

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini akan disajikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dijalankan serta saran bagi pihak-pihak yang berminat untuk menjalankan bisnis pembuatan berupa majalah secara personal.

5.1 Kesimpulan

Personal art magazine memformulasikan strategi dengan cara :

- a. Menentukan visi, yaitu
“Menjadi Pilihan Pertama Bagi Para Konsumen Yang Menginginkan Sebuah Produk Inovatif Secara Eksklusif Sesuai Keinginan Mereka.”
- b. Menentukan misi, yaitu
 - Memasyarakatkan produk berupa majalah yang berkonsep pribadi di Indonesia
 - Memberikan alternatif lain yang inovatif bagi masyarakat di bidang dokumentasi
 - Memberikan kesempatan bagi setiap orang untuk mengaktualisasikan dirinya secara eksklusif melalui sebuah media yang kreatif dan inovatif
- c. Mengidentifikasi kekuatan internal yang dimiliki berupa :
 - Produknya belum ditemukan di tempat lain
 - Satu desain *lay out* untuk satu *order* konsumen (eksklusif)

- Sebagai produk *one stop documentation* yang memiliki ide cerita secara tertulis yang menarik
 - Tidak membutuhkan banyak modal usaha
 - Tingkat pengembalian atas aset cukup cepat
- d. Mengidentifikasi kelemahan internal yang dimiliki berupa :
- Harga produksinya mahal
 - Waktu produksinya lama
 - Kapasitas produksi yang terbatas (untuk sementara)
- e. Mengidentifikasi peluang eksternal, yaitu
- Akan ada banyak desainer yang tertarik untuk bergabung atau terlibat dalam pembuatan *Personal art magazine*
 - Dibutuhkannya sarana-sarana aktualisasi diri di kalangan masyarakat
 - Belum ada yang secara khusus menawarkan produk seperti *Personal art magazine*
 - Semakin banyak bermunculan komunitas-komunitas tertentu di Yogyakarta
- f. Mengidentifikasi ancaman eksternal, yaitu
4. Desain mudah ditiru oleh para pesaing
 5. Permintaan konsumen yang terlalu beraneka macam untuk pembuatan produk *Personal art magazine*.
 6. Masyarakat Indonesia cukup sensitif dengan SARA dan pornografi

- g. Melakukan analisis SWOT yang menghasilkan strategi ST, SO,WO, dan WT.
- Strategi ST yang berupa tidak menjadikan desain sebagai keunggulan kompetitif, namun alur cerita yang unik dan menarik yang akan menjadi keunggulan kompetitif (S3, T1), serta produk yang dibuat disesuaikan dengan karakter setiap konsumen (S2, T3).
 - Staregi SO meliputi membentuk image sebagai produk majalah untuk peorangan yang pertama kali atau inovator majalah personal (S1, O2, O3), serta memberikan kartu member pada komunitas-komunitas yang ada, agar mendapat discount apabila berlangganan secara periodik (O4, S4)
 - Strategi WO meliputi membuat sistem harga , sehingga semakin banyak kuantitas yang dipesan harganya akan semakin murah (W1, O4), serta menekankan kepada pelanggan bahwa sebagai inovator Pam ingin memberikan yang terbaik kepada konsumen (W2,W3, O3).
 - Strategi WT yang berupa memperbanyak jenis *template* yang dapat dijadikan referensi bagi calon konsumen (T2, T3,W2)
- h. Menentukan Tujuan Jangka Panjang, yaitu memiliki beberapa lini produk yang tetap berkonsep *personal* dan mendapatkan keuntungan setiap bulan Rp 5 juta rupiah mulai tahun ke tiga.
- i. Mengembangkan alternatif strategi yang berupa penetrasi pasar dan integrasi ke belakang. Melalui penetrasi pasar, *Personal art magazine*

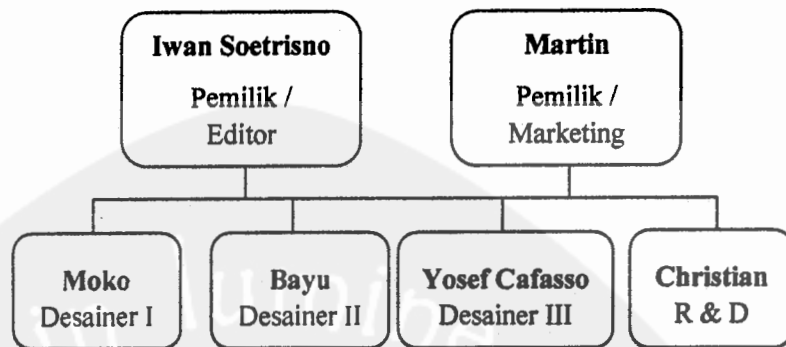
akan berusaha meningkatkan pangsa pasar untuk produk/jasa saat ini melalui upaya pemasaran yang lebih besar. Penetrasi pasar yang akan dilakukan mencakup menawarkan promosi penjualan yang ekstensif dan meningkatkan usaha publisitas. Sedangkan integrasi ke belakang dimaksudkan untuk meningkatkan kontrol atas pemasok perusahaan. Dalam kasus *Personal art magazine*, yang dimaksud dengan pemasok adalah Kanisius digital printing.

- j. Menentukan tujuan tahunan, yaitu menciptakan satu inovasi produk setiap tahun serta meningkatkan angka penjualan sebesar 50 % setiap tahun
- k. Menentukan Kebijakan yang salah satunya adalah menjadikan komunitas-komunitas yang ada sebagai *member Personal art magazine* (Pam).

Dalam tahap implementasi *Personal art magazine* melaksanakan pengembangan program dan anggaran. Tahap pengembangan prosedur tidak dilaksanakan karena adanya beberapa keterbatasan, yaitu dalam hal waktu. Pengembangan program meliputi penentuan :

- a. Lokasi usaha, yaitu di, Jl. Ibu Ruswo No. 22, Yogyakarta.
- b. Struktur organisasi

Gambar 5.1 : Struktur Organisasi *Personal art magazine*



c. Sistem kerja desainer grafis

Terdapat tiga desainer grafis yang bersedia membantu *Personal art magazine* dalam hal desain. Moko merupakan lulusan ISI di bidang desainer grafis, sedangkan Bayu, dan Yosef mempelajari desain grafis secara informal. Sebagai langkah awal, ketiga desainer tersebut bersama bagian R&D akan membuat seratus halaman desain *layout* majalah. Dengan memiliki seratus halaman desain *layout* majalah tersebut, maka akan mempercepat proses produksi produk *Personal art magazine* selanjutnya, karena hanya tinggal proses penempelan foto, gambar, logo, dan narasi sesuai keinginan konsumen.

d. Tahap Pembuatan Produk

Pada hari pertama, konsumen memilih sendiri foto-foto mana saja yang akan dimasukkan ke dalam majalah serta menceritakan kepada editor tentang pengalaman menarik apa yang sedang terjadi di dalam foto tersebut. Setelah editor memperoleh

keterangan yang dibutuhkan, maka foto-foto tersebut akan diserahkan kepada desainer untuk ditempel ke dalam *layout* yang telah tersedia.

Pada hari kedua, editor menyusun cerita yang dapat menceritakan sisi menarik dari foto-foto tersebut dan menyerahkan semua narasinya kepada desainer supaya ditempel di posisi yang tepat dan sesuai dengan ukuran *layout*.

Tahap hari ketiga, yaitu tahap mendapatkan persetujuan dari konsumen. Tahap ini berfungsi untuk mengetahui apakah konsumen setuju mengenai cerita yang disampaikan dalam majalah tersebut. Apabila konsumen merasa kurang puas, maka akan dilakukan pengeditan ulang.

