namun begitu persaingannya juga sangat ketat. Dia memberikan contoh, NakGung yang dirintisnya baru beberapa bulan, namun saat ini sudah berkembang pesat. Dengan mengusung konsep kemitraan bisnis, saat ini sudah adalah 40 titik booth yang menyebar di 15 kota di Indonesia. Seperti Surabaya, Bangkalan, Tangerang, Samarinda Gresik, Solo, Situbondo, Batam, Sidoarjo, Bali, Makasar, Jakarta, Madiun, Kediri, Mojokerto dan Banjarmasin. "Sebagian besar mitra bisnis kami anak-anak muda. Karena makanan olahan ini memang segmen pasarnya kalangan muda," tambahnya.

Hingga saat ini permintaan menjadi mitra bisnis terus mengalir. Sebab itu dia yakin, hingga akhir tahun ini target sebanyak 500 titik booth akan tercapai. Selain dari mitra lama yang mau menambah booth baru, juga tidak sedikit dari mitra bisnis yang baru. Dia mengaku potensi market untuk bisnis makanan olahan bahan baku jagung cukup besar. Selain bahan bakunya mudah didapat di Indonesia, modal kerjanya juga tidak banyak, hanya Rp 6,5 juta sudah dapat booth, peralatan dan bahan baku untuk buka usaha. "Ini business opportunity agar kedepan semakin banyak entrepreneur muda, Mitra bisnis juga bebas membeli bahan baku dimana saja,

namun kemasan atau cupnya dari kami" ujarnya. Bahkan dia yakin modal bisa kembali dalam waktu singkat sekitar 2-3 bulan. Dengan asumsi setiap hari bisa memasarkan sekitar 50 cup dengan harga Rp 8.000-Rp 17.000 per cup, maka dalam waktu 3 bulan modal kerja sudah kembali.

Pertanyaan No. 1

- a. Jelaskan aspek dominan yang menunjukkan kegiatan bisnis pada kasus di atas mengalami pertumbuhan bisnis?
- b. Strategi dan kebijakan-kebijakan pendukung yang dilakukan pada bisnis di atas dapat mempercepat pertumbuhan bisnis?.

Soal No. 2

Pandemi Covid-19 mengancam kelangsungan kegiatan usaha di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Mayoritas perusahaan berbagai sektor industri terpuruk. Ekonomi kita sudah berada di level yang sangat mengkhawatirkan. Pemerintah menerapkan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) di berbagai daerah untuk membatasi mobilisasi masyarakat agar penularan tidak meluas. Penetapan ini memunculkan konsekuensi bagi perekonomian. Membuat melemahnya permintaan atau perdagangan pada berbagai sektor industri. Supaya tidak mati, berbagai perusahaan melakukan hibernasi dengan cara mengepompong. Mereka menghemat sebanyak mungkin sumber daya untuk waktu entah kapan kondisi pandemi bisa disebut aman

Upaya mengatasi pandemic Covid 19 gencar dilakukan oleh pemerintah, mulai dari menerapkan Physical Distancing, Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Menurut Pemenkes Nomor 9 Tahun 2020, PSBB Merupakan Pembatasan Kegiatan Tertentu Penduduk Suatu Wilayah yang diduga terinfeksi Covid-19 Tujuannya yaitu mencegah penyebaran Covid-19 disuatu wilayah dan kini sudah secara resmi telah diterapkan oleh pemerintah. Kebijakan tersebut meningkatkan resiko sektor industri menghadapi gangguan signifikan dari sisi rantai pasok, tenaga kerja, kesinambungan bisnis hingga arus kas usaha mereka. Kunci untuk bertahan adalah tetap optimistis dan selalu beradaptasi dengan keadaan. Pengusaha yang dapat menyusun rencana terstruktur baik di masa pandemi ini maupun setelah krisis mereda akan mampu bergerak lebih cepat kembali pada trajektori pertumbuhan seperti semula

Pandemi Covid 19 mengakibatkan terganggunya hampir semua industri bisnis dari berbagai sektor, kecuali bidang kesehatan, dan merubah perilaku masyarakat dunia di semua kalangan. Ini menjadi tantangan yang sangat berat untuk bisnis ke depan. Kendati begitu, dalam keadaan saat ini juga memunculkan peluang dan harapan, yakni seperti yang dikatakan oleh Honorary Founder of IMA Hermawan Kartajaya, tidak semua sektor bisnis pun anjlok. Ada sektor-sektor relevan yang justru bisnisnya membaik. Sebut saja sektor medis dan kesehatan, perdagangan online atau e-commerce, sampai fast moving consumer goods (FMGC) seperti obat-obatan, barang elektronik, produk makanan dan minuman kemasan. Apalagi produk FMCG yang sangat kuat di offline kini harus beralih distribusinya secara online. Beberapa produk mulai beradaptasi dengan penjualan via e-commerce, yang ternyata lonjakannya signifikan.

