

PEDOMAN PRAKTIKUM I:

Kewirausahaan



Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Tanjungpura
2022

Kata Pengantar

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena telah melimpahkan berkah dan hidayah-Nya sehingga penyusunan Pedoman Praktikum I: Kewirausahaan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (edisi revisi 2022) dapat diselesaikan.

Sebagai bagian dari kurikulum Program Studi Ilmu Komunikasi dengan capaian pembelajaran (learning outcomes) menciptakan wirausaha yang dapat berkontribusi dalam kemajuan negara, pedoman ini diharapkan menjadi acuan bagi pembimbing Kewirausahaan dan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi dalam melaksanakan praktikum Kewirausahaan.

Seperti kata pepatah, "Tiada Gading yang Tak Retak", begitu jugalah Pedoman Praktikum I: Kewirausahaan ini, bila memiliki kekurangan, maka dapat disempurnakan kembali di edisi revisi selanjutnya. Untuk itu segala saran dan kritik yang konstruktif baik dari kalangan dosen, mahasiswa maupun para pakar yang berkompeten lainnya, sangatlah dinantikan guna menyempurnakan pedoman ini di masa yang akan datang.

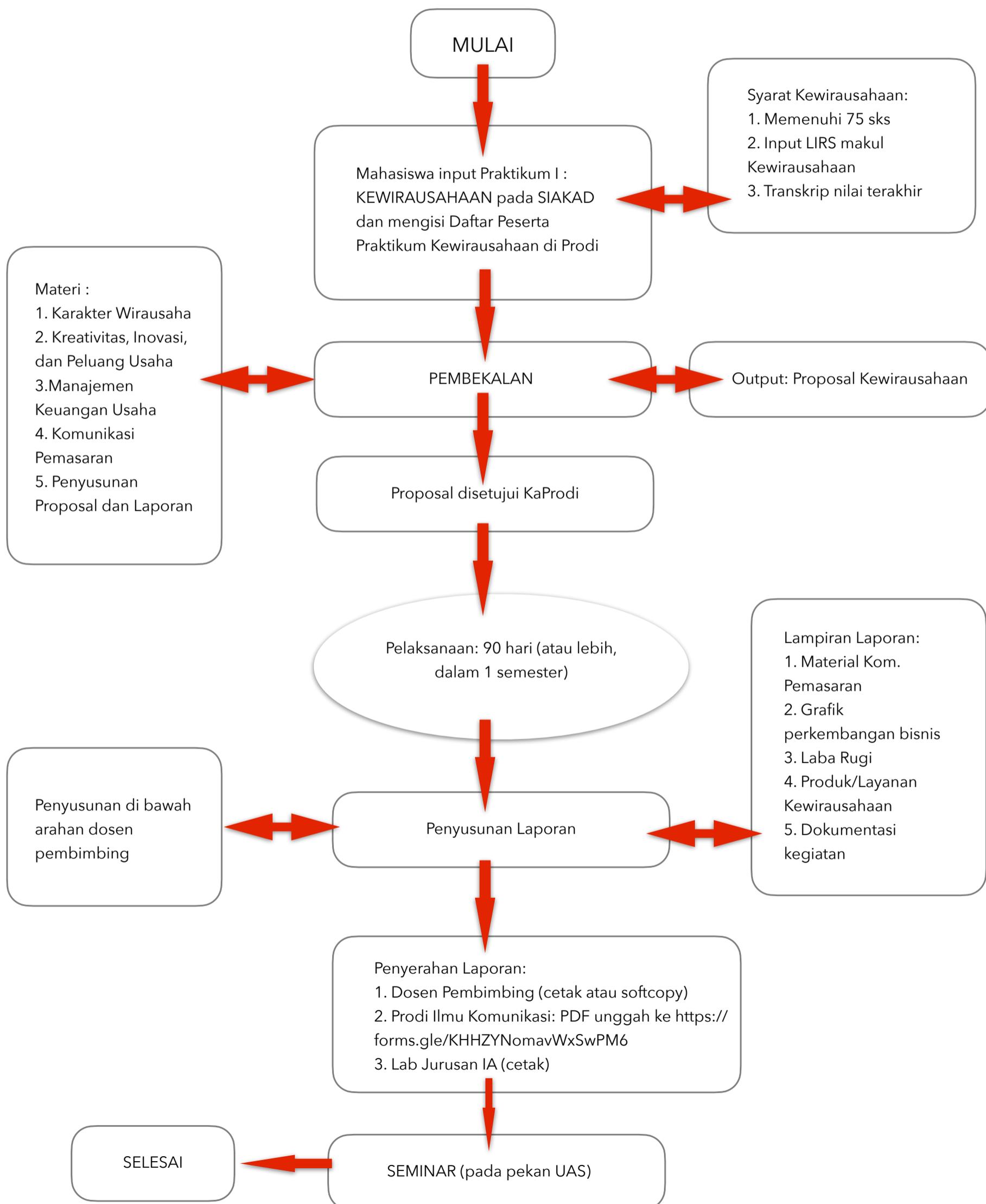
Pontianak, Maret 2022

Tim Penyusun

Kata Pengantar	2
Bagian 1	4
Flowchart Praktikum 1: Kewirausahaan	4
Bagian 2	5
Informasi dan Aturan Praktikum 1: Kewirausahaan	5
Syarat Akademik	5
Proses Bimbingan	6
Bagian III	8
Tata Cara Penulisan Proposal dan Pelaporan Kewirausahaan	8
1. Format Penulisan	8
2. Sistematika Penulisan	8
Lampiran	14
Lampiran 1	14
Lampiran 2	15
Lampiran 3	16

Bagian 1

Flowchart Praktikum 1: Kewirausahaan



Bagian 2

Informasi dan Aturan Praktikum 1: Kewirausahaan

Mata Kuliah Wajib