Hari keempat, yaitu tahap pengeditan ulang. Hari kelima adalah tahap mendapatkan persetujuan ulang dari konsumen. Hari keenam, naik cetak selama dua hari dan setelah itu pada hari kedelapan diserahkan kepada konsumen

Sedangkan pengembangan anggaran meliputi penentuan paket harga serta perhitungan keuntungan yang dapat diperoleh dari penjualan produk secara paket tersebut:

a. Paket harga yang ditawarkan oleh *Personal art magazine*

Kuantitas	Harga
1	Rp 175.000
2	Rp 235.000
3	Rp 295.000
4	Rp 355.000
5	Rp 415.000
6	Rp 475.000
7	Rp 535.000
8	Rp 595.000
9	Rp 655.000
10	Rp 715.000

Kuantitas	Harga
11	Rp 725.000
12	Rp 780.000
13	Rp 835.000
14	Rp 890.000
15	Rp 945.000
16	Rp 1.000.000
17	Rp 1.055.000
18	Rp 1.110.000
19	Rp 1.165.000
20	Rp 1.220.000

b. Perhitungan keuntungannya.

Q	Harga	Laba
1	Rp 175.000	Rp 58.000
2	Rp 235.000	Rp 76.000
3	Rp 295.000	Rp 94.000
4	Rp 355.000	Rp 112.000
5	Rp 415.000	Rp 130.000
6	Rp 475.000	Rp 148.000
7	Rp 535.000	Rp 166.000
8	Rp 595.000	Rp 184.000
9	Rp 655.000	Rp 202.000
10	Rp 715.000	Rp 220.000

Q	Harga	Laba
11	Rp 725.000	Rp 188.000
12	Rp 780.000	Rp 201.000
13	Rp 835.000	Rp 214.000
14	Rp 890.000	Rp 227.000
15	Rp 945.000	Rp 240.000
16	Rp 1.000.000	Rp 253.000
17	Rp 1.055.000	Rp 266.000
18	Rp 1.110.000	Rp 279.000
19	Rp 1.165.000	Rp 292.000
20	Rp 1.220.000	Rp 305.000

5.2 Saran

1. Calon pemilik *Personal art magazine* sebaiknya tidak membeli mesin *digital printing* untuk memproduksi produk majalahnya. Harga mesin yang terlalu mahal akan menyebabkan modal yang dikeluarkan untuk menjalankan bisnis menjadi terlalu tinggi. Sehingga, *Personal art magazine* dapat melaksanakan tahap pencetakan di perusahaan yang telah memiliki peralatan *digital printing*. Dalam hal ini *Personal art*

magazine sebaiknya berintegrasi untuk dapat melakukan proses cetak di Kanisius digital printing, Jl. Cempaka 9, Deresan Jogjakarta 55281.

2. Untuk tahap awal pelaksanaannya, calon pemilik sebaiknya tidak menjadikan bisnis pembuatan produk *Personal art magazine* sebagai bisnis utama. Mengingat, keuntungan yang akan diperoleh pada periode awal pendirian kurang terlalu besar. Sehingga, calon pemilik dapat memanfaatkan bisnis pembuatan produk *Personal art magazine* ini sebagai bisnis *part time* atau bisnis sampingan.
3. Apabila calon pemilik *Personal art magazine* ingin membeli mesin *digital printing*, maka calon pemilik sebaiknya tidak membatasi pemakaian mesin *digital printing* tersebut hanya untuk memproduksi produk *Personal art magazine* saja, namun calon pemilik dapat menggunakan mesin *digital printing* tersebut untuk kepentingan order lain di luar mencetak produk *Personal art magazine*.
4. Calon pemilik dapat menjual ide bisnis pembuatan produk *Personal art magazine* kepada perusahaan-perusahaan besar yang telah lama bergerak di bidang *digital printing*.

DAFTAR PUSTAKA

- Cooper and Schindler, 2006, *Marketing Research*, McGraw-Hill, New York.
- David, Fred R, 2006, *Manajemen Strategis*, Edisi 10, Alih Bahasa : Ichsan Setiyo Budi, Salemba Empat, Jakarta.
- Dess, Gregory G., Lumpkin, G. T., Taylor, Marilyn L., 2004, *Management Strategic*, McGraw-Hill, New York.
- Fry, Fred L, Stoner, Charles R. dan Hattwick, Richard E., 2004, *Business : An Integrative Approach*, Third Edition, McGraw-Hill, New York.
- Fuller, George, 1998, *Pedoman Praktis Untuk Manajer*, Alih Bahasa : Aris Ananda, Prenhallindo, Jakarta.
- Gray, Clive, Simanjuntak, Payaman, Sabur, Lien K., P.F.L. Maspaitella, R.C.G. Varley, 2002, *Pengantar Evaluasi Proyek*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Griffin, Jill, 2003, *Customer Loyalty*, Alih Bahasa : Dwi Kartini Yahya, Erlangga, Jakarta.
- Hartati, Retno, 2003, *Telaah Bisnis*, Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, Yogyakarta.
- Hitt, Michel A., Ireland, R. Duane, Huskison, Robert E., 2002, *Manajemen Strategis : Daya Saing dan Globalisasi*, Salemba Empat, Jakarta.
- Hunger, J David dan Wheelen, Thomas L., 2003, *Manajemen Strategis*, Edisi Kelima, Alih Bahasa : Julianto Agung, Andi Offset, Yogyakarta.

Jennings, Jason, 2005, *Think Big Act Small*, Alih Bahasa : Arya Hendrata Saleh,
Bhuana Ilmu Populer, Jakarta.

Keown, Arthur J., Martin, John D., Petty, J. William, Scott, David F Jr., 2005,
Manajemen Keuangan : Prinsip-Prinsip dan Aplikasi, Edisi Kesembilan,
Indeks, Jakarta.

Kim, W Chan dan Mauborgne, Renee, 2007, *Blue Ocean Strategy (Strategi
Samudra Biru)*, Alih Bahasa : Satrio Wahono, Serambi Ilmu Semesta,
Jakarta.

Kotter, John P., 2004, *Manager as Leader*, Amara Books, Yogyakarta.

Krishnan, Parasuraman Grewal, 2007, *Marketing Research*, Houghton Mifflin
Company.

Malhotra, Naresh K, 2005, *Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan*, Edisi
Keempat, Alih Bahasa : Soleh Rusyadi Maryam, Indeks, Jakarta.

Marshall, David, 1998, *Kisah Sukses Bisnis : Akio Morita dan Sony*, Alih Bahasa :
Alex Tri Kantjono Widodo, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Matsushita, Konosuke, 1994, *Etos Bisnis Etika Manajemen : Kumpulan
Karangan*, Mitra Utama, Jakarta.

McDaniel, Carl, Gates, Roger, 2001, *Riset Pemasaran Kontemporer*, Edisi
keempat, Salemba Empat, Jakarta.

Peters, Tom, 1997, *Buku Pintar Manajemen : 301 Ide Cemerlang dari Perusahaan-Perusahaan Yang Paling Inovatif*, Alih Bahasa : Tony Rinaldo, Pustaka Delapratasa, Jakarta.

Pevzner, Mikhail, 2006, *A Case Study of Strategic Planning at Kent State University*, Novgorod State University, Russia.

Riyanto, Prof. Dr. Bambang, 1996, *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Edisi 4, BPFE, Yogyakarta.

Robbins, Stephen P., dan Coulter, Mary, 2007, *Manajemen*, Edisi Kedelapan, Alih Bahasa : Harry Slamet, Indeks, Jakarta.

Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar, 2007, *Perilaku Konsumen*, Edisi Ketujuh, Alih Bahasa : Zulkifli Kasip, Indeks, Jakarta.

Scott, Steven K, 1997, *Catatan Seorang Milyuner*, Alih Bahasa : Haris Munandar, Spektrum, Jakarta.

Supranto, J, 1990, *Teknik Riset Pemasaran dan Ramalan Penjualan*, Rineka Cipta, Jakarta.

