



KURIKULUM DAN MODUL
PELATIHAN WIRAUSAHA

STBM

SANITASI TOTAL BERBASIS MASYARAKAT
DI INDONESIA

KEMENTERIAN KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA

2014

363. 72

Ind
k

Katalog Dalam Terbitan. Kementerian Kesehatan RI

Indonesia. Kementerian Kesehatan RI. Direktorat Jenderal Pengendalian Penyakit dan Penyehatan Lingkungan

Kurikulum dan Modul Pelatihan Wirausaha Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (STBM)._

Jakarta : Kementerian Kesehatan RI. 2014

ISBN 978-602-235-526-7

1. Judul

I. SANITATION – EDUCATION

II. SANITARY ENGINEERING

III. WASTE MANAGEMENT

IV. ENVIRONMENT AND PUBLIC HEALTH



Kata Pengantar Direktur Jenderal PP & PL Kemenkes

Pemerintah Indonesia melakukan upaya percepatan peningkatan akses terhadap sanitasi yang layak. Tahun 2005, pendekatan *Community-Led Total Sanitation* (CLTS) diujicobakan di 6 kabupaten dan selanjutnya direplikasi pada tahun 2006 dan 2007. Hasilnya, pada tahun 2007 ada 680 desa yang telah mendeklarasikan kondisi terbatas dari praktek buang air besar sembarangan (BABS) atau biasa disebut *Open Defecation Free* (ODF). Ini memperlihatkan bahwa pendekatan subsidi dan penyediaan sarana fisik (*hardware*), yang sebelumnya dilakukan pemerintah, ternyata tidak mampu menjamin perubahan perilaku masyarakat maupun meningkatkan akses sanitasi.

Tahun 2009, pemerintah menekankan perhatian kepada aspek sanitasi dan higiene dengan memasukkan pada Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN 2010 – 2014) prioritas 3 bidang kesehatan memprioritaskan upaya preventif dan promotif terpadu melalui peningkatan akses air minum 67% dan sanitasi 75% pada tahun 2014. Hal ini sejalan dengan komitmen pemerintah dalam pencapaian target MDG's 2015.

Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (STBM) merupakan pendekatan yang cukup efektif untuk mempercepat akses terhadap sanitasi yang layak melalui perubahan perilaku secara kolektif dan pemberdayaan masyarakat. Saat ini STBM dilaksanakan melalui berbagai program pembangunan sanitasi, diantaranya program Penyediaan Air Minum dan Sanitasi Masyarakat (PAMSIMAS), PAM STBM, program Urban Sanitation and Rural Infrastructure (USRI), program Sanitasi Berbasis Masyarakat (SANIMAS), dan program-program yang dilakukan oleh mitra seperti Water Sanitation Program-Bank Dunia, Wes UNICEF, IUWASH, High Five-USAID, Plan Internasional Indonesia, WVI, Simavi, USDP, YPCII, CD Bethesda, Yayasan Dian Desa dan lain-lain.

STBM yang mengutamakan pendekatan perubahan perilaku membutuhkan sumber daya manusia (SDM) yang terampil dan tersebar di seluruh wilayah Indonesia, baik sebagai fasilitator STBM, wirausaha sanitasi maupun tenaga pelatih yang akan menghasilkan SDM STBM baru di masa depan.

Sehubungan dengan hal tersebut, Kementerian Kesehatan berupaya untuk menjaga kualitas pelatihan melalui proses akreditasi kurikulum dan modul pelatihan sebagai berikut :

1. Kurikulum dan Modul Pelatihan Fasilitator STBM
2. Kurikulum dan Modul TOT Fasilitator STBM
3. Kurikulum Pelatihan Wirausaha Sanitasi
4. Kurikulum Pelatihan TOT Wirausaha Sanitasi

Diharapkan peserta latih nantinya akan memiliki keterampilan di bidang pemberdayaan masyarakat dengan pendekatan perubahan perilaku dan mampu berkontribusi dalam percepatan pencapaian target MDG 7c dan pembangunan kesehatan nasional khususnya untuk memberdayakan masyarakat untuk hidup sehat mandiri dan berkeadilan.

Terimakasih kami sampaikan kepada WSP-Bank Dunia, yang telah memfasilitasi penyusunan kurikulum dan modul STBM, serta tim penyusun yang telah berbagi pembelajaran dan pengalaman berharga hingga modul STBM terakreditasi.

Semoga modul ini bermanfaat.

Jakarta, 21 November 2013

Direktur Jenderal PP dan PL



Prof. dr. Tjandra Yoga Aditama

DAFTAR ISI

BAGIAN 1 - KURIKULUM WIRAUUSAHA STBM	1
BAGIAN 2 - MODUL WIRAUUSAHA STBM	28
MODUL MD.1 - KEBIJAKAN DAN STRATEGI NASIONAL STBM	32
MODUL MI.1 - KONSEP DASAR PENDEKATAN STBM	48
MODUL MI.2 - MOTIVASI WIRAUUSAHA STBM	64
MODUL MI.3 - KONSEP DASAR PEMASARAN PRODUK DAN JASA STBM.....	89
MODUL MI.4 - JEJARING PEMASARAN PRODUK DAN JASA STBM.....	105
MODUL MI.5 - PRODUK DAN JASA STBM.....	114
MODUL MI.6 - PROSES PRODUKSI PRODUK DAN JASA STBM (Contoh : JAMBAN SEHAT)	141
MODUL MI.7 - TEKNIK KOMUNIKASI DAN PRESENTASI PRODUK DAN JASA STBM	158
MODUL MI.8 - PRAKTIK MENJUAL DAN PRODUKSI	183
MODUL MI.9 - ADMINISTRASI PEMBUKUAN DAN MANAJEMEN KEUANGAN SEDERHANA.....	199
MODUL MI.10 - RENCANA BISNIS	209
MODUL MI.11 - MONITORING DAN EVALUASI KEGIATAN WIRAUUSAHA STBM	227
MODUL MP.1 - MEMBANGUN KOMITMEN BELAJAR (BLC).....	245
MODUL MP.2 - RENCANA TINDAK LANJUT.....	257
TIM PENYUSUN KURMOD WIRAUUSAHA STBM	265

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Tren Proporsi Rumah Tangga dengan Akses Berkelanjutan terhadap Sanitasi Layak; Perkotaan, Perdesaan dan Total	38
Gambar 2	Capaian Desa/Kelurahan yang Melaksanakan STBM per Provinsi tahun 2012	39
Gambar 3	Tupoksi STBM	43
Gambar 4	Strategi STBM.....	53
Gambar 5	Proses Perubahan Perilaku	58
Gambar 6	Tangga Perubahan Perilaku Visi STBM.....	60
Gambar 7	Konsep <i>Tripple Bottom Line</i>	70
Gambar 8	Pemetaan Target Pasar STBM	96
Gambar 9	Peta Sosial.....	96
Gambar 10	Jamban Individual	116
Gambar 11	Jamban Komunal	116
Gambar 12	Jenis Jamban	117
Gambar 13	Septik Tank dengan Ventilasi	117
Gambar 14	Jamban Permanen	118
Gambar 15	Desain Lantai Kamar Mandi.....	118
Gambar 16	Jamban yang Aman	118
Gambar 17	Contoh Sarana Cuci Tangan Pakai Sabun yang Layak	122
Gambar 18	Pengelolaan Air Baku.....	123
Gambar 19	Pengolahan Air Minum di Rumah Tangga.....	123
Gambar 20	Pengolahan Air Minum di Rumah Tangga.....	124
Gambar 21	Pengomposan Takakura, Sumber ICWMRIP.....	127
Gambar 22	Contoh Pengelolaan Sampah Berbasis Komunitas	129
Gambar 23	Bak Penangkap Lemak	130
Gambar 24	Bio Filter, Sumber: Buku Opsi Teknologi Sanitasi.....	130
Gambar 25	Struktur Jamban Sehat	131
Gambar 26	Konstruksi Jamban Sehat	132
Gambar 27	Tipe-Tipe Jamban Sehat.....	133
Gambar 28	Kategori Daerah Spesifik	133
Gambar 29	Kloset Duduk, Ecowasher/Monoblock, dan Kloset Jongkok Otomatis.....	135
Gambar 30	Wirausaha Kloset (Foto Plan Indonesia)	135
Gambar 31	Contoh Konstruksi Jamban Sehat	143
Gambar 32	Beberapa Contoh Sepctic Tank	144
Gambar 33	Alat-Alat untuk Membuat Jamban Tipe 3-3-1.....	146
Gambar 34	Langkah-Langkah Proses Produksi Jamban Sehat.....	147

Gambar 35	Proses Komunikasi Dalam Menjual	171
Gambar 35	Peta Sosial.....	188

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Tujuan MDG.....	37
Tabel 2	Kecenderungan Pelaksanaan Program Air dan Sanitasi di Indonesia	37
Tabel 3	Tahapan Penyelenggaraan STBM.....	42
Tabel 4	Perbedaan Pendekatan Proyek dan Pendekatan STBM.....	57
Tabel 5	Jejaring Pemasaran STBM.....	107
Tabel 6	Bahan dan Harga Pembuatan Jamban Tipe 3-3-1	145
Tabel 7	Alat Pembuatan Jamban tipe 3-3-1	146
Tabel 8	Material Praktik Lapang	186
Tabel 9	Investasi Peralatan	187

KEMENKES RI

KEMENKES RI

BAGIAN 1

KURIKULUM PELATIHAN
WIRSAUSAHA STBM

KEMENTERIAN
KES RI

BAGIAN 1 - KURIKULUM WIRAUUSAHA STBM	1
BAB I. PENDAHULUAN	3
A. Latar Belakang	3
B. Filosofi Pelatihan	4
BAB II. PERAN, FUNGSI, DAN KOMPETENSI	5
A. Peran	5
B. Fungsi.....	5
C. Kompetensi	6
BAB III. TUJUAN PELATIHAN	6
A. Tujuan Umum	6
B. Tujuan Khusus	6
BAB IV. STRUKTUR PROGRAM	7
BAB VI. DIAGRAM PROSES PEMBELAJARAN	23
BAB VII. PESERTA, PELATIH DAN PENGENDALI PELATIHAN	25
A. Peserta	25
1. Kriteria Peserta	25
2. Jumlah Peserta	25
B. Pelatih/ Fasilitator/ Instruktur.....	25
C. <i>Master of Training</i> (Pengendali Pelatihan)	25
BAB VIII. PENYELENGGARA DAN TEMPAT PENYELENGGARAAN	26
A. Penyelenggara	26
B. Tempat Penyelenggaraan	26
BAB IX. EVALUASI.....	26
BAB X. SERTIFIKAT.....	27

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sanitasi Total Berbasis Masyarakat yang selanjutnya disebut STBM merupakan pendekatan dan paradigma baru pembangunan sanitasi di Indonesia yang mengedepankan pemberdayaan masyarakat dan perubahan perilaku. STBM ditetapkan sebagai kebijakan nasional berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 852/MENKES/SK/IX/2008 untuk mempercepat pencapaian MDGs tujuan 7C, yaitu mengurangi hingga setengah penduduk yang tidak memiliki akses terhadap air bersih dan sanitasi pada tahun 2015. Tahun 2014, Kepmenkes ini diganti dengan Peraturan Menteri Kesehatan No.3 Tahun 2014 tentang STBM. Adapun tujuan penyelenggaraan STBM adalah untuk mewujudkan perilaku masyarakat yang higienis dan saniter secara mandiri dalam rangka meningkatkan derajat kesehatan masyarakat yang setinggi-tingginya. Diharapkan pada tahun 2025, Indonesia bisa mencapai sanitasi total untuk seluruh masyarakat, sebagaimana tercantum dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) Indonesia.

STBM dilaksanakan dengan mengadopsi hasil uji coba *Community Led Total Sanitation* (CLTS) yang dilaksanakan di beberapa lokasi proyek air minum dan sanitasi yang telah memberikan hasil signifikan untuk mendorong kesadaran masyarakat merubah perilaku buang air besar (BAB) sembarangan menjadi BAB di jamban yang sehat. Diawali dengan perubahan perilaku BAB, STBM masuk dan mendorong perubahan perilaku hygiene dan sanitasi masyarakat yang lebih baik dan berkelanjutan, yang selanjutnya dikenal dengan lima pilar STBM, yaitu: (1) Stop Buang Air Besar Sembarangan (SBS), (2) Cuci Tangan Pakai Sabun (CTPS), (3) Pengelolaan Air Minum dan Makanan Rumah Tangga (PAMM-RT), (4) Pengamanan Sampah Rumah Tangga (PS-RT), dan (5) Pengamanan Limbah Cair Rumah Tangga (PLC-RT).

STBM dilaksanakan dengan menggunakan strategi STBM secara total, yaitu: (1) penciptaan lingkungan yang kondusif, (2) peningkatan kebutuhan sanitasi, dan (3) peningkatan penyediaan akses atau pasokan sanitasi STBM membutuhkan sumber daya manusia terampil yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Hasil studi kerjasama antara Bappenas dan Bank Dunia (2012) menunjukkan bahwa dalam jangka pendek, dibutuhkan 12.000 tenaga sanitasi profesional, termasuk diantaranya wirausaha-wirausaha STBM untuk melaksanakan strategi ketiga STBM yaitu peningkatan penyediaan atau pasokan sanitasi. Dalam jangka menengah diperlukan tambahan 18.000 tenaga sanitasi profesional.¹ Saat ini, jumlah wirausaha STBM masih sangat sedikit, sedangkan kebutuhan untuk itu semakin besar seiring dengan meningkatnya kesadaran dan kebutuhan masyarakat untuk berperilaku higienis dan saniter yang lebih baik.

Model usaha sanitasi satu atap adalah model usaha yang menekankan pada jaringan yang kuat antara wirausaha sanitasi dan masyarakat, yang (i) menawarkan berbagai pilihan produk dan harga, (ii) memberikan manfaat lain kepada konsumen seperti jasa konsultasi produk, potongan harga dengan aturan tertentu, dan proses produksi di tempat untuk mengurangi biaya distribusi

¹ PT. Qipra Galang Kualita, *Sanitation Personnel: Capacity Development Strategi*, Jakarta, 2012

dan tukang, dan (iii) fleksibilitas pembayaran baik tunai, angsuran, arisan ataupun metode lain.

Model ini awalnya dikembangkan di Jawa Timur pada tahun 2007. Enam puluh (60) wirausaha lokal yang mendapat pelatihan wirausaha sanitasi telah berhasil menjalankan usahanya sendiri dengan rata-rata omset sebesar 13 miliar rupiah per tahun. Saat ini, jumlah wirausaha sanitasi STBM sudah semakin banyak dan berkembang tidak hanya di Jawa Timur tetapi juga di propinsi-propinsi lain di Indonesia. Sebagian besar diantara wirausaha ini tergabung ke dalam Asosiasi Pengusaha dan Pengelola Sanitasi Indonesia (APPSANI).

Kurikulum ini didesain dengan pendekatan "*learner centered*" yakni pendekatan yang menempatkan pembelajar sebagai pusat perhatian, sedangkan pelatih/Wirausaha lebih berperan sebagai katalisator (*catalyst*), pembantu proses (*process helper*), dan penghubung sumber daya (*resource linker*). Mengingat adanya perbedaan gaya pengajaran dan budaya setempat, maka tujuan pembelajarannya pun diarahkan pada tumbuhnya proses penemuan sendiri (*self-discovery*), sehingga kompetensi yang telah diperoleh dapat diterapkan dalam pelaksanaan tugas.

Dalam upaya penguatan kapasitas pelaksana program STBM, khususnya wirausaha STBM dan untuk menyelenggarakan pelatihan tersebut, maka perlu disusun Kurikulum dan Modul Pelatihan Wirausaha STBM. Sehingga kurikulum dan modul ini selanjutnya dapat dipergunakan sebagai acuan dalam melakukan pelatihan Wirausaha STBM di seluruh Indonesia. Dan diharapkan dengan pelatihan ini mampu mencetak wirausaha-wirausaha STBM yang handal, sehingga mampu mendorong percepatan pencapaian target sanitasi Indonesia yang berkelanjutan.

B. Filosofi Pelatihan

Pelatihan Wirausaha STBM ini diselenggarakan dengan memperhatikan:

1. Prinsip pembelajaran orang dewasa (*andragogi*), dimana selama pelatihan peserta berhak untuk:
 - a. Didengarkan dan dihargai pengalamannya mengenai pembelajaran kewirausahaan, wirausaha, kesehatan lingkungan dan STBM.
 - b. Dipertimbangkan setiap ide dan pendapat, sejauh berada di dalam konteks pelatihan.
 - c. Diberikan kesempatan yang sama untuk berpartisipasi dalam setiap proses pembelajaran.
 - d. Tidak dipermalukan, dilecehkan ataupun diabaikan.
2. Berorientasi kepada peserta, di mana peserta berhak untuk:
 - a. Mendapatkan 1 paket bahan belajar tentang wirausaha STBM.
 - b. Mendapatkan pelatih profesional yang dapat memfasilitasi dengan berbagai metode, melakukan umpan balik, dan menguasai materi wirausaha STBM.
 - c. Belajar sesuai dengan gaya belajar yang dimiliki, baik secara visual, auditorial maupun kinestetik (gerak).
 - d. Belajar dengan modal pengetahuan yang dimiliki masing-masing tentang wirausaha STBM, saling berbagi antara peserta maupun fasilitator.
 - e. Melakukan refleksi dan memberikan umpan balik secara terbuka.

- f. Melakukan evaluasi dan dievaluasi tingkat kemampuannya.
3. Berbasis kompetensi, yang memungkinkan peserta untuk
 - a. Mengembangkan keterampilan langkah demi langkah dalam memperoleh kompetensi kewirausahaan dalam bidang STBM.
 - b. Memperoleh sertifikat pelatihan wirausaha STBM setelah dinyatakan berhasil mencapai kompetensi yang diharapkan pada akhir pelatihan.
4. Melakukan experimentasi dengan menggunakan metode *Experimental Learning Cycle (ELC)* yang memberikan petunjuk praktis tentang desain pembelajaran, dengan karakteristik:
 - a. Terkait dengan kehidupan nyata,
 - b. Mendorong peserta untuk dapat mengekspresikan perasaan dan opini berdasarkan pengalaman dan pengetahuan mereka, dan
 - c. Menerapkan evaluasi terintegrasi dengan memberikan umpan balik kepada peserta latih tentang kemajuan yang telah dicapai.
5. Berdasarkan azas manfaat artinya setelah menyelesaikan pelatihan peserta diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan, sikap dan keterampilan sebagai Wirausaha STBM.

