

**PEDOMAN PENULISAN BULETIN**

***STUDENT BUSINESS CENTER***

**Politeknik Negeri Malang Tahun 2021**



**ENTREPRENEURSHIP TRAINING UNIT**

**POLITEKNIK NEGERI MALANG**

**2021**

## **Ketentuan Umum Penulisan Buletin**

1. Naskah diketik dalam ukuran kertas A4
2. *Margins setting* untuk sisi atas, bawah, kanan, dan kiri 2,54 cm
3. Line Spacing Single Before 0 pt, After 0 pt
4. Penulisan artikel mengikuti template yang kami lampirkan pada halaman berikut ini.

**JUDUL ARTIKEL**  
Ketua, Pembimbing  
Jurusan/Prodi, Politeknik Negeri Malang

---

### **ABSTRAK**

Berisi informasi singkat tentang produk/jasa yang dihasilkan, termasuk keunikan/ciri khasnya; peluang bisnis produk/jasa tersebut; pemasarannya; dsb.  
Jumlah kata antara 150 – 200 kata, ditulis dengan huruf Times News Roman, ukuran 12 pt, rata kanan kiri, spasi tunggal.

*Kata kunci: kata kunci yang dipilih mampu mencerminkan produk/jasa yang diproduksi, jumlah kata antara 3-5 dengan dipisahkan dipisahkan tanda titik koma antar kata*

## **BAB I. PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Bagian pendahuluan dipaparkan secara naratif, berisi tentang latar belakang dan motivasi kegiatan wirausaha.

Ditulis dengan huruf Times News Roman, ukuran 12 pt, rata kanan kiri, spasi tunggal.

### **B. Tujuan Kegiatan :**

Berisi tujuan diadakannya kegiatan ini, disajikan dalam bentuk point 1, 2 dst. Ditulis dengan huruf Times News Roman, ukuran 12 pt, spasi tunggal.

## **BAB II METODE PELAKSANAAN**

### **A. Produk :**

Berisi deskripsi produk/jasa yang dihasilkan/diproduksi.

Ditulis dengan huruf Times News Roman, ukuran 12 pt, rata kanan kiri, spasi tunggal.

### **B. Bahan Baku :**

Berisi deskripsi bahan baku yang diperlukan untuk membuat produk tersebut.

Ditulis dengan huruf Times News Roman, ukuran 12 pt, rata kanan kiri, spasi tunggal.

### **C. Proses Produksi :**

Berisi deskripsi proses produksi mulai dari pengolahan bahan baku sampai menjadi produk jadi.

Ditulis dengan huruf Times News Roman, ukuran 12 pt, rata kanan kiri, spasi tunggal.

### **D. Labeling:**

Berisi deskripsi proses pengemasan/packaging.

Ditulis dengan huruf Times News Roman, ukuran 12 pt, rata kanan kiri, spasi tunggal.

### **E. Pemasaran :**

#### **1. Calon Konsumen:**

Berisi deskripsi calon konsumen potensial untuk produk/jasa yang dihasilkan.

Ditulis dengan huruf Times News Roman, ukuran 12 pt, rata kanan kiri, spasi tunggal.

## **2. Cakupan Pasar:**

Berisi deskripsi cakupan pasar/pangsa pasar yang menjadi target penjualan produk/jasa.

Ditulis dengan huruf Times News Roman, ukuran 12 pt, rata kanan kiri, spasi tunggal.

## **3. Analisa Pesaing dan Kemampuan Berkompetisi.**

- Berisi deskripsi pesaing yang ada saat ini/pesaing potensial yang memiliki produk/jasa yang sama/serupa.
- Berisi deskripsi Kemampuan berkompetisi yang dimiliki oleh tim dalam menghadapi pesaing tersebut.
  - Ditulis dengan huruf Times News Roman, ukuran 12 pt, rata kanan kiri, spasi tunggal.