Trout, Jack dan Rivkin, Steve, 2004, *The Power of Simplicity*, Alih Bahasa : Emil Salim, Bhuana Ilmu Populer, Jakarta.

Waller, Derek L, 2003, *Operations Management :A Supply Chain Approach*, 2nd edition, International Thomson Business Press.



LAMPIRANI

CONTOH *LAYOUT*

Personal art magazine



SPECIAL ISSUE
JUNE 12, 2008 | WWW.FORBEST.COM

Forbest

**200
BEST
SMALL
COMPANIES**

**THE
RICHEST
PEOPLE
IN THE WORLD**

**CLINT SEVERSON
OF ARAXIS
WHY A VISIT
TO YOUR DOCTOR
WILL NEVER BE
THE SAME**

Entrepreneur

**Pam
IS THE WINNER
STUDENTPRENEURSHIP
CHALLENGE**

of the Year

SPECIAL ISSUE

JULY 12, 2008 | WWW.FORBEST.COM

Forbes

**The Application
of Samurai Ways
in Business**

**Smart
Collecting**

China Painting,
Fashion Photography,
Diamond, Cigars,
and more

Also:
**HOW TO MAKE
YOUR BRAIN
10 YEARS YOUNGER**

HONDA
DESIGNING THE
DAFEST FACTORY

**Pam
IS THE WINNER
STUDENTPRENEURSHIP
CHALLENGE**

Forbes

THE
RICHEST
PEOPLE
IN THE
WORLD
Billionaires

REMEMBERING
JIM MICHAELS
Forbes

200
BEST
SMALL
COMPANIES
**Entrepreneur
of the Year**

Pam

No Free Sex

THE
BROKE
HEART

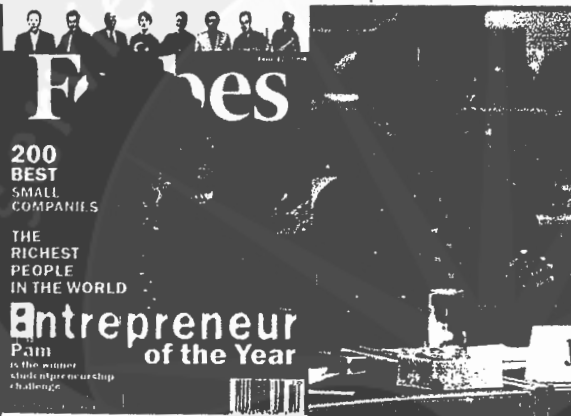
BROKEN HEART

3th Berani Beda!!

Menurut Pak Momok, begitu beliau sering disapa, seorang entrepreneur adalah seorang yang berani mengambil langkah yang berbeda dari para pesaingnya. "Kalau yang lain berjalan ke kiri, berarti anda harus berjalan ke kanan. Kalau yang lain berjalan turun, berarti anda harus berjalan naik". Begitulah kira-kira yang disampaikan beliau kepada tim Pam (*Personal art magazine*) pada acara *grand final studentpreneurship challenge* di gedung Thomas Aquinas beberapa waktu silam.

Pada saat mempresentasikan inovasinya, wakil tim Pam, yaitu Ian Hidayat secara khusus menyebut beliau dengan sebutan "konsultan bisnis terkemuka". Hal itu memang karena Pak Momok adalah seorang ahli dalam manajemen strategi dan saya kagum pada *problem solving* yang selalu ia berikan kepada saya, ditambah lagi kewibawaan yang bisa membuat orang sangat segan terhadap beliau. Tandas Ian Hidayat usai acara tersebut.

Reporter : Iwan Soetrisno



1st Pam is the Winner

"Juara harapan pertama, Trident. Juara harapan kedua, Gemilang. Juara ketiga, AFM. Juara kedua Motto Coffee. Sehingga, juara pertama *Business Development Competition* adalah *Personal art magazine* dengan jumlah point yang cukup jauh meninggalkan perolehan point Motto Coffee di posisi kedua".

Itulah kira-kira yang disampaikan oleh Bapak E. Kusumadmo, MM., PhD. saat mengumumkan para jawara pada tanggal 12 Juni 2008 Pkl. 11.50 WIB. Pengumuman langsung disambut sorak-sorai para penonton dan tentunya para juara.

Iwan Soetrisno, anggota tim Pam merasa tidak percaya dan yakin kalau timnya menjadi yang No.1.

Melalui acara ini diharapkan akan bermunculan ide-ide kreatif para mahasiswa yang tentunya dapat diaplikasikan dan tidak terbatas pada teori belaka.



Bapak E. Kusumadmo

Berani Bersaing Di Dalam Bisnis

Bila Pam ingin benar-benar diredaksikan, maka Pam harus berhati-hati. Karena akan berada pada persaingan yang sifatnya *red ocean* (sangat padat). Bila juga berharap supaya Pam benar-benar memiliki tim yang kreatif, sehingga ide-ide baru yang fresh akan terus bermunculan, maka yang nantinya dapat digunakan senjata supaya tidak kalah terhadap para *competitor* di persaingan yang sifatnya *red ocean*.

Bila Pam memberikan beberapa saran dan tips kepada para finalis *Business Development Competition* lainnya pada acara tersebut, selain itu mantan rektor Universitas Atma Jaya Yogyakarta selama dua periode berturut-turut ini selalu terbuka bagi para mahasiswanya untuk berkonsultasi tentang bisnis. Hal ini di karenakan beliau sangat senang dan mendukung segala bentuk inovasi yang datang dari Mahasiswa.



Juri Yang Kompeten Di Bidangannya



"Marketing mix atau biasa yang sering disebut sebagai 4P haruslah dipandang sebagai satu kesatuan, bukan secara parsial. Apabila produknya berkualitas dan sistem promosinya baik, namun harga dan lokasinya tidak sesuai, maka produk itu pasti akan sulit untuk bersaing".
Begitulah kira-kira yang pernah disampaikan beliau dalam perkuliahan Manajemen Pemasaran Eceran di ruang kelas 306 kampus Bona Ventura Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Marketing Genius

12 Juni 2008

Kaprodi Ekonomi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Pengamatan Seorang Pengamat!!!

Nama Bapak Jarot Priyogutomo sudah tentu merupakan nama yang familier bagi mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Bahkan tidak jarang bagi sebagian para mahasiswa, menganggap sosok Pak Jarot sebagai figur ayah bagi mereka.

Antusiasme para mahasiswa kepada Pak Jarot juga terlihat pada kondisi kelas yang selalu terisi penuh. Selain itu, banyak juga mahasiswa yang mengeluh pada saat pendaftaran kelas di awal semester apabila mahasiswa yang bersangkutan tidak berhasil mendapatkan kelas Pak Jarot.

Keterlibatan beliau sebagai juri dalam acara *studentpreneurship challenge*, terbukti mampu menambah antusiasme baik bagi para finalis maupun para penonton.

Kritikan-kritikan yang sifatnya membangun selalu beliau berikan kepada setiap mahasiswa yang berkonsultasi dengan beliau, baik di dalam kelas maupun di luar kelas.

Sejak saat semi final *Studentpreneurship Challenge* tanggal 7 Juli 2008, Bapak yang satu ini selalu mengamati dengan seksama kelompok mana yang idenya aplikatif dan kelompok mana yang tidak. Pengamatan ini terbukti jitu karena Pak Jarot yang akhirnya keluar sebagai juara pertama.

Pak Jarot selalu menekankan bahwa sebuah bisnis yang bagus harus bisa ditentukan dari bisa atau tidaknya bisnis tersebut terealisasi.

Tidak hanya sebatas sebagai pengamat saja, beliau juga merupakan pelaku bisnis yang cukup inovatif.



Foto by : Yoseff



Menjadi seorang juri dalam sebuah kompetisi bukanlah sebuah tugas yang mudah, karena penjurian selalu membutuhkan tingkat objektivitas yang tinggi. Itulah yang kira-kira dirasakan oleh Ibu Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si. pada saat penjurian dalam acara *business development competition* yang bertajuk *one stop documenta* tion pada bulan Juni yang lalu.