BAB II. PERAN, FUNGSI, DAN KOMPETENSI

Peserta yang telah menyelesaikan pelatihan Wirausaha Sanitasi Total Berbasis Masyarakat mempunyai peran dan fungsi serta kompetensi sebagai berikut:

A. Peran

Setelah selesai mengikuti pelatihan, maka peserta berperan sebagai seorang wirausaha yang mampu melakukan praktik wirausaha Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (STBM).

B. Fungsi

Dalam melakukan perannya tersebut, peserta mempunyai fungsi sebagai berikut:

1. Menjelaskan kebijakan dan strategi nasional STBM.
2. Menjelaskan konsep dasar pendekatan STBM.
3. Mempraktikkan motivasi wirausaha STBM.
4. Menjelaskan konsep dasar pemasaran produk dan jasa STBM.
5. Menjelaskan jejaring pemasaran produk dan jasa STBM.
6. Menjelaskan produk dan jasa STBM.
7. Menjelaskan proses produksi produk dan jasa STBM (contoh: jamban sehat).
8. Menjelaskan teknik komunikasi dan presentasi produk dan jasa STBM.
9. Melakukan praktik menjual dan produksi
10. Menerapkan administrasi pembukuan dan manajemen keuangan sederhana.
11. Menyusun rencana bisnis.
12. Melakukan monitoring dan evaluasi kegiatan wirausaha STBM.

C. Kompetensi

Untuk menjalankan fungsi dan perannya tersebut, maka peserta memiliki kompetensi dalam hal sebagai berikut yaitu mampu :

1. Menjelaskan kebijakan dan strategi nasional STBM.
2. Menjelaskan konsep dasar pendekatan STBM.
3. Mempraktikkan motivasi wirausaha STBM.
4. Menjelaskan konsep dasar pemasaran produk dan jasa STBM.
5. Menjelaskan jejaring pemasaran produk dan jasa STBM.
6. Menjelaskan produk dan jasa STBM
7. Menjelaskan proses produksi produk dan jasa STBM (contoh: jamban sehat)
8. Menjelaskan teknik komunikasi dan presentasi produk dan jasa STBM.
9. Melakukan praktik menjual dan produksi
10. Melakukan administrasi pembukuan dan manajemen keuangan sederhana.
11. Menyusun rencana bisnis
12. Melakukan monitoring dan evaluasi kegiatan wirausaha STBM.

BAB III. TUJUAN PELATIHAN

A. Tujuan Umum

Setelah mengikuti pelatihan ini, peserta mampu menerapkan wirausaha STBM.

B. Tujuan Khusus

Setelah selesai mengikuti pelatihan ini, maka peserta mampu:

1. Menjelaskan kebijakan dan strategi nasional STBM.
2. Menjelaskan konsep dasar STBM.
3. Mempraktikkan motivasi wirausaha STBM.
4. Menjelaskan konsep dasar pemasaran produk dan jasa STBM.
5. Menjelaskan jejaring pemasaran produk dan jasa STBM.
6. Menjelaskan produk dan jasa STBM
7. Menjelaskan proses produksi produk dan jasa STBM (contoh: jamban sehat).
8. Menjelaskan teknik komunikasi dan presentasi produk dan jasa STBM.
9. Melakukan praktik menjual dan produksi
10. Menerapkan administrasi pembukuan dan manajemen keuangan sederhana.
11. Menyusun rencana bisnis.
12. Melakukan monitoring dan evaluasi kegiatan wirausaha STBM.

BAB IV. STRUKTUR PROGRAM

Untuk mencapai tujuan pelatihan yang telah ditetapkan tersebut, maka disusun materi pelatihan dengan struktur program yang terdiri dari materi dasar, materi inti dan materi penunjang dengan jumlah keseluruhan jam pelajaran (JP) sebanyak 46 JP seperti yang tertera pada struktur program sebagai berikut :

No	MATERI	WAKTU			JML
		T	P	PL	
A. MATERI DASAR					
1.	Kebijakan dan Strategi Nasional STBM	2	0	0	2
Subtotal "A" :		2	0	0	2
B. MATERI INTI					
1.	Konsep dasar STBM.	2	0	0	2
2.	Motivasi wirausaha STBM	2	3	0	5
3.	Konsep dasar pemasaran produk dan jasa STBM	1	1	0	2
4.	Jejaring pemasaran produk dan jasa STBM	1	1	0	2
5.	Produk dan jasa STBM	3	0	0	3
6.	Proses produksi produk dan jasa STBM (contoh: jamban sehat)	1	2	0	3
7.	Teknik komunikasi dan presentasi produk dan jasa STBM.	1	3	0	4
8.	Praktik menjual dan produksi	1	0	9	10
9.	Administasi pembukuan dan manajemen keuangan sederhana	1	2	0	3
10.	Rencana bisnis.	1	2	0	3
11.	Monitoring dan evaluasi kegiatan wirausaha STBM	1	2	0	3
Subtotal "B" :		15	16	9	40
C. MATERI PENUNJANG					
1	Membangun Komitmen Belajar (BLC)	0	2	0	2
2	Rencana Tindak Lanjut (RTL)	1	1	0	2
Subtotal "C"		1	3	0	4
Total :		18	19	9	46
Keterangan :					
T: Teori; P: Penugasan; PL: Praktik Lapangan					
1 JPL @45 menit					
46 JP = 5 hari					

BAB V. GARIS-GARIS BESAR PROGRAM PEMBELAJARAN

- Nomor : MD.1
 Judul Materi : Kebijakan dan Strategi Nasional STBM
 Waktu : 2 JP (T=2 jp; P=0 jp; PL=0 jp)
 Tujuan Pembelajaran Umum : Setelah mengikuti materi ini, peserta mampu memahami arah kebijakan dan strategi nasional STBM.

TUJUAN PEMBELAJARAN KHUSUS (TPK)	POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN	METODE	MEDIA DAN ALAT BANTU	REFERENSI
Setelah mengikuti materi ini peserta mampu: 1. Menjelaskan arah kebijakan dan strategi pembangunan sanitasi Indonesia,	1. Arah Kebijakan dan Strategi Pembangunan Sanitasi di Indonesia: a. Arah kebijakan dan strategi nasional pembangunan sanitasi, b. Arah kebijakan dan strategi STBM.	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab, • Curah Pendapat 	<ul style="list-style-type: none"> • Bahan tayang (slide ppt), • LCD, • Komputer / laptop, • Modul. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bappenas, Kebijakan Nasional Pembangunan Air Minum dan Sanitasi, Jakarta: 2003. • Setneg RI, Undang-Undang No.17 Tahun 2007 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional 2005-2025, Jakarta: 2005. • Departemen Kesehatan RI, Strategi Nasional Sanitasi Total Berbasis Masyarakat, Jakarta: 2008. • Departemen Kesehatan RI, Keputusan Menteri kesehatan No. 852/MENKES/SK/IX/2008 tentang Strategi Nasional Sanitasi Total Berbasis Masyarakat, Jakarta: 2008. • Setneg RI, Undang-undang No.36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, Jakarta: 2009. • Kementerian Kesehatan RI, Rencana Strategis Kementerian Kesehatan 2010-2014, Jakarta: 2010 • Update terkait STBM; www.stbm-indonesia.org
2. Menjelaskan peran STBM,	2. Peran STBM : a. Peran program STBM dalam pencapaian RPJPN, RPJMN dan MDGs tujuan 7C, b. Refleksi pengalaman proyek/ program sanitasi sebelumnya, c. Kesenjangan antara pencapaian dan target akses sanitasi.	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab, 		
3. Menjelaskan kebijakan nasional STBM.	3. Kebijakan Nasional STBM : a. Latar belakang program STBM, b. Tujuan STBM, c. Pemetaan peran dan tanggung jawab stakeholder di masing-masing tingkatan.	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab, • Curah Pendapat 		

Nomor : Ml.1

Judul Materi : Konsep Dasar Pendekatan STBM

Waktu : 2 JP (T=2 jp; P=0 jp; PL=0 jp)

Tujuan Pembelajaran Umum : Setelah mengikuti materi ini, peserta mampu memahami konsep dasar pendekatan STBM.

TUJUAN PEMBELAJARAN KHUSUS (TPK)	POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN	METODE	MEDIA DAN ALAT BANTU	REFERENSI
Setelah mengikuti materi ini peserta mampu: 1. Menjelaskan pengertian STBM,	1. Pengertian STBM : • Pengertian STBM, • Tujuan STBM.	<ul style="list-style-type: none">• Ceramah Tanya jawab,• Putar film,• Curah Pendapat.	<ul style="list-style-type: none">• Bahan tayang (slide ppt, film),• Modul,• LCD,• Komputer/laptop,• Flipchart,• Spidol,• Meta plan,• Panduan Diskusi.	<ul style="list-style-type: none">• Kar. Kamar. <i>Working Paper 184. Subsidy or Self-Respect? Total Community Sanitation in Bangladesh, Institute for Development Studies</i>, September 2003.• WSP, Film Memicu Perubahan Menuju Sanitasi Total di Maharashtra, India: 2004.• Kelompok Kerja Antar Departemen, Project WASPOLA, <i>Film Awakening Change, Community Led Total Sanitation in Indonesia</i>, Jakarta: 2006.• Kemenkes RI, Film STBM, Jakarta: 2009.• Kemenkes RI, Direktorat PL, Kemenkes, Materi Advokasi STBM, Jakarta: 2012.• Kemenkes RI, Dit. Pencegahan Lingkungan, Modul Higienes Sanitasi Makanan dan Minuman, Jakarta: 2012.• Kemenkes RI, Direktorat PL, Buku Sisiplan STBM: Kurikulum dan Modul Pelatihan Fasilitator Pemberdayaan Masyarakat di Bidang Kesehatan, Jakarta: 2013.• Update STBM, www.stbm-indonesia.org• Sejarah Sanitasi, Seri AMPL 23, www.aml.or.id.
2. Menjelaskan 3 (tiga) strategi STBM,	2. Tiga Strategi STBM • Peningkatan kebutuhan dan Permintaan Sanitasi, • Peningkatan layanan penyediaan sanitasi, dan • Penciptaan lingkungan yang kondusif.	<ul style="list-style-type: none">• Ceramah Tanya jawab,• Curah Pendapat.		
3. Menjelaskan lima pilar STBM,	3. Lima Pilar STBM • Pengertian, • Ruang Lingkup, • Manfaat, • Tujuan.	<ul style="list-style-type: none">• Ceramah Tanya jawab,• Curah Pendapat.		
4. Menjelaskan prinsip-prinsip STBM,	4. Prinsip-Prinsip STBM • Tanpa subsidi, • Masyarakat sebagai pemimpin, • Tidak menggurui / memaksa, • Totalitas seluruh komponen masyarakat.	<ul style="list-style-type: none">• Diskusi,• Ceramah Tanya jawab,		
5. Menjelaskan pilar perubahan perilaku pada STBM,	5. Pilar Perubahan Perilaku Pada STBM dan proses mendorong perubahan perilaku.	<ul style="list-style-type: none">• Ceramah Tanya jawab,• Curah Pendapat,• Diskusi.		
6. Menjelaskan tangga perubahan perilaku.	6. Tangga Perubahan Perilaku	<ul style="list-style-type: none">• Ceramah Tanya jawab,• Curah Pendapat,• Diskusi.		

Nomor : MI.2

Judul Materi : Motivasi Wirausaha STBM

Waktu : 5 JP (T=2Jl; P=3Jp; PL=0 jp)

Tujuan Pembelajaran Umum : Setelah mengikuti materi ini, peserta mampu mempraktikkan motivasi wirausaha STBM.

TUJUAN PEMBELAJARAN KHUSUS (TPK)	POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN	METODE	MEDIA DAN ALAT BANTU	REFERENSI
Setelah mengikuti materi ini peserta mampu: 1. Menjelaskan makna belajar wirausaha STBM, 2. Menjelaskan pentingnya kemampuan dan kemauan untuk pengembangan diri, 3. Menjelaskan perilaku dan sikap positif dalam melipat gandakan kinerja, 4. Menjelaskan hubungan motif berprestasi dan wirausaha, 5. Menjelaskan konsep wirausaha sosial, 6. Memberikan motivasi wirausaha.	POKOK BAHASAN Wirausaha STBM 1. Makna Belajar Wirausaha STBM 2. Pentingnya Pengembangan Diri a. Kemauan, b. Kemampuan. 3. Perilaku dan Sikap Positif dalam Melipat gandakan Kinerja 4. Hubungan Motif Berprestasi dan Wirausaha 5. Konsep Wirausaha Sosial a. Pengertian wirausaha sosial, b. Konsep <i>triple bottom line</i> . 6. Motivasi Wirausaha a. Penilaian diri sendiri (<i>self assessment</i>), b. Cara mengatasi kekurangan.	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah Tanya Jawab, • Curah Pendapat. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bahan tayang • Modul • Kertas plano, • Spidol, • Papan flipchart, • LCD projector, • Meta plan, • Kain tempel. • Kuesioner • Pedoman Diskusi • Pedoman penugasan 	<ul style="list-style-type: none"> • Mc. Clelland, David. Theory of Motivation, UK, 1987. • Elkington, K. "Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of 1st Century Business, Capstone, 1997 • Pengantar Kewiraswastaan, Drs. Masykur Wiratmo, MSc, BPFE Yogyakarta, 2001. • Kewirausahaan, Dr Suryana Msi, Salemba Empat Jakarta, 2003 • Modul Pelatihan ILO, "SIYB-Start and Improve Your Business", 2008 • Social Enterprise Planning Tool Kits Supported, British Council, 2011. • Buku Panduan, Pengembangan dan Penggunaan Modul Pelatihan Wirausaha Sanitasi, WSP-EAP Indonesia, 2012. • Panduan Penyelenggaraan Pelatihan Wirausaha Sanitasi, WSP-EAP, 2012
		<ul style="list-style-type: none"> • Curah pendapat 		
		<ul style="list-style-type: none"> • Penugasan, • Diskusi. 		

Nomor : MI.3

Judul Materi : Konsep Dasar Pemasaran Produk dan Jasa STBM

Waktu : 2 JPL (T=1jpl; P=1 jpl; PL=0 jpl)

Tujuan Pembelajaran Umum : Setelah mengikuti materi ini, peserta mampu memahami konsep dasar pemasaran produk dan jasa STBM.

TUJUAN PEMBELAJARAN KHUSUS (TPK)	POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN	METODE	MEDIA DAN ALAT BANTU	REFERENSI
Setelah mengikuti materi ini peserta mampu: 1. Menjelaskan konsep dasar pemasaran produk dan jasa STBM,	1. Konsep Dasar Pemasaran Produk dan Jasa STBM a. Fakta-fakta lapangan, b. Tiga komponen STBM dan peluang pemasaran, c. Peran wirasaha STBM dalam proses pengembangan suplai produk dan jasa STBM, d. Segmen pasar produk dan jasa STBM.	<ul style="list-style-type: none">• Ceramah Tanya Jawab,• Currah Pendapat,• Penugasan.	<ul style="list-style-type: none">• Bahan tayang (side ppt), kertas plano,• Spidol,• Papan flipchart,• LCD projector,• Meta plan,• Kain tempel.• Pedoman• Diskusi,• Pedoman penugasan,• Modul.	<ul style="list-style-type: none">• Kotler.P and Keller.K, <i>Marketing and Management</i>, Pearsin Prentice Hall, USA: 2006.• British Council, <i>Social Enterprise Planning Tool</i>, Jakarta: 2011.• WSP-EAP Indonesia, <i>Buku Panduan Pengembangan dan Penggunaan Modul Pelatihan Wirasaha Sanitasi</i>, Jakarta: 2012.• WSP-EAP Indonesia, <i>Sanitation Marketing, Water Sanitation Program, E-Learning</i>, Jakarta: 2012.• WSP-EAP Indonesia, <i>Panduan Penyelenggaraan Pelatihan Wirasaha Sanitasi</i>, Jakarta: 2012• WSP-EAP Indonesia, <i>Lembar Sanifoam</i>, Jakarta: 2013.
2. Menjelaskan konsep pemasaran sosial sanitasi,	2. Konsep Pemasaran Sosial Sanitasi a. Definisi pemasaran sosial sanitasi, b. Peluang pemasaran sosial, c. Teknik pemasaran sosial.	<ul style="list-style-type: none">• Ceramah Tanya Jawab,• Currah Pendapat.		

Nomor : MI.4

Judul Materi : Jejaring Pemasaran produk dan jasa STBM

Waktu : 2 JPL (T=1jpl; P=1jpl; PL=0 jpl)

Tujuan Pembelajaran Umum : Setelah mengikuti materi ini, peserta mampu melakukan praktik membangun jejaring pemasaran Produk dan jasa STBM.

TUJUAN PEMBELAJARAN KHUSUS (TPK)	POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN	METODE	MEDIA DAN ALAT BANTU	REFERENSI
<p>Setelah mengikuti materi ini peserta mampu:</p> <ol style="list-style-type: none"> Menjelaskan jejaring pemasaran produk dan jasa STBM, Melakukan praktik membangun jejaring pemasaran produk dan jasa STBM. 	<p>1. Jejaring Pemasaran Produk dan Jasa STBM</p> <ol style="list-style-type: none"> Definisi jejaring pemasaran produk dan jasa STBM, Peran wirausaha produk dan jasa STBM, Informasi dan target pasar produk dan jasa STBM. <p>2. Praktik Membangun Jejaring Pemasaran Produk dan Jasa STBM.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ceramah Tanya Jawab, Diskusi kelompok, Simulasi, Penugasan. 	<ul style="list-style-type: none"> Bahan tayang (slide PPT), List Jejaring Pemasaran Sanitasi, Internet, SMS, Kertas plano, tali raffia, metaplan, spidol, papan flipchart, LCD projector, kain tempel, lembar penugasan, lembar diskusi, poster, leaflet, brosur, Modul. 	<ul style="list-style-type: none"> British Council, <i>Social Enterprise Planning Toolkit</i>, Jakarta: 2011 WSP-EAP Indonesia, <i>Buku Panduan, Pengembangan dan Penggunaan Modul Pelatihan Wirausaha Sanitasi</i>, Jakarta: 2012. WSP-EAP Indonesia, <i>Panduan Penyelenggaraan Pelatihan Wirausaha Sanitasi</i>, Jakarta: 2012.