## **4. Analisa SWOT.**

- **Analisa Kekuatan.**  
Berisi deskripsi kekuatan produk yang dibuat misalnya terletak pada komposisi bahan, dsb.
- **Analisa Peluang.**  
Berisi deskripsi peluang usaha yang menguntungkan misalnya identifikasi atas segmen pasar yang sebelumnya terlewatkan, perubahan dalam kondisi persaingan, perubahan teknologi, dan membaiknya hubungan dengan pembeli/pemasok.
- **Analisa Kelemahan**  
Deskripsi keterbatasan/ kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya/ kapabilitas yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif. Misalnya kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh konsumen atau

calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

- **Analisa Ancaman.**

Deskripsi situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan usaha. Ancaman merupakan penghalang utama bagi perusahaan dalam mencapai posisi saat ini atau yang diinginkan. Misalnya masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lambat, meningkatnya kekuatan tawar menawar dari pembeli/ pemasok utama, perubahan teknologi, dsb.

Analisis SWOT ditulis dengan huruf Times News Roman, ukuran 12 pt, rata kanan kiri, spasi tunggal.

## **5. Strategi Produk.**

Berisi deskripsi rencana yang mengidentifikasi maksud dan tujuan suatu produk kemudian menjelaskan visi untuk mencapai tujuan tersebut. Misalnya Tiap produk tentu punya latar belakang. Bagaimana dengan produkmu, untuk apa ia dibangun? Masalah apa yang ingin kamu selesaikan lewatnya? Inovasi apa yang dibawa oleh produkmu? Dsb

Ditulis dengan huruf Times News Roman, ukuran 12 pt, rata kanan kiri, spasi tunggal.

## **6. Saluran Distribusi.**

Berisi deskripsi saluran distribusi yang dipilih untuk memasarkan produk.

Ditulis dengan huruf Times News Roman, ukuran 12 pt, rata kanan kiri, spasi tunggal.

## **7. Strategi Promosi.**

Berisi deskripsi strategi promosi yang dilakukan untuk memasarkan p[roduk/jasa.

Ditulis dengan huruf Times News Roman, ukuran 12 pt, rata kanan kiri, spasi tunggal.

## **8. Tempat Produksi :**

Berisi deskripsi lokasi produksi

Ditulis dengan huruf Times News Roman, ukuran 12 pt, rata kanan kiri, spasi tunggal.

### **BAB III. TARGET LUARAN**

A. **Target Produk** : Berisi deskripsi produk/jasa yang dihasilkan untuk dijual

B. **Target konsumen** : Berisi deskripsi konsumen yang menjadi target penjualan.

C. **Target pendapatan** : Berisi deskripsi pendapatan yang ditargetkan per tahun. Bisa disajikan dalam bentuk tabel.

### **BAB IV. RENCANA BIAYA**

Berisi rincian rencana biaya yang akan dikeluarkan selama proses produksi. Bisa disajikan dalam bentuk tabel.

### **BAB V. NAMA TIM**

Berisi daftar nama anggota tim dan prodi/jurusan. Bisa disajikan dalam bentuk tabel

## CONTOH PENULISAN ARTIKEL

### BUBUR NAIK KELAS

Lutfiatun Hasanah, Annisa Fatimah

Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Malang

---

---

#### ABSTRAK

Bubur ketan hitam yang kami hadirkan berbeda dengan bubur ketan hitam pada umumnya. Pembuatan bubur ketan hitam pada umumnya yang menggunakan santan sebagai sajian dari bubur ketan hitam, kali ini naik kelas menjadi bubur ketan hitam yang disajikan dengan es krim dan susu. Selain manfaat yang telah diketahui bahwa ketan hitam bermanfaat untuk tubuh, seperti menjaga kesehatan tubuh dan meningkatkan kekebalan tubuh. Bubur ketan hitam ini juga sangat digemari oleh masyarakat, terlebih sajian bubur ketan hitam kali ini akan disukai oleh semua lapisan masyarakat. Oleh karena itu, kami menjalankan sebuah usaha kuliner bubur ketan hitam dengan sajian es krim dan susu, dengan nama “Bubur Naik Kelas”.

