

B-MAGZ

BUSINESS MAGAZINE



EDISI 1 . JUNI 2018 . MAJALAH ENAM BULANAN



LET'S START DOING BUSINESS

Memulai Bisnis
untuk “Menolong”
Negara

Bonus demografi,
berkah atau musibah
dalam dunia bisnis?

TIM PENYUSUN

Pelindung :

- Prof. Dr. Dian Agustia, SE., M.Si., Ak.

Penanggung Jawab :

- Rizky Ananda Putra

Pembimbing:

- Ridhwan Hidayat

- Shinta Bella

Mentor:

- Nuri Hermawan

- Deviana Wahyuningtyas Utomo

Ketua Tim redaksi:

- Deviana Wahyuningtyas Utomo

Layouer:

- Yustafad Yaniel Anwar

- Virliana syifa'ur rosyidah

Penulis:

- Indria Ramadhani

- Ivan Gunawan

- Karimah Tri Lestari

- Nova Meliana Idfriani

- Moh. Afif Luthfan Dzaki

- Salsabila Rif'at Hidayat

- Siska Tri Masruroh

HALAMAN SAMPUL	1
DAFTAR ISI	2
SALAM REDAKSI	3
SALAM DEKAN	4
FOKUS UTAMA	5
KABAR BISNIS	9
POTRET BISNIS	14
KIPRAH BISNIS	16
KARYA BISNIS	18
INOVASI BISNIS	20
ALUMNI SUKSES BISNIS	22

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Salam Semangat!

Sengaja pekikan pembangkit semangat ini kami serukan di awal perjumpaan. Alhamdulillah, B-Magazine Edisi Perdana Fakultas Ekonomi dan Bisnis telah terbit.

Puji syukur kami ucapkan kehadiran Allah SWT. Atas limpahan rahmat-Nya B-Magz FEB Edisi Perdana dapat terbit tepat waktu. Shalawat dan salam semoga selalu tercurah bagi Rasulullah SAW, teladan dan hyadah terbaik sepanjang zaman.

Terbitnya edisi pertama majalah ini menjadi jawaban atas rasa lelah yang dirasakan selama beberapa lama yang berubah menjadi kepuasan yang mendalam bagi kami. Akhirnya, kerja keras kami dapat terwujudkan melalui terbitnya majalah ini. Rasa bangga dalam diri kami selaku mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis menjadi berlipat ganda. Meskipun untuk yang perdana, akhirnya kami berhasil menerbitkan sebuah majalah yang sesuai dengan keinginan dan harapan kami. Tentunya pula, kami harapkan menjadi harapan dari seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Hidup adalah pilihan. Dimana setiap pilihan mengandung risiko dan keuntungan. Setiap risiko akan membawa kerugian dan setiap keuntungan bisa saja membawa pendapatan. Setiap orang menginginkan keuntungan tinggi dengan risiko rendah. Tetapi hal tersebut berkebalikan dengan prinsip berbisnis. Karena itulah beberapa orang merasa takut untuk memulai suatu bisnis. Disini kami ingin memberikan solusi, tips and tricks, dan pengalaman menarik seputar dunia bisnis yang digeluti mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Atas dasar itu, B-Magz pada kesempatan kali ini mengusung tema "Let's Start Doing Business".

Majalah yang ada di tangan pembaca ini merupakan karya mahasiswa yang tergabung dalam B-Magz FEB. B-Magz ini merupakan wadah kami untuk berkarya. Ini merupakan awal kami untuk menyalurkan ide dan gagasan melalui sebuah tulisan. Sudah diketahui bahwa tulisan, selain menjadi wadah berkarya, juga menjadi media tepat untuk menyampaikan sebuah gagasan.

Majalah ini menjadi sebuah bentuk apresiasi kami dalam meningkatkan wawasan dan pengetahuan mahasiswa di fakultas tercinta ini. Melalui pembuatan majalah ini, kami berharap dapat mengambil peranan dalam upaya peningkatan minat baca yang dimiliki oleh mahasiswa. Aamiin.

Terima kasih kami ucapkan untuk semua pihak terkait. Kekurangan dan kesalahan dari penulisan majalah mungkin masih banyak terlihat di sana-sini. Maka dari itu, kritik dan saran yang membangun sangat kami harapkan untuk membenahi kekurangan dan kesalahan kami dan menjadikannya lebih baik. Semoga informasi yang kami sajikan dapat bermanfaat bagi civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Demikian salam sapa dari kami. FEB Satu, Airlangga Jaya!!!!

Wassalamu'alaikum Wr.Wb



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT. karena atas berkat rahmat dan hidayah-Nya B-Magazine Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga ini dapat diselesaikan dengan baik. Ini adalah suatu kebanggaan dan kehormatan bagi saya untuk memperkenalkan majalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga pada para mahasiswa lainnya. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga telah mampu menghasilkan mahasiswa yang unggul, mandiri, inovatif, dan berkarya secara profesional baik dalam skala nasional maupun internasional dalam bidang ekonomi berdasarkan moral agama. Tema yang diangkat dalam edisi perdana kali ini pun telah memberikan identitas kepada para pembaca, dimana B-Magazine ini dibuat oleh sekumpulan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Tema yang diangkat kali ini adalah "Let's Start Doing Bisnis". Harapannya dari majalah ini adalah untuk meningkatkan minat, kreativitas, dan inovasi para mahasiswa untuk dapat memulai berbisnis sejak dini. Selain itu juga memotivasi para mahasiswa yang mulai merintis bisnisnya dan dapat memberikan orientasi ke depannya agar bisnis yang dirintis dapat berjalan secara terus-menerus sehingga mampu memberikan keuntungan dan manfaatnya bagi orang-orang di sekitar.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surabaya, 23 April 2018
UNIVERSITAS AIRLANGGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Dekan,

Prof. Dr. Hj. Dian Agustia, SE., M.Si., Ak.