Kewirausahaan bertujuan agar mahasiswa dapat mengembangkan karakter wirausaha, menggali potensi dan peluang kewirausahaan di bidang komunikasi, serta dapat berkontribusi dalam peningkatan prosentasi wirausaha di Indonesia. Kewirausahaan adalah mata kuliah wajib program studi bagi seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNTAN (2 SKS). Maka mekanisme penilaian dan prosesnya memiliki standar seperti mata kuliah biasa yang artinya:

1. Setiap mahasiswa yang mengambil mata kuliah praktikum I: Kewirausahaan wajib mendaftarkan diri di awal semester saat registrasi administrasi (pembayaran biaya kuliah sesuai aturan universitas) dan melakukan registrasi akademik (pengisian LIRS di SIAKAD). Semua proses ini harus berjalan di masa registrasi akademik sesuai dengan jadwal kalender akademik universitas di setiap semester.
2. Praktikum Kemahasiswaan dilakukan secara berkelompok. Artinya, mahasiswa yang sudah input Praktikum I pada LIRS, akan dibagi kelompok secara proporsional.
3. Praktikum Kewirausahaan berlaku satu semester, tersedia pada semester genap.
4. Praktikum Kewirausahaan terdiri dari proposal, pelaksanaan dan laporan sebagai satu paket utuh. Oleh karena itu mahasiswa **DIWAJIBKAN** menyerahkan laporan Kewirausahaan di semester yang sama dengan ia mengambil mata kuliah Kewirausahaan.
5. Jika pelaksanaan Kewirausahaan dan atau laporan Kewirausahaan belum selesai di semester saat mahasiswa mengambil mata kuliah tersebut, maka mahasiswa **WAJIB** melakukan registrasi mata kuliah Kewirausahaan di semester berikutnya. Artinya mahasiswa **HARUS** melakukan registrasi Administrasi (Melakukan Pembayaran SPP sesuai kebijakan universitas) dan melakukan registrasi akademik seperti biasa (melaporkan kepada prodi, mengisi LIRS di SIAKAD)

