



ALISA "Khadijah" - ICMI
Asosiasi Muslimah Pengusaha se Indonesia
SKT Depdagri No : 61/D.III.3/VI/2008
Pimpinan Pusat

Sekretariat Pusat : Gedung ICMI Center Lt. 4 Jl. Warung Jati Timur No. 1 Jakarta 12740
Telp. (6221) 98279218 Fax. (6221) 7940816 e-mail : info@aliskhadijah.com, website : http://www.aliskhadijah.com

Nomor : 0176/AK-ICMI/VI/2023

Jakarta, 23 Juni 2023

Perihal : Undangan

**Kepada Yth.
Rektor Universitas IPWIJA
Di Tempat**

Assalamu'alaikum wr wb

Dengan hormat,

Salam sejahtera kami sampaikan, semoga Bapak dan keluarga senantiasa berada dalam lindungan Allah S.W.T, serta sukses menjalankan aktivitas sehari-hari di Universitas IPWIJA.

Kami Alisa "Khadijah"- ICMI memiliki komitmen dalam membangun wirausaha anggota Alisa. Pembinaan kami lakukan berkelanjutan, kami memohon kepada Bapak untuk menugaskan Bapak Ibu di bawah ini:

- 1. Ibu Dra. Siti Mahmudah, MM**
- 2. Bapak Widodo, S.Pd., MM**
- 3. Bapak Leo Sugoto, SE., MM**

untuk menjadi Pembimbing/Pelatih kami dalam melatih wirausaha anggota Alisa.

Untuk itulah kami menyelenggarakan Workshop dengan tema "Bangkitnya UMKM Alisa "Khadijah"-ICMI dalam Tata Kelola Bisnis yang Lebih Baik".

Adapun penyelenggaraanya yaitu:

Hari,Tanggal : Minggu, 2 Juli 2023

Pukul : 09.00 – 16.30 wib

Tempat : Revo Town Bekasi

Demikian undangan kami, semoga menjadi perhatian Bapak dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih. Wassalamualaikum wr wb.

DEWAN PENGURUS PUSAT ALISA KHADIJAH ICMI

Ina Marlina, S.Sos., M.M

Ketua Umum

Indah Rusdiniarti

Sekretaris Umum



UNIVERSITAS IPWIJA

SK Kemendikbudristek RI No. 627/E/O/2022

Jl. H. Baping No.17 Kel. Susukan, Kec. Ciracas
Jakarta Timur. 13750 Telp. 021-22819921

E-mail : contact@ipwija.ac.id <https://ipwija.ac.id>

 UNIVERSITAS IPWIJA

Nomor : 075/IPWIJA.LP2M/PkM-00/2023
Perihal : Narasumber, Pendamping dan Pemberi Materi
Lampiran : -

Kepada Yth.

Ina Marlina, S.Sos., M.M

Ketua Umum Dewan Pengurus Pusat Alisa Khadijah ICMI
di Tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat dari Alisa Khadijah ICMI No.0176/AK-ICMI/VI/2023 tanggal 23 Juni 2023, perihal tersebut di atas, dengan ini Kepala LP2M Prodi Manajemen Universitas IPWIJA menugaskan:

1. Dra. Siti Mahmudah, M.M. (NIDN: 0321076901)
2. Widodo, S.E., M.M (NIDN: 0306047104)
3. Sugoto Sulistyono, S.E., M.M. (NIDN: 0320085901)

Untuk menjadi Narasumber pada kegiatan yang akan dilaksanakan pada:

Hari / tanggal : Minggu, 2 Juli 2023
Waktu : 09.00 – 16.30 WIB
Tempat : Revo Town Bekasi
Tema : “Bangkitnya UMKM Alisa Khadijah-ICMI Dalam Tata Kelola Bisnis yang Lebih Baik.”

Setelah pelaksanaan kegiatan Dosen yang ditugaskan diwajibkan membuat Laporan Pelaksanaan Kegiatan kepada pemberi tugas (LP2M Universitas IPWIJA). Mohon bantuan penanggungjawab kegiatan membantu menyediakan berkas yang diperlukan untuk pembuatan laporan pelaksanaan kegiatan.

Demikian Surat Tugas ini disampaikan untuk dapat dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.

Jakarta, 26 Juni 2023



Rochmad Fajar Darmanto, S.E., M.M.

