**PROPOSAL**

**PROGRAM KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA**

**JUDUL :………………….**



**Diusulkan Oleh:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| NAMA  | NIM  | Ketua |
| ANGGOTA  | NIM  | Anggota 1 |
| ANGGOTA  | NIM  | Anggota 2 |
| ANGGOTA  | NIM  | Anggota 3 |
| ANGGOTA  | NIM  | Anggota 4 |

**FAKULTAS ………..**

**UNIVERSITAS SAM RATULANGI**

**MANADO**

**2022**

**DIDOWNLOAD DARI INSPIRE**

**HALAMAN PENGESAHAN PROPOSAL**

**PROGRAM KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA**

**JUDUL KEGIATAN :**

**Ketua**

Nama Lengkap :

Fakultas :

NIM :

Prodi :

Nomor HP :

Email :

Usulan Biaya : Rp 7.500.000

Biaya Maksimum : Rp 7.500.000

**Anggota (1) Anggota (3)**

 Nama Lengkap : Nama Lengkap :

NIM : NIM :

Fakultas : Fakultas :

**Anggota (2) Anggota (4)**

Nama Lengkap : Nama Lengkap :

NIM : NIM :

Fakultas : Fakultas :

Nama/Fakultas Dosen Pembimbing:

Nama / Usaha mentor :

Mitra Nama DUDI / Alamat DUDI :

 Mengetahui Manado, Oktober 2022

 DEKAN Ketua

 Nama :……………………… Nama :

 NIP :………………………. NIM :

 Menyetujui

 **Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Alumni**

**Prof. Dr. Ir. Oktavian Berty A. Sompie,MEng**

NIP 196610251994031001

**FORMAT PROPOSAL**

# FORMAT PROPOSAL TERTULIS

1. **COVER DEPAN**
2. **LEMBAR PENGESAHAN**

# PENDAHULUAN

* 1. **Sejarah Berdirinya Usaha**

Sejarah berdirinya usaha menggambarkan dasar atau landasan usaha ini berdiri apakah cukup kuat secara pengalaman dan keutuhan individu yang terlibat didalamnya.

# Visi & Misi Usaha

**Visi** merupakan cita-cita yang ingin dicapai usaha dalam jangka panjang (What to Be? )

**Misi** merupakan cara-cara yang digunakan usaha dalam mencapai visi usaha (How to Be

?). Misi dapat berupa pernyataan kalimat atau kata yang mengingatkan pelaku usaha untuk bekerja sesuai Misi dalam mencapai Visi.

# ASPEK PEMASARAN

* 1. **Gambaran Umum Pasar ( STP )**

**Segmen Pasar** merupakan gambaran umum dari konsumen usaha kita

**Target Pasar** merupakan sasaran khusus bagi konsumen potensial dari usaha kita. **Positioning** adalah bagaimana kita menempatkan usaha kita diantara pesaing usaha yang sejenis.

# Permintaan

* + - Perkiraan / prediksi jumlah permintaan konsumen terhadap produk.
		- Proyeksikan permintaan konsumen dalam beberapa periode / tahun mendatang seperti kenaikan x % per tahun sesuai kenaikan jumlah penduduk

|  |  |
| --- | --- |
| Tahun | Perkiraan Permintaan( dalam Unit ) |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

# Strategi Pemasaran Perusahaan dan Pesaing

**Strategi Pemasaran Perusahaan** dilakukan berdasarkan analisa 7 P dengan alat analisis SWOT menurut Kottler yang terdiri atas :

# Product

Strategi mengenai bagaimana produk usaha kita dapat menarik hati konsumen untuk membelinya. Produk usaha kita dapat dibedakan berdasarkan mutu / kualitas, ukuran, desain, kemasan, dan kegunaan lebih dibandingkan pesaing.

# Price

Strategi mengenai bagaimana produk kita lebih menarik konsumen dari segi harga dibandingkan pesaing. Umumnya konsumen lebih tertarik kepada produk dengan harga yang lebih murah. Selainnya itu dari segi harga, kita dapat membedakan produk kita berdasarkan harga satuan dan harga grosir, syarat pembayaran, diskon/potongan harga,

# Promotion

Strategi mengenai bagaimana produk kita dapat dikenal oleh konsumen melalui beberapa cara :

# Advertising (Iklan)

Beriklan dapat dilakukan melalui media berikut :

* + - * + Media Cetak : Brosur, spanduk, poster, iklan majalah/koran.
				+ Media TV dan Radio : Iklan TV, Jingle Iklan Radio

# Sales Promotion

Promosi melalui acara / pameran yang digelar di tempat keramaian dimana konsumen produk berada dan juga dilakukan penjualan ditempat.