Syarat Akademik

1. Telah menyelesaikan dan lulus 75 sks yang tertera di dalam daftar nilai keseluruhan (transkrip nilai)
2. Telah menyelesaikan dan lulus mata kuliah IMC
3. Input LIRS online mata kuliah Praktikum I: Kewirausahaan

Proses Bimbingan

Lamanya Praktikum I: Kewirausahaan berlangsung adalah minimal 90 hari (dibuktikan dengan pengisian jurnal harian), termasuk proses bimbingan dengan dosen pembimbing yang telah ditunjuk.

1. Sebelum mendapatkan dosen pembimbing, terlebih dahulu ide wirausaha harus mendapat persetujuan dari KaProdi,
2. Setiap kelompok mahasiswa akan mendapatkan 1 (satu) pembimbing untuk Kewirausahaan yang memiliki kewajiban :
 - 1) Memberikan bimbingan konsultasi dalam proses kegiatan lapangan
 - 2) Memberikan bimbingan laporan dan menghadiri penyelenggaraan seminar
 - 3) Memberikan penilaian sebagai nilai akhir mata kuliah Praktikum I
3. Setelah disetujui oleh KaProdi, proposal harus diserahkan kepada Pembimbing untuk mendapatkan arahan selanjutnya. **Pembimbing tidak dapat mengubah jenis usaha yang sudah dipilih** (mis: kelompok sudah memilih untuk melaksanakan usaha menjual nasi goreng, lalu diarahkan membuat minuman boba; atau sudah disetujui untuk membuat usaha layanan desain grafis, lalu diarahkan untuk membuat layanan foto wisuda).
4. Untuk pemantauan pembimbing, kelompok usaha:
 - 1) menyetorkan nama semua akun media sosial yang dipergunakan
 - 2) mengisi jurnal harian menggunakan google document, sehingga dapat dipantau oleh pembimbing secara *real-time* melalui sebuah *link*.
 - 3) mengisi kalender media sosial menggunakan google document sehingga dapat dipantau oleh pembimbing secara *real-time* melalui sebuah *link*.
 - 4) membuat grup *chat* dengan pembimbing (opsional)
5. Sebagai suatu praktikum, maka laporan Kewirausahaan akan melalui proses bimbingan dan penilaian laporan revisi laporan Kewirausahaan. Proses ini harus dibuktikan dengan pengisian formulir bimbingan yang ditandatangani pembimbing Kewirausahaan. Bimbingan minimal dilakukan dalam 4x pertemuan dalam satu semester.

6. Masa berlaku penyerahan laporan revisi Kewirausahaan yakni dalam semester yang bersangkutan. Jika penyerahan dan revisi laporan Kewirausahaan diterima Prodi telah melewati masa semester Kewirausahaan, maka pelaksanaan Kewirausahaan dan laporan Kewirausahaan dianggap kadaluarsa, dan harus mengulang di semester genap berikutnya.
7. Lampiran laporan Kewirausahaan WAJIB dipenuhi (tertera di *flowchart*).
8. Seminar Kewirausahaan akan dilakukan setelah seluruh kelompok mahasiswa mengumpulkan laporan kepada pembimbing. Seminar akan dilakukan secara terbuka, sebagai bagian dari penilaian praktikum I pada pekan Ujian Akhir Semester.
9. Nilai Praktikum I: Kewirausahaan diperoleh dari penilaian dosen pembimbing yang terdiri dari proses pembekalan (10%), konsultasi bimbingan (25%), kegiatan lapangan (30%), laporan/seminar (40%).