Tetapi, bagi pecinta berat lukisan ini, menjadi juri sepertinya telah menjadi langganannya. Sebelumnya beliau juga telah menjadi juri kehormatan di acara manajemen competition yang diadakan oleh Atma Jaya lewat Himpunan Mahasiswa Prodi Manajemen (HMPSM) dengan STIE YKPN beberapa waktu silam.

Dengan banyaknya jam terbang beliau menjadi juri, tidak perlu diragukan lagi tingkat objektivitas dalam melakukan penilaian dari dosen mata kuliah kewirausahaan ini.

Mungkin Indonesia sangat membutuhkan figur seperti beliau sebagai penengah permasalahan bangsa.

Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.

Pakar Keuangan, Pengamat Budaya, dan Dosen FE UAJY

“Dengan Terciptanya Inovasi, maka akan dengan mudah memperoleh abnormal return yang berdampak pada payback period yang singkat”



“Apa bedanya, tempat foto copy anda dengan tempat foto copy lainnya?”

Itulah kira-kira yang disampaikan beliau kepada tim Gemilang saat semi final *student entrepreneurship challenge* di ruang pasca sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 7 Juni lalu. Meskipun baik, beliau menilai tim Gemilang kurang inovatif dan kreatif.

Jabatan :
Tim Ahli Pusat Studi Kewirausahaan
Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
Mata Kuliah yang diampu :
Manajemen Keuangan, Manajemen
Keuangan Lanjutan, Kewirausahaan

Menurut pakar keuangan yang satu ini, sebuah business plan haruslah menjunjung tinggi inovasi dan originalitas ide. Hal itu dikarenakan saat ini segala sesuatunya serba kompetitif. Apabila bisnis yang nantinya akan kita buat tidak memiliki keunggulan kompetitif, hampir dapat dipastikan bahwa bisnis kita nantinya akan kalah dalam persaingan.

“Melalui keunggulan kompetitif dan inovasi yang ada, nantinya akan dapat mendatangkan abnormal return

yang kemudian akan berdampak pada *payback period* yang singkat”.

ENTREPRENEUR

Selain sebagai seorang inovator, seorang entrepreneur juga haruslah seorang yang *risk taker*. Semakin besar resiko yang berani untuk diambil, maka akan semakin besar pula profit yang akan diperoleh.

Namun, seorang entrepreneur juga harus *risk calculating*, di mana dia juga harus mengkalkulasi kemungkinan-kemungkinan maupun dampak-dampak yang mungkin terjadi. Sehingga, entrepreneur sejati merupakan perpaduan dari *innovator, risk taking, dan risk calculating*.

WINNING Team STUDENTPRENEURSHIP

Menerima reward, plakat, dan piagam langsung dari pemilik perusahaan seperti yang dialami oleh Christian Insungguh merupakan pengalaman yang sangat luar biasa dan tidak akan terlupakan. Ditambah lagi, Pam (Personal art magazine) merupakan satu-satunya finalis yang mendapat komentar langsung dari Bapak Soekeno, sang entrepreneur sejati ini.

"Terima kasih untuk muncul group, terima kasih untuk Pak Keno." Tegas Christian saat usai acara. Menurut Christian, dirinya benar-benar tidak menyangka kalau tim-nyalah yang bakal keluar sebagai juara, karena menurut dia lebih banyak tim yang memiliki konsep lebih baik. "Saya hanya berpikir untuk bekerja semaksimal mungkin, untuk hasil, bukan saya yang menentukan." Lanjut Christian.

Menurut kabar yang beredar, *business plan* yang dirancang oleh Iwan, Christian, dan Martin ini muncul secara tiba-tiba tanpa proses pemikiran yang panjang. Tetapi bagi Christian, ide yang muncul secara spontan itulah ide yang benar-benar menarik. "Kalau ide yang muncul sudah terkortaminasi atau dengan kata lain sudah ditambah-tambahi atau dikurangi, maka itu namanya sudah bukan lagi ide yang original. Blerpun akhirnya ide tersebut harus melalui proses modifikasi untuk dapat direalisasikan, namun intinya haruslah ide yang muncul pertama kali".

Sebenarnya para personil Pam (Personal art magazine) ini tidak memiliki *basic* yang kuat di bidang desain maupun *digital printing* sesuai tema yang ditetapkan oleh panitia. Menurut salah satu personilnya, yaitu Martin, mereka hanya bermodal nekad dan tekad saja untuk mengikuti kompetisi ini. Namun ketekatan mereka tentu saja terbukti tidak asal nekad, terbukti predikat juara satu dan uang tunai sebesar 2,5 juta dapat mereka raih.

Pandangan Dari Seorang Soekeno

Menurut Pak Keno, rencana bisnis yang dibuat oleh Martin dan kawan-kawan ini sangat mungkin untuk diaplikasikan, karena tidak membutuhkan modal yang besar untuk merealisasikan ide ini. Bisnis yang diciptakan ini adalah bisnis yang padat ide dan kreativitas, bukan ide yang sifatnya padat modal. "Muncul Group akan sangat mendukung ide bisnis ini." Tegas Pak Keno saat memberikan komentar kepada tim Pam pada acara *Grand Final Studentpreneurship Challenge* di gedung Thomas Aquinas Kampus Teknik Universitas Atma Jaya Yogyakarta beberapa waktu silam.

"Sebuah ide bisnis haruslah dieksekusi, jangan hanya sekedar menjadi wacana saja". Hal itulah yang sering diutarakan oleh Pak Keno saat menjadi pembicara seminar setelah acara *Grand Final studentpreneurship*. "Banyak ide-ide bagus yang telah diciptakan, tetapi sayangnya itu hanya menjadi sebatas ide saja, tanpa realisasi".

Acara ini juga turut dihadiri oleh wali kota Yogyakarta yang juga menerima bantuan dari Muncul Group sebagai bentuk Corporate Social Responsibility (CSR) dari Muncul Group.

The Winning Team



Iwan Soetrisno dan Martin keduanya merupakan Mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Atma Jaya Jurusan Akuntansi. Meskipun dalam program studi mereka tidak ada mata kuliah tentang kewirausahaan, namun mereka dapat membuktikan diri sebagai juara *studentpreneurship challenge* 2008. Mereka juga menegaskan bahwa mata kuliah yang mengajarkan tentang kewirausahaan itu mutlak diperlukan bagi mahasiswa saat ini. Karena sekarang mahasiswa tidak hanya dituntut untuk mencari peluang, tetapi juga menciptakan peluang. "Meskipun di program studi kami tidak ada mata kuliah kewirausahaan, tetapi kami selalu meng-up date berita-berita yang berhubungan dengan kewirausahaan, termasuk berkonsultasi dengan mahasiswa manajemen yang mengambil mata kuliah tersebut.

Look At These





Talkshow Studentpreneurship Bersama CEO Muncul Group

Tujuan diadakannya acara ini adalah untuk "menyadarkan" generasi muda Atma Jaya guna membuka peluang di bidang wirausaha. Dasar dari pernyataan ini adalah banyaknya mahasiswa yang beranggapan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan yang dapat ditempuh, maka akan memudahkan siswa tersebut untuk mendapatkan pekerjaan, bukan membuat pekerjaan. Realita inilah yang ditangkap oleh CEO Muncul Group, Bp. Soekeno, yang kemudian mengadakan acara Talk Show bagi para mahasiswa, khususnya Atma Jaya.

Dengan didampingi Bp. Indro Kimpling, Manajer Jogja Galeri, beliau dengan penuh semangat menceritakan pengalaman masa mudanya yang penuh dengan perjuangan untuk memperoleh kesuksesan. Pada tahun 1994 Pak Soekeno terjun ke bidang foto copy dan saat ini hasil kerja kerasnya begitu "Luar Biasa". Sebagai bentuk kepedulianya terhadap generasi muda, maka beliau mengadakan CSR (Corporate Social Responsibility) yang tentunya berguna untuk menggugah semangat generasi muda untuk berwirausaha.