# Personal Selling

Promosi melalui penjualan langsung ke tempat konsumen berada dengan menawarkan dan mencoba produk langsung.

# Public Relation

Cara promosi ini cenderung untuk membuat image perusahaan baik dimata konsumen bukan mempromosikan produk secara langsung. Umumnya dilakukan oleh perusahaan besar.

# Placement

Merupakan cara untuk mendistribusikan produk kita untuk sampai ke tangan konsumen. Sistem distribusi yang dilakukan dapat secara langsung ke konsumen atau melalui pedagang perantara seperti *wholesaler* (pedagang besar) atau *retailer* (pedagang kecil).

# People

Merupakan kriteria sumber daya manusia secara umum yang dapat meningkatkan penjualan produk ke konsumen secara langsung ataupun tidak langsung.

# Process

Proses yang ditampilkan kepada konsumen agar konsumen tertarik untuk membeli. Proses yang dapat ditampilkan seperti proses produksi yang baik ataupun proses pelayanan terhadap konsumen.

# Physical Evidence

Penampilan fisik dari fasilitas pendukung atau sarana dalam menjual produk yang dapat dilihat langsung oleh konsumen. Seperti tempat yang menarik dan bersih untuk restoran.

# ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

* 1. **Aspek Organisasi**
		+ Nama Usaha
		+ Nama Pemilik
		+ Alamat

# 4.3 Kegiatan Pra Operasi dan Jadwal Pelaksanaan

Kegiatan sebelum usaha dimulai disertai dengan jadwal pelaksanaan yang diatur berdasarkan periode tertentu ( mingguan atau bulanan ).

|  |  |
| --- | --- |
| **KEGIATAN** | **JADWAL PELAKSANAAN****( Dalam Mingguan )** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| 1. Survey Pasar |  |  |  |  |
| 2. Menyusun Rencana Usaha |  |  |  |  |
| 3. Survai Mesin / Peralatan |  |  |  |  |
| 4. Pemasangan Sarana Penunjang |  |  |  |  |
| 5. Uji Coba Produksi |  |  |  |  |
| 6. Operasional |  |  |  |  |

# Proses Produksi

Perencanaan proses produksi pada dasarnya menjelaskan tahapan-tahapan proses yang diperlukan untuk menghasilkan produk atau output yang dimaksud. Bentuk proses biasa digambarkan dalam lembaran skema atau diagram alur yang disertai dengan keterangan deskriptif.

# Kebutuhan Pembiayaan dan Analisis Biaya

1. Kebutuhan Pembiayaan/Modal Kerja

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Uraian** | **Banyaknya** | **Harga/Unit** | **Jumlah** |
| **(1)** | **(2)** | **(3 = 1 x 2)** |
| a. Bahan Baku |  |  |  |
| b. Persediaan Bahan |  |  |  |
| c. Produk dalamproses |  |  |  |
| d. Piutang |  |  |  |
| e. Uang Kas |  |  |  |
| Jumlah |  |  |  |

1. Analisa Biaya Tetap

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Uraian** | **Banyaknya** | **Harga/Unit** | **Jumlah** |
| **(1)** | **(3)** | **(3 = 1 x 2)** |
| a. Gaji |  |  |  |
| b. Penyusutan |  |  |  |
| c. Bunga Pinjaman |  |  |  |
| d. Biaya Pemasaran |  |  |  |
| e. Biaya Lainnya |  |  |  |
| Jumlah |  |  |  |

1. Analisa Biaya Tidak Tetap

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Uraian** | **Banyaknya** | **Harga/Unit** | **Jumlah** |
| **(1)** | **(2)** | **(3 = 1 x 2)** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| a. Upah |  |  |  |
| b. Biaya Bahan |  |  |  |
| Jumlah |  |  |  |

# Analisa Keuntungan

Analisa keuntungan ditujukan terhadap rencana keuntungan (pene-tapan keuntungan) dengan menyesuaikan atau set-up harga dan volu-me penjualan yang dapat diserap oleh pasar dengan mempertimbang-kan kebijaksanaan dari pesaing. Analisa keuntungan ini harus selalu dilakukan dalam atau dengan acuan periode tertentu.