Bagian III

Tata Cara Penulisan Proposal dan Pelaporan Kewirausahaan

1. Format Penulisan

Format penulisan mengikuti standar format penulisan skripsi yang ada di FISIP. Dapatkan di sini: <https://ikom.fisip.untan.ac.id/wp-content/uploads/2020/08/Panduan-Skripsi-FISIP-UNTAN.pdf>

2. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan **proposal** yang harus dibuat oleh tiap kelompok adalah sebagai berikut:

LEMBAR PERSETUJUAN PROPOSAL

Disetujui oleh KaProdi

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL (jika ada)

DAFTAR LAMPIRAN (jika ada)

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berisi latar belakang dilaksanakannya Praktikum I

1.2. Tujuan dan Kegunaan Kewirausahaan

Berisi tujuan dan kegunaan dilaksanakannya Praktikum I

BAB II GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

2.1. Profil Usaha

Berisi jenis usaha, identitas usaha, visi dan misi usaha

2.2. Perencanaan Pelaksana Usaha

Berisi rancangan susunan nama pelaksana, deskripsi kerja, struktur organisasi

2.3. Analisis Situasi

2.3.2. Analisis Bauran Pemasaran

Berisi analisis pemasaran usaha menggunakan konsep 4P dan 4C

2.3.3. Analisis SWOT

Berisi analisis karakteristik usaha berdasarkan kategori SWOT

2.3.4. Analisis Persaingan Usaha

Berisi analisis pesaing usaha sejenis di lokasi usaha sama

2.4. Rencana Metode Pelaksanaan Usaha

Berisi penjelasan detail bagaimana usaha akan dilaksanakan

BAB III KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU

3.1. Analisis Pasar Sasaran

3.1.1. Segmentasi, Target Pasar, Target Audiens dan Positioning

Berisi penjelasan detail dan alasan pemilihan segmentasi, target pasar, target audiens, dan positioning. Perhatikan bahwa poin ini adalah penentu strategi lainnya (mis: layanan yang ditujukan kepada pasangan suami istri tentu akan berbeda penentuan strateginya dengan mahasiswa yang tinggal di rumah kost).

3.1.2. Kebiasaan Menggunakan Media

Penjelasan mengenai media yang biasa dipergunakan oleh target audiens dan kebiasaan mereka sehari-hari dalam menggunakannya

3.2. Tujuan Komunikasi Pemasaran Terpadu

Jelaskan tujuan yang hendak dicapai dengan ragam bentuk komunikasi pemasaran yang telah dipilih untuk dipergunakan. Berikan pula argumentasi/alasan memilih bentuk komunikasi pemasaran tertentu (mis: periklanan, personal selling, dll). Tunjukkan bagaimana bentuk komunikasi pemasaran yang berbeda-beda dapat terintegrasi sehingga saling mendukung satu sama lain.

3.3. Strategi Pesan

Menyusun gagasan yang dapat mengkomunikasikan pesan agar kampanye yang dirancang dapat meyakinkan dan menarik perhatian khalayak serta memperoleh efek yang diharapkan. Termasuk menentukan pendekatan pesan (hard selling dan soft selling) dan daya tarik pesan.

3.4. Strategi Pemilihan Media

Berikan penjelasan mengenai dasar pertimbangan memilih media berdasarkan khalayak sasaran. Berikan penjelasan pula mengenai tujuan yang ingin dicapai serta upaya efisiensi media yang dilakukan (mis: argumentasi memilih 3 jenis media saja daripada menggunakan semua saluran).

BAB IV STRATEGI PENENTUAN ANGGARAN

Anggaran merupakan titik penentuan dari realisasi rencana komunikasi pemasaran yang akan berkaitan dengan tercapai atau tidaknya tujuan komunikasi pemasaran tersebut. Ada dua metode dalam menyusun anggaran komunikasi pemasaran yaitu top down dan bottom up. Berikan penjelasan mengenai ini, dan sampaikan pula rancangan awal penggunaan anggaran dalam bentuk tabel akuntansi sederhana.

