

MODUL PIC KEWIRAUSAHAAN TA 2018/2019



**PROGRAM STUDI DIII
KEBIDANAN
UNIVERSITAS ALMA ATA
YOGYAKARTA
TA 2018/2019**

LEMBAR PENGESAHAN

Modul PIC Mata Kuliah Kewirausahaan
Kode Blok/ Mata Kuliah BD618
disahkan di Yogyakarta pada tanggal Juli 2018

Ketua Prodi DIII Kebidanan



Ratih Devi Alfiana, SST., M.Keb

Koordinator/ Lno



Febrina Sucihati, S.ST., M.Kes

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu-Ilmu Kesehatan



Dr. Sri Werdati, SKM., M.Kes

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga Penyusun dapat menyelesaikan Modul PIC Kewirausahaan yang merupakan salah satu penunjang dalam proses pembelajaran .

Dalam kesempatan ini kami selaku penyusun mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberi bimbingan, ilmu, dorongan, serta saran-saran kepada penyusun.

Kami selaku penyusun menyadari sepenuhnya bahwa isi maupun penyajian modul ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kami mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan modul ini.

Wassalamualaikum wr.wb.

Yogyakarta, Juli 2018

Penyusun

DAFTAR ISI

	HALAMAN
LEMBAR PENGESAHAN	1
KATA PENGANTAR	2
DAFTAR ISI	3
1. MODUL 1.....	4
2. MODUL 2.....	8
3. MODUL 3.....	11
4. MODUL 4.....	14
5. MODUL 5.....	17
6. MODUL 6.....	19
7. MODUL 7.....	24

MODUL 1

MEMBANGUN MOTIVASI BERWIRAUSAHA DALAM KONTEK KEBIDANAN

1. Capaian Pembelajaran :

Mengidentifikasi langkah-langkah membangun motivasi berwirausaha dalam kontek kebidanan/kesehatan

2. Indikator :

Setelah mempelajari modul ini mahasiswa mampu:

- a. Memahami pengertian mindset dan komponan pendukungnya
- b. Memahami pengaruh mindset yang acapkali membelenggu keberanian berwirausaha
- c. Memahami mindset Mindset yang menghambat keberanian berwirausaha
- d. Mengidentifikasi mindset yang perlu dikembangkan untuk menjadi wirausaha sejati
- e. Mengidentifikasi wirausaha

3. Metode :

Metode	Lama
Perkuliahan lab	100 menit
Mandiri	70 menit

4. TINJAUAN TEORI

A. Motivasi berwirausaha

Manusia dalam menjalankan hidup pasti memiliki tujuan yang didorong oleh motivasi yang berasal dalam dirinya sendiri. Motivasi mahasiswa untuk berwirausaha menumbuhkan upaya untuk memulai bisnis sendiri yang akhirnya dapat menumbuhkan kerjasama antara orang lain dengan yang lainnya. Pada dasarnya manusia hidup salaing membutuhkan satu dengan yang lain, sehingga manusia disebut sebagai makhluk sosial. Manusia hidup saling ketergantungan antara satu dengan yang lainnya, dan mereka juga selalu saling menguntungkan antara satu dengan yang lain. Motivasi adalah suatu dorongan dari dalam diri seseorang yang mendorong orang tersebut untuk melakukan sesuatu, termasuk menjadi young entrepreneur (Sarosa, 2005).

Kebanyakan orang yang berhasil di dunia ini mempunyai motivasi yang kuat yang mendorong tindakan-tindakan mereka. Mereka mengetahui dengan baik yang menjadi motivasinya dan memelihara motivasi tersebut dalam setiap tindakannya. Baum, Frese, and Baron (2007) menjelaskan bahwa motivasi dalam kewirausahaan meliputi motivasi yang diarahkan untuk mencapai tujuan kewirausahaan, seperti tujuan yang melibatkan pengenalan dan eksploitasi terhadap peluang bisnis. Motivasi untuk mengembangkan usaha baru diperlukan bukan hanya oleh rasa percaya diri dalam hal kemampuannya untuk berhasil, namun juga oleh kemampuannya dalam mengakses informasi mengenai peluang kewirausahaan. Menurut Mc Donald (dalam Syaiful 2008 : 149), motivasi yang mendasari mahasiswa melakukan proses berwirausaha terbagi menjadi dua hal, yaitu :

a. Motivasi intrinsik Yang dimaksud dengan motivasi intrinsik adalah motif-motif yang menjadi aktif atau berfungsinya tidak perlu dirasakan dari luar, karena setiap diri individu sudah ada dorongan untuk melakukan sesuatu. Motivasi pada diri individu yang mendasari melakukan proses berwirausaha adalah keinginan dari diri sendiri, keterpaksaan karena minimnya ekonomi, keinginan mendapatkan penghasilan sendiri dan lainnya yang berasal dari dalam individu.