Tidak tanggung-tanggung, hadiah sebesar Rp 7 juta dipersiapkan untuk menjadi reward bagi para finalis. Nominal itu belum termasuk dana untuk keperluan lain-lain, karena dalam acara tersebut Muncul Group juga menjadi sponsor tunggal. Sebagai puncak hadiah bagi seluruh mahasiswa Atma Jaya, Pak Soekeno mendatangkan sobat lamanya yang kini menjadi motivator nomor satu di Indonesia, Andrie Wongso.

Menurut penuturan para finalis business development competition, hal yang paling menarik di grand final adalah turut hadirnya CEO muncul Group, yaitu Bapak dan Ibu Soekeno untuk turut menyaksikan presentasi para finalis. Kedatangan CEO ini disambut dengan jantung yang berdebar-debar bagi para finalis.

Selain itu, kedatangan beliau bagi sebagian besar *audience* adalah untuk memenuhi hasrat ingin tahu dari semua warga Atma Jaya yang ingin melihat sosok yang sedang menjadi bahan pembicaraan mereka. Karena bagaimanapun, acara yang diselenggarakan pada tanggal 12 Juni ini menyalurkan pro dan kontra dari warga Atma Jaya.

Menurut beliau acara ini adalah wujud dari Corporate Social Responsibility (CSR) dari Muncul Group.



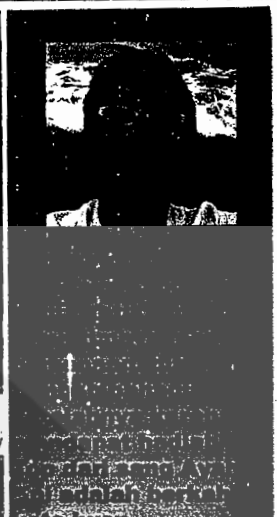
Success is My Rights, begitulah kata Andrie Wongso ketika membakar semangat ratusan mahasiswa di Auditorium gedung Thomas Aquinas Universitas Atma Jaya Yogyakarta pada hari Kamis, tanggal 12 Juni yang lalu.

Andrie Wongso, motivator nomor satu Indonesia, yang dikabarkan tidak pernah bersedia untuk menjadi pembicara di sebuah seminar yang berlangsung di areal kampus, nyata-nyata hadir di auditorium kampus II gedung Thomas Aquinas, Universitas Atma Jaya Yogyakarta pada pukul 13.15 wib untuk menjadi pembicara dalam acara *Studentpreneurship Challenge*.

AW, demikian Andrie Wongso sering disapa, memasuki auditorium dengan didampingi oleh Bp. Wali Kota Yogyakarta beserta para staffnya.

Pemberian motivasi yang berlangsung selama kurang lebih dua jam tersebut sangat disambut antusias para *audience* yg sebagian besar adalah mahasiswa UAJY. Mahasiswa merasa diberi "amunisi baru" melalui kata-kata yang penuh dengan motivasi.

AW, tidak henti-hentinya mengatakan bahwa sukses adalah hak dari kita semua. Sehingga, kita semua bisa memperoleh kesuksesan tersebut tergantung dari kerja keras dan keuletan kita semua.



Penuh Ide & Kreasi Mulai dari membuat majalah hingga mesin ATM

oleh : Tian Hidayat

Muncul Group yang kali ini bekerja sama dengan Puswira (Pusat Studi Kewirausahaan) Universitas Atma Jaya Yogyakarta, mengadakan kompetisi



Business Plan yang bertemakan *one stop Documentation* pada tanggal 12 Juni silam. Kompetisi ini diikuti tidak kurang oleh 18 peserta, yang kemudian mempertandingkan lima kelompok finalis pada Grand Final tanggal 12 Juni tersebut dengan turut serta menghadirkan motivator no. 1 di Indonesia, Andrie Wongso sebagai puncak acara.



Kompetisi tersebut akhirnya dimenangkan oleh kelompok Pam (Personal art magazine) sebagai juara pertama, motto coffe sebagai juara kedua, dan AFM sebagai juara ketiga.



Acara tersebut dapat berjalan sukses tidak lain berkat kerja "luar biasa" dari tim R&D MunculGroup, yang dimotori Ibu Retno Sarosa.

Semangat itu tampak jelas dari kehadirannya di lokasi Jam 5.20 am.

Saya... bisa menjadi juara, apalagi selisih nilainya cukup jauh meninggalkan Motto Coffee yang berada di posisi kedua. Yang saya pikirkan saat grand final hanyalah...
...maksudnya...
...yang...



Salah seorang peserta seminar, David, berpendapat bahwa acara semacam ini dapat meningkatkan kompetensi mahasiswa. Tidak sekedar teori belaka.

Pam

June 12, 2008

No Free-Sex

Tidak Ada SEX Yang FREE

Stoppress
Oscar
2008

Screenplay
The Bank Job
Funny Games
The Accidental Husband

First look
Christian Hidayat

Metamorfosis
Hayden Martinez

BROKENHEART

Bonus poster Andrie Wongso

Motivator No. 1 di Indonesia

Nominasi Film Anak-Anak Terbaik Tahun 2009

Jangan Biarkan Masa Depan Anak
Anda Hancur Gara-Gara Sebuah

Pastikan Anak Anda
Menonton Tayangan Yang Sesuai
Dengan Usianya

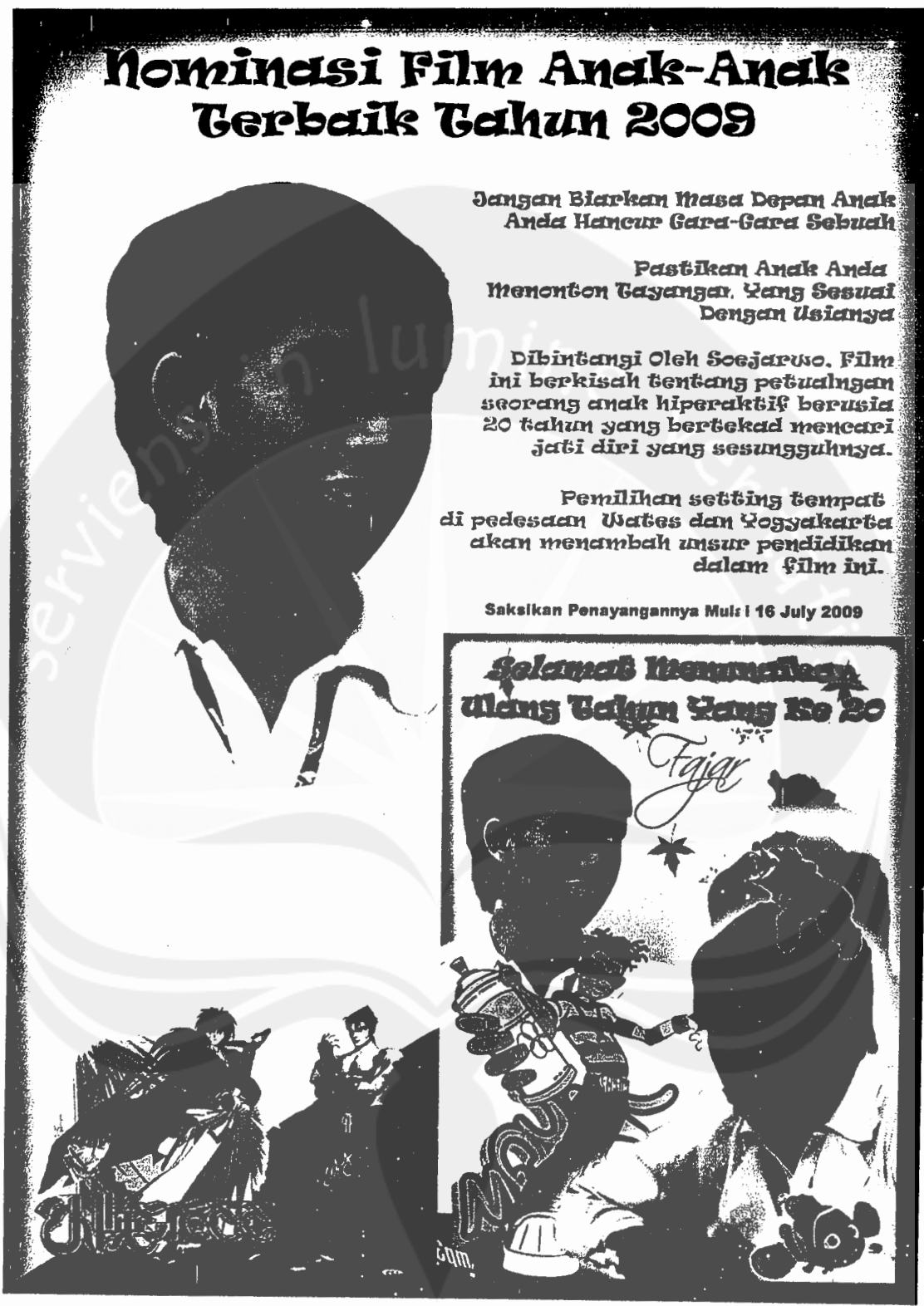
Dibintangi Oleh Soejarwo. Film
ini berkisah tentang petualangan
seorang anak hiperaktif berusia
20 tahun yang bertekad mencari
jati diri yang sesungguhnya.