Nomor : MI.5

Judul Materi : Produk dan Jasa STBM

Waktu : 3 JP (T=3.jp; P=0.jp; PL=0.jp)

Tujuan Pembelajaran Umum : Setelah mengikuti materi ini, peserta mampu memahami jenis produk dan jasa STBM sebagai peluang wirausaha STBM.

TUJUAN PEMBELAJARAN KHUSUS (TPK)	POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN	METODE	MEDIA DAN ALAT BANTU	REFERENSI
Setelah mengikuti materi ini peserta mampu: 1. Menjelaskan jenis produk dan jasa STBM sebagai peluang wirausaha STBM	1. Jenis Produk dan Jasa STBM sebagai Peluang Wirausaha STBM a. Jamban sehat, b. Sarana cuci tangan pakai sabun, c. Sarana pengelolaan air minum dan makanan di rumah tangga, d. Sarana pengelolaan sampah di rumah tangga, e. Sarana pengelolaan limbah cair di rumah tangga.	<ul style="list-style-type: none">• Ceramah Tanya jawab,• Curah pendapat.	<ul style="list-style-type: none">• Bahan tayang (<i>slide ppt</i>),• Modul,• Kertas plano,• Spidol,• Papan <i>flipchart</i>,• LCD <i>projector</i>,• Media informasi (<i>banner, leaflet, brosur</i>) jenis produk.	<ul style="list-style-type: none">• Dinkes RI, Petunjuk Teknis Penyuluhan Program Penyehatan Lingkungan bagi petugas puskesmas, Jakarta: 1999,• WSP-EAP Indonesia, Buku informasi pilihan jamban sehat, Jakarta: 2009.• Tim Teknis Pembangunan Sanitasi, Buku Referensi Opsi Sistem dan Teknologi Sanitasi, Jakarta: 2010.
2. Menjelaskan pilihan teknologi jamban sehat sesuai dengan kondisi wilayah setempat	2. Teknologi Jamban a. Pilihan teknologi jamban sehat, b. Proses pembangunan jamban sehat, c. Cara merawat dan mengetahui peralatan dan produk pendukung perawatan jamban sehat.	<ul style="list-style-type: none">• Ceramah Tanya jawab.	<ul style="list-style-type: none">• Bahan tayang (<i>slide ppt</i>),• Modul,• Kertas plano,• spidol,• papan <i>flipchart</i>,• LCD <i>projector</i>,• Metaplan,• Contoh brosur berisi pilihan teknologi.	<ul style="list-style-type: none">• Dir. PL dan DJCK, PU, Materi Bidang Air Limbah Perencanaan pengolahan Sistem Setempat (<i>On-Site System</i>), Jakarta: 2011.• WSP-EAP, Buku Penuntun Opsi Sanitasi yang Terjangkau untuk Daerah Spesifik, Jakarta: 2011.
3. Menjelaskan produk kloset	3. Teknologi Kloset a. Pilihan teknologi kloset, b. Proses pembangunan kloset, c. Cara merawat dan mengetahui peralatan dan produk pendukung perawatan kloset.	<ul style="list-style-type: none">• Ceramah Tanya jawab.	<ul style="list-style-type: none">• Bahan tayang,• Modul,• Kertas plano,• spidol,• papan <i>flipchart</i>,• LCD <i>projector</i>,• metaplan• Contoh brosur berisi pilihan teknologi.	<ul style="list-style-type: none">• Asosiasi Toilet Indonesia, Spesifikasi Green Toilet Umum Indonesia, Jakarta:2012,• WSP-EAP, Kriteria dan Konstruksi Jamban Sehat, Jakarta: 2013.• Situs: http://www.sanitasi.or.id

Nomor

: MI.6

Judul Materi

: Proses Produksi Produk dan Jasa STBM (Contoh: Jamban Sehat)

Waktu

: 3 JPL (T=1 jpl; P=2 jpl; PL=0 jpl)

Tujuan Pembelajaran Umum : Setelah mengikuti materi ini, peserta mampu memahami proses produksi produk dan jasa STBM (contoh: jamban sehat).

TUJUAN PEMBELAJARAN KHUSUS (TPK)	POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN	METODE	MEDIA DAN ALAT BANTU	REFERENSI
Setelah mengikuti materi ini peserta mampu: 1. Menjelaskan Pengertian Konsep Jamban Sehat	Jamban Sehat a. Pengertian, b. Penghitungan volume tampungan septik tank.	<ul style="list-style-type: none">• Ceramah,• Tanya Jawab,• Penugasan.	<ul style="list-style-type: none">• Bahan tayang (ppt slide),• Modul,• Kertas plano,• Spidol• Papan flipchart,• LCD projector,• Media informasi (banner) tahapan praktik produksi,• Lembar penugasan.	<ul style="list-style-type: none">• Buku Panduan, Pengembangan dan Penggunaan Modul Pelatihan Wirausaha Sanitasi, WSP-EAP Indonesia, 2012.• Kementerian Kesehatan, Petunjuk teknis penyuluhan program penyehatan Lingkungan bagi petugas puskesmas, 1999.• Panduan Penyelenggaraan Pelatihan Wirausaha Sanitasi, WSP-EAP, 2012
2. Menguraikan proses produksi produk dan jasa STBM (contoh: jamban sehat)	2. Proses Produksi Produk dan jasa STBM dengan contoh: Jamban Sehat a. Langkah-langkah produksi b. Proses produksi kloset c. Proses produksi jamban paketan	<ul style="list-style-type: none">• Ceramah,• Tanya Jawab,• Penugasan	<ul style="list-style-type: none">• Bahan tayang (ppt slide)• Modul• Kertas plano, spidol, papan flipchart, LCD projector• Media informasi (banner) tahapan praktek produksi• Lembar penugasan	

Nomor : MI.7

Judul Materi : Teknik Komunikasi dan Presentasi Produk dan Jasa STBM

Waktu : 4 JP (T=1 jp; P=3 jp; PL=0 jp)

Tujuan Pembelajaran Umum : Setelah mengikuti materi ini, peserta mampu mempraktikkan teknik komunikasi dan presentasi produk dan jasa STBM.

TUJUAN PEMBELAJARAN KHUSUS (TPK)	POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN	METODE	MEDIA DAN ALAT BANTU	REFERENSI
Setelah mengikuti materi ini peserta mampu: 1. Mempraktikkan teknik komunikasi dan negosiasi dalam menjual produk dan jasa STBM.	1. Teknik Komunikasi dan Negosiasi dalam Menjual Produk dan Jasa STBM a. Pengertian komunikasi, b. Pengertian negosiasi, c. Praktik teknik komunikasi efektif.	<ul style="list-style-type: none">• Ceramah tanya jawab,• Curah Pendapat,• Praktikk.	<ul style="list-style-type: none">• Bahan tayang (ppt slide),• Modul,• Panduan Simulasi "Komunikasi",• Kertas plano,• Spidol,• Papan flipchart,• LCD projector.	<ul style="list-style-type: none">• WSP-EAP, Panduan Penyelenggaraan Pelatihan Wirausaha Sanitasi, Jakarta: 2012.• WSP-EAP, Buku Panduan, Pengembangan dan Penggunaan Modul Pelatihan Wirausaha Sanitasi, Jakarta: 2012.• Kemenkes RI, Buku Sisipan STBM : Kurikulum dan Modul Pelatihan Fasilitator Pemberdayaan Masyarakat di Bidang Kesehatan, Jakarta, 2013.• Prijaksono, Aribowo dan Sembel, Roy, Indonesia Learning Institute, Teknik Negosiasi, Jakarta: 2013.• Sudarismas, Marsudi, Penyampaian Presentasi, Jakarta: 2013.
2. Menerapkan teknik presentasi produk dan jasa STBM.	2. Teknik Presentasi Produk dan Jasa STBM a. Jenis-jenis teknik presentasi, b. Presentasi untuk berkomunikasi dan negosiasi, c. Hambatan-hambatan presentasi dan cara mengatasinya, d. Hubungan antara prinsip AIDA (<i>attractive-interest-desire-action</i>), <i>product knowledge</i> dan teknik presentasi produk.	<ul style="list-style-type: none">• Curah Pendapat,• Simulasi/roleplay,• Ceramah Tanya Jawab.	<ul style="list-style-type: none">• Bahan tayang (ppt slide),• Modul,• Panduan Simulasi "Presentasi Produk",• Kertas plano,• Spidol,• Papan flipchart,• LCD projector,• Replika jamban,• Brosur produk.	

TUJUAN PEMBELAJARAN KHUSUS (TPK)	POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN	METODE	MEDIA DAN ALAT BANTU	REFERENSI
3. Mempraktikkan perangkat untuk melakukan penjualan harian	3. Perangkat Penjualan Harian <ol style="list-style-type: none"> Pengertian perangkat penjualan harian, Jenis-jenis perangkat penjualan harian, Cara penggunaan perangkat penjualan harian. 	<ul style="list-style-type: none"> Curah Pendapat, Penugasan. 	<ul style="list-style-type: none"> Bahan tayang (<i>ppt slide</i>), Modul, Lembar Kerja Penggunaan Formulir Rencana Penjualan Harian, Formulir Order dan Kwitansi, Kertas plano, Spidol, Papan <i>flipchart</i>, LCD <i>projector</i>. 	
4. Mempraktikkan teknik promosi kreatif	4. Teknik Promosi Kreatif <ol style="list-style-type: none"> Pengertian teknik promosi kreatif, Jenis-jenis promosi kreatif, Pembuatan brosur sebagai sarana promosi. 	<ul style="list-style-type: none"> Curah Pendapat, Penugasan. 	<ul style="list-style-type: none"> Kertas plano. Spidol warna-warni (ukuran kecil), Kertas HVS, Papan <i>flipchart</i>, Lembar penugasan. 	

Nomor : MI.8
 Judul Materi : Praktik Menjual dan Produksi
 Waktu : 10 JP (T=1 jp; P=0 jp; PL=9 jp)
 Tujuan Pembelajaran Umum : Setelah mengikuti materi ini, peserta mampu mempraktikkan teknik menjual dan memproduksi produk dan jasa STBM berupa jamban sehat.

TUJUAN PEMBELAJARAN KHUSUS (TPK)	POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN	METODE	MEDIA DAN ALAT BANTU	REFERENSI
Setelah mengikuti materi ini peserta mampu : 1. Mempraktikkan teknik menjual	1. Teknik Menjual: a. Persiapan pelaksanaan praktik menjual, b. Pelaksanaan praktik menjual, c. Pembelajaran praktik menjual.	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Penugasan, • Diskusi kelompok. 	<ul style="list-style-type: none"> • Panduan Praktik Menjual Produk, • Kertas plano, • Spidol, • Papan flipchart, • LCD projector, • Brosur produk, • Formulir laporan penjualan harian, • Formulir pesanan penjualan, • Kuitansi. 	<ul style="list-style-type: none"> • WSP-EAP, <i>Sanitation Marketing</i>, Jakarta: 2011. • Jefti Nur Cahyo, ITS, Penerapan Value Engineering untuk Produk Jamban Sehat, Surabaya: 2012. • Arif Zarkasih, ITS, Analisis Feasibility and Bankability Wirausaha Sanitasi, Jakarta: 2012. • Kemenkes RI, Panduan Praktik Kerja Lapangan Pelatihan Fasilitator Pemberdayaan Kesehatan Masyarakat, Jakarta: 2013.
2. Mempraktikkan teknik produksi	2. Teknik Produksi : a. Persiapan pelaksanaan praktik produksi, b. Pelaksanaan praktik produksi, c. Pembelajaran praktik produksi.	<ul style="list-style-type: none"> • Praktik lapang 	<ul style="list-style-type: none"> • Bahan baku produksi, • Peralatan produksi, • Pakaiannya, • Cetakan buis beton, • Cetakan duduk kloset, • Cetakan produksi kloset, • Pedoman praktik lapangan, • Lembar kerja. 	

- Nomor : MI.9
 Judul Materi : Administasi pembukuan dan manajemen keuangan sederhana
 Waktu : 3 JP (T=1 jp; P=2 jp; PL=0 jp)
 Tujuan Pembelajaran Umum : Setelah mengikuti materi ini, peserta mampu melakukan administrasi pembukuan dan manajemen keuangan sederhana dalam pemasaran produk dan jasa STBM

TUJUAN PEMBELAJARAN KHUSUS (TPK)	POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN	METODE	MEDIA DAN ALAT BANTU	REFERENSI
Setelah mengikuti materi ini peserta mampu: 1. Melakukan perhitungan biaya produksi dan biaya operasional pembuatan jamban sehat	1. Perhitungan Biaya Produksi dan Biaya Operasional Pembuatan Jamban Sehat : a. Menghitung biaya pokok produksi, b. Menghitung biaya operasional pembuatan jamban sehat	<ul style="list-style-type: none"> • Curah Pendapat, • Ceramah, • Penugasan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bahan tayang (PPT slide), • Modul, • Kertas plano, • Spidol, • Papan flipchart, • LCD projector, • kain rekam, • metaplan • Lembar penugasan. 	<ul style="list-style-type: none"> • ILO, Start and Improve Your Bussiness, SIYB, Jakarta: 2001. • WSP-EAP, Buku Panduan, Pengembangan dan Penggunaan Modul Pelatihan Wirausaha Sanitasi, Jakarta: 2012. • WSP-EAP, Panduan Penyelenggaraan Pelatihan Wirausaha Sanitasi, Jakarta: 2012. • Kemenkes RI, Buku Sajian STBM: Kurikulum dan Modul Pelatihan Fasilitator Pemberdayaan Masyarakat di Bidang Kesehatan, Jakarta:2013.
2. Melakukan rencana penjualan bulanan	2. Rencana Penjualan Bulanan : a. Penghitungan kapasitas produksi, b. Perencanaan jumlah produksi tiap bulan (proyeksi penjualan).	<ul style="list-style-type: none"> • Curah Pendapat, • Ceramah, • Penugasan. 		
3. Melakukan perhitungan keuntungan usaha	3. Perhitungan Keuntungan Usaha.	<ul style="list-style-type: none"> • Curah Pendapat, • Ceramah, • Penugasan. 		

Nomor : MI.10
 Judul Materi : Rencana bisnis
 Waktu : 3 JP (T=1 jp; P=2 jp; PL=0 jp)
 Tujuan Pembelajaran Umum : Setelah mengikuti materi ini, peserta mampu melakukan penyusunan rencana bisnis produk dan jasa STBM

TUJUAN PEMBELAJARAN KHUSUS (TPK)	POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN	METODE	MEDIA DAN ALAT BANTU	REFERENSI
Setelah mengikuti materi ini peserta mampu: <ol style="list-style-type: none"> Menjelaskan rencana bisnis Melakukan penyusunan rencana bisnis 	<ol style="list-style-type: none"> Pengertian Rencana Bisnis Penyusunan Rencana Bisnis <ol style="list-style-type: none"> Tahapan penyusunan rencana bisnis Kegiatan rencana bisnis Manfaat 	<ul style="list-style-type: none"> Curah Pendapat Ceramah Penugasan Diskusi kelompok 	<ul style="list-style-type: none"> Bahan Tayang (PPT slide), Modul, Spidol, Papan flipchart, LCD projector, Kain tempel, Metaplan, Petunjuk diskusi kelompok, Pedoman penugasan. 	<ul style="list-style-type: none"> WSP-EAP, Buku Panduan, Pengembangan dan Penggunaan Modul Pelatihan Wirausaha Sanitasi, Jakarta: 2012. WSP-EAP, Panduan Penyelenggaraan Pelatihan Wirausaha Sanitasi, Jakarta: 2012.

Nomor : MI.11
 Judul Materi : Monitoring dan Evaluasi Wirausaha STBM
 Waktu : 3 JP (T=1 jp; P=2 jp; PL=0 jp)
 Tujuan Pembelajaran Umum : Setelah mengikuti materi ini, peserta mampu melakukan monitoring dan evaluasi kegiatan wirausaha STBM.

TUJUAN PEMBELAJARAN KHUSUS (TPK)	POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN	METODE	MEDIA DAN ALAT BANTU	REFERENSI
Setelah mengikuti materi ini peserta mampu: 1. Melakukan monitoring kegiatan wirausaha STBM 2. Melakukan evaluasi kegiatan wirausaha STBM	1. Monitoring Kegiatan Wirausaha STBM : a. Pengertian monitoring, b. Ruang lingkup monitoring, c. Kegiatan monitoring. 2. Evaluasi Kegiatan Wirausaha STBM : a. Pengertian evaluasi, b. Ruang lingkup evaluasi, c. Kegiatan evaluasi.	<ul style="list-style-type: none"> • Curah Pendapat, • Ceramah tanya jawab, • Penugasan, • Simulasi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bahan tayang (ppt slide), • Laptop, • LCD projector, • Flipchart, • Spidol, • Metaplan, • Kain tempel, • Lembar Penugasan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kemenkes RI, Modul Diklat Teknis Substansif Sosial, Teknik Monitoring, Evaluasi dan Pelaporan pada Bidang Pelayanan dan Rehabilitasi Sosial, Jakarta: 2008. • Departemen PU, Modul Money Partisipatif. PNPM Mandiri Perkotaan, Direktorat Jenderal Cipta Karya, Jakarta: 2008. • WSP-EAP, Buku Panduan, Pengembangan dan Penggunaan Modul Pelatihan Wirausaha Sanitasi, Jakarta: 2012. • WSP-EAP, Panduan Penyelenggaraan Pelatihan Wirausaha Sanitasi, Jakarta: 2012. • Kemenkes RI, Sekretariat STBM Nasional, Petunjuk Penggunaan Sistem Monitoring STBM, Jakarta: 2013.