b. Motivasi ekstrinsik Yang dimaksud motivasi ekstrinsik adalah motif-motif yang aktif dan berfungsi dari luar diri individu. Dalam hal ini, mahasiswa terdapat di lingkungan kampus dimana tempat mereka berkumpul, dan beraktifitas. Motivasi ekstrinsik yang mendasari mahasiswa untuk melakukan proses berwirausaha adalah lingkungan kampus, temanteman berkumpul, dosen, dan lainnya yang berada diluar diri individu.

B. Kreativitas berwirausaha

Suryana (2003) menyatakan bahwa kreativitas adalah: “Berpikir sesuatu yang baru”. “Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang”. Kreativitas merupakan suatu topik yang relevan tidak hanya bagi wirausaha yang baru memulai, tetapi juga bagi bisnis dan kegiatan bisnis pada umumnya.

Kreativitas merupakan sumber penting dalam penciptaan daya saing untuk semua organisasi yang peduli terhadap growth (pertumbuhan) dan change (perubahan). A.

Roedalam Frinces (2004) menyatakan bahwa syarat-syarat orang yang kreatif yaitu:

- a. Keterbukaan terhadap pengalaman (openness to experience).
- b. Pengamatan melihat dengan cara yang biasa dilakukan (observance seeing things in unusual ways).
- c. Keinginan (curiosity) Toleransi terhadap ambiguitas (tolerance of apporites)
- d. Kemandirian dalam penilaian, pikiran dan tindakan (independence in judgement, thought and action)
- e. Memerlukan dan menerima otonomi (needing and assuming autonomy)
- f. Kepercayaan terhadap diri sendiri (self-reliance)
- g. Tidak sedang tunduk pada pengawasan kelompok (not being subject to group standart and control).
- h. Ketersediaan untuk mengambil resiko yang diperhitungkan (willing to take calculated risks).

5. KASUS

Seorang bidan, ingin membangun usaha pijat bayi kemudian bidan tersebut masih takut untuk menjalankan usahanya. Beberapa hal yang menjadikan bidan tersebut takut diantaranya adalah takut tidak memiliki modal, takut tidak bisa memasarkan ushanya, dan saat inipun usaha pijat bayi sudah banyak. Apakah yang harus ada pada bidan tersebut agar bidan tersebut tetap menjalankan usahanya?

6. TUGAS MAHASISWA

- a. Buatlah skema role play kegiatan tersebut.
- b. Dalam setiap kelompok terdiri dari 5 oarang.
- c. Diharapkan dari semua mahasiswa yang berpartisipasi harus aktif dalam kegiatan role play tersebut, sehingga semua mahasiswa mendapat giliran untuk berbicara.

7. REFERENSI

- a. Baum, J. R., Frese, M., & Baron, R. A. (2007). The psychology of entrepreneurship. Mahwa, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- b. Frinces, Heflin. 2004. Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Penerbit Darusalam.
- c. Mc. Donal (Syaiful, 2008). Psikologi Belajar. Jakarta: Rineka Cipta.

MODUL 2
MENYUSUN RENCANA PEMASARAN BISNIS

a. Capaian Pembelajaran :

Memahami konsep pemasaran dan menyusun rencana pemasaran bisnis

b. Indikator :

Setelah mempelajari modul ini mahasiswa mampu:

- a. Memahami konsep pemasaran secara umum
- b. Menjelaskan aspek-aspek yang perlu mendapat perhatian dalam pemasaran bisnis
- c. Memahami bauran pemasaran

c. Metode :

Metode	Lama
Perkuliahan lab	100 menit
Mandiri	70 Menit

d. Tinjauan Teori

A. Konsep Pemasaran

Perencanaan pemasaran adalah bentuk dari proses manajemen yang mengarah pada strategi pemasaran dimana tujuan utamanya yaitu untuk mencapai tujuan pemasaran sehingga marketing plan dilakukan pada serangkaian proses yang sistematis dan melalui koordinasi untuk mendapatkan keputusan rencana pemasaran. Istilah marketing plan mungkin sudah tidak asing lagi di kalangan pebisnis. Ini karena keahlian dalam menyusun rencana marketing sangat menentukan keberhasilan tujuan bisnis, yaitu mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya.

B. Tujuan Marketing Plan

Banyak pemilik usaha atau bisnis membuat marketing plan dan kemudian tidak menggunakannya. Namun, rencana pemasaran merupakan peta jalan yang memberi arahan untuk mencapai tujuan bisnis sebuah organisasi. Marketing plan harus menjadi rujukan dan dinilai hasilnya secara berkala. Adapun tujuan marketing plan di antaranya adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui dan memperbanyak informasi perubahan pasar dan kompetitor.
2. Menciptakan hubungan dan jaringan kerja yang lebih luas dengan organisasi lain.

3. Sebagai bentuk penyesuaian bisnis.
4. Meningkatkan keuntungan dengan usaha yang efisien dan efektif.

C. Langkah Menyusun Perencanaan Pemasaran

1. Melakukan Analisis Situasi

Salah satu komponen utama dalam memulai penyusunan marketing plan adalah dengan analisis SWOT. Dengan adanya analisis SWOT maka manajer pemasaran perusahaan dapat membuat pemetaan bagaimana peluang dan permasalahan yang mungkin muncul di pasar serta apa kekuatan dan kelemahan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran.

2. Menetapkan Tujuan dan Sasaran

Setelah melakukan analisis SWOT, marketing plan dilanjutkan dengan menetapkan sasaran atau target pemasaran. Misalnya mengidentifikasi siapa saja yang membutuhkan produk tersebut dan kemana produk tersebut harus dipasarkan.

Ketika sudah mengetahui ke arah mana pemasaran dilakukan, dapat dilakukan penyusunan strategi untuk mencapai target tersebut. Strategi pemasaran penting dilakukan untuk meminimalkan anggaran dan effort yang diperlukan untuk promosi namun dengan keuntungan yang maksimal.

3. Menyusun Strategi dan Program

Strategi dan program dibuat berdasarkan tujuan atau sasaran yang telah ditentukan sebelumnya. Strategi ini merupakan tindakan jangka panjang dan dibuat sebagai rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan organisasi. Selain itu, juga untuk mendukung strategi tersebut dibuat program atau tindakan jangka pendek secara berkesinambungan

e. TUGAS MAHASISWA

- a. Buatlah suatu usaha/ bisnis tertentu.
- b. Jelaskan terkait pemasaran yang dilakukan.
- c. Tugas dibuat dalam bentuk paper dan sipresentasikan.

f. REFERENSI

- b. Sarosa, P. (2005). Kiat praktis membuka usaha. Becoming young entrepreneur: ream big start small, act now! Panduan praktis & motivasional bagi kaum muda dan mahasiswa. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- c. Syaiful Bahri Djamarah, 2008, Psikologi Belajar , Jakarta: Rineka Cipta.

- d. Suryana. (2003). *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat
- e. Suryana. 2003. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Edisi Revisi, Jakarta: Salemba Empat.

MODUL 3

PERENCANAAN KEUANGAN SEDERHANA DALAM MEMULAI BISNIS

1. Capaian Pembelajaran :

Membuat perencanaan keuangan sederhana dalam memulai bisnis

2. Indikator :

Setelah mempelajari modul ini mahasiswa mampu:

- a. Menjelaskan aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam rencana keuangan
- b. Mengidentifikasi cara menentukan modal tetap dan tidak tetap

3. Metode :

Metode	Lama
Perkuliahan tatap muka	70 menit
Diskusi	100 menit

4. TINJAUAN TEORI

a. Konsep rencana keuangan Sederhana

1. Perencanaan arus kas

Perencanaan keuangan seseorang dapat dimulai dari menghitung arus kas dan kekayaan bersih. Ini penting untuk mengetahui kondisi keuanganmu. Jika kondisi keuangan sudah diketahui, baru kamu bisa menghitung kebutuhan dan tujuan keuangan.

2. Apa saja yang termasuk pendapatan

- Gaji bulanan
- Bonus tahunan
- Tunjangan hari raya (THR)
- Insentif lainnya

3. Apa saja yang termasuk pengeluaran

- Pengeluaran primer: belanja bulanan, biaya listrik, air, dan gas, zakat dan perpuluhan, dan lainnya

- Pengeluaran kewajiban: premi asuransi kesehatan, premi asuransi jiwa, cicilan utang, gaji karyawan, uang pendidikan anak, perpanjangan PBB dan STNK, dan lainnya
- Pengeluaran sekunder: biaya langganan katering diet mayo, biaya pilates, biaya langganan *music/movie streaming*, biaya nongkrong, biaya akhir pekan, dan lainnya
- Tabungan atau investasi: dana darurat, tabungan menikah, tabungan liburan keluarga, tabungan beli rumah atau mobil, investasi dana pensiun, investasi dana pendidikan anak, dan sebagainya

4. Apa saja yang termasuk utang

- Utang jangka pendek: utang dengan tenor (jangka waktu) di bawah 1 tahun
- Utang jangka panjang: utang dengan tenor 1 tahun ke atas

5. Apa saja yang termasuk aset

- Aset lancar: uang di rekening tabungan, deposito
- Aset pribadi: properti, mobil
- Investasi atau tabungan: saham, reksa dana, tabungan berjangka

b. Cara perhitungan rencana keuangan sederhana

1. Cara Menghitung Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap adalah biaya yang berhubungan dengan kapasitas atau volume. Biaya tetap memiliki dua karakteristik, yaitu biaya tidak berubah atau tidak dipengaruhi oleh periode atau aktivitas tertentu, dan biaya per unitnya berbanding terbalik dengan perubahan volume. Bila volumenya rendah, maka *fixed cost* atau biaya tetap tinggi, sebaliknya pada volume yang tinggi biaya tetap per unitnya rendah.

2. Cara Menghitung Biaya Variabel

Biaya variabel memiliki dua karakteristik yaitu total biaya variabel akan berubah secara proporsional dengan perubahan volume atau kapasitas, semakin besar kapasitas yang digunakan maka semakin besar pula total biaya variabel dan sebaliknya. Karakteristik kedua adalah biaya per unitnya tetap atau konstan.

5. TUGAS MAHASISWA

1. Buatlah contoh rencana keuangan sederhana dari usaha badan yang ingin mendirikan PMB dalam menentukan modal tetap dan modal tidak tetap.

6. REFERENSI

1. Sarosa, P. (2005). Kiat praktis membuka usaha. Becoming young entrepreneur: ream big start small, act now! Panduan praktis & motivasional bagi kaum muda dan mahasiswa. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
2. Syaiful Bahri Djamarah, 2008, Psikologi Belajar , Jakarta: Rineka Cipta.
3. Suryana. (2003). Kewirausahaan Teori dan Praktek. Jakarta: Salemba Empat
4. Suryana. 2003. Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menunju Sukses, Edisi Revisi, Jakarta: Salemba Empat

MODUL 4 STRATEGI PENJUALAN YANG EFEKTIF

1. **Capaian Pembelajaran :**

Memahami dan mampu menerapkan strategi penjualan yang efektif dan persuasive

2. **Indikator :**

Setelah mempelajari modul ini mahasiswa mampu:

- a. Mengetahui cara memprospek calon konsumen
- b. Menerapkan sikap mental untuk menjadi penjual sukses

3. **Metode :**

Metode	Lama
Perkuliahan tatap muka	70 menit
Diskusi	100 menit

4. **TINJAUAN TEORI**

Berikut 5 jurus jitu menggaet pembeli:

1. **Buat daftar calon konsumen**

Baiknya, Anda memprospek konsumen yang sudah ingin membeli. Untuk melakukannya, tulis daftar calon pembeli dari beberapa sumber di bawah ini:

- Orang dekat

Orang-orang dekat dan yang disarankan para konsumen Anda sekarang.

- Jaringan

Orang-orang yang dekat secara personal di perindustrian, event, atau secara online.

- Pengunjung Website

Orang-orang yang tertarik pada penawaran di website Anda dan meninggalkan nomor atau alamat kontak.

- Daftar yang dibeli.

Orang-orang yang pekerjaannya membutuhkan barang-barang yang Anda jual.

2. **Tulis catatan lengkap**

Berdasarkan pengalaman Anda, tentukan cara bertanya selama percakapan pertama, apakah calon pembeli punya cukup anggaran, butuh barang yang anda tawarkan atau tidak. Di kebanyakan kasus, catatan lengkap bisa didapat lewat tanya jawab terbuka

yang Anda tanyakan saat bercakap-cakap dengan calon pembeli. Jangan buang-buang waktu Anda pada konsumen yang belum tentu membeli produk Anda.

3. Tentukan target calon konsumen

Tentukan target berapa banyak prospek yang Anda butuhkan untuk mendorong jumlah penjualan yang Anda butuhkan. Misal, Anda harus menghasilkan 5 transaksi penjualan per minggu dan rata-rata untuk mendekati satu dari 50 prospek, Anda perlu menelepon 250 kali per minggu. Dari sejumlah panggilan yang ada, perkirakan waktu satu panggilan dan waktu yang dibutuhkan untuk melakukan percakapan penting sampai Anda mendapatkan satu prospek pasti.

4. Anda harus punya pikiran dan mental positif

Carilah tempat dimana omongan Anda tak dipotong atau diganggu. Beberapa menit fokuskan diri dan pikiran Anda:

- Positif. Yakin Anda akan sukses. Coba lagi kalau gagal.
- Optimis. Temukan orang-orang terbaik dan yakinlah hal baik akan terjadi.
- Visualisasikan kesuksesan Anda. Bayangkan semua perasaan yang Anda rasakan saat Anda mencapai tujuan Anda.

5. Telepon

Saat menelepon, ingat untuk menyimak lebih banyak daripada bicara. Menurut Crowel, kesalahan mendapatkan pembeli adalah saat Anda gagal menentukan kapan calon konsumen ingin membeli saat ini. Dengarkan pernyataan semacam ini:

- "Kami ingin membeli barang seperti ini"
- "Saya ingin menghubungi perusahaan Anda soal ini"
- "Oh iya, kita harus bertemu sepertinya"

5. KASUS

Serang bidan sedang membuka pelayanan perawatan pada ibu hamil, dan nifas. Bidan tersebut ingin memasarkan kepada masyarakat tentang usaha yang didirikannya.

6. TUGAS MAHASISWA

1. Buatlah rencana konsumen dan cara memprospek konsumen
2. Buatlah kiat-kiat menjadi bidan enterpreneur yang sukses
3. Demonsstrasikan kegiatan tersebut dalam bentuk roleplay
4. Dengan jumlah anggota kelompok 5 orang.

7. REFERENSI

- a. Sarosa, P. (2005). Kiat praktis membuka usaha. Becoming young entrepreneur: ream big start small, act now! Panduan praktis & motivasional bagi kaum muda dan mahasiswa. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- b. Syaiful Bahri Djamarah, 2008, Psikologi Belajar , Jakarta: Rineka Cipta.
- c. Suryana. (2003). Kewirausahaan Teori dan Praktek. Jakarta: Salemba Empat
- d. Suryana. 2003. Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menunju Sukses Edisi Revisi, Jakarta: Salemba Empat

MODUL 5

KEYAKINAN YANG MENGHAMBAT KEBERANIAN BERWIRA USAHA

1. **Capaian Pembelajaran :**

Mengidentifikasi keyakinan-keyakinan yang menghambat keberanian berwirausaha dan cara menghilangkannya

2. **Indikator :**

Setelah mempelajari modul ini mahasiswa mampu:

- a. Mengetahui hambatan-hambatan dalam mengenali diri
- b. Mengetahui cara mengenali diri melalui introspeksi dan umpan balik dari orang lain
- c. Mengidentifikasi karakter yang perlu dikembangkan untuk menjadi wirausaha sejati

3. **Metode :**

Metode	Lama
Praktik Lab	100 menit
Mandiri	70 menit

4. **TINJAUAN TEORI**

A. Faktor penghambat Niat Berwira Usaha

Menurut Slameto (2010:54) ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat yaitu:

1. Faktor yang ada pada diri peserta didik itu sendiri yang disebut faktor individu (intern), yang meliputi:
 - a) Faktor biologis, meliputi: kesehatan, gizi, pendengaran dan penglihatan. Jika salah satu dari faktor biologis terganggu akan mempengaruhi hasil prestasi belajar.
 - b) Faktor psikologis, meliputi: intelegensi, minat dan motivasi serta perhatian ingatan berfikir.
 - c) Faktor kelelahan, meliputi: kelelahan jasmani dan rohani. Kelelahan jasmani nampak dengan adanya lemah tubuh, lapar dan haus serta mengantuk. Sedangkan kelelahan rohani dapat dilihat dengan adanya kelesuan dan kebosanan sehingga minat dan dorongan untuk menghasilkan sesuatu akan hilang.

2. Faktor yang ada pada luar individu yang disebut dengan faktor ekstern, yang meliputi:
 - a) Faktor keluarga.
 - b) Faktor sekolah
 - c) Faktor masyarakat

5. TUGAS MAHASISWA

1. Buatlah identifikasi faktor penghambat seorang bidan dalam mendirikan PMB
2. Tugas dibuat dalam bentuk paper

6. REFERENSI

- e. Sarosa, P. (2005). Kiat praktis membuka usaha. Becoming young entrepreneur: ream big start small, act now! Panduan praktis & motivasional bagi kaum muda dan mahasiswa. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- f. Syaiful Bahri Djamarah, 2008, Psikologi Belajar , Jakarta: Rineka Cipta.
- g. Suryana. (2003). Kewirausahaan Teori dan Praktek. Jakarta: Salemba Empat
- Suryana. 2003. Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses Edisi Revisi, Jakarta: Salemba Empat

MODUL 6

ATRIBUT DAN KETERAMPILAN KEPEMIMPINAN YANG DIPERLUKAN DALAM MENJALANKAN BISNIS

1. **Capaian Pembelajaran :**

Mengidentifikasi atribut dan keterampilan kepemimpinan yang diperlukan dalam menjalankan bisnis

2. **Indikator :**

Setelah mempelajari modul ini mahasiswa mampu:

1. Mengetahui paradigma kepemimpinan yang efektif
2. Mengidentifikasi sumber kekuasaan dan level pengaruh seorang pemimpin bisnis
3. Mengidentifikasi atribut utama pemimpin yang efektif
4. Mengetahui cara mengembangkan integritas kepemimpinan
5. Mengetahui cara menyusun visi dan misi bisnis yang inspiratif
6. Mengetahui cara berhubungan dan memotivasi karyawan

3. **Metode :**

Metode	Lama
Praktik Lab	100 menit
Mandiri	71 menit

4. **TINJAUAN TEORI**

Dalam usaha perlunya kepemimpinan yang efektif supaya usaha yang dijalankan memiliki hasil yang maksimal. Pengertian kepemimpinan itu bagi usaha adalah kemauan seseorang untuk mempengaruhi orang lain agar dapat bekerja sama dalam mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditentukan perusahaan. Sebuah perusahaan adalah kumpulan orang-orang yang bekerja untuk tujuan yang sama, dan seorang pemimpin mutlak dibutuhkan untuk menetapkan tujuan tersebut.

Pertumbuhan sebuah bisnis hanya bisa dicapai berkat waktu dan talenta yang dicurahkan oleh orang-orang di dalamnya. Untuk bisa mengenali, menarik, mengisi posisi serta mempertahankan talenta kepemimpinan usaha, perusahaan-perusahaan memerlukan program pengembangan kepemimpinan yang berfokus pada strategi hiring, pengembangan diri karyawan, serta perencanaan jenjang karir.

