



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@alisakhadijah.com, website : http://www.alisakhadijah.com

Nomor : 0678/AK-ICMI/IV/2024

Jakarta, 30 April 2024

Perihal : Undangan

Kepada Yth.
Bapak Ir. Besar Agung Martono, MM., DBA
Di tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,

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

Alisa Khadijah ICMI memiliki komitmen dalam mewujudkan Pasar Global dalam meningkatkan Penjualan UMKM Binaan Alisa. Untuk itulah kami menyelenggarakan **Workshop dengan tema "Pendampingan Wirausaha Menuju Pasar Global"**. Kami memohon kepada Bapak untuk mendelegasikan **Ibu Siti Mahmudah, MM dan Bapak Widodo, S.Pd., MM serta Ibu Esti Handayani, SE., MM** sebagai nara sumber/ pembicara workshop tersebut, yaitu pada :

Hari,Tanggal : Minggu, 05 Mei 2024

Pukul : 9.00 – 17.00 wib

Tempat : Jl. Warung Jati Timur 2A Kav.1 Warung Buncit
Jakarta Selatan

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

Hormat kami,

Ketua Umum,

Ina Marlina, S.Sos., MM

Sekretaris Umum,

Indah Rudiniarti



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@alisakhadijah.com, website : <http://www.alisakhadijah.com>

Jadual Workshop dengan Tema: **“Pendampingan Wirausaha Menuju Pasar Global”**.

Hari,Tanggal	: Minggu, 05 Mei 2024
Pukul	: 9.00 – 17.00 wib
Tempat	: Jl. Warung Jati Timur 2A Kav.1 Warung Buncit Jakarta Selatan
08.00 - 08.30 wib	: Registrasi
08.30 – 09.00 wib	: Pembukaan
09.00 - 11.00 wib	: Pemateri 1 Ibu Siti Mahmudah, MM (Wakil Ketua Bidang Usaha)
11.00 - 13.00 wib	: Pemateri 2 Bapak Widodo, S.Pd., MM
13.00-13.45 wib	: Istirahat
13.45-15.45 wib	: Pemateri 3 Ibu Esti Handayani, SE., MM
15.45-16.45 wib	: Diskusi Langsung dengan 3 Pemateri
16.45 – 17.00 wib	: Penutup



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

No. : 056/IPWIJA.LP2M/PkM-00/2024
Perihal : Narasumber, Pendamping dan Pemberi Materi
Lampiran : -

Kepada Yth.
Ina Marlina, S.Sos., M.M
Ketua Umum Alisa Khadijah ICMI
Di Tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat dari Alisa Khadijah ICMI, No. 0678/AK-ICMI/IV/2024 tanggal 30 April 2024 yaitu akan diadakannya kegiatan, dan perihal tersebut di atas dengan ini Kepala LP2M Universitas IPWIJA menugaskan:

1. Dra. Siti Mahmudah, M.M. (NIDN: 0321076901)
2. Widodo, S.Pd.,M.M. (NIDN: 0306047104)
3. Esti Handayani S.E., M.M. (NIDN: 0301087104)

Untuk menjadi Narasumber dalam kegiatan workshop yang akan dilaksanakan pada:

Hari / tanggal : Minggu, 5 Mei 2024
Waktu : 09.00 s/d 17.00 WIB
Tempat : Jl. Warung Jati Timur 2A Kav.1 Warung Buncit, Jakarta Selatan
Tema :“ Pendampingan Wirausaha Menuju Pasar Global.”

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, 2 Mei 2024




Dr. Ir. Titing Widyastuti, M.M.
Kepala LP2M Universitas IPWIJA



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@alisakhadijah.com, website : http://www.alisakhadijah.com

Nomor : 0701b/AK-ICMI/V/2024

Jakarta, 05 Mei 2024

Lampiran : 1(Satu) berkas

Perihal : Ucapan Terima Kasih

Kepada Yth.

Bapak Widodo, S.Pd., M.M.

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Bersama ini kami mengucapkan terima kasih kepada **Bapak Widodo. S.Pd., M.M** yang telah memberikan pencerahannya sebagai nara sumber/ instruktur workshop tentang : **"Pendampingan Wirausaha Menuju Pasar Global"** pada :

Hari,Tanggal : Minggu, 05 Mei 2024

Pukul : 9.00 – 17.00 wib

Tempat : Jl. Warung Jati Timur 2A Kav.1 Warung Buncit
Jakarta Selatan

Semoga kebaikan dan amal baik Ibu diterima dan dibalas oleh Allah Swt Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih

DEWAN PENGURUS PUSAT ALISA KHADIJAH ICMI

Ina Marlina, S.Sos, MM

Ketua Umum

Indah Rusdiniarti

Sekretaris Umum

PENDAMPINGAN WIRA USAHA MENUJU PASAR GLOBAL

Oleh: **Widodo, S.Pd., M.M.**

Mobile: 0817880040

Email: widodomursanih@gmail.com

DPP ALISA KHADIJAH ICM

JAKARTA

Minggu, 5 Mei 2024

pengertian

- 1. Pasar Global adalah :** Suatu pasar tempat berlangsungnya transaksi jual beli dimana pelakunya tercakup dalam skala dunia atau internasional. Lebih tepatnya yakni dari suatu negara ke negara lainnya. Ini berbeda dengan pasar lokal yang cakupannya 1 negara saja.
- 2. Keuntungan Berpartisipasi di Pasar Global:** Pendek kata, tujuan pasar global yaitu untuk mempertemukan penjual dan pembeli antar negara di seluruh dunia. Nah, dari tujuan ini, ada beberapa keuntungan yang ditawarkan