Sampaikan rencana penggunaan modal usaha dalam bentuk rancangan akuntansi sederhana. Pastikan semua modal awal diperhitungkan, bukan hanya benda habis pakai (mis: kulkas pribadi yang dipakai untuk penyimpanan makanan harus diperhitungkan biaya sewanya karena menggunakan peralatan dan listrik yang bukan milik kelompok usaha). Berikan juga proyeksi pendapatan dalam rentang waktu pelaksanaan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Tulis sumber/literatur yang dipergunakan

Format penulisan **laporan** yang harus dibuat oleh tiap kelompok adalah sebagai berikut:

LEMBAR PENGESAHAN

Ditandatangani oleh pembimbing dan KaProdi, mengetahui KaLab IA.

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Ringkasan

Berisi penjelasan secara ringkas mengenai usaha yang dijalankan dan pencapaian selama pelaksanaan praktikum.

1.2. Latar Belakang Usaha

Berisi penjelasan secara ringkas latar belakang pembuatan usaha

BAB II GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

2.1. Profil Usaha

Berisi jenis usaha, identitas usaha, visi dan misi usaha

2.2. Profil Pelaksana Usaha

Berisi susunan nama pelaksana, deskripsi kerja, struktur organisasi.

2.3. Analisis Situasi

2.3.2. Analisis Bauran Pemasaran

Berisi analisis pemasaran usaha menggunakan konsep 4P dan 4C yang dijalankan. Jika ada rancangan yang tidak berjalan/diganti jelaskan alasannya.

2.3.3. Analisis SWOT

Berisi analisis karakteristik usaha berdasarkan kategori SWOT. Isinya bisa berbeda dengan proposal ketika yang ditemui pada saat praktik ternyata berbeda dengan saat pembuatan rancangan.

2.3.4. Analisis Persaingan Usaha

Berisi analisis pesaing usaha sejenis di lokasi usaha sama, terutama bagaimana keberadaan pesaing mempengaruhi usaha yang dijalankan, baik pesaing yang sudah diprediksi saat pembuatan proposal, maupun yang ditemui pada saat usaha berjalan.

BAB III KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU

3.1. Analisis Pasar Sasaran

3.1.1. Segmentasi, Target Pasar, Target Audiens dan Positioning

Berisi penjelasan detail mengenai kesesuaian pemilihan segmentasi, target pasar, target audiens, dan positioning yang dirancang dengan konsumen yang didapatkan saat usaha dijalankan. Jelaskan pula hambatan yang dihadapi dan jalan keluar yang ditempuh.

3.1.2. Kebiasaan Menggunakan Media

Berisi uraian mengenai media yang biasa dipergunakan oleh target audiens dan kebiasaan mereka sehari-hari dalam menggunakannya. Jelaskan bagaimana kesesuaian antara asumsi awal mengenai target audiens dengan kenyataan yang dijumpai saat usaha dijalankan. Jika ada ketidaksesuaian, jelaskan bagaimana mengatasinya.

3.2. Tujuan Komunikasi Pemasaran Terpadu

Jelaskan tujuan yang hendak dicapai dengan ragam bentuk komunikasi pemasaran yang telah dipilih untuk dipergunakan dan ketercapaiannya. Jika ada hal-hal yang tidak atau kurang tercapai, jelaskan penyebabnya dan upaya yang telah dilakukan untuk mencari jalan keluar.

3.3. Strategi Pesan

Berisi penjelasan mengenai pesan kampanye yang dirancang dapat meyakinkan dan menarik perhatian khalayak. Jabarkan pula bagaimana efek yang diperoleh dari strategi yang dilaksanakan. Jelaskan pula hambatan yang dihadapi dan jalan keluar yang ditempuh.

3.4. Strategi Pemilihan Media

Berikan penjelasan mengenai kesesuaian media yang dipilih dengan khalayak sasaran yang dicapai . Berikan penjelasan pula mengenai pencapaian tujuan media yang digunakan, serta upaya efisiensi media yang dilakukan menyesuaikan pelaksanaan (misal: semula pakai 5 jenis media, ternyata hanya berjalan 2 jenis).