Nomor : MP.1

Judul Materi : Membangun Komitmen Belajar (BLC)

Waktu : 2 JP (T=0.jp; P=2.jp; PL=0.jp)

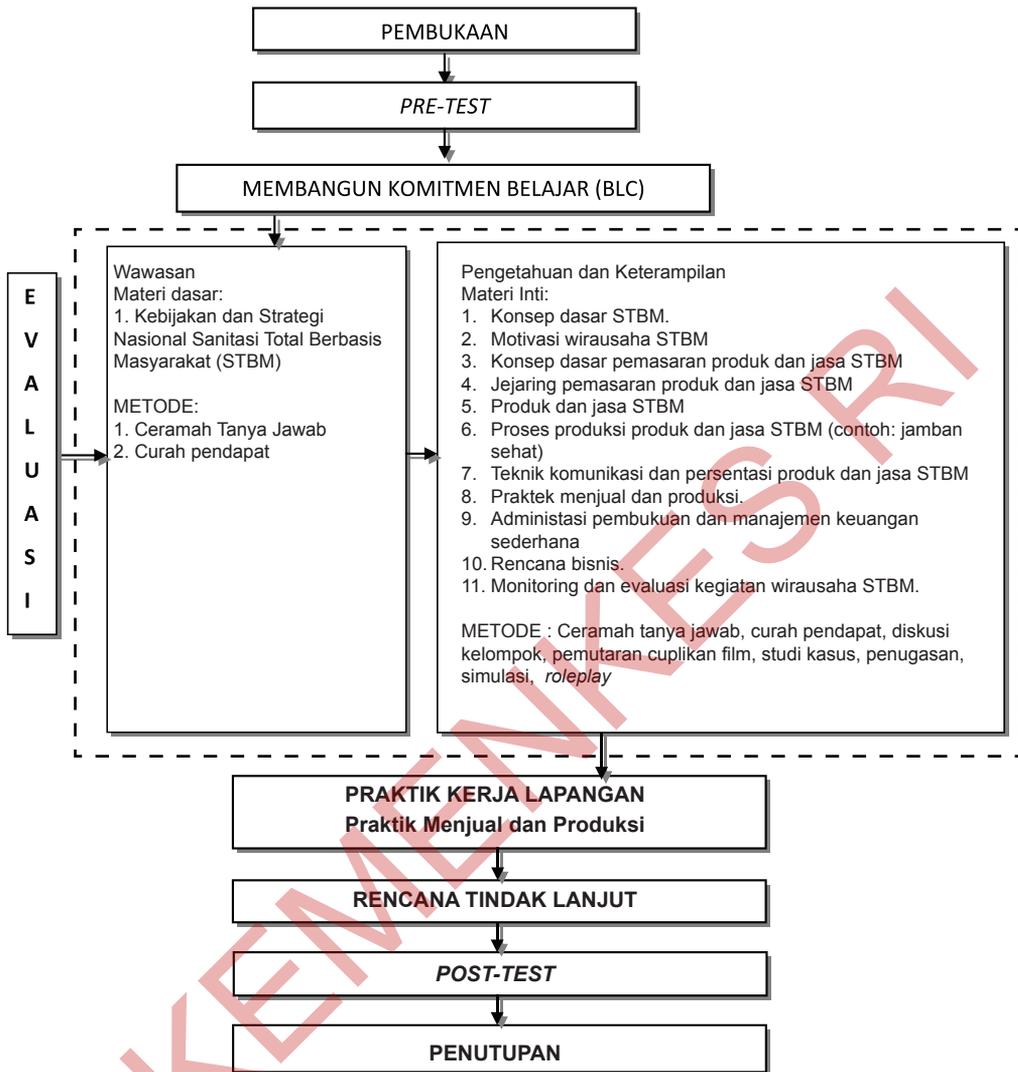
Tujuan Pembelajaran Umum : Setelah mengikuti materi ini, peserta mampu membangun komitmen belajar dalam rangka menciptakan iklim pembelajaran yang kondusif selama proses pelatihan berlangsung.

TUJUAN PEMBELAJARAN KHUSUS (TPK)	POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN	METODE	MEDIA DAN ALAT BANTU	REFERENSI
Setelah mengikuti materi ini peserta mampu: 1. Mengenal sesama warga pembelajaran pada proses pelatihan	1. Perkenalan	<ul style="list-style-type: none">• CTJ,• Curah pendapat.	<ul style="list-style-type: none">• Bahan tayang (<i>slide ppt</i>),• <i>Flipchart/ papan tulis</i>,• Spidol,• Meta plan,• Jadwal dan alur	<ul style="list-style-type: none">• Munir, Baderal, <i>Dinamika Kelompok</i>, Penerapannya dalam Laboratorium Ilmu Perilaku, Jakarta: 2001.• Depkes RI, <i>Pusdiklat, Membangun Komitmen Belajar</i>, Jakarta: 2001.• Depkes RI, <i>Pusdiklatnakes, Kumpulan Games dan Energizer</i>, Jakarta: 2004.• Depkes RI, <i>Modul TOT Pelatihan</i>, Pengelola Kesehatan Indera Penglihatan, Jakarta: 2005.
2. Menyiapkan diri untuk belajar bersama secara aktif dalam suasana yang kondusif	2. Pencairan (<i>ice breaking</i>)	<ul style="list-style-type: none">• Permainan	<ul style="list-style-type: none">• Normal/tata tertib standar pelatihan,• Panduan permainan.	<ul style="list-style-type: none">• Depkes RI, <i>Modul TOT Pelatihan</i>• Pengelola Program Kesehatan Indra• Pengajaran, Jakarta: 2006
3. Merumuskan harapan- harapan yang ingin dicapai bersama baik dalam proses pembelajaran maupun hasil yang ingin dicapai di akhir pelatihan..	3. Harapan-Harapan dalam Proses Pembelajaran dan Hasil yang Ingin Dicapai	<ul style="list-style-type: none">• CTJ,• Curah pendapat,• Diskusi kelompok.		<ul style="list-style-type: none">• Depkes RI, <i>BPPSDMK, Kurikulum dan Modul Pelatihan Fasilitator Tingkat</i> Puskesmas dalam Pengembangan Desa Siaga, Jakarta: 2007.• Kemenkes RI, <i>Second Decentralized Health Services Project, Modul Pelatihan</i> Pemberdayaan Masyarakat bagi Petugas Puskesmas, Jakarta: 2010.• LAN dan Pusdiklat Aparatur, <i>Buku Panduan Dinamika Kelompok</i>, Jakarta: 2010.
4. erumuskan kesepakatan norma kelas yang harus dianut oleh seluruh warga pembelajaran selama pelatihan berlangsung	4. Norma Kelas dalam Pembelajaran	<ul style="list-style-type: none">• CTJ,• Curah pendapat,• Diskusi kelompok.		
5. Merumuskan kesepakatan bersama tentang kontrol kolektif dalam pelaksanaan norma kelas	5. Kontrol Kolektif dalam Pelaksanaan Norma Kelas	<ul style="list-style-type: none">• CTJ,• Curah pendapat,• Diskusi kelompok.		
6. Membentuk organisasi kelas	6. Organisasi Kelas	<ul style="list-style-type: none">• Diskusi kelompok.		

- Nomor : MP.2
 Judul Materi : Rencana Tindak Lanjut (RTL)
 Waktu : 2 JPL (T=1 jpl; P=1 jpl; PL=0 jpl)
 Tujuan Pembelajaran Umum : Setelah mengikuti materi ini, peserta mampu menyusun rencana tindak lanjut dan mengevaluasi pelaksanaan kegiatan wirausaha STBM.

TUJUAN PEMBELAJARAN KHUSUS (TPK)	POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN	METODE	MEDIA DAN ALAT BANTU	REFERENSI
Setelah mengikuti materi ini peserta mampu: 1. Menjelaskan pengertian dan ruang lingkup RTL. 2. Menjelaskan langkah-langkah penyusunan RTL 3. Menyusun RTL dan <i>Gantt Chart</i> untuk kegiatan yang akan dilakukan. 4. Melakukan evaluasi pelaksanaan STBM	1. RTL: a. Pengertian RTL b. Ruang lingkup RTL. 2. Langkah-langkah penyusunan RTL. 3. Penyusunan RTL dan <i>Gantt Chart</i> untuk kegiatan yang akan dilakukan. 4. Evaluasi pelaksanaan STBM	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah Tanya Jawab • Latihan • Diskusi kelompok 	<ul style="list-style-type: none"> • Flipchart • Spidol • Meta plan • Kain tempel • LCD • Presentasi • Lembar/Format RTL 	<ul style="list-style-type: none"> • Kementerian Kesehatan RI, Pedoman Umum Pengembangan Desa dan Kelurahan Siaga Aktif, Jakarta 2010. • Kemenkes RI, Second Decentralized Health Services Project, Modul Pelatihan Pemberdayaan Masyarakat bagi Petugas Puskesmas, Jakarta 2010.

BAB VI. DIAGRAM PROSES PEMBELAJARAN



Rincian rangkaian alur proses pelatihan sebagai berikut :

1. Pembukaan

Proses pembukaan pelatihan meliputi beberapa kegiatan sebagai berikut yaitu :

- Laporan ketua penyelenggara pelatihan dan penjelasan program pelatihan.
- Pengarahan dari pejabat yang berwenang tentang latar belakang perlunya pelatihan dan dukungannya terhadap program STBM.
- Perkenalan peserta secara singkat.

2. Pelaksanaan *Pre-Test*

Pelaksanaan *pre-test* dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman awal peserta terhadap materi yang akan diberikan pada proses pembelajaran.

3. Membangun Komitmen Belajar

Kegiatan ini ditujukan untuk mempersiapkan peserta dalam mengikuti proses belajar mengajar selanjutnya dan menciptakan komitmen terhadap norma-norma kelas yang disepakati bersama oleh seluruh peserta serta membentuk struktur kelas sebagai penghubung antara peserta, MOT, dan panitia penyelenggara.

Kegiatannya antara lain:

- Penjelasan oleh pelatih tentang tujuan pembelajaran dan kegiatan yang akan dilakukan dalam materi membangun komitmen belajar.
- Perkenalan antara peserta dan para pelatih dan panitia penyelenggara pelatihan, dan juga perkenalan antar sesama peserta. Kegiatan perkenalan dilakukan dengan permainan, dimana seluruh peserta terlibat secara aktif.
- Mengemukakan kebutuhan/harapan, kekhawatiran dan komitmen masing-masing peserta selama pelatihan.
- Kesepakatan antara para pelatih, penyelenggara pelatihan dan peserta dalam berinteraksi selama pelatihan berlangsung, meliputi: pengorganisasian kelas, kenyamanan kelas, keamanan kelas, dan yang lainnya.

4. Pengisian Wawasan

Setelah materi Membangun Komitmen Belajar, kegiatan dilanjutkan dengan memberikan materi sebagai dasar pengetahuan/wawasan yang sebaiknya diketahui peserta dalam pelatihan ini, sebagai berikut adalah:

Kebijakan dan Strategi Nasional Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (STBM).

5. Pemberian Keterampilan

Pemberian materi keterampilan dari proses pelatihan mengarah pada kompetensi keterampilan yang akan dicapai oleh peserta. Penyampaian materi dilakukan dengan menggunakan berbagai metode yang melibatkan semua peserta untuk berperan serta aktif dalam mencapai kompetensi tersebut, yaitu dengan menggunakan metode ceramah tanya jawab, studi kasus, diskusi kelompok, bermain peran, tugas baca, simulasi, presentasi, pemutaran cuplikan film dan latihan-latihan tentang wirausaha STBM dengan menggunakan kurikulum dan modul pelatihan Wirausaha sanitasi total berbasis masyarakat (STBM).

6. Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

Tujuan dari Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan ini adalah agar peserta mampu menerapkan peran dan fungsinya sebagai wirausaha STBM di Indonesia.

7. Evaluasi

Evaluasi dilakukan setiap hari dengan cara melakukan review terhadap kegiatan proses pembelajaran yang sudah berlangsung sebagai umpan balik untuk menyempurnakan proses pembelajaran selanjutnya. Proses umpan balik juga dilakukan dari pelatih ke peserta

berdasarkan peninjauan awal melalui *pre-test*, pemetaan kemampuan dan kapasitas peserta, penilaian penampilan peserta, serta partisipasi aktif baik di kelas maupun di lapangan

8. Rencana Tindak Lanjut (RTL)

Masing-masing peserta menyusun rencana tindak lanjut hasil pelatihan berupa rencana melakukan wirausaha Sanitasi Total Berbasis Masyarakat.

9. *Post-test*

Post-test dilakukan untuk mengetahui sejauh mana peserta dapat menyerap materi selama pelatihan. Selain *post-test*, dilakukan evaluasi kompetensi yaitu penilaian terhadap kemampuan yang telah didapat peserta melalui penugasan-penugasan dan praktik lapangan.

10. Penutupan

Acara penutupan dapat dijadikan sebagai upaya untuk mendapatkan masukan dari peserta ke penyelenggara dan pelatih untuk perbaikan pelatihan yang akan datang.

BAB VII. PESERTA, PELATIH DAN PENGENDALI PELATIHAN

A. Peserta

1. Kriteria Peserta

Peserta pelatihan wirausaha Sanitasi Total Berbasis Masyarakat ini adalah:

- Calon wirausaha yang tertarik menjadi wirausaha sanitasi, baik individu maupun kelompok.
- Pendidikan setara dengan SMP atau memiliki pengalaman usaha sebelumnya.
- Berumur dalam rentang berkisar dari 17 s.d. 60 tahun.
- Lulus seleksi berdasarkan formulir aplikasi pelatihan wirausaha STBM

2. Jumlah Peserta

Jumlah peserta dalam satu kelas adalah maksimal 30 orang.

B. Pelatih/ Fasilitator/ Instruktur

Pelatih adalah tim pelatih/fasilitator STBM dari Kementerian Kesehatan dan praktisi STBM dari berbagai instansi dan proyek pendukung STBM, dengan kriteria sebagai berikut:

- Memiliki latar belakang pengetahuan dan pengalaman terlibat dalam kegiatan STBM,
- Menguasai materi yang akan diajarkan, dan
- Memiliki pengalaman menjadi pelatih wirausaha sanitasi untuk STBM.

C. *Master of Training* (Pengendali Pelatihan)

Pengendali diklat adalah orang yang mengatur proses kegiatan pelatihan dari awal sampai akhir pelaksanaan pelatihan.

Persyaratan:

- Mengetahui program STBM,
- Merancang kerangka acuan pelatihan,
- Menguasai materi secara garis besar,
- Pernah mengikuti pelatihan *Training of Trainers* (ToT) Wirausaha Sanitasi/STBM, atau
- Pernah mengikuti pelatihan *Training of Trainers* (ToT)/ *Master of Training* (MoT).

BAB VIII. PENYELENGGARA DAN TEMPAT PENYELENGGARAAN

A. Penyelenggara

Penyelenggara pelatihan wirausaha STBM di Indonesia adalah:

1. Pusat Pendidikan dan Pelatihan Aparatur Kesehatan Badan PSDMK,
2. Pusat Pendidikan dan Pelatihan Tenaga Kesehatan, Badan PPSDMK,
3. Balai Besar Pelatihan Kesehatan (BBPK), Badan PPSDM Kesehatan,
4. Balai Pelatihan Kesehatan Nasional, Badan PPSDM Kesehatan,
5. Balai Pelatihan Kesehatan Daerah di tingkat Provinsi,
6. Institusi atau lembaga yang sudah bekerja sama dengan Balai Pelatihan Kesehatan, atau
7. Mitra pelaksana STBM yang bekerjasama dengan instansi yang sudah terakreditasi.

B. Tempat Penyelenggaraan

Pelatihan akan diselenggarakan pada lokasi-lokasi / tempat-tempat program STBM berada.

BAB IX. EVALUASI

Evaluasi yang dilakukan dalam pelatihan ini meliputi :

1. Evaluasi terhadap peserta melalui :
 - a. Penjagan awal melalui *pre-test*,
 - b. Pemahaman peserta terhadap materi yang telah diterima (*post-test*),
 - c. Evaluasi kompetensi yaitu penilaian terhadap kemampuan yang telah didapat peserta melalui penugasan-penugasan dan praktik lapang.

2. Evaluasi terhadap pelatih/ fasilitator/ narasumber

Evaluasi terhadap pelatih/fasilitator/narasumber ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh penilaian yang menggambarkan tingkat kepuasan peserta terhadap kemampuan pelatih dalam menyampaikan pengetahuan dan atau keterampilan kepada peserta dengan baik, dapat dipahami dan diserap oleh peserta, yang meliputi:

1. Penguasaan materi,
2. Ketepatan waktu memulai dan mengakhiri pembelajaran,
3. Sistematika penyajian materi,
4. Penggunaan metode dan alat bantu pembelajaran,
5. Empati, gaya dan sikap terhadap peserta,
6. Penggunaan bahasa dan volume suara,
7. Pemberian motivasi belajar kepada peserta,
8. Pencapaian Tujuan Pembelajaran (TPU/TPK),
9. Kesempatan tanya jawab,
10. Kemampuan menyajikan,
11. Kerapihan berpakaian, dan
12. Kerjasama antar Tim Pengajar.

4. Evaluasi terhadap penyelenggara pelatihan

Evaluasi dilakukan oleh peserta terhadap pelaksanaan pelatihan. Obyek evaluasi adalah pelaksanaan administrasi dan akademis, yang meliputi :

- a. Tujuan pelatihan,
- b. Relevansi program pelatihan dengan tugas,
- c. Manfaat setiap materi bagi pelaksanaan tugas peserta di tempat kerja,
- d. Manfaat pelatihan bagi peserta/ instansi,
- e. Hubungan peserta dengan pelaksana pelatihan,
- f. Pelayanan sekretariat terhadap peserta,
- g. Pelayanan akomodasi dan lainnya,
- h. Pelayanan konsumsi, dan
- i. Pelayanan komunikasi dan informasi.

BAB X. SERTIFIKAT

Berdasarkan Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara nomor 01/PER/M. PAN/2008 tanggal 28 Januari 2008 tentang Pedoman Penyusunan dan Pengangkatan Tenaga Fungsional dan Angka Kreditnya, maka bagi peserta yang telah menyelesaikan proses pelatihan selama 30 jpl dengan kehadiran minimal 95 persen dan dinyatakan lulus berdasarkan hasil evaluasi pelatihan akan diberikan sertifikat dengan angka kredit 1 (satu).

Sertifikat akan ditandatangani oleh pejabat yang berwenang atas nama Menteri Kesehatan dan/ atau oleh panitia penyelenggara pelatihan. Sertifikasi juga bisa diberikan oleh Lembaga yang berwenang menerbitkan sertifikat untuk pelatihan Wirausaha Sanitasi Total Berbasis Masyarakat.

BAGIAN 2:

MODUL PELATIHAN WIRAUSAHA STBM

MODUL
PELATIHAN
WIRUSAHA STBM

MD.1
KEBIJAKAN DAN
STRATEGI NASIONAL
STBM

MODUL MD.1:

Kebijakan dan Strategi Nasional STBM

KEMENTERIAN RI

MODUL MD.1 - KEBIJAKAN DAN STRATEGI NASIONAL STBM.....	32
I. DESKRIPSI SINGKAT.....	32
II. TUJUAN PEMBELAJARAN.....	32
A. Tujuan Pembelajaran Umum.....	32
B. Tujuan Pembelajaran Khusus	32
III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN.....	33
A. Pokok Bahasan 1: Arah kebijakan dan strategi pembangunan sanitasi di Indonesia.....	33
a. Arah kebijakan dan strategi nasional pembangunan sanitasi,	33
b. Arah kebijakan dan strategi STBM.	33
B. Pokok Bahasan 2 : Peran STBM.....	33
a. Peran program STBM dalam pencapaian RPJPN, RPJMN dan MDGs tujuan 7C,	33
b. Refleksi pengalaman proyek/program sanitasi sebelumnya,	33
c. Kesenjangan antara pencapaian dan target akses sanitasi.	33
C. Pokok Bahasan 3 : Kebijakan Nasional STBM	33
a. Latar belakang program STBM,.....	33
b. Tujuan STBM,.....	33
c. Pemetaan Peran dan tanggung jawab stakeholders di masing-masing tingkatan.	33
IV. BAHAN BELAJAR	33
V. METODE PEMBELAJARAN	33
VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN	33
A. Langkah 1: Pengkondisian (20 menit).....	33
B. Langkah 2: Pengkajian Pokok Bahasan (60 menit)	33
C. Langkah 3: Rangkuman (10 menit):.....	34
VII. URAIAN MATERI.....	34
A. POKOK BAHASAN 1: ARAH KEBIJAKAN DAN STRATEGI PEMBANGUNAN SANITASI DI INDONESIA.....	34
a. Arah Kebijakan dan Strategi Nasional Pembangunan Sanitasi.....	34
b. Arah Kebijakan dan Strategi STBM.....	35
B. POKOK BAHASAN 2 : PERAN STBM	36
a. Peran Program STBM dalam Pencapaian RPJPN, RPJMN dan MDGs Tujuan 7C	36
b. Refleksi Pengalaman Proyek/Program Sanitasi Sebelumnya.....	37
c. Kesenjangan Antara Pencapaian dan Target Akses Sanitasi	38

C. POKOK BAHASAN 3 : KEBIJAKAN NASIONAL STBM	39
a. Latar Belakang Pendekatan STBM	39
b. Tujuan STBM.....	40
c. Pemetaan Peran dan Tanggung Jawab Stakeholder di Masing-Masing Tingkatan	41

KEMENKES RI

MODUL MD.1

KEBIJAKAN DAN STRATEGI NASIONAL STBM

I. DESKRIPSI SINGKAT

Modul Kebijakan dan Strategi Nasional STBM ini disusun untuk membekali peserta agar dapat memahami kebijakan dan strategi nasional Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (STBM), dalam kaitannya dengan keberhasilan pembangunan kesehatan manusia Indonesia.

STBM merupakan pendekatan dan paradigma pembangunan sanitasi di Indonesia yang mengedepankan pemberdayaan masyarakat dan perubahan perilaku. STBM diadopsi dari hasil uji coba *Community Led Total Sanitation* (CTS) yang telah sukses dilakukan di beberapa lokasi proyek air minum dan sanitasi di Indonesia, khususnya dalam mendorong kesadaran masyarakat untuk mengubah perilaku buang air besar sembarangan (BABS) menjadi buang air besar di jamban yang saniter dan layak.

STBM ditetapkan sebagai kebijakan nasional berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 852/MENKES/SK/IX/2008 untuk mempercepat pencapaian MDGs tujuan 7C, yaitu mengurangi hingga setengah penduduk yang tidak memiliki akses terhadap air bersih dan sanitasi pada tahun 2015. Selanjutnya, pada tahun 2025, diharapkan seluruh masyarakat Indonesia telah memiliki akses sanitasi dasar yang layak dan melaksanakan perilaku hidup bersih dan sehat dalam kesehariannya, sebagaimana amanat Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) Indonesia 2005-2025.

Pendekatan STBM terdiri dari tiga komponen yang harus dilaksanakan secara seimbang dan komprehensif, yaitu: 1) peningkatan kebutuhan sanitasi, 2) peningkatan penyediaan sanitasi, dan 3) peningkatan lingkungan yang kondusif. Penerapan STBM dilakukan dalam naungan 5 pilar STBM, yaitu (1) Stop Buang Air Besar Sembarangan (SBS), (2) Cuci Tangan Pakai Sabun (CTPS), (3) Pengelolaan Air Minum dan Makanan Rumah Tangga (PAMM-RT), (4) Pengamanan Sampah Rumah Tangga (PS-RT), dan Pengamanan Limbah Cair Rumah Tangga (PLC-RT).

II. TUJUAN PEMBELAJARAN

A. Tujuan Pembelajaran Umum

Setelah mengikuti materi ini peserta mampu memahami arah kebijakan dan strategi nasional STBM.

B. Tujuan Pembelajaran Khusus

Setelah mengikuti materi ini peserta mampu:

1. Menjelaskan arah kebijakan dan strategi pembangunan sanitasi Indonesia,
2. Menjelaskan peran STBM, dan
3. Menjelaskan kebijakan nasional STBM.

III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN

- A. Pokok Bahasan 1: Arah kebijakan dan strategi pembangunan sanitasi di Indonesia
- Arah kebijakan dan strategi nasional pembangunan sanitasi,
 - Arah kebijakan dan strategi STBM.
- B. Pokok Bahasan 2 : Peran STBM
- Peran program STBM dalam pencapaian RPJPN, RPJMN dan MDGs tujuan 7C,
 - Refleksi pengalaman proyek/program sanitasi sebelumnya,
 - Kesenjangan antara pencapaian dan target akses sanitasi.
- C. Pokok Bahasan 3 : Kebijakan Nasional STBM
- Latar belakang program STBM,
 - Tujuan STBM,
 - Pemetaan Peran dan tanggung jawab stakeholders di masing-masing tingkatan.

IV. BAHAN BELAJAR

Bahan tayang (*slide ppt*), LCD, komputer/ laptop, modul.

V. METODE PEMBELAJARAN

Ceramah tanya jawab dan curah pendapat.

VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN

Jumlah jam yang digunakan dalam modul ini adalah sebanyak 2 jam pelajaran (T=2 jp, P=0 jp, PL=0 jp) @45 menit. Untuk mempermudah proses pembelajaran dan meningkatkan partisipasi seluruh peserta, dilakukan langkah-langkah kegiatan sebagai berikut

A. Langkah 1: Pengkondisian (20 menit)

- Fasilitator memperkenalkan diri,
- Perkenalan dan pencairan suasana,
- Fasilitator menyampaikan tujuan pembelajaran, pokok bahasan dan metode yang digunakan,
- Menggali pendapat peserta tentang kebijakan STBM dan mendiskusikannya. Proses pembelajaran menggunakan metode dimana semua peserta terlibat secara aktif,
- Berdasarkan pendapat peserta, pelatih menjelaskan tentang kebijakan STBM.

B. Langkah 2: Pengkajian Pokok Bahasan (60 menit)

- Fasilitator menyampaikan pokok bahasan:
 - Arah kebijakan dan strategi pembangunan sanitasi di Indonesia,
 - Peran STBM,
 - Kebijakan nasional STBM.
- Fasilitator memberi kesempatan kepada peserta untuk menanyakan hal-hal yang kurang jelas, dan memberikan jawaban dan klarifikasi atas pertanyaan-pertanyaan peserta.
- Fasilitator memberikan kesempatan sebanyak-banyaknya sehingga antar peserta juga terjadi diskusi dan interaksi yang baik.

C. Langkah 3: Rangkuman (10 menit):

1. Peserta dipersilahkan untuk menanyakan hal-hal yang kurang jelas, dan fasilitator memfasilitasi pemberian jawaban, baik dari fasilitator maupun dari peserta lain.
2. Meminta komentar, penilaian, saran bahkan kritik dari peserta pada kertas evaluasi yang telah disediakan.
3. Fasilitator menutup sesi pembelajaran dengan memastikan tercapainya TPU dan TPK sesi.

VII. URAIAN MATERI

A. POKOK BAHASAN 1: ARAH KEBIJAKAN DAN STRATEGI PEMBANGUNAN SANITASI DI INDONESIA

a. Arah Kebijakan dan Strategi Nasional Pembangunan Sanitasi Undang-Undang No.17 Tahun 2007 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) Tahun 2005-2025 menetapkan bahwa **Pembangunan Kesehatan diarahkan untuk meningkatkan kesadaran, kemauan, dan kemampuan hidup sehat bagi setiap orang agar peningkatan derajat kesehatan masyarakat setinggi-tingginya dapat terwujud.** Selanjutnya dalam Rencana Strategis Kementerian Kesehatan (Renstra Kemenkes) Tahun 2010-2014 yang tertuang dalam Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. HK.03.01/160/1/2010 ditetapkan bahwa **Visi Kemenkes adalah Masyarakat Sehat yang Mandiri dan Berkeadilan.** Adapun **Misi Kemenkes adalah 1) Meningkatkan derajat kesehatan masyarakat melalui pemberdayaan masyarakat** termasuk swasta dan masyarakat madani; 2) Melindungi kesehatan masyarakat dengan menjamin tersedianya upaya kesehatan yang paripurna, merata, bermutu dan berkeadilan; 3) Menjamin ketersediaan dan pemerataan sumber daya kesehatan; dan 4) Menciptakan tata kelola pemerintahan yang baik.

Tantangan yang dihadapi Indonesia terkait pembangunan kesehatan, khususnya bidang air minum, higiene dan sanitasi masih sangat besar. Berdasarkan hasil studi *Indonesian Sanitation Sector Development Program* (ISSDP) tahun 2006, sebanyak 47% masyarakat masih berperilaku buang air besar sembarangan. Lebih lanjut berdasarkan studi Basic Human Services di Indonesia, kurang dari 15% penduduk Indonesia yang mengetahui dan melakukan cuci tangan pakai sabun pada waktu-waktu kritis. Kondisi ini berkontribusi terhadap tingginya angka diare yaitu 423 per seribu penduduk pada tahun 2006 dengan 16 provinsi mengalami Kejadian Luar Biasa (KLB) diare dengan *Case Fatality Rate* (CFR) sebesar 2,52.

Untuk memperbaiki capaian ini, perlu dilakukan intervensi terpadu melalui pendekatan sanitasi total. Untuk itu, pemerintah merubah pendekatan pembangunan sanitasi nasional dari pendekatan sektoral dengan penyediaan subsidi perangkat keras yang selama ini tidak memberi daya ungkit terjadinya perubahan perilaku higienis dan peningkatan akses sanitasi, menjadi pendekatan sanitasi total berbasis masyarakat yang menekankan pada 5 (lima) perubahan perilaku higienis.

Pada tahun 2005, pemerintah melakukan uji coba implementasi *Community Led Total Sanitation* (CLTS) atau Sanitasi Total Berbasis Masyarakat di 6 kabupaten. Pada tahun 2006, ujicoba ini telah

berhasil menciptakan 160 desa bebas buang air besar sembarangan (*open defecation free-ODF*), sehingga pada tahun 2006, pemerintah mencanangkan gerakan sanitasi total dan kampanye cuci tangan pakai sabun nasional. Pada tahun 2007, sebanyak 500 desa sudah ODF dan pada tahun 2008 pemerintah menetapkan kebijakan nasional Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (STBM) melalui Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 852/MENKES/SK/IX/2008.

b. Arah Kebijakan dan Strategi STBM

Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (STBM) adalah pendekatan untuk merubah perilaku higienis dan sanitasi melalui pemberdayaan masyarakat dengan metode pemucuan. Pendekatan STBM memiliki indikator *outcome* dan indikator *output*.

Indikator *outcome* STBM yaitu menurunnya kejadian penyakit diare dan penyakit berbasis lingkungan lainnya yang berkaitan dengan sanitasi dan perilaku.

Sedangkan **indikator *output* STBM** adalah sebagai berikut:

- a. Setiap individu dan komunitas mempunyai akses terhadap sarana sanitasi dasar sehingga dapat mewujudkan komunitas yang bebas dari buang air di sembarang tempat (SBS).
- b. Setiap rumahtangga telah menerapkan pengelolaan air minum dan makanan yang aman di rumah tangga.
- c. Setiap rumah tangga dan sarana pelayanan umum dalam suatu komunitas (seperti sekolah, kantor, rumah makan, puskesmas, pasar, terminal) tersedia fasilitas cuci tangan (air, sabun, sarana cuci tangan), sehingga semua orang mencuci tangan dengan benar.
- d. Setiap rumah tangga mengelola limbahnya dengan benar.
- e. Setiap rumah tangga mengelola sampahnya dengan benar.

Untuk mencapai *outcome* tersebut, STBM memiliki 3 (tiga) strategi nasional STBM, yaitu:

1. Penciptaan lingkungan yang kondusif (*enabling environment*)

Prinsip

Meningkatkan dukungan pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya dalam meningkatkan perilaku higienis dan saniter.

Pokok Kegiatan

- Melakukan advokasi dan sosialisasi kepada pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya secara berjenjang,
- Mengembangkan kapasitas lembaga pelaksana di daerah,
- Meningkatkan kemitraan antara pemerintah, pemerintah daerah, organisasi masyarakat, lembaga swadaya masyarakat dan swasta.

2. Peningkatan kebutuhan sanitasi (*demand creation*)

Prinsip

Menciptakan perilaku komunitas yang higienis dan saniter untuk mendukung terciptanya sanitasi total.

Pokok Kegiatan

- Meningkatkan peran seluruh pemangku kepentingan dalam perencanaan dan pelaksanaan sosialisasi pengembangan kebutuhan,
- Mengembangkan kesadaran masyarakat tentang konsekuensi dari kebiasaan buruk sanitasi (buang air besar) dan dilanjutkan dengan pemicuan perubahan perilaku komunitas,
- Meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memilih teknologi, material dan biaya sarana sanitasi yang sehat,
- Mengembangkan kepemimpinan di masyarakat (*natural leader*) untuk memfasilitasi pemicuan perubahan perilaku masyarakat,
- Mengembangkan sistem penghargaan kepada masyarakat untuk meningkatkan dan menjaga keberlanjutan sanitasi total.

3. Peningkatan penyediaan akses sanitasi (*supply improvement*)

Prinsip

Meningkatkan ketersediaan sarana sanitasi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Pokok Kegiatan

- Meningkatkan kapasitas produksi swasta lokal dalam penyediaan sarana sanitasi,
- Mengembangkan kemitraan dengan kelompok masyarakat, koperasi, lembaga keuangan dan pengusaha lokal dalam penyediaan sarana sanitasi,
- Meningkatkan kerjasama dengan lembaga penelitian perguruan tinggi untuk pengembangan rancangan sarana sanitasi tepat guna.

Dari 6 (enam) strategi tersebut, 3 (tiga) strategi pertama merupakan strategi utama dalam pelaksanaan STBM. **Tiga strategi ini disebut Komponen Sanitasi Total.**

B. POKOK BAHASAN 2 : PERAN STBM

a. Peran Program STBM dalam Pencapaian RPJPN, RPJMN dan MDGs Tujuan 7C
STBM adalah pendekatan yang digunakan dalam program nasional pembangunan sanitasi di Indonesia yang dipilih untuk: memperkuat upaya pembudayaan hidup bersih dan sehat, mencegah penyebaran penyakit berbasis lingkungan, meningkatkan kemampuan masyarakat serta mengimplementasikan komitmen pemerintah untuk meningkatkan akses sanitasi dasar yang layak dan berkesinambungan. Komitmen pemerintah tersebut tercantum dalam pencapaian target pembangunan millennium (*Millenium Development Goal*), khususnya target 7C, yaitu mengurangi hingga setengah penduduk yang tidak memiliki akses terhadap air bersih dan sanitasi pada ahun 2015. Komitmen pemerintah terkait sanitasi lainnya tercantum dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) adalah sanitasi total untuk seluruh rakyat Indonesia pada tahun 2025.

Kontribusi STBM dalam MDGs, terlihat pada tabel di bawah:

Goal 7 Menjamin Kelestarian Lingkungan Hidup			
TARGET	Meningkatkan tingkat akses/tingkat pemenuhan jumlah target sanitasi air minum di rumah-rumah penduduk yang memiliki akses ke layanan air minum yang layak secara nasional sebesar 90% pada tahun 2015		
INDIKATOR	Baseline 1991	Capaian 2011*	Target Misi 2015
Program rumah tangga dengan akses kompromi (tidak layak air minum layak di rumah) (Rural & Urban)	Rata-rata	42,57%	73,28%
	Desa	33,81%	68,89%
Program rumah tangga dengan akses kompromi (tidak layak sanitasi) (Rural & Urban)	Rata-rata	37,73%	64,71%
	Desa	33,54%	70,78%
Program rumah tangga dengan akses kompromi (tidak layak sanitasi) (Rural & Urban)	Rata-rata	41,10%	68,33%
	Desa	33,11%	64,41%

Tabel 1: Tujuan MDG

b. Refleksi Pengalaman Proyek/Program Sanitasi Sebelumnya

Program sanitasi sebelumnya cenderung dilakukan dengan pendekatan keproyekan, sehingga faktor keberlanjutannya sangat rendah. Program-program dan proyek-proyek tersebut mempunyai kelebihan dan kekurangan masing-masing, namun secara umum proyek-proyek tersebut masih bersifat *target oriented* dimana perubahan bisa terjadi dengan cepat tetapi ikut berhenti setelah proyek selesai dilakukan.

Dengan mempertimbangkan kebutuhan keberlanjutan program dan tingkat keberhasilan yang ingin dicapai, pemerintah melakukan perubahan pendekatan pembangunan sanitasi, dari keproyekan menjadi keprograman.

Berikut adalah deskripsi singkat perbedaan pendekatan pembangunan sanitasi sebelum dan saat ini:

Program-Program Terdahulu (biasanya <i>Target Oriented</i>)	Kecenderungan Saat Ini
Perkembangan jumlah sarana	Perubahan perilaku dan kesehatan
Subsidi	Solidaritas sosial
Model-model sarana disarankan oleh pihak luar	Model-model sarana digagas dan dikembangkan oleh masyarakat
Sasaran utama adalah kepala keluarga	Sasaran utama adalah masyarakat desa secara utuh
<i>Top down</i> (dari atas ke bawah)	<i>Bottom up</i> (dari bawah ke atas)
Fokus pada: jumlah jamban	Fokus pada: berhentinya BAB di sembarang tempat
Pendekatannya bersifat ' <i>blue print</i> '	Pendekatannya lebih fleksibel.

Tabel 2: Kecenderungan Pelaksanaan Program Air dan Sanitasi di Indonesia

c. Kesenjangan Antara Pencapaian dan Target Akses Sanitasi

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2011, baru 55,60% penduduk Indonesia yang memiliki akses sanitasi yang layak, yang terbagi antara 72,54% di perkotaan dan 38,97% di perdesaan. Angka ini masih jauh dari target MDG yaitu 62,40% atau 76,82% di perkotaan dan 55.55% di perdesaan.

Dari target RPJMN bidang kesehatan untuk mencapai 20.000 desa Stop Buang Air Besar Sembarangan (SBS) pada tahun 2014, hingga Juni 2013, baru 12.543 desa yang sudah SBS. Untuk itu masih diperlukan upaya keras untuk mempercepat capaian akses sanitasi yang sudah ditargetkan.



Gambar 1. Tren Proporsi Rumah Tangga dengan Akses Berkelanjutan terhadap Sanitasi Layak; Perkotaan, Perdesaan dan Total

Kondisi seperti ini dapat dikendalikan melalui intervensi terpadu melalui pendekatan sanitasi total. Hal ini dibuktikan melalui hasil studi WHO tahun 2007, yaitu kejadian diare menurun 32% dengan meningkatkan akses masyarakat terhadap sanitasi dasar, 45% dengan perilaku mencuci tangan pakai sabun, dan 39% perilaku pengelolaan air minum yang aman di rumah tangga. Sedangkan dengan mengintegrasikan ketiga perilaku intervensi tersebut, kejadian diare menurun sebesar 94%.

Pemerintah telah memberikan perhatian di bidang higienis dan sanitasi dengan menetapkan Stop Buang Air Besar Sembarangan dan peningkatan perilaku hidup bersih dan sehat pada tahun 2009 dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) Tahun 2004 - 2009. Hal ini sejalan dengan komitmen pemerintah dalam mencapai target *Millennium Development Goals* (MDGs) tahun 2015, yaitu meningkatkan akses air minum dan sanitasi dasar secara berkesinambungan kepada separuh dari proporsi penduduk yang belum mendapatkan akses.

Menyadari hal tersebut di atas, pemerintah telah melaksanakan beberapa kegiatan, antara lain melakukan uji coba implementasi *Community Led Total Sanitation* (CLTS) di 6 kabupaten pada tahun 2005, dilanjutkan dengan pencanangan gerakan sanitasi total oleh Menteri Kesehatan pada tahun 2006 di Sumatera Barat serta pencanangan kampanye cuci tangan secara nasional oleh Menko Kesra bersama Mendiknas dan Meneg Pemberdayaan Perempuan tahun 2007.

Sebagai tindak lanjut, dilakukan replikasi CTPS di berbagai lokasi oleh berbagai lembaga, baik pemerintah maupun non pemerintah, yang menghasilkan perubahan perilaku buang air besar di sembarang tempat, sehingga pada tahun 2006. ujicoba ini telah berhasil menciptakan 160 desa bebas buang air besar sembarangan (*open defecation free-ODF*), sehingga pada tahun 2006, sebanyak 160 desa telah ODF dan tahun 2007 mencapai 500 desa.

Perlunya strategi nasional sanitasi total berbasis masyarakat berangkat dari pelaksanaan kegiatan dengan pendekatan sektoral dan subsidi perangkat keras selama ini tidak memberi daya ungkit terjadinya perubahan perilaku higienis dan peningkatan akses sanitasi, sehingga diperlukan strategi yang baru dengan melibatkan lintas sektor sesuai dengan tugas dan pokok dan fungsi masing-masing dengan leading sektor Departemen Kesehatan karena sarana sanitasi total berbasis masyarakat ini menekankan pada 5 (lima) pilar perubahan perilaku higienis. Sehingga pada tahun 2008 pemerintah menetapkan kebijakan nasional Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (STBM) melalui Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 852/MENKES/SK/IX/2008. Kepmenkes ini kemudian diganti dengan Peraturan Menteri Kesehatan No. 3 Tahun 2014 tentang Sanitasi Total Berbasis Masyarakat.

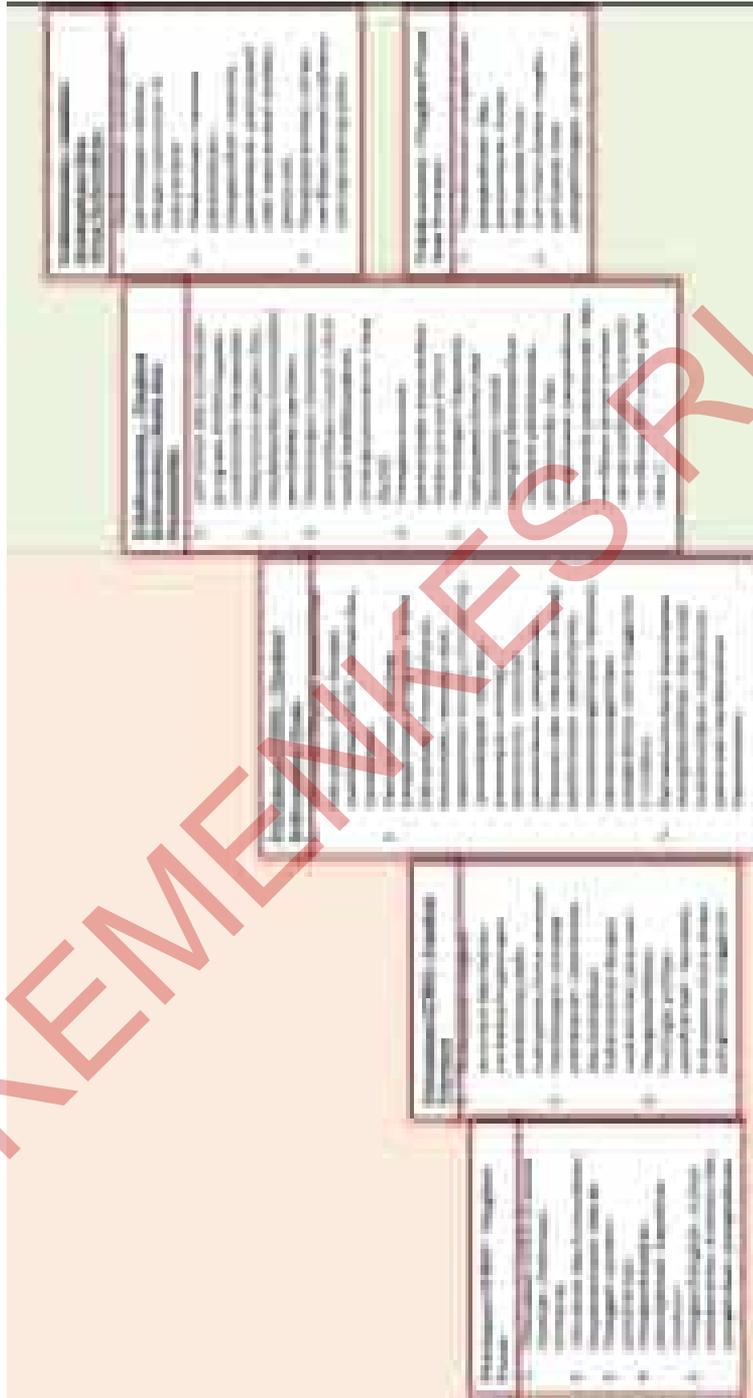
b. Tujuan STBM

Tujuan pendekatan STBM adalah untuk mencapai kondisi sanitasi total dengan mengubah perilaku higienis dan sanitasi melalui pemberdayaan masyarakat yang meliputi 3 strategi yaitu: (1) penciptaan lingkungan yang mendukung kondusif, (2) peningkatan kebutuhan sanitasi, serta (3) peningkatan penyediaan akses sanitasi.

c. Pemetaan Peran dan Tanggung Jawab Stakeholder di Masing-Masing Tingkatan STBM dilakukan di semua tingkatan dengan memperhatikan koordinasi lintas memperhatikan koordinasi lintas sektor dan lintas pemangku kepentingan, termasuk lintas program pembangunan air minum dan sanitasi, sehingga keterpaduan dalam persiapan dan pelaksanaan STBM dapat tercapai.

KEMENKES RI

Tahapan pelaksanaan STBM terlihat pada bagan dibawah ini :



Tabel 3: Tahapan Penyelenggaraan STBM

Tugas dan fungsi pemangku kebijakan (*stakeholder*) dalam memfasilitasi penyelenggaraan STBM di setiap tingkatan, digambarkan pada bagan dibawah:



Gambar 3: Tupoksi STBM

REFERENSI

1. Bappenas, Kebijakan Nasional Pembangunan Air Minum dan Sanitasi, Jakarta: 2003.
2. Setneg RI, Undang-Undang No. 17 Tahun 2007 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional 2005-2025, Jakarta: 2005.
3. Departemen Kesehatan RI, Strategi Nasional Sanitasi Total Berbasis Masyarakat, Jakarta: 2008.
4. Depkes RI, Keputusan Menteri Kesehatan No. 852/MENKES/SK/IX/2008 tentang Strategi Nasional Sanitasi Total Berbasis Masyarakat, Jakarta, 2008
5. Setneg RI, Undang-undang No.36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, Jakarta: 2009.
6. Kementerian Kesehatan RI, Rencana Strategis Kementerian Kesehatan 2010-2010, Jakarta: 2010.
7. Kementerian Kesehatan RI, Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 3 Tahun 2014 tentang STBM.

KEMENKES RI

MODUL MI.1

Konsep Dasar Pendekatan STBM

MI.1
KONSEP DASAR
PENDEKATAN STBM

MODUL MI.1 - KONSEP DASAR PENDEKATAN STBM	48
I. DESKRIPSI SINGKAT.....	48
II. TUJUAN PEMBELAJARAN.....	48
A. Tujuan Pembelajaran Umum.....	48
B. Tujuan Pembelajaran Khusus	48
III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN.....	48
A. Pokok Bahasan 1 : Pengertian STBM.....	48
a. Pengertian STBM,	48
b. Tujuan STBM,	48
B. Pokok Bahasan 2 : Tiga Strategi STBM	48
a. Peningkatan kebutuhan sanitasi.....	48
b. Peningkatan penyediaan akses sanitasi.....	48
c. Penciptaan lingkungan yang kondusif.	48
C. Pokok Bahasan 3 : Lima Pilar STBM	49
a. Pengertian,	49
b. Ruang Lingkup,.....	49
c. Manfaat,.....	49
d. Tujuan.	49
D. Pokok Bahasan 4 : Prinsip-prinsip STBM	49
a. Tanpa subsidi,.....	49
b. Masyarakat sebagai pemimpin,.....	49
c. Tidak menggurui/memaksa,	49
d. Totalitas seluruh komponen masyarakat.	49
E. Pokok Bahasan 5: Pilar Perubahan Perilaku STBM	49
F. Pokok Bahasan 6: Tangga Perubahan Perilaku STBM.....	49
IV. BAHAN BELAJAR	49
V. METODE PEMBELAJARAN	49
VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN	49
A. Langkah 1: Pengkondisian (15 menit).....	49
B. Langkah 2: Pengkajian Pokok Bahasan (60 menit)	49
C. Langkah 3: Rangkuman (15 menit).....	50
VII. URAIAN MATERI	50
A. POKOK BAHASAN 1 : PENGERTIAN STBM.....	50
a. Pengertian STBM	50
b. Tujuan STBM.....	52
B. POKOK BAHASAN 2 : TIGA STRATEGI STBM	53
a. Peningkatan Kebutuhan Sanitasi.....	53
b. Peningkatan Layanan Suplai / Penyediaan Akses Sanitasi	53
c. Penciptaan Lingkungan yang Kondusif.	54

C. POKOK BAHASAN 3 : LIMA PILAR STBM.....	55
a. Pengertian	55
b. Ruang Lingkup.....	55
c. Manfaat	56
d. Tujuan	56
D. POKOK BAHASAN 4 : PRINSIP-PRINSIP STBM	56
a. Tanpa subsidi.	56
b. Masyarakat sebagai pemimpin	56
c. Tidak mengurui / memaksa	56
d. Totalitas Seluruh Komponen Masyarakat	57
E. POKOK BAHASAN 5 : PILAR PERUBAHAN PERILAKU PADA STBM	58
F. POKOK BAHASAN 6: TANGGA PERUBAHAN PERILAKU	59
VIII. REFERENSI.....	60

KEMENKES RI

MODUL MI.1

KONSEP DASAR PENDEKATAN STBM

I. DESKRIPSI SINGKAT

Modul Konsep Dasar Pendekatan STBM ini disusun untuk membekali peserta agar memahami pengertian, komponen-komponen pokok, pilar-pilar, prinsip-prinsip dasar, dan tangga perubahan perilaku pada STBM secara lebih rinci dan mendalam.

Berdasarkan data BPS tahun 2011, baru 55,60% penduduk Indonesia yang memiliki akses sanitasi yang layak, yang terbagi antara 72,54% di perkotaan dan 38,97% di perdesaan. Angka ini masih jauh dari target MDG yaitu 62,40% atau 76,82% di perkotaan dan 55,55% di perdesaan. Dari target RPJMN bidang kesehatan untuk mencapai 20.000 desa Stop Buang Air Besar Sembarangan (SBS) pada tahun 2014, usaha keras masih sangat diperlukan. Berdasarkan data Kemenkes, hingga November 2013, baru 14.189 desa yang sudah Stop Buang Air Besar Sembarangan.

Oleh karena itu, pemahaman terkait konsep dasar STBM menjadi sangat penting agar peserta pelatihan bisa memahami secara utuh, untuk selanjutnya dapat memfasilitasi penerapan STBM di masyarakat, khususnya dalam upaya menyediakan pasokan kebutuhan sanitasi kepada masyarakat.

II. TUJUAN PEMBELAJARAN

A. Tujuan Pembelajaran Umum

Setelah mengikuti materi ini, maka peserta mampu memahami konsep dasar STBM.

B. Tujuan Pembelajaran Khusus

Setelah mengikuti materi ini peserta mampu :

1. Menjelaskan Pengertian STBM,
2. Menjelaskan Strategi STBM,
3. Menjelaskan Pilar STBM,
4. Menjelaskan Prinsip-Prinsip STBM,
5. Menjelaskan Pilar Perubahan Perilaku STBM,
6. Menjelaskan Tangga Perubahan Perilaku.

III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN

A. Pokok Bahasan 1 : Pengertian STBM

- a. Pengertian STBM,
- b. Tujuan STBM,

B. Pokok Bahasan 2 : Tiga Strategi STBM

- a. Peningkatan kebutuhan sanitasi,
- b. Peningkatan penyediaan akses sanitasi,
- c. Penciptaan lingkungan yang kondusif.

C. Pokok Bahasan 3 : Lima Pilar STBM

- a. Pengertian,
- b. Ruang Lingkup,
- c. Manfaat,
- d. Tujuan.

D. Pokok Bahasan 4 : Prinsip-prinsip STBM

- a. Tanpa subsidi,
- b. Masyarakat sebagai pemimpin,
- c. Tidak menggurui/memaksa,
- d. Totalitas seluruh komponen masyarakat.

E. Pokok Bahasan 5: Pilar Perubahan Perilaku STBM

Proses mendorong perubahan perilaku.

F. Pokok Bahasan 6: Tangga Perubahan Perilaku STBM

Tangga perubahan perilaku.

IV. BAHAN BELAJAR

Bahan tayang (*slide ppt*, film CLTS dan STBM), modul, LCD, komputer, *flipchart* (lembar balik), spidol papan tulis, meta plan, dan panduan diskusi.

V. METODE PEMBELAJARAN

Ceramah tanya jawab, pemutaran film, curah pendapat, dan diskusi.

VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN

Jumlah jam yang digunakan dalam modul ini adalah sebanyak 2 jam pelajaran (T=2 jp, P=0, PL=0) @45 menit. Untuk mempermudah proses pembelajaran dan meningkatkan partisipasi seluruh peserta, dilakukan langkah-langkah kegiatan sebagai berikut :

A. Langkah 1: Pengkondisian (15 menit)

1. Penyegaran dan pencairan suasana,
2. Fasilitator menyampaikan tujuan pembelajaran, pokok bahasan dan metode yang digunakan,
3. Menggali pendapat peserta tentang konsep dasar STBM dan mendiskusikannya. Proses pembelajaran menggunakan metode dimana semua peserta terlibat secara aktif,
4. Berdasarkan pendapat peserta, pelatih menjelaskan tentang konsep dasar STBM.

B. Langkah 2: Pengkajian Pokok Bahasan (60 menit)

1. Fasilitator menyampaikan pokok bahasan:
 - Pengertian STBM,
 - Tiga Strategi STBM,
 - Lima Pilar STBM,
 - Prinsip-prinsip STBM,
 - Pilar Perubahan Perilaku pada STBM,
 - Tangga Perubahan Perilaku.

2. Fasilitator memberi kesempatan kepada peserta untuk menanyakan hal-hal yang kurang jelas, dan memberikan jawaban dan klarifikasi atas pertanyaan-pertanyaan peserta.
3. Fasilitator memberikan kesempatan sebanyak-banyaknya sehingga antar peserta juga terjadi diskusi dan interaksi yang baik.

C. Langkah 3: Rangkuman (15 menit)

1. Peserta dipersilahkan untuk menanyakan hal-hal yang kurang jelas, dan fasilitator memfasilitasi pemberian jawaban, baik dari fasilitator maupun dari peserta lain.
2. Meminta komentar, penilaian, saran bahkan kritik dari peserta pada kertas evaluasi yang telah disediakan.
3. Fasilitator menutup sesi pembelajaran dengan memastikan TPU dan TPK sesi telah tercapai.

VII. URAIAN MATERI

A. POKOK BAHASAN 1 : PENGERTIAN STBM

a. Pengertian STBM

STBM adalah pendekatan untuk merubah perilaku higienis dan saniter melalui pemberdayaan masyarakat dengan cara pemicuan.

Penyelenggara pelaksanaan pendekatan STBM adalah masyarakat, baik yang terdiri dari individu, rumah tangga maupun kelompok-kelompok masyarakat.

Definisi Operasional STBM

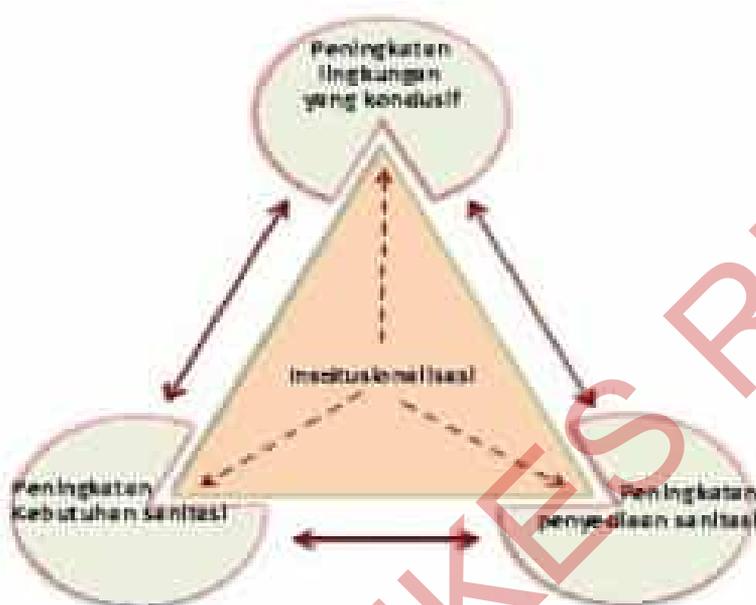
- **Kondisi Sanitasi Total** adalah kondisi ketika suatu komunitas (i) tidak buang air besar sembarangan; (ii) mencuci tangan pakai sabun; (iii) mengelola air minum dan makanan yang aman; (iv) mengelola sampah dengan aman; dan (v) mengelola limbah cair rumah tangga dengan aman.
- **Sanitasi** dalam dokumen ini meliputi kondisi sanitasi total di atas.
- **Berbasis masyarakat** adalah kondisi yang menempatkan masyarakat sebagai pengambil keputusan dan penanggungjawab dalam rangka menciptakan/meningkatkan kapasitas masyarakat untuk memecahkan berbagai persoalan terkait upaya peningkatan kualitas hidup, kemandirian, kesejahteraan, serta menjamin keberlanjutannya.
- **ODF (Open Defecation Free)** atau **SBS (Stop Buang air besar Sembarangan)** adalah kondisi ketika setiap individu dalam suatu komunitas tidak lagi melakukan perilaku buang air besar sembarang yang berpotensi menyebarkan penyakit.
- **Jamban sehat** adalah fasilitas pembuangan tinja yang efektif untuk memutus mata rantai penularan penyakit.
- **Cuci Tangan Pakai Sabun (CTPS)** adalah perilaku cuci tangan dengan menggunakan air bersih yang mengalir dan sabun.
- **Sarana CTPS** adalah sarana untuk melakukan perilaku cuci tangan pakai sabun yang dilengkapi dengan sarana air mengalir, sabun dan saluran pembuangan air limbah.

- **Pengelolaan Air Minum dan Makanan Rumah Tangga (PAMM-RT)** adalah melakukan kegiatan mengelola air minum dan makanan di rumah tangga untuk memperbaiki dan menjaga kualitas air dari sumber air yang akan digunakan untuk air minum, serta untuk menerapkan prinsip hygiene sanitasi pangan dalam proses pengelolaan makanan di rumah tangga.
- **Pengamanan Sampah Rumah Tangga (PS-RT)** adalah melakukan kegiatan pengolahan sampah di rumah tangga dengan mengedepankan prinsip mengurangi, memakai ulang, dan mendaur ulang.
- **Pengamanan Limbah Cair Rumah Tangga (PLC-RT)** adalah melakukan kegiatan pengolahan limbah cair di rumah tangga yang berasal dari sisa kegiatan mencuci, kamar mandi dan dapur yang memenuhi standar baku mutu kesehatan lingkungan dan persyaratan kesehatan yang mampu memutusa mata rantai penularan penyakit.
- **Pemerintah daerah** adalah gubernur, bupati, atau walikota dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah.
- **Pemerintah pusat** yang selanjutnya disebut Pemerintah adalah Presiden Republik Indonesia yang memegang kekuasaan pemerintahan Negara Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- **Peningkatan kebutuhan sanitasi** adalah upaya sistematis untuk meningkatkan kebutuhan menuju perubahan perilaku yang higienis dan saniter.
- **Peningkatan penyediaan sanitasi** adalah meningkatkan dan mengembangkan percepatan penyediaan akses terhadap produk dan layanan sanitasi yang layak dan terjangkau dalam rangka membuka dan mengembangkan pasar sanitasi.
- **Penciptaan lingkungan yang kondusif** adalah menciptakan kondisi yang mendukung tercapainya sanitasi total, yang tercipta melalui dukungan kelembagaan, regulasi, dan kemitraan antar pelaku STBM, termasuk didalamnya pemerintah, masyarakat, lembaga swadaya masyarakat, institusi pendidikan, institusi keagamaan dan swasta.
- **Sanitasi komunal** adalah sarana sanitasi yang melayani lebih dari satu keluarga, biasanya sarana ini dibangun di daerah yang memiliki kepadatan tinggi dan keterbatasan lahan.
- **Verifikasi** adalah proses penilaian dan konfirmasi untuk mengukur pencapaian seperangkat indikator yang dijadikan standar.
- **LSM/NGO** adalah organisasi yang didirikan oleh perorangan atau sekelompok orang secara sukarela yang memberikan pelayanan kepada masyarakat umum tanpa bertujuan untuk memperoleh keuntungan dari kegiatannya.
- **Natural leader** merupakan anggota masyarakat baik individu maupun kelompok masyarakat, yang memotori gerakan STBM di masyarakat tersebut.
- **Rencana Tindak Lanjut (RTL)** merupakan rencana yang disusun dan disepakati oleh masyarakat dengan didampingi oleh fasilitator.

- **Pemicuan** adalah cara untuk mendorong perubahan perilaku higienis dan sanitasi individu atau masyarakat atas kesadaran sendiri dengan menyentuh perasaan, pola pikir, perilaku, dan kebiasaan individu atau masyarakat.
 - **Desa/kelurahan yang melaksanakan STBM** adalah desa/kelurahan intervensi pendekatan STBM dan dijadikan target antara karena untuk mencapai kondisi sanitasi total dibutuhkan pencapaian kelima pilar STBM. Ada 3 indikator desa/kelurahan yang melaksanakan STBM: (i) minimal telah ada intervensi melalui pemicuan di salah satu dusun dalam desa/kelurahan tersebut; (ii) ada masyarakat yang bertanggung jawab untuk melanjutkan aksi intervensi STBM seperti disebutkan pada poin pertama, baik individu (*natural leader*) ataupun bentuk komite; (iii) sebagai respon dari aksi intervensi STBM, masyarakat menyusun suatu rencana aksi kegiatan dalam rangka mencapai komitmen-komitmen perubahan perilaku pilar-pilar STBM, yang telah disepakati bersama; misal: mencapai status SBS.
 - **Desa/Kelurahan ODF** (*Open Defecation Free*) / **SBS** (Stop Buang air besar Sembarangan) adalah desa/kelurahan yang 100% masyarakatnya telah buang air besar di jamban sehat, yaitu, mencapai perubahan perilaku kolektif terkait Pilar 1 dari 5 pilar STBM
 - **Desa STBM**, selain menyandang status ODF, 100% rumah tangga memiliki dan menggunakan sarana jamban yang ditingkatkan dan telah terjadi perubahan perilaku untuk pilar lainnya seperti memiliki dan menggunakan sarana cuci tangan pakai sabun dan 100% rumah tangga mempraktikkan penanganan yang aman untuk makanan dan air minum rumah tangga.
 - **Desa/kelurahan Sanitasi Total** selain menyandang status Desa STBM/ ODF++, 100% rumah tangga melaksanakan praktik pembuangan sampah dan limbah cair domestik yang aman, yaitu desa/kelurahan yang telah mencapai perubahan perilaku kolektif terkait seluruh Pilar 1-5 STBM, artinya **Kondisi Sanitasi Total**.
- b. Tujuan STBM
- Tujuan program STBM adalah untuk mencapai kondisi sanitasi total dengan mengubah perilaku higienis dan sanitasi melalui pemberdayaan masyarakat yang meliputi 3 strategi yaitu penciptaan lingkungan yang mendukung, peningkatan kebutuhan sanitasi, serta peningkatan penyediaan sanitasi.

B. POKOK BAHASAN 2 : TIGA STRATEGI STBM

Pendekatan STBM merupakan interaksi yang saling terkait antara ketiga strategi STBM, yang dilaksanakan secara terpadu, sebagai berikut:



Gambar 4: Strategi STBM

a. Peningkatan Kebutuhan Sanitasi

Komponen peningkatan kebutuhan sanitasi merupakan upaya sistematis untuk mendapatkan perubahan perilaku yang higienis dan saniter, berupa:

- Pemicuan perubahan perilaku;
- Promosi dan kampanye perubahan perilaku higienis dan sanitasi secara langsung;
- Penyampaian pesan melalui media massa dan media komunikasi lainnya;
- Mengembangkan komitmen masyarakat dalam perubahan perilaku;
- Memfasilitasi terbentuknya komite/tim kerja masyarakat;
- Mengembangkan mekanisme penghargaan terhadap masyarakat/institusi

b. Peningkatan Layanan Suplai / Penyediaan Akses Sanitasi

Peningkatan penyediaan akses sanitasi secara khusus diprioritaskan untuk meningkatkan dan mengembangkan percepatan penyediaan akses dan layanan sanitasi yang layak dalam rangka membuka dan mengembangkan pasar sanitasi pedesaan, yaitu :

- Mengembangkan opsi teknologi sarana sanitasi yang sesuai kebutuhan dan terjangkau;
- Menciptakan dan memperkuat jejaring pasar sanitasi pedesaan;
- Mengembangkan kapasitas pelaku pasar sanitasi termasuk wirausaha STBM lokal;
- Mempromosikan pelaku usaha sanitasi dalam rangka memberikan akses pelaku usaha sanitasi lokal ke potensi pasar (permintaan) sanitasi *on site* pedesaan potensial

c. Penciptaan Lingkungan yang Kondusif.

Komponen ini mencakup advokasi kepada para pemerintah, pemerintah daerah dan pemangku kepentingan dalam mengembangkan komitmen bersama untuk melembagakan program pembangunan sanitasi perdesaan yang diharapkan akan menghasilkan :

1. Komitmen pemerintah daerah menyediakan sumber daya untuk melaksanakan pendekatan STBM menyediakan anggaran untuk penguatan intitusi;
2. Kebijakan dan peraturan daerah mengenai program sanitasi seperti SK Bupati, Perda, RPJMP, Renstra, dan lain-lain;
3. Terbentuknya lembaga koordinasi yang mengarusutamakan sektor sanitasi, menghasilkan peningkatan anggaran sanitasi daerah, koordinasi sumber daya dari pemerintah maupun non-pemerintah;
4. Adanya tenaga fasilitator, pelatih STBM dan kegiatan peningkatan kapasitas;
5. Adanya sistem pemantauan hasil kinerja dan proses pengelolaan pembelajaran.

Komponen strategi peningkatan kebutuhan sanitasi dapat dilaksanakan terlebih dulu untuk memberikan gambaran kepada masyarakat sasaran tentang resiko hidup di lingkungan yang kumuh, seperti mudah tertular penyakit yang disebabkan oleh makanan dan minuman yang tidak higienis, lingkungan yang kotor dan bau, pencemaran sumber air terutama air tanah dan sungai, daya belajar anak menurun, dan kemiskinan. Salah satu metode yang dikembangkan untuk peningkatan kebutuhan sanitasi adalah *Community Led Total Sanitation* (CLTS) yang mendorong perubahan perilaku masyarakat sasaran secara kolektif dan mampu membangun sarana sanitasi secara mandiri sesuai kemampuan.

Peningkatan layanan penyediaan sanitasi dilakukan untuk mendekatkan pelayanan jasa pembangunan sarana sanitasi dan memudahkan akses oleh masyarakat, menyediakan berbagai tipe sarana yang terjangkau oleh masyarakat dan opsi keuangan khususnya skema pembayaran sehingga masyarakat yang kurang mampu memiliki akses terhadap sarana sanitasi yang sehat. Pendekatan ini dapat dilakukan tidak hanya dengan melatih dan menciptakan para wirausaha STBM, namun juga memperkuat layanan melalui penyediaan berbagai variasi/opsi jenis sarana yang dibangun, sehingga dapat memenuhi harapan dan kemampuan segmen pasar. Informasi yang rinci, akurat dan mudah dipahami oleh masyarakat sangat diperlukan untuk mendukung promosi sarana sanitasi yang sehat yang dapat disediakan oleh wirausaha STBM dan hal ini dapat disebarluaskan melalui jejaring pemasaran untuk menjaring konsumen.

Kedua strategi tersebut dapat berinteraksi melalui mekanisme pasar bila mendapatkan dukungan dari pemerintah yang dituangkan dalam bentuk regulasi, kebijakan, penganggaran dan pendekatan yang dikembangkan. Bentuk upaya tersebut adalah penciptaan lingkungan yang kondusif untuk mendukung kedua strategi berinteraksi.

Ada beberapa indikator yang dapat menggambarkan lingkungan yang kondusif antara lain:

- Kebijakan,
- Kelembagaan,
- Metodologi pelaksanaan program,
- Kapasitas pelaksana,
- Produk dan perangkat,
- Keuangan,
- Pelaksanaan dengan biaya yang efektif,
- Monitoring dan evaluasi.

C. POKOK BAHASAN 3 : LIMA PILAR STBM

a. Pengertian

Lima Pilar STBM terdiri dari :

1. **Stop Buang Air Besar Sembarangan (Stop BABS)**

Suatu kondisi ketika setiap individu dalam suatu komunitas tidak lagi melakukan perilaku buang air besar sembarangan yang berpotensi menyebarkan penyakit.

2. **Cuci Tangan Pakai Sabun (CTPS)**

Perilaku cuci tangan dengan menggunakan air bersih yang mengalir dan sabun.

3. **Pengelolaan Air Minum dan Makanan di Rumah Tangga (PAMM-RT)**

Melakukan kegiatan mengelola air minum dan makanan di rumah tangga untuk memperbaiki dan menjaga kualitas air dari sumber air yang akan digunakan untuk air minum, serta untuk menerapkan prinsip hygiene sanitasi pangan dalam proses pengelolaan makanan di rumah tangga.

4. **Pengamanan Sampah Rumah Tangga**

Melakukan kegiatan pengolahan sampah di rumah tangga dengan mengedepankan prinsip mengurangi, memakai ulang, dan mendaur ulang

5. **Pengamanan Limbah Cair Rumah Tangga.**

Melakukan kegiatan pengolahan limbah cair di rumah tangga yang berasal dari sisa kegiatan mencuci, kamar mandi dan dapur yang memnuhi standar baku mutu kesehatan lingkungan dan persyaratan kesehatan yang mampu memutus mata rantai penularan penyakit.

b. Ruang Lingkup

Ruang lingkup program STBM adalah masyarakat, baik yang terdiri dari individu, rumah tangga maupun kelompok-kelompok masyarakat.

c. Manfaat

Adanya lima pilar STBM akan membantu masyarakat untuk mencapai tingkat higiene yang paripurna, sehingga akan menghindarkan mereka dari kesakitan dan kematian akibat sanitasi yang tidak sehat.

d. Tujuan

Dibaginya pelaksanaan STBM di bawah naungan lima pilar akan mempermudah upaya mencapai tujuan akhir STBM, tidak hanya untuk meningkatkan akses sanitasi masyarakat yang lebih baik tetapi juga merubah dan mempertahankan keberlanjutan praktik-praktik budaya hidup bersih dan sehat. Sehingga dalam jangka panjang dapat menurunkan angka kesakitan dan kematian yang diakibatkan oleh sanitasi yang kurang baik, dan dapat mendorong tewujudnya masyarakat sehat yang mandiri dan berkeadilan.

D. POKOK BAHASAN 4 : PRINSIP-PRINSIP STBM

Prinsip-prinsip STBM adalah sebagai berikut :

a. Tanpa subsidi.