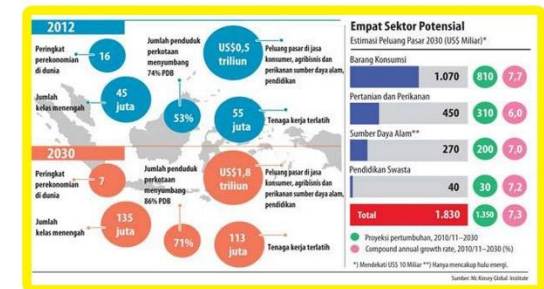
Memulai Bisnis untuk "Menolong" Negara

DIPERKIRAKAN sekitar awal tahun 2020, dewasa awal yang berusia 20 hingga 40 tahun akan mendominasi pasar kerja. Angka natalitas yang tinggi pada era baby boom, membuat ledakan penduduk pada abad ini tidak terbendung. Hal ini dapat menjadi peluang sekaligus ancaman kita sebagai generasi muda yang turut njamani pada masa yang disebut-sebut bonus demografi. Apabila dapat memanfaatkan tenaga yang berlimpah ini, Indonesia akan jadi negara superpower layaknya China atau menjadi collapse terlalu banyak tenaga penganggur.

Generasi Millennial yang lahir sekitar tahun 90-an hingga sekarang adalah orang-orang yang harusnya memegang kendali roda ekonomi negara pada era bonus demografi. Kitalah yang menanggung jaya atau suramnya perekonomian yang terjadi pada era itu. Sayangnya, 40 persen dari total generasi ini masihlah berpendidikan SD dan kurang dari 20% berpendidikan Sarjana. Sehingga dapat diprediksi, mayoritas angkatan kerja Indonesia adalah unskilled labor alias tenaga kerja tak berpendidikan. Apabila mayoritas angkatan kerja adalah angkatan yang tidak berpendidikan, tentunya akan jadi masalah dalam pergerakan roda perekonomian. Khususnya pada era digital saat teknologi mulai menggantikan tenaga kerja tak terdidik. Tentunya, bukanlah tenaga tak terdidik yang bisa menggerakkan start-up yang mulai bermunculan di Indonesia. Lantas, bagaimanakah cara kita untuk mengatasi masalah ini?

Indonesia perlu meneladani China dan Jepang dalam memanfaatkan populasinya untuk menggerakkan roda perekonomian. Hiroshima yang merupakan diluluh-lantakkan pada tahun 1945, harusnya membuat perekonomian Jepang anjlok, mengingat kota tersebut adalah pusat penelitian Jepang. Namun, hal ini dipatahkan Jepang pada tahun 60-an dengan tergesernya Ford oleh Toyota di pasar Amerika.

Hal ini disebabkan oleh fase baby boom berhasil dimanfaatkan oleh Jepang pasca perang dunia ke dua. Infrastruktur dan pendidikan difasilitasi penuh oleh pemerintah Jepang serta budaya kaizen alias perbaikan perlahan yang digemborkan kepada masyarakatnya. Rasa nasionalisme yang tinggi penduduk juga membantu percepatan dalam pembangunan.



China pun demikian, penduduknya yang lebih dari 1 miliar jiwa tidak membuat ia collapse oleh angka penganggur. Kesempatan bisnis dibuka besar-besaran oleh pemerintahnya. Bisnis domestik sangat diproteksi dengan meminimalkan angka impor dan meninggikan hambatan pengusaha manca negara untuk masuk ke pasar. Hal ini juga didukung oleh jiwa pedagang penduduk China yang sudah terhitung turun-temurun. Kini, China menjadi negara dengan GDP tertinggi di seluruh dunia karena pemanfaatannya terhadap sumber daya manusia.

Selama ini, kita banyak bergantung dari sektor minyak dan gas dalam perekonomian. Terbukti, sektor migas merupakan sektor dengan pemasukan tertinggi kedua dalam PDB negara. Padahal, migas bukanlah sektor yang dapat digantungkan dalam jangka panjang. Hal ini disebabkan karena migas bukan hal yang dapat di produksi dengan cepat dan mudah. Oleh karena itu, kita perlu menggiring perekonomian kita pada industri yang dapat berkelanjutan serta memanfaatkan unskilled labor yang kita miliki dalam jumlah besar. Apabila tidak, akan terjadi pengangguran massal yang banyak berdampak buruk bagi sektor sosial.

Pengangguran yang tidak diatasi akan menimbulkan masalah sosial di masyarakat, mulai dari kriminalitas, turunnya minat terhadap pendidikan, dan meningkatnya prostitusi. Contohnya, Afrika Selatan yang memiliki tingkat pengangguran sejumlah 26% pada tahun 2018. Penduduk mereka rela untuk melakukan "jual diri" hanya demi sesuap nasi. Tentunya apa-

bila hal ini menjadi keterpaksaan, hal-hal yang menyimpang selainnya pun akan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan. Jalan-jalan pintas seperti berjudi, menjual narkoba hingga perampokan pun akan menjadi marak terjadi. Sektor Bisnis dan Industri merupakan salah satu peran yang dapat diambil oleh tenaga terdidik untuk menciptakan lapangan kerja untuk era bonus demografi. Skilled labor yang terbatas di Indonesia tidak bisa sekadar menunggu dan bersaing untuk merebut kursi yang disediakan oleh pihak lain. Apabila kita hanya mengandalkan lapangan kerja yang disediakan pemerintah dan swasta, tentu laju pertumbuhan penduduk akan jauh mengalahkan ketersediaan lapangan kerja. Dan berujung pada krisis yang mengenai seluruh lapisan masyarakat. Memulai bisnis sejak dini merupakan salah satu langkah yang bisa kita ambil sebagai tenaga terdidik untuk mencegah masalah ini datang di kemudian hari. Pastinya, dengan membuka lapangan pekerjaan kita juga turut serta membantu pemerintah dalam menyongsong suksesnya pemanfaatan era bonus demografi. Hal ini telah dibuktikan salah satu start-up digital yang baru-baru ini exist di Indonesia.