Perusahaan menghadapi berbagai tantangan dalam mencari dan mengembangkan pemimpin-pemimpin yang unggul. Mereka harus mengenali kandidat-kandidat yang memenuhi syarat untuk mengisi peran sebagai seorang pemimpin baik pada masa kini dan masa yang akan datang, selain itu mereka harus mengembangkan suatu program kepemimpinan yang komprehensif untuk memupuk dan mengembangkan diri para pemimpin masa depan ini. Kepemimpinan/leadership yang efektif bagi suatu usaha adalah pemimpin yang tidak hanya bekerja sendiri tanpa melibatkan siapapun. Melainkan mampu memanfaatkan berbagai potensi yang mengelilinginya. Kepemimpinan efektif bukan sekedar pusat kedudukan atau kekuatan akan tetapi merupakan interaksi aktif antar komponen yang efektif. Fungsi seorang pemimpin yang efektif adalah membantu mencapai sasaran organisasi, menggerakkan anggota menuju sasaran tersebut, mewujudkan interaksi dan keterikatan antar individu dan memelihara kekuatan dan kohesi anggota.

5. TUGAS MAHASISWA

- a. Buatlah identifikasi pemimpin yang baik dalam suatu usaha
- b. Tugas dibuat dalam bentuk paper

6. REFERENSI

- a. Sarosa, P. (2005). Kiat praktis membuka usaha. *Becoming young entrepreneur: ream big start small, act now! Panduan praktis & motivasional bagi kaum muda dan mahasiswa*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- b. Syaiful Bahri Djamarah, 2008, *Psikologi Belajar*, Jakarta: Rineka Cipta.
- c. Suryana. (2003). *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat
- d. Suryana. 2003. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses Edisi Revisi*, Jakarta: Salemba Empat

MODUL 7
CARA MENGELOLA EMOSI DIRI DALAM MENJALANKAN BISNIS

1. Capaian Pembelajaran :

Mengidentifikasi cara mengelola emosi diri dalam menjalankan bisnis

2. Indikator :

Setelah mempelajari modul ini mahasiswa mampu:

- a. Mengetahui berbagai gaya dalam mengekspresikan emosi
- b. Mengidentifikasi berbagai emosi yang sering menebak seorang wirausaha
- c. Mengetahui macam-macam komponen emosi
- d. Mengetahui cara mengenali dan mengendalikan sensasi fisik yang mengiringi perubahan emosi
- e. Mengidentifikasi langkah-langkah mengendalikan emosi diri

3. Metode :

Metode	Lama
Praktik Lab	100 menit
Mandiri	71 menit

4. TINJAUAN TEORI

Emosi adalah reaksi seseorang terhadap suatu keadaan. Emosi bisa berupa perasaan yang menyenangkan seperti sukacita, bahagia, cinta, dan tawa. Ada pula emosi yang tidak menyenangkan seperti marah, takut, dan cemas. Untuk mengatasi emosi yang mengganggu seseorang perlu mengenali jenis emosi terlebih dahulu. Kita perlu memikirkan mengapa situasi tersebut dapat mengganggu dan apa kira-kira dampak emosi tersebut dalam kehidupan. Berikut ini cara mengatasi ragam emosi yang sering mengganggu:

1. Marah

Untuk mengatasi amarah, Anda perlu mengenali tanda-tanda kemarahan dalam diri sendiri. Setelah itu cobalah untuk mengenali cara berpikir positif ketika menghadapi situasi tersebut. Lakukan hal-hal yang bermanfaat untuk menenangkan diri seperti menarik napas dalam, mendengar musik, berolahraga, menulis curahan hati, melihat film lucu, dan memelihara binatang peliharaan.

2. Kesal

Apabila Anda adalah orang yang mudah merasa kesal, ingatlah bahwa perasaan tersebut merusak kedamaian dan kebahagiaan. Kekesalan menunjukkan bahwa Anda tidak mampu mengutarakan dengan jelas tentang apa yang sebenarnya mengganggu Anda. Nah, untuk mengatasi emosi kesal, Anda harus belajar untuk mengungkapkan perasaan pada saat yang tepat. Misalnya ketika Anda marah dan kesal terhadap seseorang, ungkapkan kemarahan itu dengan cara yang jelas tanpa berteriak, memaki, atau memukul.

3. Mudah menangis dan sedih

Sebetulnya menangis sesekali itu baik, tetapi apabila terlalu sering akan mempengaruhi kesehatan mental. Ingatlah bahwa menangis bukanlah satu-satunya cara untuk menyalurkan emosi. Ada banyak cara sehat untuk menyalurkan emosi misalnya dengan bercerita dengan orang yang dapat dipercaya.