Di tengah berkecamuknya kehidupan masyarakat karena merebaknya Covid 19, membuat setiap orang hidup dalam ketidakpastian (uncertainty) global, oleh karena itu kita harus memiliki kemampuan untuk berinovasi dengan menciptakan ide bisnis yang sesuai dengan kondisi saat ini. Bahkan setiap negara harus merespon perubahan alam dan persaingan teknologi secara terintegrasi dan komprehensif. Respon tersebut dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan politik global, mulai dari sektor publik, swasta, akademisi, hingga masyarakat sipil sehingga tantangan pandemic Covid-19 di era revolusi industri 4.0 saat ini dapat dikelola menjadi peluang. Sebagaimana Menteri Ekonomi Kreatif Sandiaga Uno mengatakan: "Whenever There is Danger, There is Opportunity" yang artinya "Di setiap ada Bahaya di situ ada Peluang"

Hal penting adanya sinergi, regulasi pemerintah yang dikeluarkan untuk mengatur kebiasaan yang sudah terjadi menjadi kebiasaan yang diinginkan di masa pandemic Covid 19. Kalau pemahaman ini sejalan, inovasi-inovasi yang dilahirkan oleh dunia usaha akan mendorong inovasi regulasi yang dilahirkan oleh pemerintah. Oleh karena itu, perlu mulai merealisasikan iklim kebijakan yang mendorong inovasi-inovasi itu muncul. Setidaknya tiga prasyarat inovasi di lingkup makro nasional. Pertama, karena tuntutan ketersediaan bahan baku, termasuk

infrastruktur penunjang. Kedua, karena tuntutan market yang berubah. Ketiga, karena adanya kebijakan pemerintah yang mendukung inovasi.

Pertanyaan No. 2

- a. Apakah yang dimaksud dengan lingkungan bisnis ?
- b. Berdasarkan kasus pada perusahaan di atas, identifikasi dan kelompokkan faktor-faktor lingkungan bisnis yang mempengaruhi aktivitas bisnis (pengelompokkan berdasarkan lingkungan ekonomi, sosial, politik dan hukum, teknologi, persaingan)!

Soal No. 3 :

PT. Barokah Milk Farm memproduksi susu segar dengan berbagai macam rasa, berdasarkan data yang diperoleh dari bagian keuangan, untuk memproduksi 1.000 buah cup diperlukan bahwa biaya tetap (TFC) sebesar Rp. 2.500.000, dan biaya variabel (TVC) sebesar Rp. 4.000.000,-

- a. Hitung biaya total (TC) dan biaya total rata-rata (ATC)!
- b. Hitung keuntungan yang didapat apabila seluruh produksi terjual dengan harga Rp. 11.000,-/buah
- c. Berapa biaya total rata-rata apabila ada peningkatan produksi dari 1000 unit menjadi 2000 unit, dan apakah terjadi peningkatan atau penurunan biaya per unit.

NAMA MAHASISWA :
 NIM :

JAWABAN

No.	Jawaban
1.	<p>A. Aspek dominan yang mengalami pertumbuhan adalah dari segmen marketing yaitu dibidik kalangan anak muda atau milenial karena segmen anak muda selalu dinamis dan lebih cepat pertumbuhannya namun persaingan juga sangat ketat. Contohnya NakGung yang dirintisnya sudah mengalami pertumbuhan cepat dengan mengunsung konsep kemitraan bisnis sudah mencapai 40 titik booth yang menyebar di 15 kota di Indonesia. Selain itu permintaan menjadi mitra bisnis terus mengalir karena sebagai rekan bisnis, ia berperan dalam menjalankan usaha masing-masing. Sifatnya adalah membantu dan membutuhkan satu sama lain. Terdapat 3 peran utama rekan bisnis dalam menjalankan usaha antara lain :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membangun perusahaan Peran kemitraan bisnis yang pertama adalah mampu membangun dan mengembangkan perusahaan. Sehingga tingkat produksi juga bisa lebih tinggi daripada bekerja sendiri. 2. Pertumbuhan ekonomi Tingkat produksi yang tinggi berpotensi meningkatkan pendapatan. 3. Hubungan dan dampak sosial Hubungan kemitraan dengan rekan bisnis juga bisa memberikan hubungan dan dampak sosial. <p>B. Strategi dan kebijakan yang dilakukan pada bisnis tersebut :</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Menerapkan strategi marketing untuk menyebarkan produk makanan NakGung b. Memanfaatkan teknologi c. Menerapkan strategi manajemen bisnis d. Menerapkan inovasi baru dengan mengubah konsep, menu dan kemasan e. Menerapkan strategi segmen pasar dengan harga yang terjangkau <p>Strategi dan kebijakan-kebijakan dalam bisnis tersebut dapat mempercepat pertumbuhan bisnis karena dilakukan dengan cara kemitraan bisnis. Dari segi produk pengembangan usaha dilakukan dengan cara mengembangkan produk sesuai dengan selera pasar dengan segmen anak muda, mengeluarkan produk menarik bagi konsumen, mencari cara efisien dalam produksi sehingga produk berkualitas sama bisa dihasilkan dengan biaya yang lebih rendah. Sinergisme dibangun dengan bermitra yang sebagian besar oleh anak muda yang memiliki bakat dari bidang usaha, dan memperluas jangkauan pasar saat ini sudah adalah 40 titik booth yang menyebar di 15 kota di Indonesia seperti Surabaya, Bangkalan, Tengerang, Samarinda, Gresik, Solo, Situbondo, Batam, Sidoarjo, Bali, Makassar, Jakarta, Madiun, Kediri, Mojokerto dan Banjarmasin.</p>
2.	<p>A. Lingkungan bisnis adalah lingkungan yang mempunyai efek yang sangat besar terhadap kesuksesan suatu bisnis. Dalam lingkungan bisnis dibagi menjadi 5 yaitu lingkungan ekonomi, lingkungan teknologi, lingkungan persaingan, lingkungan sosial (budaya, hukum, politik), dan lingkungan bisnis global.</p> <p>B. 1. Faktor persaingan</p>