Menurut survey BPS tahun 2017, terhitung pengangguran di Indonesia turun sebanyak 508.000 orang. Sekitar 200.000 diantaranya adalah mitra salah satu start-up ojek online di Indonesia, Go-Jek. Selain menyelesaikan masalah ojek pangkalan yang menghabiskan 70% waktu kerjanya untuk menunggu, ia juga menyelesaikan masalah pengangguran tak terdidik di Indonesia. Sebabnya, mengemudi tidak memerlukan ijazah SMA ataupun Sarjana.

Tentu tak hanya driver ojek yang merasakan manfaatnya. Kehadiran Go-Jek yang menyediakan fitur selainnya seperti Go-Food juga turut mengencangkan sabuk industri PKL dan Makanan. Dilansir dari artikel industri.bisnis.com, ada sekitar 35.000 mitra Go-Food yang sudah bekerja sama dan tersebar di 15 kota yang ada di seluruh Indonesia. Tentu tak hanya driver ojek yang merasakan manfaatnya. Kehadiran Go-Jek yang menyediakan fitur selainnya seperti Go-Food juga turut mengencangkan sabuk industri PKL dan Makanan. Dilansir dari artikel industri.bisnis.com, ada sekitar 35.000 mitra Go-Food yang sudah bekerja sama dan tersebar di 15 kota yang ada di seluruh Indonesia.

Bonus Demografi Menyongsong Indonesia Emas 2045

BONUS DEMOGRAFI: kondisi saat struktur penduduk didominasi oleh kalangan usia produktif.

Terjadi antara 2020 - 2035

Sumber data: BKKBN

Terjadi **HANYA SEKALI** dalam sejarah sebuah bangsa

BERSIAP jelang Bonus Demografi

1. Kualitas Pendidikan
2. Lapangan kerja berkualitas
3. Tabungan Kelangka
4. Program Kelangka Berencana
5. Penerimaan masuk Pasar Kerja

Jendela Peluang Proyek terjadi selama 10 tahun (2020-2030) dengan angka ketanggungan sebesar 44 per 100. Berubah menjadi 4 tahun (2020-2024) karena tingkat fertilitas stagnan. Angka ketanggungan 47 per 100.

Gagal bila

1. Tingkat kelahiran belum dapat diburukan
2. Pemasok "BERSIAP" tidak terpenuhi.

#BKKBN #harganas

Pemerintah pun banyak memberikan dukungan bagi masyarakat yang memiliki jiwa entrepreneur namun memiliki keterbatasan modal. Hal ini dibuktikan dengan adanya Kompetisi Program Kreativitas Mahasiswa serta Program Mahasiswa Wirausaha yang banyak disebarluaskan di dunia perkuliahan. Tentu pemerintah berharap, banyak mahasiswa yang nantinya akan jadi pemilik usaha yang turut menggerakkan dunia perekonomian.

Dilansir dari beritasatu.com, ada lagi program yang didukung oleh Kemenlu (Kementerian Luar Negeri) dengan menggandeng salah satu organisasi pemuda bernama IYP (Innovative Youth Project) yang diselenggarakan sejak tahun 2011. "Saya mengapresiasi atas terselenggaranya acara ini yang merupakan forum kreativitas dan networking para wirausaha muda terkemuka Indonesia, khususnya para peserta program Outstanding Student for The World (OSTW) 2016", kata Agus, Sekretaris Kementerian Koperasi dan UKM.

Tentunya, tak ada lagi alasan bagi kita tidak memulai wirausaha sejak dini. Selain ada dukungan penuh dari pemerintah, Indonesia juga sedang membutuhkan peran-peran kita sebagai generasi terdidik untuk turut menggerakkan roda perekonomian dan mengatasi pengangguran. So, apalagi alasan untuk tidak memulai usaha, guys? (**Danang Rizky Nugroho**)



Bonus Demografi, Berkah atau Musibah dalam Dunia Bisnis?

SYAFIRA Refora Danindyia atau yang biasa disapa Syafira lahir di Kota Agung-Lampung, 22 Mei 1998. Ia memulai bisnisnya di bidang fashion yaitu, hijab. Hijab kini tak hanya menjadi kewajiban semata untuk muslimah tetapi sebagian sudah menjadikannya tren yang dipadupadankan dengan outfit yang mereka gunakan.

Di umurnya yang baru menginjak 19 tahun tidak menyurutkan tekadnya untuk serius dalam berbisnis. Berbisnis tidak sekedar ikut-ikutan tetapi berkaitan dengan passion dan ada niat yang kuat untuk menjalankannya.

Syafira mendirikan brand local "Shaveoda" berdiri sejak tahun 2014. Pada awalnya ia berjualan kaos kaki dan hijab, saat itu berawal dari keisengannya ia berjualan dua lusin kaos kaki di lingkungan sekolah dan ternyata mendapat respon pasar yang sangat bagus hingga selama dua hari habis terjual, akhirnya dengan mendapat modal senilai Rp.300.000 dari orang tua dan balik modal dengan waktu satu minggu saja, shaveoda mulai menjual 9 lusin kaos kaki secara reseller dari motif yang bercorak dan polos serta terus berkembang sampai stok berkisar 30 lusin hingga beromset 5 juta dalam 6 bulan pada saat itu, Pada saat itu pemasaran dilakukan melalui instagram, grup BBM, car free day dan juga cash on delivery.

Tahun 2015 awal, ia mulai menjual hijab segi empat rawis sejumlah dua lusin dengan sistem reseller dari agen, namun pada saat itu selama dua tahun jilbab yang terjual hanya ada 6 buah karena kurangnya respon pasar, sehingga pada saat itu shaveoda lebih berfokus pada penjualan kaos kaki saja yang divariasi. Pada tahun 2015 pertengahan, keadaan pasar mulai melesu

karena konsumen bosan dengan kaos kaki dan pada saat itu shaveoda memutuskan untuk rehat selama satu tahun karena owner memprioritaskan urusan studi ke jenjang yang lebih tinggi, penjualan kaos kaki dihentikan dan Shaveoda sekarang menjadi brand local hijab.