BAB IV HASIL DAN ANALISIS USAHA

4.1. Metode Pelaksanaan Usaha

Berikan penjelasan mengenai metode pelaksanaan usaha (mis: buka outlet atau jualan daring, transaksi lewat media sosial/marketplace, upaya menjangkau dan menjalin relasi dengan calon konsumen/konsumen/pelanggan, dll). Berikan analisis mengenai efektivitas dari metode yang telah dipilih secara ilmiah.

4.2. Tanggapan Konsumen

Paparkan tanggapan konsumen terhadap produk/jasa yang telah mereka konsumsi. Berikan pula analisis atas tanggapan tersebut (mis: apa tanggapan balik dan reaksi yang diberikan kelompok usaha terhadap masukan/kritikan/komentar/pertanyaan konsumen).

4.3. Analisis Komunikasi Pemasaran Terpadu

Berikan analisis mengenai efektivitas setiap saluran komunikasi pemasaran yang dipergunakan.

4.4. Perhitungan Laba Rugi Usaha

Sampaikan perhitungan akuntansi sederhana namun rinci dan benar untuk semua pemasukan dan pengeluaran. Neraca rugi laba dibuat secara terpisah. Sampaikan penjelasan mengenai laba/rugi yang diperoleh.

4.5. Analisis Kelangsungan Usaha

Sampaikan analisis kemungkinan usaha ini untuk dilanjutkan beserta argumentasinya secara ilmiah berdasarkan pengalaman berwirausaha dan proyeksi ke depannya.

BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Simpulan

Berisi simpulan dari laporan.

5.2. Rekomendasi

Berisi rekomendasi kepada kelompok wirausaha lanjutan berdasarkan simpulan yang sudah dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

Tulis sumber/literatur yang dipergunakan

LAMPIRAN

1. Produk/Layanan Kewirausahaan.
2. Laporan Perkembangan Bisnis (Harian)
3. Laporan Akuntansi Lengkap
4. Dokumentasi Kegiatan Usaha dan Kegiatan Komunikasi Pemasaran Terpadu

Lampiran

Lampiran 1

**JURNAL HARIAN KEGIATAN PRAKTIKUM I : KEWIRAUSAHAAN
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS TANJUNGPURA
TAHUN AKADEMIK GAZAL/GENAP* 20..../20....**

NO	NAMA	NIM
1		
2		
3		
4		
5		

NO	HARI/TANGGAL	URAIAN KEGIATAN
1		
2		
3		
4		
5		

Disetujui,
Dosen Pembimbing Kewirausahaan

(_____)
Nama dan NIP

**Baris tabel dapat diperbanyak sesuai kebutuhan*

Lampiran 2

**LEMBAR BIMBINGAN LAPORAN PRAKTIKUM I : KEWIRAUSAHAAN
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS TANJUNGPURA
TAHUN AKADEMIK GAZAL/GENAP* 20..../20....**

NO	NAMA	NIM
1		
2		
3		
4		
5		

NO	TANGGAL	KEGIATAN	PARAF

Disetujui,
Dosen Pembimbing Kewirausahaan

(_____)
Nama dan NIP

**Baris tabel dapat diperbanyak sesuai kebutuhan*

Lampiran 3

**LEMBAR PENILAIAN PRAKTIKUM I : KEWIRAUSAHAAN
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS TANJUNGPURA
TAHUN AKADEMIK GAZAL/GENAP* 20..../20....**

Dosen Pembimbing:

NO	NAMA MAHASISWA	NIM	PEMBEKALAN (10%)	KONSULTASI (20%)	KEGIATAN LAPANGAN (30%)	LAPORAN /SEMINAR (40%)	TOTAL	HURUF MUTU
1								
2								
3								
4								
5								
6								

Huruf Mutu:

A : 80-100

B : 70-79

C : 60-69

D : 50-59

E : 0-49

CATATAN PEMBIMBING:
