

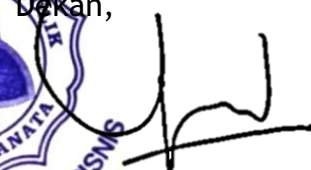
SURAT TUGAS

Nomor : 00945/D.5/ST/FEB/VII/2022


Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata memberikan tugas kepada:

- Nama : Dr. Widuri Kurniasari, M.Si NIDN : 0610057601
- Status : Tenaga Pendidik/Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata
- Tugas : Penulis artikel Koran dengan judul Meraup Cuan melalui Bisnis
Digital di Jawa Pos
- Waktu : 21 Juli 2022
- Keterangan : Harap melaksanakan tugas dengan baik dan penuh tanggung
jawab, serta memberikan laporan setelah melaksanakan tugas.

Semarang, 21 Juli 2022
Dekan,



DRS. THEODORUS SUDIMIN, MS
NPP:058.1.1990.074



25 Persen SD Negeri Belum Penuhi Kuota

Buka PPDB Offline Tingkat SD

SEMARANG, Radar Semarang—Pendaftaran peserta didik baru dengan sistem *offline* setelah penerimaan peserta didik baru (PPDB) *online* dilakukan untuk tingkat Sekolah Dasar Negeri (SDN) di Kota Semarang. Ternyata tidak semua sekolah dapat memenuhi kuota maksimal.


Dari data yang dimiliki Dinas Pendidikan (Disdik) Kota Semarang, sebanyak 25 persen dari 326 SDN di Ibu Kota Jateng ini tidak terpenuhi kuotanya. Baru sekitar 81,5 persen. "Nanti kami akan melakukan evaluasi, penyebabnya apa, dan tindakan yang akan kami lakukan apa, agar kuota SD bisa terpenuhi," kata Sekretaris Disdik Kota Semarang Muhammad Ahsan Rabu (20/7).

Ahsan menjelaskan, beberapa opsi akan dilakukan, misalnya dengan memperluas zonasi atau dengan menambah pilihan yang semula hanya tiga, nanti kami tambah menjadi empat sekolah.

Hingga saat ini, lanjut Ahsan, Disdik belum memikirkan opsi untuk melaku-

Hasil PPDB Offline

- Kota Semarang memiliki 326 SDN
- Daya tampung sekolah sebanyak 14.364 siswa.
- Total pendaftar SD hanya 12.825 siswa.
- Masih ada 25 persen sekolah belum memenuhi kuota maksimal.
- Berupaya melakukan evaluasi agar tahun kuota maksimal terpenuhi.



SUMBER: DISDIK KOTA SEMARANG

kan merger atau penggabungan sekolah. Karena jumlah siswa di sekolah yang belum memenuhi daya tampung masih tergolong ideal. "Ada opsi-opsi yang akan kami lakukan, misalnya memperluas zonasi dan lainnya," tambahnya.

Menurut dia, ada beberapa SDN yang saat ini belum memenuhi kuota maksimal rata-rata dalam satu kelas berisi sekitar 20 orang. Jumlah ini memang masih dalam taraf ideal untuk pembelajaran.

"Misalnya di Banyumanik dari 31 SD Negeri yang kurang siswa hanya 7 seko-

lah dan kurangnya tidak sampai 8 siswa dalam 1 sekolah, artinya masih dikatakan ideal," tuturnya.

Pada PPDB kemarin, antara pendaftar dan daya tampung untuk jenjang SD memang tidak sebanding. Daya tampung sekolah sebanyak 14.364 siswa, sementara pendaftar SD 12.825 siswa.

"Kami tegaskan ini masih ideal ya. Karena kuotanya misal 28 siswa, tapi hanya ada 20 siswa. Dari kuota maksimal daya tampung memang masih ada kekosongan," pungkasnya. (den/ida)

Minta Sistem Zonasi Dikaji Ulang

SEMARANG, Radar Semarang—Proses penerimaan siswa baru melalui zonasi dikeluhkan Paguyuban Komite Sekolah Menengah Pertama (SMP) se-Kota Semarang. Mereka menilai penerimaan siswa baru tersebut kurang kompetitif dari segi kualitas pendidikan. Mereka menyampaikan keluhan tersebut langsung ke Dewan Pendidikan Kota Semarang (DPKS).

Ketua Paguyuban Komite SMP se-Kota Semarang Bambang Eko Purnomo meminta agar sistem zonasi saat penerimaan siswa baru bisa dikaji ulang. Salah satunya, diganti dengan sistem tes ataupun seleksi yang lebih objektif. "Kalau sistem seleksi tidak menutup peluang calon peserta didik untuk masuk ke sekolah yang berkualitas. Selain itu lebih objektif dalam penerimannya," katanya kemarin.

Kalau sistem seleksi tidak menutup peluang calon peserta didik untuk masuk ke sekolah yang berkualitas. Selain itu lebih objektif dalam penerimannya."

Bambang Eko Purnomo

Sistem zonasi, lanjut dia, memiliki kekurangan yakni menutup peluang peserta didik untuk diterima di sekolah favorit. Selain itu membuat satuan pendidikan mendapatkan peserta yang punya potensi. Apalagi sebelumnya satuan pendidikan berusaha mewujudkan pendidikan yang berkualitas. "Kalau di luar satuan pendidikan, calon

siswa yang punya potensi tidak bisa mendaftar," jelasnya.

Sementara itu, Ketua DPKS Budyanto menjelaskan, upaya membangun komunikasi yang dilakukan paguyuban komite sekolah merupakan langkah tepat. Apalagi melihat fungsi DPKS adalah memberi saran, masukan, dan rekomendasi kepada kepala daerah. Dengan tujuan, memajukan pendidikan dalam rangka meningkatkan kualitas dan mutu pendidikan di Kota Semarang. "Fungsi kami adalah memberikan saran dan rekomendasi agar menjadi kebijakan dalam membangun dunia pendidikan," tambahnya.

Ia menjelaskan, masukan dari paguyuban nantinya akan dijadikan bahan untuk menyusun materi saran, masukan, dan rekomendasi, untuk disampaikan kepada kepala daerah. (den/ida)



PENUH TOTALITAS: Beberapa siswa pemenang SNC unjuk kebolehan melalui *fashion show* dalam perayaan Dies Natalis ke-72 SMPN 3 Rabu (20/7).

Tuangkan Bakat Siswa Lewat Pentas Seni

SEMARANG, Radar Semarang—SMPN 3 Semarang terus mendorong siswanya kreatif dan inovatif dengan memberikan ruang lebih luas untuk menyalurkan bakat siswa. Kali ini melalui pentas seni.

Acara ini bertepatan dengan Dies Natalis ke-72 SMPN 3 Rabu (20/7). Selain sebagai ajang silaturahmi, kegiatan ini diisi dengan menuangkan potensi siswa yang memiliki prestasi. Seperti penampilan wushu dari siswa kelas khusus olahraga (KKO) dan *fashion show* dari pemenang Semarang Night Carnival (SNC).

Pt Kepala SMPN 3 Semarang Siminto mengatakan, tujuan pentas seni ini untuk memotivasi siswa lain agar dapat menuangkan bakat dan skill mereka. "Setiap anak me-

miliki potensi yang berbeda. Kami terus berupaya memunculkan bakat siswa baik akademik dan non akademik," ujarnya.

Sampai saat ini, pihaknya sedang berusaha untuk menggali, mengembangkan, dan menjembatani potensi yang dimiliki dari peserta didik di SMPN 3 Semarang.

Ia menambahkan, pentas seni dari pemenang SNC ini mempunyai tema *recycle* dan Tinjomoyo. Dimana tinjomoyo merupakan ikon Kota Semarang yang dulunya terkenal dengan kebun binatangnya, yang sekarang menjadi hutan tinjomoyo. "Jadi Tinjomoyo itu menggambarkan refleksi keaslian dari hutan Tinjomoyo di Kota Semarang," tambahnya.

Sementara Wali Kota Semarang

Hendrar Prihadi mengatakan, agar sekolah bisa meningkatkan kompetensi sesuai bidang masing-masing. Terutama memotivasi siswa untuk dapat menggali *skill* mereka.

"Jadi tidak ada yang namanya sekolah unggulan dan sekolah favorit. Semua sekolah di Kota Semarang sama," jelasnya kepada Jawa Pos Radar Semarang setelah membuka acara Dies Natalis di SMPN 3 Semarang.

Menurutnya, sekolah yang favorit dan unggulan tidak hanya dari sisi keilmuan dan intelektual. Misalnya seperti di SMPN 3 dengan kelas khusus olahraga (KKO). "Keunggulan yang seperti ini yang saya harapkan. Mereka tadi menampilkan wushu, sehingga bisa memotivasi siswa lain untuk berprestasi," pungkasnya. (kap/ida)

Keandalan All New Terios Disukai Konsumen

MOBIL Sport Utility Vehicle (SUV) andal dan Daihatsu, All New Terios, ternyata makin diminati masyarakat Indonesia. Hal itu terbukti dari penjualan yang terus meningkat.