	<p>Pada lingkungan persaingan dalam kebijakan PSBB ini dapat meningkatkan risiko sektor industri khususnya dalam menghadapi gangguan rantai pasokan, tenaga kerja, dan kelangsungan bisnis terhadap arus kas perusahaan. Selain itu para pelaku bisnis mampu membuat perencanaan yang terstruktur baik untuk masa depan. Pandemi ini sekaligus berakhirnya krisis akan dapat kembali lebih cepat lintasan pertumbuhan yang sama seperti sebelumnya untuk dapat bersaing kembali.</p> <p>2. Faktor ekonomi Pandemi Covid 19 mengakibatkan terganggunya hampir semua industri bisnis dari berbagai sektor kecuali bidang kesehatan dan merubah perilaku masyarakat dunia di semua kalangan. Ini menjadi tantangan yang sangat berat untuk bisnis ke depan. Keadaan ini juga memunculkan peluang dan harapan. Ada sektor-sektor relevan yang justru bisnisnya membaik. Apalagi produk FMCG yang sangat kuat di offline kini harus beralih distribusinya secara online. Beberapa produk mulai beradaptasi dengan penjualan via e-commerce yang ternyata lonjakan signifikan.</p> <p>3. Faktor politik hukum Hal penting adanya sinergi, regulasi pemerintah yang dikeluarkan untuk mengatur kebiasaan yang sudah terjadi menjadi kebiasaan yang diinginkan di masa pandemi Covid-19. Kalau pemahaman ini sejalan, inovasi-inovasi yang dilahirkan oleh pemerintah. Oleh karena itu, perlu mulai merealisasikan iklim kebijakan yang mendorong inovasi-inovasi itu muncul. Setidaknya tiga prasyarat inovasi di lingkup makro nasional. Pertama karena tuntutan ketersediaan bahan baku, termasuk infrastruktur penunjang. Kedua karena tuntutan market yang berubah. Ketiga karena adanya kebijakan pemerintah yang mendukung inovasi.</p> <p>4. Faktor Sosial Lingkungan bisnis berpengaruh penting pada aktivitas bisnis yaitu kelangsungan dan pertumbuhan perusahaan, karena lingkungan sosial merupakan aspek dari interaksi antar manusia melalui kelompok dengan adanya kerjasama dan komunikasi untuk memelihara dan meningkatkan kepercayaan publik.</p> <p>5. Faktor Teknologi Lingkungan Teknologi sangat dibutuhkan dalam sebuah bisnis. Biasanya teknologi digunakan untuk memproduksi, mendistribusikan barang dan jasa.</p>
3.	<p>A. Biaya total (TC) = TFC + TVC = 2.500.000 + 4.000.000 = Rp 6.500.000 $ATC = TC/Q = AFC + AVC$ $AFC = 2.500.000/1000 = 2.500$ $AVC = 4.000.000/1000 = 4.000$ $ATC = 6.500$</p> <p>B. $TR = 1000 \times 11.000 = Rp 11.000.000$ $Keuntungan = TR - TC = 11.000.000 - 6.500.000 = Rp 4.500.000$</p> <p>C. $ATC = TC/Q = 6.500.000/2.000 = Rp 3.250$, berdasarkan perhitungan berikut maka harga/ biaya per unit mengalami penurunan. Disaat kuantitas produksi meningkat dari 1000 unit menjadi 2000 unit.</p>