Pemilihan setting tempat
di pedesaan Wates dan Yogyakarta
akan menambah unsur pendidikan
dalam film ini.

Saksikan Penayangannya Mulai 16 July 2009

**Selamat Memperingati
ulang Tahun Yang Ke 20**

Fajar



Anna Purwaningsih, SE., M. Si. *Cocok Jadi Penasehat*

Oleh : Soedrajad Dewantoro

Baru-baru ini santer terdengar gosip bahwa Ibu Anna Purwaningsih akan segera dipinang oleh ketua Pusat Studi Kewirausahaan Universitas Atma Jaya, Ibu Shellyana Jusedi, untuk dijadikan penasehat teknik, umum, sekaligus penasehat spiritual.

Seperti biasa, dosen yang terkesan enggan memberikan *statement* bagi media masa ini selalu tertutup terhadap semua aktivitasnya, termasuk penunjukkan beliau sebagai tim penasehat pribadi Pusat Studi Kewirausahaan.

Namun, menurut sumber yang patut dipercaya, Ibu satu orang anak laki-laki memang memiliki kemampuan-kemampuan tertentu, terutama kemampuan

*public speaking*nya. Hal ini terbukti daribanyaknya jam terbang beliau menjadi pembicara, baik di dalam kota Yogyakarta maupun luar kota Yogyakarta. Beliau pernah menjadi pembicara bagi Ibu-ibu PKK tentang pentingnya kesehatan, selain itu beliau juga menjadi pembicara di berbagai lingkungan, sehubungan dengan masalah-masalah sosial.

Menurut penuturan salah seorang mahasiswa Atma Jaya yang enggan disebutkan namanya, Bu Anna adalah sosok yang sangat dibutuhkan pada saat kondisi-kondisi tertentu, terutama saat *under pressure*.

Bukti otentik lain menyebutkan bahwa dosen pengampu mata kuliah akuntansi ini justru lebih memilih memperdalam pengetahuannya tentang perpajakan ketimbang menjadi seorang penasehat.

Masih dari sumber yang sama, menurut beliau, supaya di Indonesia tidak terjadi semacam kecurangan seperti yang di lakukan oleh korporatokrasi besar seperti Enron, maka seorang ahli pajak sungguh-sungguh dibutuhkan di negara ini.

Bu Anna Purwaningsih dan Pam

Bila kita tilik lebih jauh tentang Pam yang akhirnya keluar sebagai juara dalam *business development competition* yang diselenggarakan oleh Muncul Group dan Puswiara, ternyata muncul seorang tokoh penting di balik semua itu.

Nama Ibu Anna Purwaningsih disebut-sebut sebagai sosok yang selalu memberi dukungan kepada tim Pam melalui doa (terlihat pada gambar samping).

Namun, pada saat konferensi pers beliau mengaku bahwa Pam masih memiliki beberapa titik kelemahan, salah satunya adalah arogansi para anggota tim selama presentasi berlangsung.

Terlepas dari itu, beliau sangat senang bahwa akhirnya tim unggulannya yang keluar sebagai pemenang.

Religius, sabar, dan tenang !!!

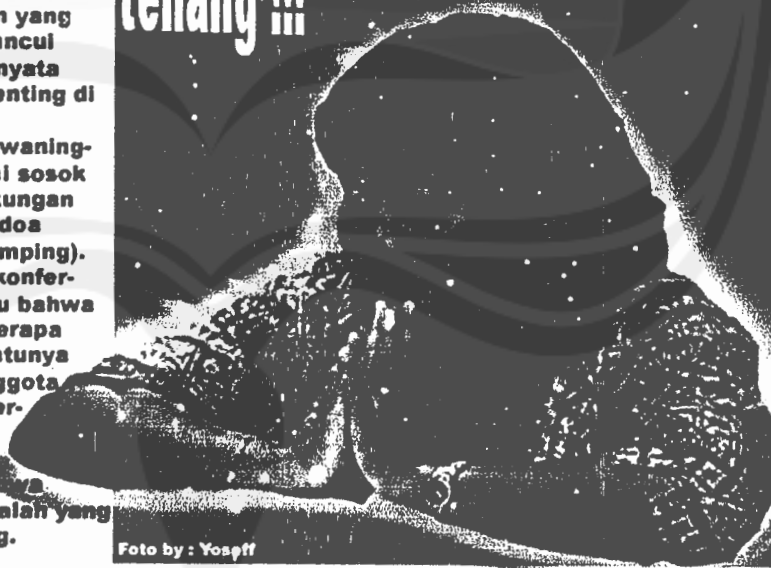


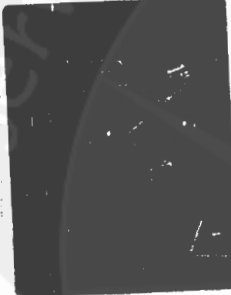
Foto by : Yosoff

☆ JUNE 12, 2008 ☆ ☆ ☆ ☆ ☆ ☆ ☆ ☆ ☆ ☆



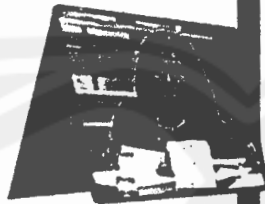
Terkesan Dengan MOTTO COFFEE

Juri yang satu ini mengaku sangat terkesan dengan ide bisnis yang dibuat oleh Peter Ryan yang dinilai kreatif. Kekreatifan itu terlihat dari logo yang diadopsi dari logo starbuck dan ide bisnis ini diberi judul Mootto Coffee. "Ini adalah logo dan nama yang sangat kreatif"



Sempat Pusing Saat Grand Final
but, Show Must Go On

Karena jam terbang yang sangat tinggi, Bu Retno Sarosa sempat mengalami sakit kepala saat penjurian Grand Final. Tetapi hambatan seperti itu tidaklah menjadi hambatan, buktinya beliau tetap menjalankan tugas sebagai juri maupun panitia acara hingga acara benar-benar selesai.



