

RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN (RPP)

Satuan Pendidikan : SMK NEGERI 1 PACITAN
Mata Pelajaran : Produk Kreatif dan Kewirausahaan
Kelas/Semester : XI / gasal
Materi Pokok : Analisis Peluang Usaha
Pembelajaran Ke : 1
Alokasi Waktu : 10 menit (1 x pertemuan)

| KOMPETENSI DASAR (KD) | INDIKATOR PENCAPAIAN KOMPETENSI (IPK) |
|---|---|
| 3.2 Menganalisis peluang usaha produk barang/jasa | 3.2.1 Menjelaskan pengertian peluang usaha produk barang/jasa 3.2.2 Menjelaskan sumber peluang usaha produk barang/jasa 3.2.3 Mengidentifikasi keberhasilan dan kegagalan suatu usaha |
| 4.2 Menentukan peluang usaha produk barang/jasa | 4.2.1 Menunjukkan peluang usaha produk barang/jasa |

A. Tujuan Pembelajaran :

Dengan menggunakan pendekatan saintific, model discovery learning diharapkan :

1. Peserta didik dapat menjelaskan pengertian peluang usaha produk barang/jasa dengan teliti
2. Peserta didik dapat menjelaskan sumber peluang usaha produk barang/jasa dengan cermat
3. Peserta didik dapat mengidentifikasi keberhasilan dan kegagalan suatu usaha dengan benar.
4. Peserta didik dapat menunjukkan peluang usaha produk barang/jasa dengan cermat

B. Metode, model, media pembelajaran, dan sumber belajar

Metode Pembelajaran : Ceramah, diskusi, tanya jawab, dan pengamatan

Model Pembelajaran : Discovery learning

Media Pembelajaran : Power Point, LKPD

Sumber belajar : Buku pelajaran, Youtube, situs internet

C. Kegiatan Pembelajaran :

| Kegiatan | Deskripsi Kegiatan | Alokasi Waktu |
|-------------|--|---------------|
| Pendahuluan | Orientasi 1.Melakukan pembukaan dengan salam pembuka, menanyakan kabar dan berdoa sesuai dengan agama dan keyakinannya sebelum memulai pembelajaran (Religius). 2.Memeriksa kehadiran peserta didik, mengingatkan protokol kesehatan, kebersihan kelas, dan kelengkapan (Disiplin). | 2 menit |

| Kegiatan | Deskripsi Kegiatan | Alokasi Waktu |
|---|---|----------------|
| | <p>Apersepsi</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peserta didik menerima informasi tentang menganalisis peluang usaha, keberhasilan dan kegagalan usaha yang akan dipelajari, tujuan pembelajaran yang ingin dicapai, materi, langkah-langkah pembelajaran serta teknik penilaian yang akan dilaksanakan. 2. Mengaitkan materi pembelajaran yang akan dilakukan dengan pengalaman peserta didik dengan materi sebelumnya. 3. Mengajukan pertanyaan untuk mengarahkan peserta didik ke materi menganalisis peluang usaha, keberhasilan dan kegagalan usaha yang akan dipelajari (Beripikir Kritis). <p>Motivasi</p> <p>Memberikan gambaran tentang manfaat mempelajari menganalisis peluang usaha, keberhasilan dan kegagalan usaha yang akan dipelajari</p> | |
| <p>Kegiatan Inti meliputi: <i>Mengamati</i></p> | <div data-bbox="594 894 1263 1192" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="602 1222 1256 1562" data-label="Image"> </div> <p>Peserta didik mengamati tayangan gambar analisis peluang usaha</p> | <p>6 menit</p> |
| <p><i>Menanya</i></p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Peserta didik bertanya tentang gambar yang ditayangkan 2. Memberikan kesempatan kepada peserta didik lain untuk menjawab. 3. Pemerataan peserta didik dalam menjawab (tidak | |

| Kegiatan | Deskripsi Kegiatan | Alokasi Waktu |
|-------------------------|--|---------------|
| | <p>didominasi oleh salah satu peserta didik saja).</p> <p>4. Memperhatikan peserta didik lain yang tidak berani memberikan jawaban.</p> <p>5. Mengamati keberanian dan sikap peserta didik dalam menjawab dan memberikan klarifikasi tentang benar dan tidaknya jawaban dari peserta didik lain.</p> | |
| <i>Mengasosiasi</i> | Peserta didik menganalisis dan menyimpulkan informasi/data yang di dapat dari berbagai sumber mengenai pengertian analisis peluang usaha , keberhasilan dan kegagalan usaha | |
| <i>Mengomunikasikan</i> | <p>1. Guru memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk mengemukakan kesimpulan tentang pengertian analisis peluang usaha , keberhasilan dan kegagalan usaha dalam berbagai bentuk media (lisan dan tulisan).</p> <p>2. Guru memfasilitasi peserta didik untuk menanggapi laporan atau pendapat peserta didik lainnya dengan santun.</p> <p>3. Guru memberikan penilaian terkait keaktifan dalam pembelajaran.</p> | |
| Penutup | <p>1. Guru menanyakan pendapat peserta didik tentang proses belajar yang dilakukan (merefleksi kegiatan), apakah ada masukan untuk perbaikan pembelajaran selanjutnya.</p> | 2 menit |
| | <p>2. Peserta didik menyimak kesimpulan tentang materi analisis peluang usaha , keberhasilan dan kegagalan usaha serta tugas yang diberikan guru terkait dengan pembelajaran selanjutnya</p> | |
| | <p>3. Guru memberikan postes</p> | |
| | <p>4. Guru menutup pembelajaran dengan memberi salam</p> | |

D. Penilaian Pembelajaran

1. Sikap : Observasi
2. Pengetahuan : Tes tertulis

Mengetahui,
Kepala SMK Negeri 1 pacitan

Pacitan, 5 Januari 2022
Guru Mata Pelajaran,

Drs. Joko Supriyadi, M.Pd.
NIP. 19670505 199802 1 006

Novita Nawangsari, S.Sos

Instrumen/Butir Soal Pilihan Ganda

| No | Soal | Kunci Jawaban | Skor |
|----|--|-----------------|-------------------------|
| 1 | <p>Berilah tanda silang (X) pada huruf a, b, c, d dan e pada jawaban yang kamu anggap paling benar !</p> <p>Kesempatan pasti yang bisa didapatkan oleh seseorang atau lebih dengan mengandalkan potensi diri yang ada dinamakan....</p> <p>a. peluang b. kreatifitas c. Inovasi d. hasil pemikiran e. Ide</p> | (A)Peluang | Benar = 10 Salah = 0 |
| 2 | <p>Inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai berharap suatu tugas yang lebih bersifat angan-angan dari pada setingan disebut....</p> <p>a. Promotion b. kreatifitas c. inovasi d. hasil pemikiran e. peluang</p> | (B) kreatifitas | Benar = 10 Salah = 0 |
| 3 | <p>Dengan mempelajari dinamika kehidupan masyarakat, kita harus mencari peluang usaha yang dapat memberikan ...</p> <p>a. harapan untuk maju b. keuntungan c. pinjaman atau bantuan modal d. pembeli bahan baku yang murah e. tenaga-tenaga yang terampil</p> | (B) keuntungan | Benar = 10 Salah = 0 |
| 4 | <p>Suatu sistem penjualan produk menggunakan media online dengan memasarkan produk tersebut melalui sebuah akun disebut dengan</p> <p>a. Afiliasi niagahoster b. Jual produk di website sendiri c. Market place d. Place e. blogger</p> | (E) blogger | Benar = 10 Salah = 0 |
| 5 | <p>Perubahan kurs mata uang rupiah terhadap mata uang dolar Amerika, merupakan salah satu bentuk sumber peluang lingkungan yaitu berupa perubahan....</p> <p>a. musim b. Gaya hidup c. teknologi</p> | (D) global | Benar = 10 Salah = 0 |

| | | | |
|----|--|--|-------------------------|
| | d. global e. peraturan pemerintah | | |
| 6 | Berikut ini merupakan alasan utama kegagalan usaha baru, yaitu : a. Waktu memulai usaha baru yang tidak tepat b. Manajemen yang baik dan tepat c. Memulai usaha yang membuat perencanaan yang baik d. Pengusaha selalu menangkap peluang usaha yang tepat dan baik e. Hasil produksi yang banyak diminati oleh konsumen | (A)Waktu memulai usaha baru yang tidak tepat | Benar = 10 Salah = 0 |
| 7 | Sumber peluang usaha dari faktor eksternal adalah. a. pendidikan b. kesulitan c. pengalaman d. pengetahuan e. intuisi | (C))pengalaman | Benar = 10 Salah = 0 |
| 8 | Berikut ini bukan merupakan cara memanfaatkan peluang usaha secara kreatif dan inovatif di lingkungan sekitar antara lain : a. kotak tisu dari sedotan b. Pigura dari stik eskrim c. Berbelanja kebutuhan di warung d. Bungkus detergen untuk membuat taplak e. Membuat keset dari kain perca | (E) Membuat keset dari kain perca | Benar = 10 Salah = 0 |
| 9 | Kemampuan seseorang untuk melakukan sesuatu yang baru baik berupa gagasan kemampuan berusaha maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya disebut . . . a. kreatif b. inovatif c. efektif d. motivatif e. intuitif | (B) Inovatif | Benar = 10 Salah = 0 |
| 10 | Yang bukan merupakan cara menangkap peluang usaha adalah : a. Mau belajar ilmu manajemen usaha b. Mau meminta jasa konsultan c. Mau meminta jasa keluarga d. Mau percaya dan yakin bahwa usahanya bisa dilaksanakan e. Meminta jasa kenalan | (E) Meminta jasa kenalan | Benar = 10 Salah = 0 |
| | Total skor | | 100 |

Format lembar penilaian diskusi (kelompok)

| No | Sikap/Aspek yang dinilai | Nama Kelompok | Nilai Kualitatif | Nilai Kuantitatif |
|-----------------------|--|---------------|------------------|-------------------|
| Penilaian kelompok | | | | |
| 1. | Menyelesaikan tugas kelompok dengan baik | | | |
| 2. | Kerjasama kelompok (komunikasi) | | | |
| 3. | Hasil tugas (relevansi dengan bahan) | | | |
| 4. | Pembagian job | | | |
| Jumlah Nilai Kelompok | | | | |

Format Lembar Penilaian Diskusi (Individu Siswa)

| No | Sikap/Aspek yang dinilai | Nama Siswa | Nilai Kualitatif | Nilai Kuantitatif |
|--------------------------|------------------------------|------------|------------------|-------------------|
| Penilaian Individu Siswa | | | | |
| 1. | Berani mengemukakan pendapat | | | |
| 2. | Berani menjawab pertanyaan | | | |
| 3. | Inisiatif | | | |
| 4. | Ketelitian | | | |
| Jumlah Nilai Individu | | | | |

Kriteria Penilaian

| Kriteria Indikator | Nilai Kualitatif | Nilai Kuantitatif |
|--------------------|------------------|-------------------|
| 80-100 | Memuaskan | 4 |
| 70-79 | Baik | 3 |
| 60-69 | Cukup | 2 |
| 45-59 | Kurang cukup | 1 |

Lembar Keaktifan Dalam Diskusi

| No | Aspek yang di nilai | Nilai Kualitatif | Nilai Kuantitatif |
|----|--------------------------------|------------------|-------------------|
| 1. | Bertanya (cara) | | |
| 2. | Menjawab pertanyaan | | |
| 3. | Kesesuaian dengan topic kajian | | |
| 4. | Cara menyampaikan pendapat | | |

Lembar Penilaian Sikap

| NO | Kriteria | Skor | Ket. | NO | Kriteria | Skor | Ket. |
|----|----------------|------|------|----|------------|------|------|
| 1. | Tanggung Jawab | | | 4. | Religius | | |
| 2. | Peduli | | | 5. | Jujur | | |
| 3. | Aktif | | | 6. | Kerja sama | | |

Kriteria penilaian

| Kriteria Indikator | Nilai Kualitatif | Nilai Kuantitatif |
|--------------------|------------------|-------------------|
| 80-100 | Sangat Baik | 3 |
| 70-79 | Baik | 2 |
| 60-69 | Cukup Baik | 1 |

LKPD-1 LEMBAR KEGIATAN PESERTA DIDIK

- A. Topik** : 3.2.1 Menjelaskan pengertian peluang usaha produk barang/jasa
3.2.2 Menjelaskan sumber peluang usaha produk barang/jasa
3.2.3 Mengidentifikasi keberhasilan dan kegagalan suatu usaha
4.2.1 Menunjukkan peluang usaha produk barang/jasa

B. Jenis Kegiatan : Kerja Kelompok

C. Tujuan :

1. Peserta didik dapat menjelaskan pengertian peluang usaha dengan benar
2. Peserta didik dapat mengidentifikasi keberhasilan dan kegagalan suatu usaha dengan benar

D. Langkah-langkah Kegiatan

1. Bentuklah kelompok, tiap kelompok terdiri dari 3-4 siswa.
2. Setiap kelompok diminta untuk menganalisis salah satu kasus di bawah ini dan menentukan peluang usaha apa yang ada pada kasus tersebut.
3. Sebutkan faktor-faktor apa saja yang menyebabkan keberhasilan dan kegagalan suatu usaha dalam kasus tersebut ?
4. Diskusikan/presentasikan hal tersebut oleh setiap kelompok dan diakhiri dengan Tanya jawab
5. Waktu dalam melakukan presentasi 10-15 menit
6. Baca dan fahami kasus berikut :

KASUS 1

PROFIL USAHA

Nama Usaha : Brownies Kukus Amanda

Jenis Usaha : Kuliner (Makanan)

Omset : 1000 kue terjual dalam sehari dengan harga berkisar 35.000

Sejarah singkat :

Mendengar Brownies Amanda, pasti Anda akan teringat dengan salah satu oleh-oleh khas Kota Bandung. Adalah ibu Sumi Wiludjeng yang meletakkan fondasi sejarah Brownies Amanda pada tahun 1999. Awalnya, kue ini diberi nama bolu cokelat yang dijajakan dengan sepeda ke rumah-rumah tetangga, kerabat, dan langganan oleh Joko Ervianto yang merupakan putra sulung ibu Sumi Wiludjeng.

Mulai merasa menemukan titik terang atas usaha yang dibangun, lahirlah nama Amanda untuk mempertegas identitas. Amanda sendiri bukan nama seorang perempuan. Amanda di sini sarat makna, yakni Anak Menantu Damai. Nama itu mencerminkan keharmonisan karena Amanda dibangun oleh anak dan menantu.

Usaha ini dirintis oleh satu keluarga di mana sang ibu ingin anaknya itu melanjutkan usahanya maka dipilihlah nama Amanda yang berarti Anak Menantu Damai," kata *Marketing and Promotion Supervisor* Hilda Nathania Garcia kepada *Warta Ekonomi* di Bandung, Selasa (14/2/2017).

Selain dipasarkan di lingkungan keluarga, dahulu Amanda Brownies juga dipasarkan ke beberapa kantor mengingat almarhum suami Sumi bekerja sebagai pegawai PT Pos.

Sejak tahun 2000, Amanda Brownies sudah memiliki toko kue kecil di Jalan Metro Bandung, namun toko tersebut mengalami musibah kebakaran sehingga usaha keluarga tersebut mengalami kegagalan. Beberapa kali, tempat alakadarnya dicoba untuk berusaha terus memasarkan, namun usaha tak selalu berjalan mulus.

"Karena dulu tokonya kecil semuanya diproduksi di situ ketika terjadi kebakaran usaha kita habis," ujarnya. Tokopun akhirnya pindah ke alamat Brownies Amanda baru di Jalan Tata Surya. Kerja keras mereka terbayar dengan semakin dikenalnya *brand* Amanda sehingga

tempat usaha yang lama tidak lagi menampung jumlah pesanan sehingga harus pindah ke Jalan Rancabolang Bandung.

Bersamaan dengan dipatenkannya merek Brownies Amanda pada 2004 penjualan semakin laris-manis. Pesanan brownies setiap tahun tidak pernah turun bahkan jutaan dus dalam hitungan per tahun dipastikan ludes. Untuk penjualan di Jawa Barat, kenaikannya bisa mencapai 50 persen per tahun.

Beberapa strategi pemasaran di antaranya selain sering mengikuti berbagai *event* juga menggunakan model produk dengan sistem pengemasan yang disesuaikan perkembangan pasar, namun Amanda belum melakukan pemasaran secara online mengingat produk andalannya tidak tahan lama. Untuk di luar kota, sudah tersedia pabrik di masing-masing kota sehingga tidak terlalu jauh dari outlet pemasaran.

"Kita juga sering membuat *event* sejak 2009 yang secara tidak langsung mempromosikan produk Amanda," ujarnya.

Dalam menghadapi persaingan bisnis, Amanda menggencarkan inovasi hingga kini sudah memiliki 50 jenis produk. Salah satu produk terbarunya yaitu Green Tea Mint dan Bolu Pandan dengan kemasan yang besar seperti brownies original dengan harga yang lebih murah. Dibandingkan dengan produk lain, Amanda bisa membidik semua segmentasi konsumen. Selain mengandalkan produk brownies, Amanda juga membuat pastry, kue kering, dan bolu sehingga calon konsumen luar kota Bandung bisa membawa oleh-oleh makanan ke daerah asal.

Pengembangan karyawan dilakukan dengan cara merekrut dari beberapa *event* bursa kerja bahkan memasang iklan di media masa. Untuk menunjang kinerja, karyawan dijamin dengan menggunakan asuransi BPJS Kesehatan.

"Kita selalu mengikuti aturan pemerintah termasuk perizinan usaha," ungkapnya.

Perkembangan pelopor brownies kukus tersebut semakin tak terbantahkan lagi. Pada 2007 brownies Amanda menguasai pasar nasional. Bidikannya, saat itu adalah Surabaya disusul Yogyakarta yang kemudian melebarkan sayap ke Medan. Kini, brownies Amanda sudah memiliki 100 outlet di seluruh Indonesia. Bahkan, imbuhnya, tidak mustahil Amanda bisa menembus pasar internasional.

"Sekarang hampir di setiap pulau ada outlet Amanda. Jawa, Sumatera, Sulawesi, dan Kalimantan," pungkasnya.

Kasus 2

Kisah Achmad Zaky, Juara Olimpiade Sains yang Sukses Dirikan Bukalapak

Siapa belum kenal dengan Achmad Zaky? Sebagai informasi nih ya, pria ini adalah sosok di balik nama besar Bukalapak. Selain pendiri, Zaky adalah CEO perusahaan tersebut.

Bukalapak merupakan salah satu *e-commerce* yang bertujuan untuk memberdayakan para pengusaha kecil dan menengah Indonesia agar dapat menjual produknya dengan cara yang lebih mudah yaitu lewat *online*.

Achmad Zaky merupakan lulusan Teknik Informatika dari Institut Teknologi Bandung. Pria kelahiran Sragen, 24 Agustus 1986 ini sudah mulai tertarik dengan dunia teknologi sejak masih berada di bangku sekolah dasar.

Semua bermula sejak Achmad Zaky mendapatkan hadiah sebuah komputer serta buku pemrograman komputer dari pamannya di tahun 1997. Ketika itu, usianya masih 11 tahun.

Tak disangka, Zaky ternyata memiliki ketertarikan dan minat yang cukup tinggi di dunia komputer dan pemrograman komputer.

Ketertarikan itu ternyata terus berlanjut hingga mengenyam pendidikan di bangku SMA. Hal itu dibuktikan saat ia memenangkan kejuaraan olimpiade sains nasional (OSN) bidang komputer mewakili sekolahnya di SMA Negeri 1 Solo, Jawa Tengah.

Di tahun 2004, Zaky kemudian melanjutkan studinya di jurusan Teknik Informatika di Institut Teknologi Bandung (ITB), salah satu universitas negeri unggulan di Indonesia.

Selama mengemban ilmu di bangku kuliah, Zaky sering memenangkan kompetisi teknologi informatika tingkat nasional, seperti juara II di ajang Indosat Wireless Innovation Contest tahun 2007. Kala itu, dia membuat *software* (perangkat lunak) MobiSurveyor untuk digunakan dalam perhitungan cepat survei pemilihan umum.

Gak cuma itu aja, ia juga mendapatkan Merit Award pada kompetisi INAICTA (Indonesia ICT Awards) di tahun 2008.

Prestasi yang diraihinya mengantarkan Zaky untuk mendapatkan beasiswa studi ke Oregon State University, Amerika Serikat di tahun 2008 dan berlangsung selama dua bulan.

Sebenarnya, sebelum masuk kuliah di ITB, tujuan Zaky cukup sederhana, yaitu memperoleh ijazah, lantas mendapatkan pekerjaan bagus dengan gaji yang besar.

Namun, seiring berjalannya waktu, ia justru mengalami perubahan cara berpikir. Ditambah lagi dengan banyaknya lulusan ITB yang menjadi pengusaha sukses seperti Aburizal Bakrie dan Arifin Panigoro.

Ya, setelah lulus ITB memang hanya dua pilihan, yaitu bekerja di perusahaan besar atau mendirikan perusahaan sendiri.

Usai lulus kuliah, Zaky pun mulai berpikir untuk membangun usaha sendiri yang masih berhubungan dengan informatika.

Pria berusia 31 tahun ini pun akhirnya mendirikan sebuah perusahaan jasa konsultasi teknologi yang bernama Suitmedia.

Suitmedia pun berkembang dengan sangat pesat, hingga akhirnya ia mendirikan Bukalapak. Sejak saat itu, Zaky memutuskan untuk fokus membangun Bukalapak hingga menjadi *online marketplace* terpercaya yang kini dikenal banyak orang.

Dalam membangun bisnisnya, Achmad Zaky sempat berpikir untuk mendirikan sesuatu yang bermanfaat untuk orang banyak. Ia lalu berpikir untuk mendirikan situs yang bisa memfasilitasi penjual dan pembeli.

Apalagi, saat itu, situs serupa di Indonesia masih sangat sedikit. Itulah yang membuat Zaky kemudian mendirikan Bukalapak di tahun 2010.

Di awal berdirinya Bukalapak hanya ada tiga orang yang terlibat. Achmad Zaky gencar mengajak para pedagang untuk bergabung di Bukalapak di sela-sela pekerjaannya di Suitmedia.

Tak mudah mengajak orang untuk berjualan di Bukalapak, ditambah lagi saat itu internet belum seperti saat ini. Padahal untuk jualan di Bukalapak tidak dipungut biaya alias gratis.

Kebanyakan para pedagang tidak mau ribet berjualan lewat internet karena merasa jualan via *offline* sudah cukup.

Zaky pun sampai turun langsung untuk mengajak orang-orang yang berjualan di mall untuk juga berjualan di Bukalapak.

Nah, yang menjadi tantangan terbesar adalah masalah kepercayaan terhadap *e-commerce*, karena kebanyakan orang takut tertipu.

Namun, Zaky tak mudah putus asa, ia terus berusaha meyakinkan para pengusaha terutama para pelaku UKM untuk mau berjualan di internet. Salah satu caranya adalah dengan memberikan edukasi kepada para *seller*.

Kala itu Bukalapak sering membuat kisah sukses seller dan menyebarkannya ke Twitter. Tujuannya, untuk mengedukasi *seller* lain agar menjadi seller terpercaya.

Setelah beberapa lama, akhirnya kian banyak penjual *offline* yang mencoba berjualan di Bukalapak. Kebanyakan dari mereka adalah para pedagang yang penghasilan dari usaha *offline*-nya tidak terlalu besar dan berharap dapat menambah penghasilan dengan berjualan di Bukalapak.

Achmad Zaky bersama tim juga dengan gencar mendekati komunitas untuk menggunakan Bukalapak. Usaha dan perjuangannya pun membuahkan hasil. Semakin lama jumlah pedagang yang berjualan semakin banyak, diikuti dengan semakin banyaknya pengunjung *website*. Para

pedagang yang awalnya ragu berjualan di Bukalapak mulai merasakan penghasilan mereka meningkat.

Dalam kurun waktu tiga tahun, Bukalapak mengalami kemajuan yang sangat pesat dengan memiliki 150 penjual dengan produk jualan beragam, mulai dari elektronik, makanan hingga *fashion*.

Jika saat awal mendirikan Bukalapak, Achmad Zaky harus merogoh bujet dari kantongnya sendiri. Kini Bukalapak mendapatkan pendanaan dari beberapa investor seperti Batavia Incubator, IMJ Investment, dan juga Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK Group).

Itu dia perjalanan seorang Achmad Zaky yang sukses membangun dan membesarkan Bukalapak hingga seperti saat ini. Ada yang terinspirasi lantas berminat mengikuti jejaknya?



ANALISIS PELUANG USAHA

Oleh :

NOVITA NAWANGSARI, S.Sos

| Kompetensi Dasar (KD) | Indikator Pencapaian Kompetensi (IPK) |
|---|---|
| 3.2 Menganalisis peluang usaha produk barang/jasa | 3.2.1 Menjelaskan pengertian peluang usaha produk barang/jasa 3.2.2 Menjelaskan sumber peluang usaha produk barang/jasa 3.2.3 Mengidentifikasi keberhasilan dan kegagalan suatu usaha |
| 4.2 Menentukan peluang usaha produk barang/jasa | 4.2.1 Menunjukkan peluang usaha produk barang/jasa |

Tujuan Umum Pembelajaran



Melalui kegiatan pembelajaran dengan menggunakan model *Discovery learning* dengan pendekatan *saintifik*, peserta didik diharapkan dapat menganalisis peluang usaha dan mengidentifikasi keberhasilan dan kegagalan usaha dengan teliti dan menunjukkan tanggung jawab dengan baik



METODE PEMBELAJARAN

Pendekatan Berfikir : *Sientific*

Model Pembelajaran: : *Discovery learning*

Metode Pembelajaran : Ceramah, Diskusi,
tanya jawab dan
penugasan

MATERI PELAJARAN

1

Pengertian

2

**Sumber
peluang usaha**

3

**Faktor
keberhasilan dan
kegagalan usaha**



Apa Itu
Peluang Usaha?

Gambar Usaha



PENGERTIAN PELUANG USAHA

Kesempatan yang dimanfaatkan seseorang untuk mendapatkan yang diinginkan baik berupa keuntungan, kekayaan dan uang dengan cara memanfaatkan berbagai faktor, baik internal maupun eksternal



Sumber Peluang usaha



1

Diri sendiri

2

Lingkungan

3

Perubahan yang terjadi



Sumber Peluang usaha



4

Konsumen

5

Gagasan orang lain

6

Informasi yang diperoleh



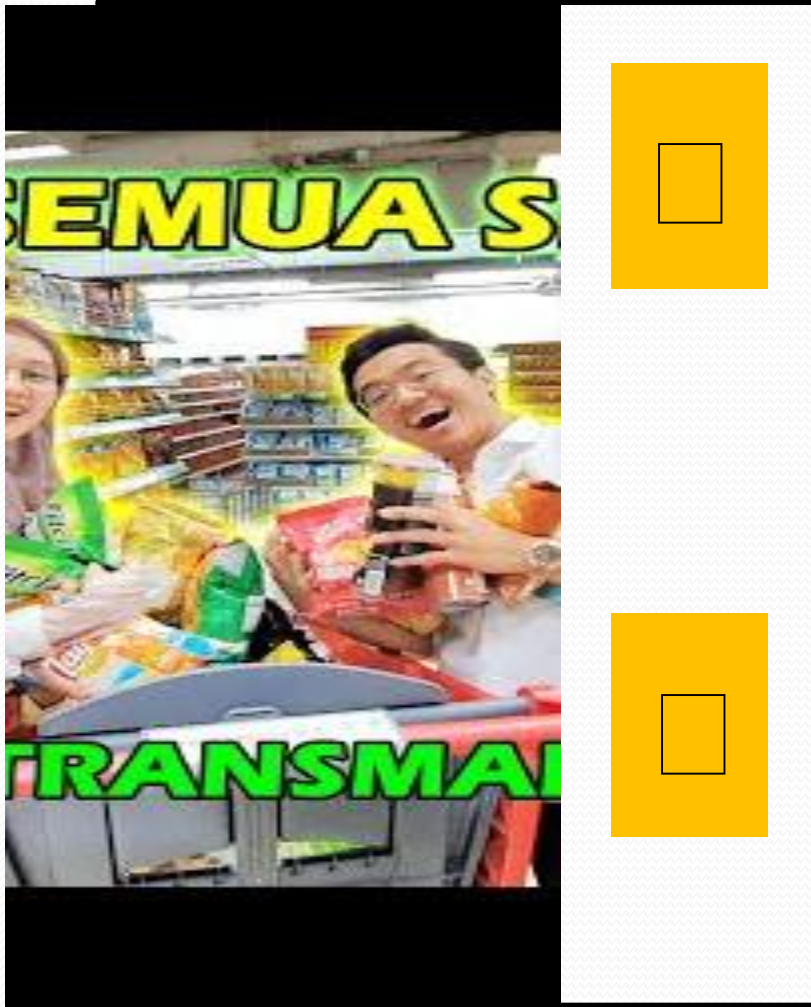
PERENCANAAN
BISNIS



Faktor penyebab keberhasilan suatu usaha

1. Manusia
2. Permodalan
3. Perencanaan
4. Pemasarannya

Dalam menjalani suatu usaha



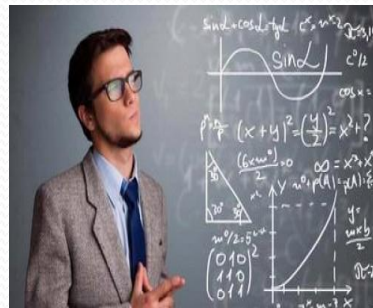
1. Keberhasilan suatu usaha

2. Kegagalan suatu usaha

Faktor penyebab kegagalan usaha



Nepotisme



Tidak spesialisasi



Tidak analisis pasar.

Thank You