Kepala LP2M Prodi Manajemen



ALISA "Khadijah" - ICMI

Asosiasi Muslimah Pengusaha se Indonesia

SKT Depdagri No : 61/D.III.3/VI/2008

Pimpinan Pusat

Sekretariat Pusat : Gedung ICMI Center Lt. 4 Jl. Warung Jati Timur No. 1 Jakarta 12740

Telp. (6221) 98279218 Fax. (6221) 7940816 e-mail : info@aliskhadijah.com, website : <http://www.aliskhadijah.com>

Nomor : 0187/AK-ICMI/VII/2023

Jakarta, 02 JULI 2023

Perihal : Ucapan Terima Kasih

**Kepada Yth.
Ibu Siti Mahmudah, MM
Di tempat**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,

Salam sejahtera kami sampaikan kepada Ibu Siti Mahmudah, MM sekeluarga, semoga senantiasa berada dalam lindungan Allah S.W.T, serta sukses menjalankan aktivitas sehari-hari di Universitas IPWIJA.

Kami mengucapkan terima kasih kepada Ibu yang telah memberikan Pencerahan dan Materi kepada Wirausaha Alisa Khadijah seluruh Indonesia dalam Acara Workshop Tingkat Nasional dengan tema "Bangkitnya UMKM Alisa "Khadijah"-ICMI dalam Tata Kelola Bisnis yang Lebih Baik". Kami mengucapkan terima kasih dan penghargaan atas Peran Ibu di Pembinaan Wirausaha Alisa.

Demikian Surat Ucapan Terima Kasih dari kami buat, semoga kita bisa bertemu kembali dalam Kegiatan yang sejenis dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih. Wassalamualaikum wr wb.

DEWAN PENGURUS PUSAT ALISA KHADIJAH ICMI

Ina Marlina, S.Sos., M.M

Ketua Umum

Indah Rusdiniarti

Sekretaris Umum

BISNIS BERKELANJUTAN

OLEH: SITI MAHMUDAH, MM
DOSEN UNIVERSITAS IPWIJA



BERSAMA

**ALISA "KHADIJAH" - ICMI
BISNIS JADI BERKEMBANG**

DEFINISI BISNIS BERKELANJUTAN

- Definisi **bisnis** yang **berkelanjutan** adalah **bisnis** yang memiliki kemampuan untuk mencapai tujuan bisnis dan meningkatkan nilai dalam jangka waktu yang panjang dengan melakukan integrasi ekonomi, sosial dan lingkungannya ke dalam strategi bisnisnya.

- 
- A dark grey arrow points to the right from the top left corner. Several thin, light blue lines curve downwards from the left side of the slide.
- Apabila kita memiliki sebuah bisnis, pastilah kita menginginkan agar bisnis kita bisa *sustainable* atau berkelanjutan. Namun, sebagian besar dunia ini didominasi oleh pemikiran jangka pendek, pandangan mengenai banyaknya masalah yang dihadapi manusia sekarang, serta membiarkan individu atau kelompok melakukan sesuatu tanpa mempertimbangkan konsekuensi dari perbuatannya di masa mendatang merupakan fakta yang menyedihkan.

- 
- Untuk memahami *sustainability* lebih lanjut, kita semua harus terlebih dahulu memahami dasar-dasar dari keberhasilan itu sendiri. Model dasar dari keberlangsungan dikenal dengan sebutan 7-P. **Model 7-P sendiri terdiri dari *preparation, preservation, processes, people, place, product, dan production.***



- 
- Menurut buku *The Sustainability Business* oleh Jonathan T. Scott, ada tujuh elemen dan kriteria utama yang diperlukan sebuah organisasi atau bisnis, agar dapat berkembang dan menjadi sebuah organisasi atau bisnis yang berkelanjutan. Tujuh elemen ini biasa disebut dengan 7-P, yaitu *Preparation, Preservation, Processes, People, Place, Product* dan *Production*.
 - **Preparation atau persiapan** memberikan ruang untuk perubahan baik secara fisik maupun psikologis yang menerima implikasi dari keberlanjutan itu sendiri dengan pemahaman bahwa *sustainability* tidak semata-mata mengenai lingkungan. Pada tahap ini memahami apa yang dilakukan oleh pelaku bisnis saat coba menerapkan praktik bisnis jangka panjang yang menguntungkan dengan mengimplikasikan sesuatu. Sebagai contoh mengimplikasikan finansial yang berkelanjutan.