*Juri-Juri Handal
Muncul Group
Membutuhkan Tingkat
Kejelian Yang Tinggi!*



Unlimited edition



Tiket Terbatas

Event	Tirn	Kode	Artis
Studentpreneurship Challenge Total Hadiah 7,7 Juta Harga Tiket Luar Atma : Rp 50.000,- Atma : Rp. 10.000,-	AFM	0801	Ryan
	Gemilang	0802	Iyas
	Trident	0803	Lay
	Pam	0804	Pitiq
	Motto Coffee	0805	Peter

one stop documentation



Acara ini terselenggara atas kerjasama :



MUNCUL GROUP

PUSWIRA



Universitas Atma Jaya Yogyakarta

WINNING Team

Iwan Soetrisno dan Martin dengan sabar menunggu giliran berikutnya untuk presentasi. Sambil menunggu, mereka memikirkan strategi apa yang hendak dijalankan nantinya saat presentasi



"Saya benar-benar tidak tahu apakah presentasi saya baik atau tidak. Yang saya tahu adalah bekerja semaksimal mungkin", demikian keterangan Christian seperti yang dikutip detik dot com.

Cerdas Cemas



Salah seorang anggota tim Pam ternyata penggemar berat film Spider Man

"Resanya hingga sekali berada dihadapan 20 orang penonton, apalagi berdiri sebagai juara, bukan pusing-pusing. Terima kasih buat semua pihak yang telah membantu"



© inter.it

kemenangan Pam dalam business plan competition diikuti oleh internasional Milan yang menjuarai scudetto tiga kali berturut-turut.

Zlatan Ibrahimovic mengaku sangat bahagia dan terharu, karena setelah penantian panjang akhirnya yang keluar sebagai pemenang adalah Pam.

Look At These



Menerima reward, trofi, dan piagam langsung dari pemilik Muncul Group merupakan sebuah pengalaman yang tidak akan terlupakan. Ditambah lagi, Pam merupakan satu-satunya finalis yang mendapat komentar langsung dari Pak Soekeno. Benar-benar "luar biasa." "Terima kasih untuk Muncul Group khususnya buat Om Keno, makasih hadiahnya"

Selamat Menikmati
Ulang Tahun yang ke 20

Fajar





serviens in lumine veritatis

LAMPIRAN II

DAFTAR PERTANYAAN
WAWANCARA

Daftar Pertanyaan Wawancara

1. Aspek Teknis

a. Calon Pemilik

- Alasan apa yang membuat anda ingin merealisasikan bisnis ini?
- Hambatan apa yang anda temukan dalam merealisasikan bisnis ini?
- Bagaimana anda menetapkan struktur organisasi, apabila bisnis ini benar-benar berjalan? Struktur organisasi tetap dipertahankan seperti semula atau akan terus berubah seiring perkembangan bisnis anda?
- Apakah sejauh ini anda sudah bisa memprediksi siapa calon pesaing anda?
- Apa fungsi utama dari produk ini?

b. Perusahaan *Digital Printing*

- Proses apa saja yang diperlukan untuk membuat sebuah majalah / buletin?
- Berapa biaya untuk mencetak *full color* di bidang cetak A3?
- Berapa biaya untuk melaminasi?
- Berapa biaya untuk proses binding?
- Apakah harga-harga tersebut bisa lebih rendah?
- Adakah produk seperti contoh produk ini (menunjukkan contoh produk *Personal art magazine*) yang dicetak di sini?

c. Desainer Grafis

- Bagaimana tanggapan anda terhadap desain contoh produk ini?
- Apakah anda tertarik untuk membuat produk semacam ini?
- Menurut anda, apa yang menjadi keunggulan dari produk ini?
- Apa kendala dalam membuat produk semacam ini?
- Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk membuat produk ini?
- Apakah dengan biaya sebesar ±Rp 75.000,- anda berminat untuk memproses produk ini?

2. Aspek Pasar

- Apakah anda tertarik terhadap produk *Personal art magazine ini?*
- Apakah anda tertarik untuk membeli produk ini?
- Alasan apa yang membuat anda ingin membeli produk ini?
- Apabila anda tertarik membeli produk ini, untuk apa produk ini akan anda gunakan? (sebagai hadiah, koleksi pribadi, dll)

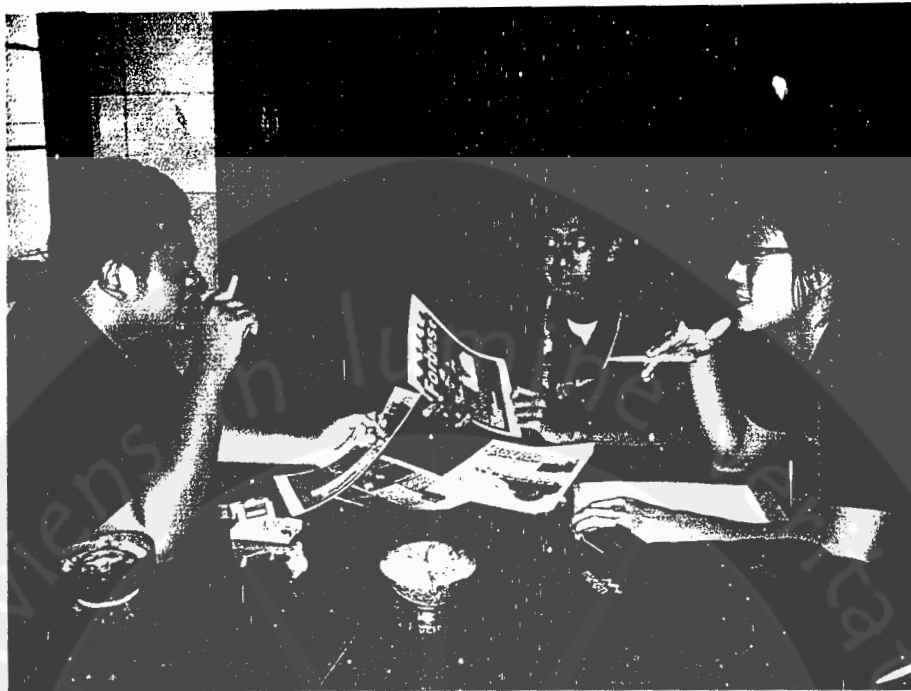
3. Aspek Finansial

- Apakah anda tertarik terhadap produk *Personal art magazine ini?*
- Dari segi finansial, apakah bisnis ini membutuhkan banyak modal?



LAMPIRAN III

FOTO INTERVIEW, OBSERVASI, dan
FGD



Keterangan : Suasana interview dengan dua orang desainer grafis. Albert Louis Seubelan (kiri berbaju hitam) dan Mahesa Krishna Raditya, *client service* Micca Design & Packaging(tengah).



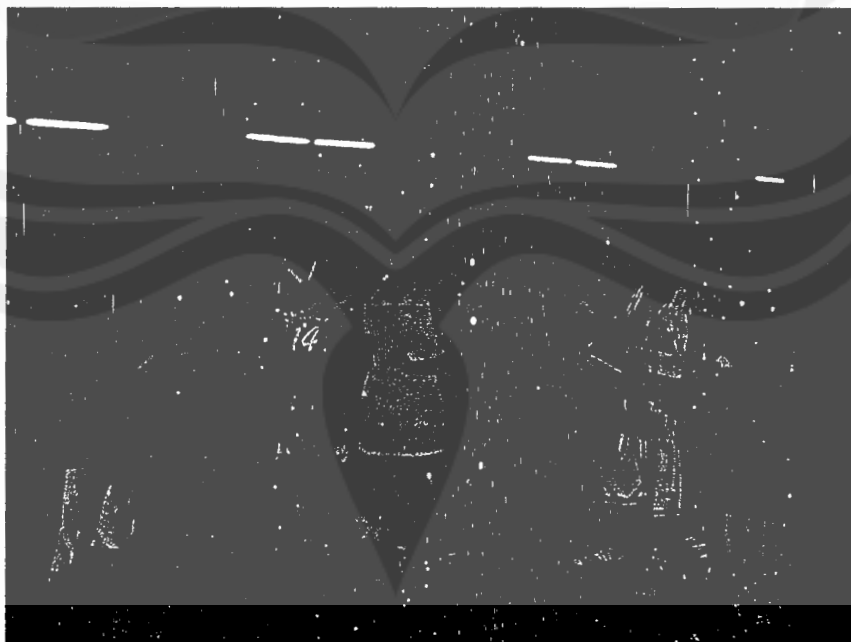
Keterangan : Desainer dari Buana Grafika sedang mengamati contoh produk *Personal art magazine*



Keterangan : Toko alat tulis Roekoen, Jl. Ibu Ruswo 22, Yogyakarta. Merupakan tempat penjualan alat-alat tulis yang akan dijadikan sebagai lokasi bisnis *Personal art magazine*.



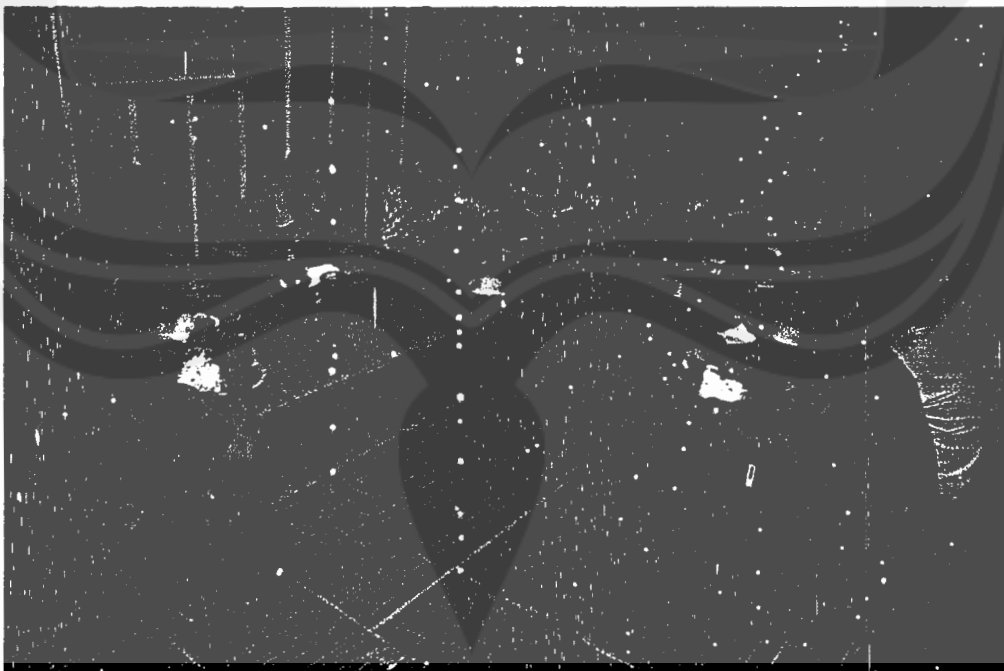
Keterangan : Tiga orang penggemar *fitness* di HBP *Fitness Center*, Jl. Laksda Adi Sucipto Km 6.5 No. 31, sedang mengamati produk *Personal art magazine*. Mereka sangat tertarik terhadap produk tersebut karena bisa memotivasi diri sendiri dan orang lain.



Keterangan : Tim basket FTI UAJY sedang mengamati produk *Personal art magazine*.



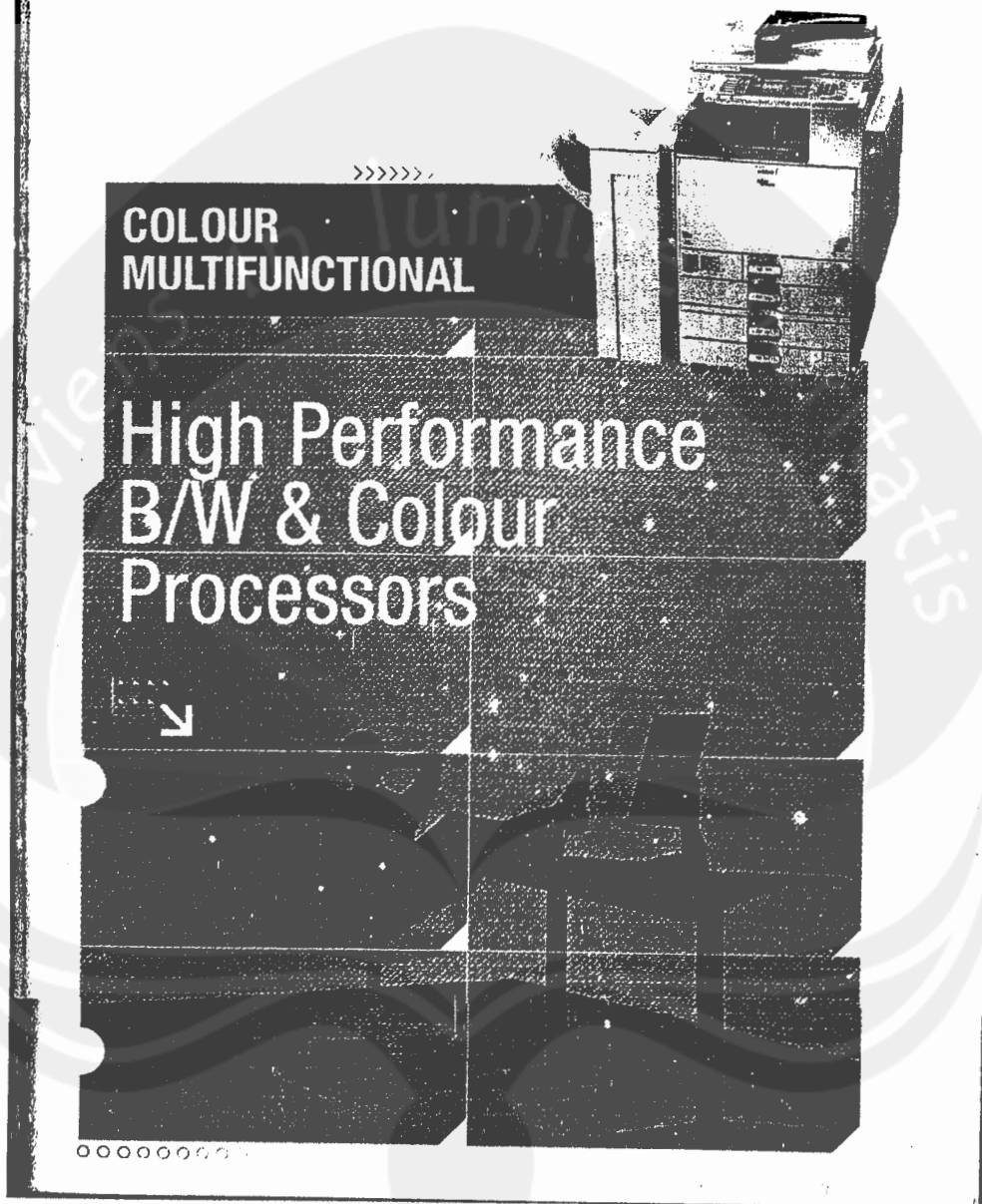
Keterangan : Suasana saat dilangsungkannya FGD (*Focus Group Discussion*). Foto by : Yoseff Cafasso



Keterangan : Suasana makan malam. Beberapa saat setelah dilangsungkannya FGD (*Focus Group Discussion*). Foto by : Yoseff Cafasso


RICOH

Aficio MP C2500/MP C3000



COLOUR
MULTIFUNCTIONAL

High Performance
B/W & Colour
Processors



»»»»»

↘

○○○○○○○○○

Keterangan : Mesin cetak *digital printing* merek RICOH dengan tipe Aficio MP C2500 /
MP C3000 dengan harga ± Rp 98 juta.