Nama Shaveoda terinspirasi dari akronim dari nama owner sendiri yaitu Syafira Refora Danindyia, karena dengan nama tersebut menggambarkan identitas dan sesuatu yang telah dirintis dari awal. Penurunan terbesar pada tahun 2015 ketika shaveoda memutuskan vakum karena owner fokus untuk persiapan kuliah. Saat itu hampir setahun tidak ada penjualan dan karena misscom dengan penjahit. Shaveoda pernah sebulan hanya menjual jilbab sisa stock saja dan hanya meraup omset Rp 1juta dalam dua bulan karena liburan dan pindah sementara ke Surabaya. Hal tersebut berbeda ketika shaveoda intensif berada di Surabaya dan meraup omset 10juta/bulan.

Dilansir dari goukm.id tahun 2020-2030 adalah puncak bonus demografi di Indonesia akibat dari besarnya proporsi penduduk produktif (rentang 15-64 tahun) dibandingkan dengan penduduk usia non produktif (< 15 tahun dan > 65 tahun). Jumlah penduduk Indonesia memang dari tahun selalu meningkat. Bahkan, Badan Perencanaan

Pembangunan Nasional (Bappenas) memproyeksikan jumlah penduduk Indonesia pada 2030 bisa mencapai 305,6 juta jiwa. Jumlah ini akan meningkat 28,6% dari tahun 2010 yang sebesar 237,6 juta jiwa. Menanggapi issue bonus demografi banyak ancaman yang justru bisa menjadi pintu bencana apabila kita kurang perhatian terhadap upaya peningkatan kualitas SDM, semakin sempitnya lapangan pekerjaan, dan juga pengangguran semakin banyak. Shaveoda tidak hanya ditangani sendiri oleh pemiliknya melainkan mempekerjakan orang untuk bagian pengiriman paket.

Adapun manfaat yang didapat dari bonus demografi yaitu dapat meningkatkan pendapatan penduduk yang memicu pada peningkatan konsumsi maupun pertumbuhan investasi atau tabungan serta dapat mengurangi tingkat ketergantungan, mendorong produktivitas dan menjadi sumber pertumbuhan ekonomi. Seiring berjalannya waktu, bisnis ini akan berkembang dan membutuhkan investasi. Diharapkan dari adanya bonus demo-

Bonus demografi itu dapat dimanfaatkan dengan baik dengan bekerja. Namun, bila tidak bekerja maka bonus demografi itu tidak bermanfaat bahkan dapat menimbulkan bahaya. Oleh karena itu, menurut Sugiarto (Kepala Badan Perencanaan dan Pengembangan Ketenagakerjaan Kementerian Ketenagakerjaan), untuk dapat bekerja secara optimal setidaknya ada empat bidang garapan yang harus dilakukan.



Bidang garapan pertama adalah melindungi penduduk yang sudah bekerja dapat terus bekerja. Kedua, bagaimana membuka kesempatan kerja agar angkatan kerja baru memperoleh tempat untuk bekerja. Ketiga, memfasilitasi penduduk yang bekerja terus bekerja dan memiliki produktifitas yang tinggi. Keempat, menyiapkan angkatan kerja baru agar memiliki kompetensi yang tinggi sesuai dengan permintaan pasar tenaga kerja. Jadi itu lah beberapa cara agar bonus demografi bisa optimal. (Salsabila Rif'at Hidayat)

"Bisnis sesuai passion, jangan sekedar ikut-ikutan"
-Syafira Refora-



Tanggal	Event	Info
12 Maret - 28 Mei (Pendaftaran)	EBC (Economic Business Competition) "Bangkitkan Entrepreneur Muda untuk Memajukan Perekonomian Indonesia"	bit.ly/EBCAKMAPESA2018
15 April - 30 Juni (Pendaftaran)	Marketing Plan Competition "Digital Marketing for Creative Economy in Central Java"	IG : @mpc.2018
20 April - 5 Juni (Pendaftaran)	NAFTEX National Business Plan Competition "Create Your Innovation for a Better Indonesia"	IG : @naftex_abc
25 April - 9 Juni (Pendaftaran)	LKTIN "Eksistensi Generasi Muda Indonesia Sebagai Akselerator SDG's 2030"	IG : @hmp_ekstensi
20 April - 20 Mei (Pendaftaran)	Shariah Innovation Paper Competition "Optimizing Small Medium Enterprises for Indonesia Sustainable Development 2030"	IG : kseifeunnes
1 Mei - 30 Juni (Pendaftaran)	Diponegoro Business Case Competition "DeliveringImpacts Through Millennials with Creative Solution"	IG : MSAFEBUNDIP

(Indria Ramadhani)



No	Nama	Lama Usaha	Kategori Bidang Usaha	Medsos (Instagram)
1.	<u>Eliesa Chusnul Aulia</u> <u>Njisa Aslam Budjarum</u> <u>Nurul Hidayati</u> <u>Fawaiqotul Labibah</u> <u>Maghfirotn Nisa'ah</u> <u>Kyky awinda Harizatul</u> <u>Hasanah</u>	1 tahun	Fashion wanita	Cardys.id
2.	<u>Windah Alfianah</u>	1 tahun	Retailer	Suroboyototobag
3.	<u>Nunet.id</u>	1 tahun	Card Holder	Nunet.id
4.	<u>Reparasi dan jual beli</u> <u>sparepart laptop</u>	3-5 tahun	<u>Komputer dan Laptop</u>	<u>Rivendellcomp</u>
5.	<u>Syafira Refora</u> <u>Danindya</u>	3-5 tahun	<u>Industri Kreatif – Hijab</u>	<u>Shaveoda</u>
6.	<u>Salsabila Rifat Hidayat</u>	>5 tahun	<u>Olahraga, Rekber, Fashion</u>	<u>Cityfunstore</u>
7.	<u>Veny Melati Verdiana</u> <u>Avanda Ferlin Signori</u>	3-5 tahun	<u>Produk Perawatan Herbal</u>	Pomy.id
8.	<u>Dhevy Ulinnuha</u> <u>Sholichah</u>	3-5 tahun	<u>Kuliner - coklat</u>	<u>Dvlatchocolate</u>
9.	<u>Loebby Adama</u> <u>Nugraha</u>	1-2 tahun	<u>Kuliner – Kopi</u>	<u>Kokcoffeeoeb</u>
10.	<u>Nabilah Nur Azizah</u>	1-2 tahun	<u>Online Shop – Pakaian</u>	<u>Nunaastore</u>
11.	<u>Yasinta suci I</u>		<u>Kerajinan – Scrapbook, Mahar,</u> <u>Njambu Tiap Badoel</u>	<u>Scrapbooksurabaya</u> <u>Tjabbadoel.id</u>
12.	<u>Yuyun Silvi Ainnivah</u>		<u>Fashion</u>	
13.	<u>BATISTA ANUGERAH</u> <u>CRISTHO ONY</u> <u>PRATAMA</u>		<u>Agrobisnis Semut</u>	
14.	<u>Renita Kristiani</u>		<u>Fashion Wanita – Batik</u>	<u>nineneun</u>
15.	<u>Renita Kristiani</u> <u>Tria Rizky Ananda</u>		<u>Fashion – Outer</u>	<u>Outerejnr</u>