*Kata kunci: Ketan hitam, inovasi, olahan, pangan*

#### BAB I. PENDAHULUAN

##### A. Latar Belakang

Berawal dari peluang usaha dalam bisnis kuliner, kami membuat inovasi dengan produk lokal yang sangat digemari oleh masyarakat secara umum yaitu ketan hitam. Ketan hitam adalah bahan baku olahan makanan yang sangat terkenal di wilayah Indonesia khususnya di daerah Jawa. Ketan hitam biasanya diolah menjadi bubur manis. Bubur manis ini selalu menjadi peluang usaha makanan yang menjanjikan. Apalagi menu ini selalu dinantikan saat musim hujan atau saat acara tertentu. Menjual hidangan ini merupakan langkah positif yang dapat melestarikan kuliner khas Indonesia. Banyak penggemar bubur ketan hitam yang keinginannya teredam karena penjualnya semakin sedikit. Inilah peluang emas untuk menarik minat khalayak.

Bubur ketan hitam yang kami hadirkan berbeda dengan bubur ketan hitam pada umumnya. Pembuatan bubur ketan hitam pada umumnya yang menggunakan santan sebagai sajian dari bubur ketan hitam, kali ini naik kelas menjadi bubur ketan hitam yang disajikan dengan es krim dan susu. Selain manfaat yang telah diketahui bahwa ketan hitam bermanfaat untuk tubuh, seperti menjaga kesehatan tubuh dan meningkatkan kekebalan tubuh. Bubur ketan hitam ini juga sangat digemari oleh masyarakat, terlebih sajian bubur ketan hitam kali ini akan disukai oleh semua lapisan masyarakat. Oleh karena itu, kami menjalankan sebuah usaha kuliner bubur ketan hitam dengan sajian es krim dan susu, dengan nama “Bubur Naik Kelas”.

##### B. Tujuan Kegiatan :

Tujuan didirikannya usaha Bubur Naik Kelas ini adalah:

- 1) Menghasilkan bubur ketan hitam yang berbeda dengan inovasi es krim dan susu.
- 2) Meningkatkan minat dan bakat mahasiswa dalam berwirausaha.

## BAB II METODE PELAKSANAAN

**A. PRODUK :** Produk yang akan kami hasilkan adalah inovasi olahan bubur ketan hitam yang biasanya identik menggunakan santan kini digantikan dengan susu dan es krim dalam pengolahannya.

**B. Bahan Baku :** Bahan baku terdiri dari:

- ✓ Ketan hitam
- ✓ Es cream
- ✓ Susu

**C. Proses Produksi :**

- ✓ Pembelian bahan baku
- ✓ Pengolahan
- ✓ Pengemasan

**D. Labeling**

Setelah proses pembuatan selesai langkah terakhir yaitu dengan memberi label pada kemasan.

**E. Pemasaran :**

**1. Calon Konsumen:**

Target pasar kami adalah semua masyarakat

**2. Cakupan Pasar:**

Cakupan pasar untuk hijab bubur naik kelas adalah semua kalangan.

**3. Analisa Pesaing dan Kemampuan Berkompetisi.**

Untuk mengetahui jumlah dan jenis pesaing serta kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki, kami perlu membuat peta persaingan yang lengkap. Pembuatan peta persaingan yang digunakan untuk melakukan analisis pesaing memerlukan langkah - langkah yang tepat. Langkah - langkah ini perlu dilakukan agar hasil analisis pesaing tepat sasaran dan tidak salah arah. Langkah pertama yang perlu kami lakukan adalah dengan mengidentifikasi seluruh pesaing yang ada. Langkah ini perlu dilakukan agar kita mengetahui secara utuh pesaing kita dan kekurangan dari produk yang mereka tawarkan. Dengan demikian, memudahkan kita untuk menetapkan langkah selanjutnya.

Identifikasi pesaing meliputi hal – hal berikut :

- ✓ Jenis produk yang ditawarkan.
- ✓ Melihat besarnya pasar yang dikuasai pesaing.
- ✓ Identifikasi peluang dan ancaman.
- ✓ Identifikasi keunggulan dan kelemahan.

**4. Analisa SWOT.**

• **Analisa Kekuatan.**

- ✓ Kualitas rasa
- ✓ .....

• **Analisa Peluang.**

- ✓ Pasar yang luas
- ✓ .....

• **Analisa Kelemahan**

Pengawasan produksi

• **Analisa Ancaman.**

Mulai banyak penjual makanan yang serupa

**5. Strategi Produk.**

Berbagai kritik dan saran dari pelanggan dapat meningkatkan kualitas dan penjualan produk bubur naik kelas seperti permintaan persediaan bubur naik kelas tanpa pre-order dan bagaimana produk kami bisa dikenal oleh semua masyarakat terutama yang berada di Kota Malang. Dengan adanya e-commerce seperti GoFood dan GrabFood masyarakat bisa lebih mudah membeli dan mengetahui produk tersebut. Hal ini membuat penjualan terus meningkat.

Salah satu taktik pemasaran yang kami lakukan adalah menggunakan promo dengan syarat pembelian minimal maka mendapatkan bonus dan pengiriman gratis. Hal tersebut bisa meningkatkan minat pelanggan untuk membeli lebih banyak. Harapan kami dengan memberlakukan promo gratis pengiriman agar produk lebih banyak terjual dan bisa meningkatkan omset penjualan. Selain promo, kami juga memberikan kebebasan kepada pelanggan yang ingin menjadi reseller produk kami sehingga penjualan bubur naik kelas semakin meluas dan bisa dikenal oleh masyarakat luar kota Malang.

## 6. Saluran Distribusi.

- Saluran Langsung:  
Produsen → Konsumen
  - Saluran Tidak Langsung :
    - ✓ Produsen → Pengecer/Grosir → Konsumen
    - ✓ Produsen → Pedagang Besar/Menengah → Pengecer → Konsumen
    - ✓ Produsen → Pedagang Besar → Pedagang Menengah → Pengecer → Konsumen
- APAKAH SPT ITU?

## 7. Strategi Promosi.

- ✓ Personal Selling
- ✓ Publicity
- ✓ Social Media

## 8. Tempat Produksi :

Tempat produksi kami sementara akan berada di salah satu rumah anggota kami dikarenakan kami belum memiliki tempat produksi sendiri dengan alamat .....

## BAB III. TARGET LUARAN

### A. Target produk :

Target produk yang akan kami hasilkan sebanyak 100 buah dengan skala

### B. Target konsumen :

Konsumen yang ditargetkan adalah .....

### C. Target pendapatan :

Target pendapatan yang ingin kami peroleh adalah Rp. 3.200.000,-/bulan

## BAB IV. RENCANA BIAYA

### A. Rencana biaya usaha :

Rencana biaya usaha yang akan saya lakukan adalah sebagai berikut:

#### 1) Investasi

Investasi peralatan sebesar....

## 2) Biaya Operasional

### a. Biaya Tetap

Komponen	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Justifikasi Pemakaian
Panci (sedang)	1 buah	40.000	40.000	5 tahun
Kompas gas	1 buah	150.000	150.000	7 tahun
Sudip	1 buah	20.000	20.000	5 tahun
Cup 400 ml	6 pack	20.000	120.000	1 bulan
PG 3 kg	1 buah	20.000	20.000	1 tahun
Ice cream	1 buah	30.000	30.000	5 tahun
Mini Cooler box	1 buah	450.000	450.000	8 tahun
Timbangan kue	1 buah	150.000	150.000	5 tahun
			<b>Total Biaya Tetap</b>	<b>Rp. 980.000</b>

### b. Biaya Variabel

Komponen	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Justifikasi Pemakaian (porsi/tahun)
Gula pasir	2 buah	17.000	34.000	1
Ketan hitam	2 buah	20.000	40.000	1
Kental manis	2 buah	18.000	36.000	2

Susu full cream	2 buah	17.000	34.000	2
Es krim	1 buah	175.000	175.000	1
Biscuit Regal	2 buah	20.000	40.000	2
Oreo crumb	2 buah	52.000	104.000	2
Choco chips	2 buah	27.000	54.000	2
Seragam Tim Manajemen	5 buah	500.000	500.000	10
Promosi dan Market place	-	500.000	500.000	1
packaging dan label	-	500.000	500.000	1
			<b>Total Biaya Variabel</b>	<b>Rp. 2.017.000</b>

## BAB V. NAMA TIM

No	Nama	Jurusan
1	Lutfiatun Hasanah	Akuntansi
2	Alya Ashfia Sya'ima Zayyan	Akuntansi
3	Lailatul Maghfiroh	Akuntansi
4	Muhammad Hanan Arifah Putra	Akuntansi
5	Ragata Daksa Prasiddha	Akuntansi