Sepanjang semester 1-2022, penjualan ritel Daihatsu All New Terios sudah mencapai 10.268 unit, naik 5 persen jika dibandingkan periode yang sama tahun lalu sebanyak 9.800 unit. All New Terios meraih pangsa pasar 14,2 persen dan menempati posisi kedua segmen SUV Medium terlaris di Indonesia, di bawah saudara kembarnya Toyota Rush.

Marketing & Customer Relations Division Head PT Astra International Daihatsu Sales Operation (AI-DSO) Hendrayadi Lastiyoso menilai, fitur yang disematkan pada model Daihatsu Terios terbaru yang diluncurkan pada akhir 2021 lalu, sudah dilengkapi *idle stop system* (IDS).

Dengan adanya fitur *eco idle* ini, maka mesin dapat mati secara otomatis ketika kendaraan dalam kondisi berhenti, tujuannya menghemat bahan bakar. "Dengan harga terjangkau serta adanya fitur-fitur unggulan, membuat Daihatsu Terios banyak menjadi pilihan orang," ujar Hendrayadi kepada wartawan di Jakarta, Rabu (20/7). Itulah yang membuat ia optimistis hingga akhir tahun, penjualan All New Terios akan terus meningkat.

Hal senada dikatakan Kepala Wilayah Sumatera PT AI-DSO Edy Susanto. Ia juga optimistis penjualan All New Terios akan terus meningkat, mengingat

ingat membaiknya perekonomian pascapandemi dan harga komoditas pertambangan dan perkebunan yang tinggi. Penjualan All New Terios di Sumatera adalah kontributor terbesar penjualan Terios secara nasional, yakni sekitar 31 persen.

Edy Susanto menjelaskan, pangsa pasar All New Terios di Sumatera sepanjang semester 1-2022 sudah mencapai 24 persen, jauh di atas pangsa pasar Terios secara nasional. Bahkan, dalam dua bulan terakhir, yakni Mei dan Juni, posisi pangsa pasar menembus 28 persen. Makanya, ia optimistis All New Terios hingga akhir tahun ini bisa menembus pangsa pasar 28 persen.

All New Terios dikenal bandel dan hemat BBM. Masyarakat Sumatera kerap melakukan perjalanan jauh. Selain itu, All New Terios memiliki *ground clearance* tinggi (220 milimeter) yang cocok dengan medan jalan di Sumatera. Kontur jalan yang berbukit penuh tanjakan juga memerlukan mobil yang bertenaga seperti Terios.

Hal tersebut diakui Abdullah Syukur Hakim, pemilik All New Terios asal Kabupaten Kampar, Riau. Menurut Abdullah, ia memilih All New Terios karena menggunakan penggerak roda belakang. "Kontur daerah di Sumatera adalah perbukitan dan pegunungan, dengan penggerak roda belakang, akan lebih mudah. Kalau kompetitor akan kesulitan, karena menarik beban dengan roda depan, sementara kemiringan jalan di sini sadis, berat kalau tarik depan," tutur dia.

Ia menambahkan, hal lain yang menjadi alasan memilih Terios karena mobil itu irit BBM. Menurut penghitungannya dari beberapa kali perjalanan jauh untuk mudik ke Rantau Prapat, konsumsi BBM Terios bisa 16 kilometer per liter.

Abdullah juga menilai, ketersediaan sparepart dan jaringan bengkel yang luas menjadi alasan ia memilih produk Daihatsu, seperti Terios.

Pengakuan serupa disampaikan Kepala Pondok Pesantren Ittihadul Muslimin Afrizal Sudi. Ia mengaku memilih Terios karena mobil itu cocok dengan kondisi medan di tempat tinggalnya di kawasan perkebunan kelapa sawit di Koto Gasib, Siak, Riau. "Kendaraan dengan penggerak roda belakang seperti Terios ini sesuai lingkungan saya yang jalannya penuh tanjakan, jadi butuh mobil yang tenaga kuat, " tutur Afrizal. "Terios lumayan hemat BBM, tenaganya kuat, dan suspensinya nyaman untuk menempuh jalan yang tidak bagus, " tambahnya.

Tingginya animo masyarakat terhadap All New Terios juga terjadi di kawasan Indonesia Bagian Timur (IBT). Hal tersebut dikatakan Kepala Wilayah PT AI-DSO IBT Tulus Pambudi. "Animo masyarakat IBT tinggi karena secara geografis daerah IBT merupakan daerah pegunungan yang kontur jalannya cocok dengan Terios, kondisi seperti itu perlu mobil dengan *ground clearance* tinggi," kata Tulus. (bis)



NAIK PESAT: Sales Supervisor PT Astra Internasional Tbk Daihatsu Pekanbaru Apriansyah (kanan) berbincang mengenai fitur terbaru Daihatsu All New Terios dengan konsumen yang juga Pimpinan Pondok Pesantren Ittihadul Muslimin Afrizal.