4. Dendam

Untuk mengendalikan amarah dan memaafkan orang lain, Anda perlu mengalihkan perhatian Anda sejenak dari masalah atau dari orang yang bersalah pada Anda. Ketika situasi mulai tenang, Anda dapat mulai memikirkan konflik yang tengah terjadi dan memikirkan posisi pelaku kesalahan. Pikirkan alasan-alasan apa yang membuat mereka melakukan kesalahan pada Anda.

5. Ketakutan

Rasa takut bisa disebabkan oleh fobia yang ditandai dengan gugup, tegang, cemas, bahkan malu. Untuk menghadapi situasi ini, Anda sedapat mungkin harus menghindari hal yang menyebabkan perasaan takut muncul. Untuk lebih tuntas lagi, sebaiknya mencari dukungan atau bantuan dari orang terdekat bahkan ahli profesional untuk mengatasi ketakutan.

5. TUGAS MAHASISWA

1. Buatlah skema role play yang berisikan tentang bidan yang memiliki yang memiliki PMB dan mampu mengelola emosi yang ada pada dirinya.
2. Presentasikan tugas tersebut dalam bentuk role play
3. Jumlah anggota maksimal 5 orang.

6. REFERENSI

- a. Sarosa, P. (2005). Kiat praktis membuka usaha. Becoming young entrepreneur: ream big start small, act now! Panduan praktis & motivasional bagi kaum muda dan mahasiswa. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- b. Syaiful Bahri Djamarah, 2008, Psikologi Belajar , Jakarta: Rineka Cipta.
- c. Suryana. (2003). Kewirausahaan Teori dan Praktek. Jakarta: Salemba Empat
- d. Suryana. 2003. Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menunju Sukses Edisi Revisi, Jakarta: Salemba Empat

MODUL 7
MENYUSUN RENCANA BISNIS DALAM KONTEK KEBIDANAN/KESEHATAN

1. Capaian Pembelajaran :

Mengetahui cara menyusun rencana bisnis dalam kontek kebidanan/kesehatan

2. Indikator :

Setelah mempelajari modul ini mahasiswa mampu:

- a. Mampu membuat rencana wirausaha dengan rancangan-rancangan dengan desain khusus, meliputi: pembuatan proposal produk yang mendukung kesehatan ibu dan anak serta pelayanan kebidanan.

3. Metode :

Metode	Lama
Praktik Lab	100 menit
Mandiri	70 menit

4. TINJAUAN TEORI

Tujuan Bisnis Plan

menyusun *business plan* sangat penting dilakukan karena memiliki beberapa tujuan utama yang dapat menguntungkan perusahaan ke depannya. Berikut ini beberapa tujuan dari adanya *business plan*:

- a. Membantu Anda agar tetap kreatif dan fokus pada tujuan yang telah ditetapkan saat awal ingin membuka sebuah bisnis.
- b. Alat untuk mencari dana, sehingga Anda dapat mengatur keuangan dan berhasil dalam bisnis.
- c. Sarana komunikasi untuk menarik orang lain, pemasok, konsumen, dan penyandang dana. Hal ini akan membuat mereka mengerti tujuan dan cara operasional bisnis Anda.
- d. Mempermudah untuk menjalankan usaha dengan mengetahui langkah-langkah praktis dalam menghadapi persaingan, membuat promosi, dan sebagainya, sehingga usaha akan lebih efektif dan menghasilkan keuntungan.
- e. Membuat pengawasan lebih mudah dalam operasional yang akan dilakukan.
- f. Sebagai bahan penyusunan strategi dan juga evaluasi bisnis.

7. TUGAS MAHASISWA

1. Buatlah identifikasi rencana bisnis anda sebagai seorang bidan yang sukses berkarir di masa depan.
2. Tugas dibuat dalam bentuk proposal.

8. REFERENSI

- a. Sarosa, P. (2005). Kiat praktis membuka usaha. Becoming young entrepreneur: ream big start small, act now! Panduan praktis & motivasional bagi kaum muda dan mahasiswa. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- b. Syaiful Bahri Djamarah, 2008, Psikologi Belajar , Jakarta: Rineka Cipta.
- c. Suryana. (2003). Kewirausahaan Teori dan Praktek. Jakarta: Salemba Empat
- d. Suryana. 2003. Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menunju Sukses Edisi Revisi, Jakarta: Salemba Empat