KONSEP PEMASARAN

- Orientasi konsumen/pasar/pembeli (menentukan kebutuhan pokok dari konsumen; memilih kelompok konsumen ttt sebagai sasaran; menentukan produk dan program pemasarannya; penelitian pd konsumen untuk mengukur, menilai, dan menafsiran keinginan, sikap, serta tingkah laku mereka; dan melaksanakan strategi yg paling baik, unt memilih menitik beratkan mutu yg tinggi, harga yg murah, atau model yg menarik)
- Volume penjualan yg menguntungkan (laba sbenarnya tujuan umum perusahaan, dsamping tujuan lainnya)
- Koordinasi dan integrasi seluruh kegiatan pemasaran (hindari konflik, koordinasi produk, harga, sal.distribusi, promosi)

SISTEM PEMASARAN

- Adalah kumpulan lembaga yg melakukan tugas pemasaran, barang, jasa, ide, orang dan faktor lingkungan yg saling memberikan pengaruh, dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dng pasarnya.
- Faktor-faktor yg berpengaruh dan saling berinteraksi (organisasi pemasaran, sesuatu yg dipasarkan, pasar yg dituju, perantara antara bag.pemasaran dng pasarnya, faktor lingkungan)

analisa konsumen

PARAMETER

- Keinginan dan kebutuhan konsumen
- Pemenuhan kebutuhan konsumen
- Sumber daya yang terbatas
- Perubahan persepsi, selera, daya beli
- Kecenderungan permintaan



Pembibitan Jiwa Wirausaha Sejak Dini

Menanamkan jiwa wirausaha harus dilakukan secara bertahap dan harus mulai ditanamkan sejak masa kanak-kanak. Pendidikan kewirausahaan bukan sekedar mengajarkan anak untuk pintar berdagang, akan tetapi jauh lebih luas dari itu yakni bagaimana proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan serta menemukan peluang untuk memperbaiki kualitas kehidupan, agar mereka menjadi bagian dari pembangun peradaban manusia.

Pengenalan Teknologi, Informasi & Komunikasi (TIK)



Teknologi dan Informasi sudah menjadi alat dan trend dewasa ini. Pengenalan teknologi dan informasi sudah menjadi keharusan. Hal ini dikarenakan bukan saja agar kita tidak ketinggalan zaman, tetapi yang lebih penting adalah agarkita bisa **mengendalikan** manfaat dan *mudharat* yang dibawa oleh teknologi dan informasi tersebut.

Entrepreneurs day



Entrepreneurs day merupakan salah satu sarana yang disediakan oleh sekolah yang diperuntukkan bagi siswa untuk mengembangkan daya kreatifitas dan inovasinya.

Di tempat inilah siswa diberikan kesempatan untuk mendesain produk, merancang promosi dan melakukan penjualan atas produk yang sudah diciptakannya.

TARGET

Ditetapkan berdasarkan analisa berbagai macam kemungkinan strategi pemasaran yang menguntungkan

1. Ditentukan alokasi target berdasar hasil masa lalu dan perkiraan potensinya

ALOKASI ANGGARAN

1. Instansi tidak hanya menghasilkan satu macam program unggulan.
2. Setiap tahun, banyaknya uang yg dialokasikan pada masing2 jenis unggulan harus dihitung.
3. Faktor2 yg berpengaruh thd penambahan/pengurangan alokasi anggaran :
 - Jumlah program
 - Banyaknya program

penerapan pemasaran



1. Rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan.
2. Beberapa pertanyaan yang muncul :
 - Apakah harus memusatkan perhatian pada jenis konsumen tertentu?
 - Apakah yg diinginkan konsumen untuk memuaskan kebutuhannya?
 - Bagaimana manajemen berkoordinasi
 - Apakah perlu menghindari persaingan?
 - Bagaimana faktor pendapatan dan ketenagakerjaan mempengaruhi penjualan?

UKURAN MUTU SEBAGAI UNGGULAN

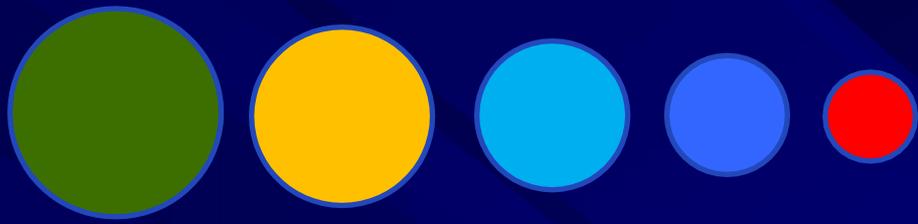
1. Menyebabkan biaya tinggi.
2. Bervariasi dari tahun ke tahun, musim ke musim, dengan berbagai jenis unggulan.
3. Yang menentukan mutu

Pencapaian

wirausaha (entrepenuer)
sebagai orang yang

- (1) percaya diri,
- (2) berorientasi hasil,
- (3) berani mengambil resiko,
- (4) berjiwa kepemimpinan,
- (5) berorientasi ke depan





TERIMA KASIH



DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2005. Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan. Bandung: Alfabeta.

<http://yswi.blogspot.com/p/program-unggulan.html>

<https://www.kompasiana.com/andryas/5b164270d0fa826ca6c25b2/akselerasi-pengembangan-kewirausahaan-melalui-pendidikan-berbasis-teknologi?page=all>