- 
- ▶ **Preservation atau pelestarian** mencakup dua area, yaitu internal dan eksternal. Area internal mengumpulkan dan menampilkan pengukuran waktu yang sebenarnya. Sedangkan area eksternal menjaga undang-undang, trend dan perkembangan yang tertunda. *Processes* atau proses merupakan sistem kepercayaan, filosofi, model bisnis dan pola pikir berkelanjutan yang membantu menemukan titik singgung antara bisnis dan permintaan pelanggan, termasuk kemampuan bisnis dan praktik terbaik yang diberikan.
 - ▶ **People atau orang-orang yang menerima pelatihan dan pendidikan** serta bekerja dengan tekun untuk menghindari pemborosan sumberdaya manusia. Orang-orang disini khususnya karyawan (yang mencari keamanan dan motivasi), *stakeholders* (yang menginginkan pengembalian atas investasinya), pelanggan (yang menginginkan keamanan dan nilai dari produk), dan juga masyarakat dunia. *Place* atau tempat yang dimaksud adalah bangunan dan tempat kerja dan/atau produk yang dijual.

- 
- **Product** adalah memastikan barang dan jasa bebas dari limbah yang tidak perlu, yang dirancang sehingga bahan, energi dan tenaga kerja dari produk tersebut dapat digunakan sebagai investasi dan terus digunakan kembali. *Production* atau produksi adalah proses fisik, mekanik, biologis dan kimia yang digunakan untuk mengubah bahan baku menjadi produk atau layanan yang ditawarkan.

➤

Dari ketujuh elemen ini terbagi menjadi tiga bagian, yaitu *strategy*, *the catalyst* dan *tactics*. *Preparation*, *Preservation* dan *Processes* masuk dalam bagian strategi. Sedangkan *people* termasuk dalam bagian *the catalyst*. Lalu dalam *tactics* terdapat *Place*, *Product* dan *Production*. Semua elemen dapat mencapai tujuan yang dibutuhkan oleh perusahaan.

KEBIJAKAN BISNIS RETAIL



- **Kebijakan pemerintah dalam bisnis Retail** yaitu suatu keputusan yang dibuat secara sistematis oleh pemerintah dengan maksud dan tujuan tertentu yang menyangkut kepentingan dalam suatu bisnis retail yang harus di jalankan.

TUJUAN KEBIJAKAN BISNIS RETAIL

1. Melindungi usaha kecil dan menengah.

Kebijakan bisnis dibuat untuk melindungi usaha kecil dan menengah, karena mayoritas bisnis di Negara kita ini di dominasi oleh usaha-usaha menengah ke atas. Kebijakan ini berguna untuk mencegah usaha kecil tersingkir dan tidak mempunyai lahan atau wilayah berusaha. Padahal justru usaha kecil ini yang perlu dikembangkan sehingga bisa menjadi lebih besar dan mempunyai daya saing.



TUJUAN KEBIJAKAN BISNIS RETAIL

2. Melindungi lingkungan hidup sekitarnya.

Melakukan bisnis atau usaha di Negara kita ini memiliki aturan, dan itu diharuskan. Aturan tersebut antara lain adalah tujuannya untuk tidak merusak atau memberi dampak negative kepada lingkungan hidup sekitar wilayah tempat usaha tersebut. Tidak dibenarkan jika membuang limbah ke tempat yang dimanfaatkan oleh penduduk sekitar, seperti sungai. Dengan adanya kebijakan ini, maka para pebisnis juga akan meminimalisasikan dampak negative yang nantinya akan berimbas kepada penduduk dan lingkungan hidup sekitarnya.



TUJUAN KEBIJAKAN BISNIS RETAIL



3. Melindungi konsumen.

Bisnis yang baik adalah usaha bisnis yang mementingkan pelayanan kepada konsumen. Konsumen adalah raja yang perlu dilindungi. Konsumen jangan sampai dirugikan atau dikecewakan oleh karena mengkonsumsi jasa atau barang yang diproduksi dari para pebisnis tersebut. Segala yang diberikan kepada konsumen haruslah yang terbaik dan pelayannya pun harus prima. Jika konsumen merasa dilindungi dan mendapatkan yang terbaik dari para pebisnis tersebut, konsumen tidak segan-segan bekerja sama kembali.

TUJUAN KEBIJAKAN BISNIS RETAIL

4. Pendapatan pemerintah.

Banyaknya bisnis yang beroperasi di Negara kita ini tentunya juga memberikan keuntungan bagi Negara kita juga. Bisnis yang beroperasi memiliki kewajiban untuk membayar pajak kepada pemerintah. Inilah yang sering kita sebut dengan devisa. Semakin banyak untung/laba yang diperoleh suatu usaha bisnis, semakin besar pula ia harus membayar pajak Negara demikian sebaliknya. Devisa yang diperoleh tersebut digunakan lagi oleh pemerintah untuk melakukan pembangunan di tiap-tiap wilayah di Negara kita ini. Namun sering terjadi penyelewengan terhadap uang yang seharusnya menjadi hak rakyat ini (korupsi).