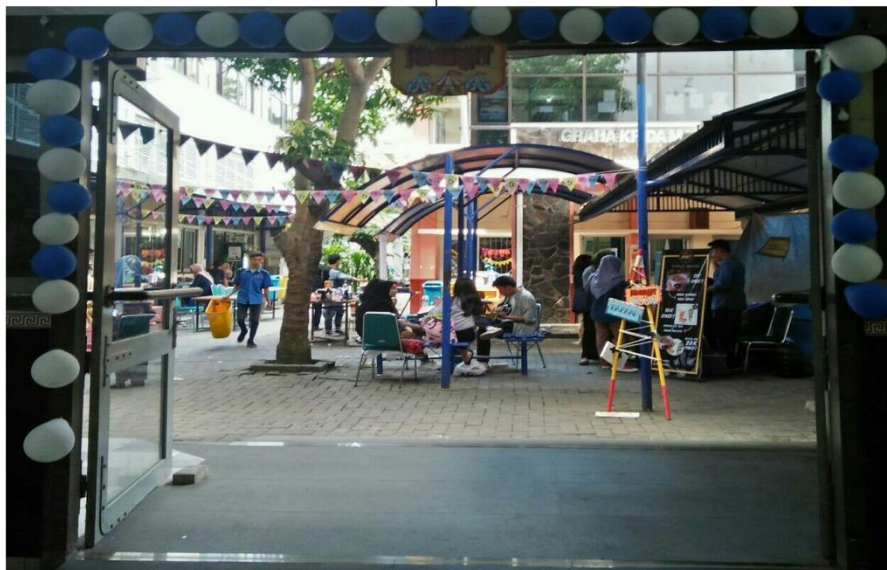
Sdb
SHAVEODA

NUNA
ANU

Ada yang Baru di FEB

Rabu (18/4), merupakan kegiatan perdana FEB Market x Gigs. FEB Market x Gigs sendiri merupakan acara kolaborasi BEM FEB departemen bisnis dan departemen Segi (Seni dan Olahraga). Acara perdana FEB Market x Gigs yang berlangsung mulai pukul 08.00 hingga 16.00 WIB bertempat di taman GKM mengusung tema Karnival. Ada 2 acara inti, yaitu open tenant / stand bazaar serta akustik performance.

Menurut Farhan Prinovanto (Management 2017) selaku ketua acara FEB Market menjelaskan, bahwasannya tema Karnival ini dipilih untuk menarik rasa penasaran mahasiswa FEB untuk berkunjung. Adapun tujuan dari diadakannya acara FEB Market, memfasilitasi mahasiswa FEB yang memiliki usaha dan juga mendorong kegiatan bisnis mahasiswa dengan cara membuka stand bazaar. Mahasiswa yang ingin berpartisipasi dalam membuka stand, ternyata memiliki persyaratan yang cukup mudah, cukup melakukan registrasi dan melakukan pembayaran,



Salah satu stand bazaar yang ikut berpartisipasi dalam acara FEB Market x Gigs adalah "Cicil" yang merupakan platform pembayaran untuk transaksi di online market place. Rizky Hanna Ekaputri, selaku ambassador Cicil merasa terbantu dengan adanya acara ini, karena menurutnya ia dapat bertatap muka secara langsung dengan calon user dan mengetahui budaya konsumsi mahasiswa FEB serta mengedukasi dan memperkenalkan "Cicil" kepada mahasiswa FEB UNAIR.

Selain FEB Market yang lebih bertujuan untuk sarana bisnis, Gigs sebagai wadah seni FEB juga memiliki tujuan. "Acara Gigs sendiri, merupakan wadah untuk mahasiswa FEB mengembangkan bakat musikalnya dan mengasah kepercayaan diri untuk tampil di depan umum." Jelas Aditya Rachman (Akuntansi 2017) selaku ketua pelaksana acara Gigs. Untuk dapat berpartisipasi, juga memiliki prosedur yang sama seperti stand bazaar. "Show of your passion from now" pesan aditya di akhir sesi wawancara.



Selain menjadi fasilitator untuk para pemilik bisnis dan peminat musik, Kolaborasi kedua acara ini, mencoba untuk menampilkan suasana baru GKM. Salah satunya, Yenny Novita Sari (Ekonomi Islam 2017), mahasiswi yang berkunjung dalam acara FEB Market x Gigs menganggap dengan diadakannya acara tersebut dapat meramaikan GKM FEB dan menjadi wadah untuk mahasiswa FEB mempermudah memasarkan produknya. Acara ini juga menambah semangat mahasiswa untuk berani dalam berbisnis dan nantinya dapat berpartisipasi dalam FEB Market ini. Menurut Yenny banyak stand-stand bazaar yang menarik, salah satunya "KPK coffee loeb". "Semoga acara FEB Market Gigs dapat lebih baik lagi dan rutin diadakan." tutur Yenny waktu ditemui saat acara berlangsung. (Indria Ramadhani)



serta pemilik usaha merupakan mahasiswa FEB UNAIR. Farhan juga menjelaskan dekorasi untuk persiapan acara memakan waktu yang cukup lama, apalagi acara ini baru pertamakali di adakan. Selain itu, produk yang di pasarkan dalam FEB Market kurang beragam dan kedepannya diharapkan minat mahasiswa untuk datang ke FEB Market dapat mengalami peningkatan. Bersangkutan dengan tujuan acara FEB Market Farhan berpesan "Jangan Takut untuk Memulai Suatu Bisnis."