***Break Even Point (BEP)***

Analisa BEP atau titik impas atau titik pulang pokok adalah suatu metode yang mempelajari hubungan antara biaya, keuntungan, dan volume penjualan/produksi. Analisa yang juga dikenal dengan isti-lah CPV (*Cost-Profit-Volume*) ini dilakukan untuk mengetahui tingkat keuntungan minimal yang harus dicapai, di mana pada tingkat terse-but perusahaan tidak mengalami keuntungan maupun kerugian.

Analisa BEP dihitung dengan formula sebagai berikut:

Biaya Tetap

BEP = x 100%

Hasil Penjualan – Biaya Variabel

atau dapat juga dituliskan sebagai:

Biaya Tetap

BEP =

1 –

|

Biaya Variabel

Hasil Penjualan

|

Biaya Tetap + Laba

Minimal Penjualan =

|

 Biaya Variabel

1 –

Hasil Penjualan

|

 **LAMPIRAN – LAMPIRAN**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

**UNIVERSITAS SAM RATULANGI**

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

Alamat : Kampus UNSRAT Manado Telp. (0431) 827560, Fax. (0431) 827560 Email: lppm@unsrat.ac.id Laman: [http://lppm.unsrat.ac.id](http://lppm.unsrat.ac.id/)

SURAT PERNYATAAN TANGGUNG JAWAB MUTLAK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini : Nama kelompok usaha :

Nama Ketua

Nama Produk :

 Fakultas :

 Nama Dosen pembimbing/Fakultas:

Dengan ini menyatakan :

1. Bersedia mentaati semua ketentuan yang berlaku/ditetapkan oleh Universitas
2. Wajib mendukung dan mengikuti program-program kewirausahaan mahasiswa pada pusat pengembangan kewirausahaan LPPM Unsrat.
3. Bersedia Menjalankan kegiatan Kewirausahaan Mahasiswa, dengan membuat Laporan secara berkala
4. Membuat Laporan penggunaan Dana yang telah diterima diserta bukti pengeluaran dana.
5. Melaporkan perkembangan usaha secara berkala sesuai dengan yang ditetapkan dengan membuat Laporan pelaksanaan kegiatan kewirausahaan secara berkala (3 bulan sekali)
6. Apabila tidak menjalankan kegiatan kewirausahaan dan tidak melaporkan perkembangan usaha, maka bersedia mengganti rugi Dana Pendampingan yang telah diterima.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan benar tanpa ada paksaan dari pihak lain. terima kasih.

Manado,Oktober 2022 Yang Membuat Pernyataan

Meterai 10000

# SURAT PERNYATAAN

# (MAHASISWA SEMESTER AKHIR KETUA/ANGGOTA)

Saya Yang bertanda Tangan di bawah ini :

Nama :

NIM :

Fakultas :

Jurusan :

Semester :

Menyatakan bahwa saya akan menyelesaikan studi pada semester ganjil tahun 2022 . Demikoan surat pernyataan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya .

Yang Membuat Pernyataan

…………………………

# SURAT KETERANGAN

**( DUDI / MENTOR)**

Saya Yang bertanda Tangan di bawah ini :

Nama :

DUDI / MENTOR :

Alamat :

Jenis Usaha :

Menyatakan bahwa kami bersedia akan menjadi mentor / mitra dengan kelompok mahasiswa kewirausahaan Unsrat, kami siap membantu sesuai dengan kemampuan dan kesepakatan Bersama. Demikian surat ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya .

Yang Membuat Pernyataan

Nama……………………..

**LEMBARAN KESEDIAAN**

**KERJASAMA TIM MAHASISWA**

Nama Kelompok :

Nama/ Fakultas ketua :

Nama dan Fakultas Anggota masing – masing

Dengan ini menyatakan bersedia bekerja sama Tim untuk tetap menjalankan usaha secara Bersama walaupun ketua / anggota sudah selesai studi (sarjana), dan siap di lakukan monitoring dan evaluasi untuk keberlanjutan usaha sesuai ketentuan yang ditetapkan.

 Yang Membuat Pernyataan

 Ketua/ Anggota (yg sdh akn selesai studi) Ketua/anggota mahasiswa yg masih akn studi

Nama : Nama :

Nim : Nim :