ANALISIS KEBIJAKAN PEMERINTAH TERKAIT USAHA RETAIL

- **Indonesia** merupakan sebuah negara dengan pangsa pasar yang begitu besar. Penduduknya yang mencapai ratusan juta jiwa, ditambah dengan budaya konsumennya yang relatif konsumtif membuat Indonesia juga banyak dilirik oleh para pebisnis asing, termasuk di bidang bisnis ritel.
- Tentu saja para pebisnis asing yang masuk ke Indonesia ini memiliki modal dan konsep bisnis yang relatif lebih besar ketimbang para pebisnis lokal yang bergerak di bidang yang sama. Para peritel asing umumnya membuka toko ritel modern, sedangkan para peritel lokal umumnya masih menggunakan toko ritel tradisional

ANALISIS KEBIJAKAN PEMERINTAH TERKAIT USAHA RETAIL

- Perusahaan ritel asing yang telah masuk ke Indonesia ini misalnya **Carrefour, Hypermart, Lotte Mart, dan Giant**. Banyaknya peritel asing dari luar negeri yang datang ke Indonesia ini membuat pra peritel lokal kesulitan untuk bersaing. Karenanya, untuk melindungi pengusaha ritel lokal atau dalam negeri, pemerintah memberlakukan beberapa peraturan guna mengontrol iklim persaingan usaha antara toko ritel modern dan tradisional.

KEBIJAKAN PEMERINTAH TERKAIT USAHA RETAIL



- Kebijakan pemerintah ini dilakukan melalui **Peraturan Pemerintah No 112 Tahun 2007** mengenai **Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern**. Di dalam undang – undang ini, pemerintah menetapkan zona atau luas wilayah usaha pasar tradisional (kios, toko, los) dan toko modern.

1. Jarak lokasi usaha

Pendirian toko modern ini juga wajib untuk memperhatikan jarak lokasi usahanya terhadap pasar tradisional yang telah ada sebelumnya di wilayah tersebut. Peraturan yang mengatur mengenai jarak antar toko modern dengan pasar tradisional ini diatur di dalam Peraturan Daerah. Jadi, masing-masing daerah otonomi dapat memiliki aturan yang berbeda.

Misalnya di wilayah DKI Jakarta, hal ini diatur di dalam pasal 10 Peraturan Daerah Provinsi DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002, tentang Perpasaran Swasta. Di dalam undang-undang daerah tersebut, ditentukan mengenai jarak sarana atau tempat usaha seperti berikut ini :

1. Usaha perpasaran swasta yang memiliki luas lantai 100 m^2 s.d. 200 m^2 harus berjarak radius $0,5 \text{ km}$ dari pasar lingkungan dan terletak di sisi jalan lingkungan /kolektor /arteri.
2. Usaha perpasaran swasta yang luas lantainya antara 200 m^2 s.d. 1.000 m^2 harus berada di jarak radius 1 km dari pasar lingkungan dan terletak di sisi jalan kolektor /arteri.
3. Usaha perpasaran swasta yang luas lantainya diantara 1.000 m^2 s.d. 2.000 m^2 harus berjarak radius $1,5 \text{ km}$ dari pasar lingkungan dan terletak di sisi jalan kolektor /arteri.
4. Usaha perpasaran swasta yang luas lantainya diantara 2.000 m^2 s.d. 4.000 m^2 harus berjarak radius 2 km dari pasar lingkungan dan terletak di sisi jalan kolektor /arteri.
5. Usaha perpasaran swasta yang luas lantainya di atas 4.000 m^2 harus berjarak radius $2,5 \text{ km}$ dari pasar lingkungan dan terletak di sisi jalan kolektor /arteri.

2. Kebijakan Kantong Plastik Berbayar

Penerapan kebijakan kantong plastik berbayar ini merupakan bagian dari upaya menjalankan **UU Nomor 18 Tahun 2008** tentang Pengelolaan Sampah, khususnya pada pasal 19 dan pasal 20 mengenai kewajiban masyarakat dalam mengurangi sampah, khususnya pada sektor ritel serta Peraturan Pemerintah **No. 81 Tahun 2012** Tentang Pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Sampah Sejenis Sampah Rumah Tangga, khususnya pada pasal 12-15. kebijakan yang dikeluarkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan yang menghimbau agar konsumen membayar sebesar Rp 200,- untuk satu lembar kantong plastik setiap kali berbelanja di minimarket atau supermarket.