**yapop
Surabaya**

Salah satu produk hasil mata kuliah kewirausahaan program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.

POTRET BISNIS

NUNA ANU

R 199.900

Outerelan

**JASA CUCI
SEPATU & TAS**

POPO
2 IN 1 BLOUSE

NJANG: 70CM • LD: 105CM (ALL)
BAHAN: WOLPEACH & TENUN

suroboyototobar

MENJALANKAN bisnis tidak semata untuk dapat keuntungan tapi juga untuk aksi sosial seperti mendayagunakan masyarakat seperti halnya yang telah di jalankan oleh Setia Dwi Ratna Rahmawati mahasiswi Manajemen Universitas Airlangga 2015 yang baru-baru ini ditunjuk sebagai mentor di School of Business ormawa WEBS.

Pada mulanya, ia memperhatikan konsumen ibunya yang meminta pelayanan sepaket baju sekaligus make up. Dari situ lah, ia mulai tertarik dan menambah skill make up yang telah menjadi hobbinya. Awalnya, ia merias calon wisudawan dan mendapatkan feedback positif. Lalu ia mengawali karier bisnisnya di tahun 2015.

"Make up is art, beauty is spirit." Slogan tersebut sudah menjadi prinsip dalam menjalankan bisnisnya sebagai free lancer make up artist. Ia juga telah mewujudkan cita-citanya yaitu untuk merias seorang bule yaitu mahasiswi exchange di UNAIR yang berasal dari Jerman.

Omset dari jasa make up ini tidak menentu dan cenderung musiman seperti musim kartinian, wisuda, pernikahan, dan untuk photo shoot. Jika waktu kartinian dapat menghasilkan omset sampai 4 juta dalam sehari. Untuk menjalankan jasa make up, kerugiannya kurang terlihat karena peralatan make up bukan barang sekali pakai dan dapat digunakan untuk berkali-kali.

Selain menyediakan jasa make up, ia juga menyewakan juga menjual kebaya dan baju baju adat. Ia mendesain sendiri kebaya dengan desain yang sedang trend dan menjahitkannya pada penjahit di daerahnya yaitu Tuban. Omset dari persewaan kebaya dan baju adat ini mencapai 5 juta/bulan.



Mendayagunakan Masyarakat

Sekaligus Menjalankan

"PASSION"

**"Time
for
Action"**

"Dapat menjadi MUA yang profesional, dikenal oleh semua kalangan, dan memberikan inovasi-inovasi baru dalam desain kebaya" adalah harapannya ke depan. Ia juga berprinsip, "Bisnis akan terasa mudah jika sesuai passion meskipun kadang rugi, itu semua tidak terasa."

Dalam pemasaran produknya sendiri, ia menggunakan media instagram dengan akun @bysetiadwiratna untuk jasa make up dan @kebaya.id untuk penyewaan kebaya. Dan juga ia membuka butik yang berada di daerah Tuban.
-Oleh : Setia Dwi Ratna R.

**"Make Up
is Art,
Beauty is
Spirit"**



BISNIS

TRAVEL MAHASISWA

M. YAFITS ZAKARIYYA mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Airlangga yang pada saat ini memasuki semester 8, Yafits memulai bisnis sejak SMP, ia teringat peristiwa ketika sedang jalan-jalan di pasar bersama ibunya, Yafits berkata kepada ibunya ketika besar nanti ingin menjadi bos karna bisa dengan santai-santai mendapat uang, ternyata untuk menjadi bos tidaklah semudah yang dikira.

Pada saat awal memulai bisnis ia menjual telur ayam, namun usaha itu gulung tikar karena pesaing menjual harga telur ayam dengan harga yang lebih murah.



Pada saat duduk di bangku smp ia menjual jangkrik yang modalnya didapat dari neneknya sebesar 150.000 rupiah belum sampai satu tahun usahanya menjual jangkrik akhirnya menjadi gulung tikar, Pada saat SMA Yafits tinggal di asrama sekolahnya, ia memulai usaha koveksi yang pasarnya adalah teman-teman sekolahnya yang tinggal diasrama sekolah. Pada awalnya ia menerima satu sampai dua pesanan akhirnya ia menerima banyak pesanan dan bisnisnya mulai berkembang hasil dari bisnis konveksinya dapat ia gunakan untuk biaya hidup kuliahnya.

Pada awal-awal masuk kuliah Yafits belum memiliki bisnis, lalu ia bergabung pada organisasi bisnis di FEB UNAIR yaitu WEBS, setelah bergabung di WEBS ada senior yang juga anggota WEBS mengajaknya untuk bisnis travel, kemudian ia merekrut temannya yang suka traveling karena mengetahui tempat-tempat yang menarik untuk dikunjungi dan mengetahui kondisi didalam lapangan.