Meraup Cuan melalui Bisnis Digital

PANDEMI Covid-19 mau tidak mau sudah mengubah kebiasaan hampir seluruh masyarakat, mulai dari pola hidup sehat sampai dengan keterbatasan dalam melakukan aktivitas. Namun dengan segala keterbatasan tidak akan menutup peluang bagi individu-individu yang mempunyai jiwa *entrepreneur*. Peluang yang tersedia adalah bisnis digital. Apa itu bisnis digital? Bisnis digital adalah usaha yang dilakukan secara daring dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk menciptakan dan memasarkan sebuah produk atau jasa.

Apa saja yang termasuk ke dalam bisnis-bisnis digital, dikutip dari More Than Digital, bisnis-bisnis digital antara lain

adalah dalam bentuk *marketplace*, yang merupakan tempat atau media untuk melakukan transaksi jual beli di platform online. Kelebihan menggunakan *marketplace* adalah tidak diperlukan modal yang besar, mudah di akses, produk yang dijual tanpa batasan jenis dan jumlah. Namun kelemahannya adalah persaingan yang ketat sehingga diperlukan kekhasan supaya mudah dikenali oleh konsumen. Contoh *marketplace* yang ada di Indonesia adalah Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada dan lain sebagainya. Selain marketplace ada juga *e-commerce*, bedanya dengan *marketplace* adalah lebih kepada penjualan dilakukan melalui platform mereka sendiri

tanpa ada campur tangan pihak ke tiga, misalnya Amazon. Tren saat ini adalah bisnis digital on demnad, bisnis ini menawarkan penjualan produk virtual dengan periode waktu tertentu, misalnya Google Play Movies, Apple TV+, Netflix dan sebagainya. *Digital Free*, disini kita bisa menawarkan produk atau jasa untuk digunakan secara gratis, dan pendapatan yang kita peroleh bersumber dari iklan contohnya Google. Jenis yang kelima adalah *Freemium*, merupakan gabungan antara *digital free* dan *premium*, artinya aplikasi atau produk dapat digunakan secara gratis dengan jeda iklan, sehingga jika pelanggan ingin menghilangkan iklan maka harus membeli paket



O l e h
Widuri Kurniasari

premium, contohnya spotify. Persiapan apa saja yang diperlukan untuk memasuki bisnis digital, kenali dan pahami tentang bisnis digital. Kemudian kenali peluang bisnis yang ada, banyak peluang bisnis yang ada namun tidak semua peluang akan cocok dengan pasar yang

dituju. Oleh karena itu lakukan survei apa yang sedang tren dan diminati oleh konsumen. Dengan mengikuti tren yang ada akan menekan biaya untuk pengembangan produk, karena biaya juga merupakan faktor utama yang harus dipertimbangkan. Kemudian susun perencanaan bisnis, pilih dan atur strategi, dan lakukan upgrade strategi secara terus menerus. Dan yang tidak boleh tidak adalah manfaatkan teknologi secara optimal. Mengapa bisnis digital menjadi pilihan yang tepat saat ini, beragam alasan yang mendasarinya, misalnya jangkauan pasar yang relatif luas dan tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, pilihan yang ditawarkan sangat beragam,

konsumen mempunyai keluasaan dalam melakukan pilihan, biaya relatif bersahabat, risiko bisa dikelola, *user friendly* dan bisnis digital memiliki potensi tanpa batas.

Bisnis digital apa saja yang bisa meraup cuan saat ini, afiliasi digital. Afiliasi digital adalah bentuk kegiatan pemasaran produk atau jasa milik orang lain dengan imbalan berupa komisi, misalnya di Shopee *affiliated*, tiktok. Menjadi *content creator* untuk youtube, tiktok, instagram, aktivitas ini menarik minat anak-anak muda, karena anak muda penuh dengan ide dan kreatifitas tanpa batas. Hal inilah yang diperlukan saat membuat *video, content*. Target pendapatan dari *content creator*

adalah banyaknya jumlah *viewers*, semakin menarik content yang disajikan, semakin banyak jumlah *viewer* maka akan semakin banyak cuan yang mengalir.

Bisnis digital diprediksikan akan mempunyai potensi hingga beberapa tahun kedepan, hal ini di dorong juga dengan perkembangan dan kemajuan teknologi saat ini. Kunci sukses bisnis digital ini adalah kreatifitas, aktivitas pemasaran, manajemen waktu serta strategis yang tepat dan sesuaikan dengan target konsumen yang di sasar. (*/ida)

Dosen Prodi Manajemen
Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Unika
Soegijapranata Semarang