“Suka duka dalam bisnis travel adalah dapat mengenal lebih banyak orang, sering jalan-jalan, dan menambah saudara” ujar Yafits, namun ketika mensurvei lokasi terkadang ia harus panas-panasan dan terkadang bisnis menyita banyak waktu kuliahnya. “Setiap orang harus menemukan role model, role model saya adalah mas aji yang membangun bisnis travel ketika masih kuliah” ujar Yafits. Ia berpendapat harus berkumpul dengan orang-orang yang positif agar menjadi pribadi yang lebih baik. - oleh : Ivan



SEBUAH KARYA PEMUDA

SATE TAICHAN KEBAKARAN

Satrya Aditya adalah mahasiswa Universitas Airlangga jurusan akuntansi, Sekarang ini satrya telah memasuki semester delapan. Satrya ingin memulai membuka restaurant sate taichan karena ia menyukai rasa sate taichan. Ketika ia ingin menyantap sate taichan ia pergi ke Jakarta untuk mencoba makanan kesukaannya tersebut. Satrya menilai di Surabaya belum ada sate taichan yang sesuai dengan selera. Pada tahun 2016 berbekal dari pengalamannya menjadi berrista di sebuah cafe ia akhirnya memutuskan untuk membuka restaurant sate taichan di Surabaya yang sesuai dengan selera. Sate taichan mempunyai pangsa pasar terbesar dari mahasiswa, karena mereka cenderung untuk mencoba sesuatu yang baru dan unik. Setelah berjalan sekitar dua tahun ada suka dan duka dalam menjalani bisnis. Bisnis tetap harus berjalan walaupun sedang sepi dan ketika sedang ramai merupakan suatu rezeki. Bisnis sate taichan Satrya memiliki omzet sekitar 9-12 juta rupiah per bulan. “Bisnis kuliner terkadang ada musimnya” ujar Satrya. Satrya memanfaatkan trend bisnis kuliner yang ada dengan membuka restaurant sate taichan.

Sumber : <http://blog.ei-kontechnology.com/menyikapi-perkembangan-teknologi-di-indonesia-saat-ini>



SEIRING kemajuan teknologi informasi dan zaman yang semakin modern, jual beli online atau biasa disebut online shop (olshop) memang sangat menjamur dan masih terus berkembang di Indonesia. Tidak hanya perusahaan-perusahaan besar yang mengembangkan bisnisnya melalui media online, banyak juga bisnis online yang dilakukan dan baru dirintis secara perorangan, mulai dari orang dewasa yang ingin berwirausaha hingga remaja yang ingin belajar bisnis atau sekedar menambah uang saku. Salah satu dari sekian banyak masyarakat yang memulai bisnisnya secara online adalah Siti Nur Ro'ikayah atau akrab dipanggil Ika. Perempuan kelahiran 15 Desember 1998 ini baru saja mencoba peruntungannya melalui olshop. Sebelumnya, Ika pernah mencoba berjualan pulsa, membuka jasa foto copy di rumahnya, dan berjualan sosis solo. Meski usahanya masih berjalan, menurutnya tidak ada kemajuan dan kurang menghasilkan keuntungan. Akhirnya, pada awal tahun 2018 ia memutuskan untuk berjualan via online.

Alasan yang mendorongnya untuk mulai berbisnis online tentu karena ia seorang mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis yang ingin belajar bisnis. Selain itu, ia ingin memiliki uang saku tanpa meminta orang tua, mengisi waktu luang, dan bisnis online dianggap lebih fleksibel karena bisa dilakukan di mana saja (cukup dengan gadget, kuota internet, dan jaringan internet yang bagus).

Dengan modal sekitar tiga ratus ribu rupiah saja yang didapat dari hasilnya berjualan pulsa dan sosis solo, Ika nekad mencoba bisnis baru tersebut. Produk yang dijual saat itu hingga kini masih sama, yakni kerudung-kerudung dengan berbagai jenis dan ukuran.

"Karena kan lingkungan sekitarku termasuk teman-temanku banyak yang berkerudung dan kebetulan ada kenalan supplier kerudung, jadi aku memutuskan untuk berjualan (kerudung) itu," ujar mahasiswa Ekonomi Islam Unair tersebut ketika ditanya alasan memilih kerudung sebagai produk penjualannya. Bisnis online yang dilakukan Ika seperti yang dilakukan kebanyakan orang, yakni menggunakan sistem pre order. Ika mempromosikan berbagai macam model kerudung melalui foto-foto yang ia bagikan di media sosialnya. Harga kerudung yang ditawarkan cukup terjangkau, mulai dari dua puluh lima ribu rupiah, tergantung bahan dan kualitasnya. Jika ada yang berminat, mereka bisa langsung menghubungi Ika dan memesan model yang diinginkan. Lalu, Ika meminta untuk mentransfer sejumlah uang sesuai harga ke rekeningnya dan beberapa hari kemudian barang akan sampai ke tangan pembeli.

Meski baru berjalan 3 bulan, bisnis online yang dijalankan Ika mulai nampak ada kemajuan. Dibandingkan dengan usaha sebelumnya ketika berjualan pulsa dan sosis solo, kali ini laba yang didapatkan jauh lebih besar. Dalam sebulan, ia bisa meraup keuntungan hingga lima ratus ribu rupiah, bahkan bisa lebih. Awal yang baik, pikirnya.

Selama menjalani bisnis barunya ini, mahasiswa asal Gresik tersebut telah mendapatkan beberapa pengalaman. Mulai dari calon pembeli yang bertanya dan menawar berulang kali namun batal memesan, hingga mendapat komplain dari pembeli karena barang yang diterima tidak sesuai ekspektasinya.

Menurut Ika, "Wajar kalau ada pembeli seperti itu karena mereka kan cuma membayangkan, nggak tau barangnya langsung. Jadi, sebagai penjual ya kita harus banyak sabar dan meyakinkan mereka kalau barang kita berkualitas."

Dalam melakukan hal apapun, hambatan tentu ada. Tak terkecuali pada bisnis yang dijalankan Ika. Misalnya saja, banyaknya permintaan kepada pemasok barang dari para reseller lain membuat barang yang dipesan Ika terkadang tidak segera tersedia. Hal tersebut menyebabkan sebagian pembeli mengeluh jika pesanan mereka tak kunjung dikirim. Untuk mengatasinya, Ika berusaha mencari barang sesuai pesanan di pemasok yang lain.

Saat ini Ika masih ingin fokus mengembangkan bisnis onlinenya. Untuk bertahan di ketatnya persaingan olshop, khususnya di Indonesia ini, diperlukan usaha yang keras, pantang menyerah, sabar, dan pandai-pandai mencari peluang serta melihat risiko yang akan terjadi. Dalam memasarkan produknya, seorang pebisnis harus mampu mengikuti perkembangan model yang ada dan memahami jenis apa yang paling banyak diminati masyarakat. Selain itu, kejujuran juga sangat diperlukan untuk menjaga kepercayaan konsumen.

"Memang perlu usaha yang keras untuk hasil yang maksimal. Kuatkan niat, kalau sudah nyaman ya istiqomah, usaha terus pokoknya. Banyak-banyak sabar karena biasanya ada pembeli yang cukup njengkelno (menjengkelkan), kitanya yang harus bisa meyakinkan mereka karena kita bukan apa-apa tanpa mereka," pesan Ika.

"Untuk masalah modal, kita bisa mulai semampu kita, dari tabungan misalnya. Nyoba bisnis kecil-kecilan dulu. Kalau misal dapat modal dari orang tua malah beruntung. Harus dimanfaatkan sebaik-baiknya," imbuhnya.

Sukses merupakan impian bagi semua orang. Untuk meraih kesuksesan, termasuk sukses dalam berbisnis, diperlukan keberanian untuk bertindak secara nyata dan berani mengambil risiko. Tentunya sikap tersebut dibarengi dengan perhitungan dan telah dipikirkan secara matang. Membuat bisnis menjadi unik dan berbeda dengan bisnis yang lain juga perlu untuk menarik konsumen dan meningkatkan daya saing dengan keunikan yang dimiliki. **(Karimah Tri Lestari).**

Kisah Sukses Bagus B. Rahardjo, Pendiri M-Brothers

BAGUS Budi Rahardjo, atau akrab dipanggil Bagus ini merupakan alumni Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga. Ketertarikannya di dunia bisnis berawal sejak ia menduduki bangku kuliah sebagai mahasiswa baru. Kesuksesan yang ia raih saat ini tidak datang begitu saja. Sebelum menjadi pebisnis sukses seperti sekarang, di awal karirnya, ia pernah berjualan es campur di sekitar kampus B Universitas Airlangga. Jatuh bangun pernah ia rasakan dalam berbisnis. Melihat peluang bisnis es campur yang tidak begitu menjanjikan, ia memutuskan untuk berhenti dan mencoba peruntungan bisnis lainnya.

Semasa kuliah, Bagus terkenal dengan desainnya yang sering dipakai di berbagai kegiatan kampus. Bahkan, ia sempat freelance designer BEM FEB Unair. Berangkat dari pengalaman tersebut dan menyadari keampuannya di bidang desain grafis, mulailah Bagus menjalankan bisnisnya di bidang desain dan percetakan. Dengan modal awal 5 juta rupiah yang, ia bersama 3 orang temannya mulai membangun bisnis bernama M-brothers. Pada awal berdiri, M-brothers merupakan bisnis percetakan.

Pada tahun 2016, ia dan rekannya mengembangkan bisnisnya di sector property dan telah membangun kompleks perumahan 56 unit yang terletak di Jl. Panglima Suirman, Lamongan. Berbagai penghargaan pernah ia dapatkan melalui bisnis yang ia jalankan, salah satunya adalah juara event International Wirausaha Mandiri yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia di Jakarta. Pada kejuaraan ini, M-Brothers termasuk 3 dari 25 bisnis di Jawa Timur yang didanai oleh Bank Indonesia. Tidak berhenti di situ, M-Brothers terus mengembangkan sayapnya dan mulai merambah bisnis di sector infrastruktur yakni Indo Solver Multi Expert. Pada awal tahun 2018 ini, melalui bisnis yang ia jalankan, sempat menjadi konsultan LRT di Jakarta.

Berawal dari modal secukupnya, berkat usaha keras dan kegigihannya, bisnis yang ia jalankan bersama temannya kini mampu memiliki total investasi sebesar 13,8 Milyar rupiah. Baginya, kesuksesan yang ia raih saat ini berkat dukungan orang-orang sekitarnya. Ia pun memberikan tips bagaimana untuk menjadi pebisnis yang sukses. Baginya, seseorang harus memiliki tekad dan apapun yang dilakukan harus memiliki perubahan berarti. Ia menambahkan, perubahan juga dipengaruhi oleh lingkungan. **(M. Afif Luthfan Dzaki)**



OUR HOPE



Rizky Ananda Putra

Ketua BEM FEB 2018

Marketing merupakan salah satu cara untuk meningkatkan atmosfer bisnis di kalangan mahasiswa. B-magz hadir sebagai wadah untuk mempromosikan segala kegiatan bisnis yang dimiliki oleh mahasiswa FEB. Harapannya informasi seputar bisnis ini diketahui oleh khalayak luas dan mampu meningkatkan semangat mahasiswa FEB untuk terjun di dunia bisnis.



Ridhwan Hidayat

Kepala Departemen Bisnis

Menurut saya B-Magz (business magazine) bukan sekedar majalah yang berisi informasi seputar bisnis dan kewirausahaan, tapi lebih dari itu, B-Magz ini bisa menjadi wadah untuk apresiasi bagi para studentpreneur FEB UNAIR dan memotivasi mahasiswa untuk memulai berwirausaha. Saya harap kedepannya B-Magz dapat menjadi wadah untuk meningkatkan bakat menulis mahasiswa dan alat saling bertukar pikiran seputar bisnis dan kewirausahaan hingga akhirnya menjadi kebanggaan tersendiri bagi civitas akademika, dekanat FEB UNAIR dan pihak-pihak yang berpartisipasi didalamnya baik secara langsung maupun tidak langsung.



Deviana Wahyuningtyas Utomo

Ketua Tim Redaksi B-Magz 2018

Dengan adanya majalah bisnis dari dan untuk FEB ini seperti ini, saya selaku ketua berharap untuk dapat membantu mahasiswa FEB yang terjun ke dunia bisnis dengan hadirnya B-Magz ini sendiri. Baik itu seputar informasi bisnis maupun sebagai sarana promosi.

BUSINESS MAGAZINE
B-MAGZ