Masyarakat tidak menerima bantuan dari pemerintah atau pihak lain untuk menyediakan sarana sanitasi dasarnya. Penyediaan sarana sanitasi dasar adalah tanggung jawab masyarakat. Sekiranya individu masyarakat belum mampu menyediakan sanitasi dasar, maka diharapkan adanya kepedulian dan kerjasama dengan anggota masyarakat lain untuk membantu mencari solusi.

Dalam hal ini, wirausaha STBM diharapkan juga dapat memberikan solusi dengan menyediakan beragam opsi pasokan sanitasi disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan ekonomi masyarakat.

b. Masyarakat sebagai pemimpin

Inisiatif pembangunan sarana sanitasi hendaknya berasal dari masyarakat. Wirausaha STBM, sebagai bagian dari masyarakat, dituntut untuk memiliki semangat berwirausaha (*spirit entrepreneurship*), salah satunya adalah inisiatif. Dengan demikian lima pilar STBM akan menjadi peluang usaha yang dapat digarap oleh wirausaha STBM. Semua kegiatan maupun pembangunan sarana sanitasi dibuat oleh masyarakat. Sehingga ikut campur pihak luar tidak diharapkan dan tidak diperbolehkan.

c. Tidak menggurui / memaksa

Pendekatan STBM tidak boleh disampaikan kepada masyarakat dengan cara menggurui dan memaksa mereka untuk mempraktikkan budaya higienis dan sanitasi, apalagi dengan memaksa mereka membeli jamban. Wirausaha STBM dapat masuk ke masyarakat setelah masyarakat terpicu dan tertarik untuk merubah perilaku hidup bersih dan sehat. Hal ini diwujudkan dengan memiliki produk-produk sanitasi yang lebih baik dan sehat.

d. Totalitas Seluruh Komponen Masyarakat

Seluruh komponen masyarakat terlibat dalam analisa permasalahan-perencanaan-pelaksanaan serta pemanfaatan dan pemeliharaan. Keputusan masyarakat dan pelaksanaan secara kolektif adalah kunci keberhasilan pendekatan STBM.

Secara lebih rinci, keempat prinsip diatas bisa dipahami dari penjelasan antara sistem kejar target/proyek dengan STBM yang dapat dilihat pada tabel dibawah:

Kriteria	Sistem Kejar Target (Proyek)	STBM
<i>Input dari luar masyarakat</i>	Subsidi benda-benda untuk jamban	Pemberdayaan masyarakat
<i>Model</i>	Model ditentukan	Muncul inovasi lain dari masyarakat.
<i>Cakupan</i>	Sebagian	Menyeluruh
<i>Indikator keberhasilan</i>	Menghitung jamban	Tidak ada lagi kebiasaan BAB di sembarang tempat
<i>Bahan yang digunakan</i>	Semen, porselen, batu bata, dan lain-lain	Bisa dimulai dengan bambu, kayu, dan lain-lain
<i>Biaya</i>	Berkisar antara Rp. 500.000-1.000.000 per model	Relatif lebih murah
<i>Pemanfaat</i>	Yang punya uang	Masyarakat yang sangat miskin
<i>Waktu yang dibutuhkan</i>	Seperti yang ditargetkan oleh proyek	Ditentukan oleh masyarakat
<i>Motivasi utama</i>	Subsidi / bantuan	Harga diri
<i>Model penyebaran</i>	Oleh organisasi luar / formal	Oleh masyarakat melalui hubungan persaudaraan, perkawanan dan lain-lain
<i>Keberlanjutan</i>	Sulit untuk dipastikan	Dipastikan oleh masyarakat
<i>Sanksi bila melakukan BAB sembarangan</i>	Tidak ada	Disepakati oleh masyarakat. Contoh denda Rp. 1.000.000 di desa Jombe, kecamatan Turatea, kab. Jeneponto
<i>Tipe monitoring</i>	Oleh proyek	Oleh masyarakat (bisa harian, bulanan, mingguan)

Tabel 4: Perbedaan Pendekatan Proyek dan Pendekatan STBM

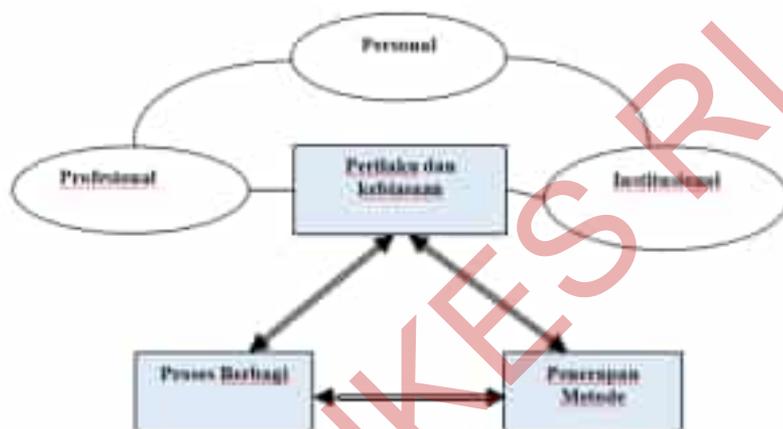
E. POKOK BAHASAN 5 : PILAR PERUBAHAN PERILAKU PADA STBM

Proses Mendorong Perubahan Perilaku

Konsep STBM diadopsi dari konsep *Community Led Total Sanitation* (CLTS) yang telah disesuaikan dengan konteks dan kebutuhan di Indonesia.

Dasar dari CLTS adalah tiga pilar utama *Participatory Rural Appraisal* (PRA), yaitu:

1. *Attitude and Behaviour Change* (perubahan perilaku dan kebiasaan),
2. *Sharing* (berbagi),
3. *Method* (metode).



Gambar 5: Proses Perubahan Perilaku

Ketiganya merupakan pilar utama yang harus diperhatikan dalam pendekatan CLTS, namun dari ketiganya yang paling penting adalah “**perubahan perilaku dan kebiasaan**” (***Attitude and Behavior Change***), karena jika perilaku dan kebiasaan tidak berubah maka kita tidak akan pernah mencapai tahap “**berbagi (*sharing*)**” dan sangat sulit untuk menerapkan “**metode**” yang tepat.

Perubahan perilaku dan kebiasaan tersebut harus total, dimana didalamnya meliputi perilaku personal atau individual, perilaku institusional atau kelembagaan dan perilaku profesional atau yang berkaitan dengan profesi.

Salah satu perilaku dan kebiasaan yang harus berubah adalah perilaku fasilitator, diantaranya:

- Pandangan bahwa ada kelompok yang berada di tingkat atas (*upper*) dan kelompok yang berada di tingkat bawah (*lower*). Cara pandang “*upper-lower*” harus dirubah menjadi “pembelajaran bersama”, bahkan menempatkan masyarakat sebagai “guru” karena masyarakat sendiri yang paling tahu apa yang terjadi dalam masyarakat itu.
- Cara pikir bahwa kita datang bukan untuk “memberi” sesuatu tetapi “menolong” masyarakat untuk menemukan sesuatu.
- Bahasa tubuh (*gesture*); sangat berkaitan dengan pandangan *upper lower*. Bahasa tubuh yang menunjukkan bahwa seorang fasilitator mempunyai pengetahuan atau ketrampilan yang lebih dibandingkan masyarakat, harus dihindari.

Ketika perilaku dan kebiasaan (termasuk cara berpikir dan bahasa tubuh) dari fasilitator telah berubah maka “*sharing*” akan segera dimulai. Masyarakat akan merasa bebas untuk mengatakan tentang apa yang terjadi di komunitasnya dan mereka mulai merencanakan untuk melakukan sesuatu. Setelah masyarakat dapat berbagi, maka metode mulai dapat diterapkan. Masyarakat secara bersama-sama melakukan analisa terhadap kondisi dan masalah masyarakat tersebut.

Dalam CLTS fasilitator tidak memberikan solusi. Namun ketika metode telah diterapkan (proses pemecuan telah dilakukan) dan masyarakat sudah terpicu sehingga diantara mereka sudah ada keinginan untuk berubah tetapi masih ada kendala yang mereka rasakan misalnya kendala teknis, ekonomi, budaya, dan lain-lain maka fasilitator mulai memotivasi mereka untuk mencapai perubahan ke arah yang lebih baik, misalnya dengan cara memberikan alternatif pemecahan masalah-masalah tersebut. Tentang usaha atau alternatif mana yang akan digunakan, semuanya harus dikembalikan kepada masyarakat tersebut.

Konsep-konsep inilah yang kemudian diadopsi oleh STBM dan disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan di Indonesia. Konsep STBM menekankan pada upaya perubahan perilaku yang berkelanjutan untuk mencapai kondisi sanitasi total melalui pemberdayaan masyarakat.

F. POKOK BAHASAN 6: TANGGA PERUBAHAN PERILAKU

Tangga Perubahan Perilaku

Tangga sanitasi merupakan tahap perkembangan sarana sanitasi yang digunakan masyarakat, dari sarana yang sangat sederhana sampai sarana sanitasi yang sangat layak dilihat dari aspek kesehatan, keamanan dan kenyamanan bagi penggunanya.

Dalam STBM, masyarakat tidak diminta atau disuruh untuk membuat sarana sanitasi tetapi hanya mengubah perilaku sanitasi mereka. Namun pada tahap selanjutnya ketika masyarakat sudah mau merubah kebiasaannya, misalnya kebiasaan BAB atau CTPSnya, sarana sanitasi menjadi suatu hal yang tidak terpisahkan.

Seringkali pemikiran masyarakat terhadap sarana sanitasi lima pilar seperti jamban, sarana cuci tangan, keramik filter air, wadah air, sarana daur ulang sampah, sumur resapan, sebagai sesuatu yang mahal dan canggih. Khusus untuk jamban, masyarakat sering memandang jamban sebagai sebuah bangunan yang kokoh, permanen, dan membutuhkan biaya yang besar untuk membuatnya. Pemikiran ini sedikit banyak menghambat animo masyarakat untuk membangun jamban, karena alasan ekonomi dan lainnya sehingga kebiasaan masyarakat untuk buang air besar pada tempat yang tidak seharusnya tetap berlanjut. Oleh karena itu, wirausaha STBM diharapkan mampu mengakomodir keinginan masyarakat yang sudah terpicu untuk memiliki sarana sanitasi dengan menyediakan pilihan-pilihan sarana dan teknologi sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat serta tangga sanitasi.



Gambar 6: Tangga Perubahan Perilaku Visi STBM

VIII. REFERENSI

1. Kar, Kamar, *Working Paper 184, Subsidy or Self-Respect? Total Community Sanitation in Bangladesh*, Institute for Development Studies, September 2003.
2. WSP, Film Memicu Perubahan Menuju Sanitasi Total di Maharashtra, India: 2004.
3. Kelompok Kerja Antar Departemen Project WASPOLA, Film *Awakening Change, Community Led Total Sanitation in Indonesia*, Jakarta: 2006.
4. Kemenkes RI, Film STBM, Jakarta: 2009.
5. Kemenkes RI, Direktorat PL, Materi Advokasi STBM 2012, Jakarta, 2012.
6. Kemenkes RI, Dit. Penyehatan Lingkungan, Modul Hiegiene Sanitasi Makanan dan Minuman, Jakarta: 2012.
7. Kemenkes RI, Direktorat Jendral Pengendalian Penyakit dan Penyehatan Lingkungan, Kurikulum dan Modul Pelatihan Fasilitator Pemberdayaan Masyarakat Bidang Kesehatan: Buku Sisipan STBM, Jakarta: 2013.
8. Update STBM, www.stbm-indonesia.org.
9. Sejarah Sanitasi, Seri AMPL 23, www.ampl.or.id.

MODUL MI.2

Motivasi Wirausaha STBM

MI.2
MOTIVASI WIRAUSAHA
STBM

MODUL MI.2 - MOTIVASI WIRAUUSAHA STBM	64
I. DESKRIPSI SINGKAT	64
A. Tujuan Pembelajaran Umum.....	64
B. Tujuan Pembelajaran Khusus	64
II. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN.....	64
A. Pokok Bahasan 1 : Makna Belajar Wirausaha STBM	64
B. Pokok Bahasan 2 : Pentingnya Pengembangan Diri	64
a. Kemauan,	64
b. Kemampuan.....	64
C. Pokok Bahasan 3: Perilaku dan Sikap Positif dalam Melipatgandakan Kinerja	64
D. Pokok Bahasan 4: Hubungan Motif Berprestasi dan Wirausaha	64
E. Pokok Bahasan 5: Konsep Wirausaha Sosial.....	64
a. Pengertian wirausaha sosial,.....	64
b. Konsep <i>triple bottom line</i>	64
F. Pokok Bahasan 6: Motivasi Wirausaha.....	64
a. Penilaian diri sendiri (<i>self assessment</i>),	64
b. Cara mengatasi kekurangan.....	64
III. BAHAN BELAJAR	65
IV. METODE PEMBELAJARAN	65
V. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN	65
A. Langkah 1: Pengkondisian (15 menit).....	65
B. Langkah 2: Pengkajian Pokok Bahasan (195 menit)	65
C. Langkah 3: Rangkuman (15 menit):.....	65
VI. URAIAN MATERI	66
A. POKOK BAHASAN 1: MAKNA BELAJAR WIRAUUSAHA STBM	66
B. POKOK BAHASAN 2 : PENTINGNYA PENGEMBANGAN DIRI	66
C. POKOK BAHASAN 3 : PERILAKU DAN SIKAP POSITIF DALAM MELIPATGANDAKAN KINERJA	67
D. POKOK BAHASAN 4 : HUBUNGAN MOTIF BERPRESTASI DAN WIRAUUSAHA	67
E. POKOK BAHASAN 5 : WIRAUUSAHA SOSIAL.....	70
a. Pengertian Wirausaha Sosial	70
b. Konsep <i>Tripple Bottom Line</i>	70
F. POKOK BAHASAN 6: MOTIVASI WIRAUUSAHA.....	70
a. Penilaian Diri Sendiri (<i>Self Assessment</i>)	70
b. Cara mengatasi kekurangan.....	71

VII. LAMPIRAN	72
A. LEMBAR KERJA	72
B. PANDUAN DISKUSI	72
C. LEMBAR PENUGASAN	74
Kuesioner motivasi berprestasi, sosial dan kekuasaan.	74

KEMENKES RI

MODUL MI.2

MOTIVASI WIRAUSAHA STBM

I. DESKRIPSI SINGKAT

Modul Motivasi Wirausaha STBM ini membahas mengenai makna belajar wirausaha STBM, pentingnya kemampuan dan kemauan untuk pengembangan diri, perilaku dan sikap positif dalam melipatgandakan kinerja, hubungan motif berprestasi dan wirausaha, konsep wirausaha sosial dan mempraktikkan motivasi wirausaha.

Hal ini sangat penting untuk membekali peserta agar memiliki motivasi yang kuat untuk menjadi seorang wirausaha STBM. Pada sesi ini, peserta diajak untuk berpartisipasi secara aktif untuk mengenal dirinya sendiri dan menumbuhkan motivasi untuk menjadi wirausaha STBM.

TUJUAN PEMBELAJARAN

A. Tujuan Pembelajaran Umum

Pada akhir sesi ini peserta mampu mempraktikkan motivasi wirausaha STBM.

B. Tujuan Pembelajaran Khusus

Pada akhir sesi ini peserta mampu:

1. Menjelaskan makna belajar wirausaha STBM,
2. Menjelaskan pentingnya kemampuan dan kemauan untuk pengembangan diri,
3. Menjelaskan perilaku dan sikap positif dalam melipatgandakan kinerja,
4. Menjelaskan hubungan motif berprestasi dan wirausaha,
5. Menjelaskan konsep wirausaha sosial,
6. Mempraktikkan motivasi wirausaha.

II. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN

A. Pokok Bahasan 1 : Makna Belajar Wirausaha STBM

B. Pokok Bahasan 2 : Pentingnya Pengembangan Diri

- a. Kemauan,
- b. Kemampuan.

C. Pokok Bahasan 3: Perilaku dan Sikap Positif dalam Melipatgandakan Kinerja

D. Pokok Bahasan 4: Hubungan Motif Berprestasi dan Wirausaha

E. Pokok Bahasan 5: Konsep Wirausaha Sosial

- a. Pengertian wirausaha sosial,
- b. Konsep *trippel bottom line*.

F. Pokok Bahasan 6: Motivasi Wirausaha

- a. Penilaian diri sendiri (*self assessment*),
- b. Cara mengatasi kekurangan.

III. BAHAN BELAJAR

Bahan tayang (*slide ppt*), Modul, LCD, komputer, *flipchart* (lembar balik), spidol papan tulis, meta plan, dan kain tempel, pedoman diskusi, lembar penugasan.

IV. METODE PEMBELAJARAN

Ceramah tanya jawab, curah pendapat, diskusi dan penugasan.

V. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN

Jumlah jam yang digunakan dalam modul ini adalah sebanyak 5 jam pelajaran (T=2 jpl, P=3, PL=0) @45 menit. Untuk mempermudah proses pembelajaran dan meningkatkan partisipasi seluruh peserta, dilakukan langkah-langkah kegiatan sebagai berikut:

A. Langkah 1: Pengkondisian (15 menit)

1. Penyegaran dan pencairan suasana,
2. Fasilitator menggali harapan peserta tentang materi dan keterampilan yang ingin dicapai melalui sesi ini,
3. Fasilitator menyampaikan tujuan pembelajaran, pokok bahasan dan metode yang digunakan,
4. Menggali pendapat peserta tentang pengenalan diri dan motivasi menjadi wirausaha dan mendiskusikannya. Proses pembelajaran menggunakan metode dimana semua peserta terlibat secara aktif,
5. Berdasarkan pendapat peserta, fasilitator menjelaskan tentang motivasi wirausaha.

B. Langkah 2: Pengkajian Pokok Bahasan (195 menit)

1. Fasilitator menyampaikan pokok bahasan:
 - Makna belajar wirausaha STBM,
 - Pentingnya pengembangan diri,
 - Perilaku dan sikap positif dalam melipatgandakan kinerja,
 - Hubungan motif berprestasi dan wirausaha,
 - Wirausaha Sosial,
 - Motivasi wirausaha.
2. Fasilitator memberi kesempatan kepada peserta untuk menanyakan hal-hal yang kurang jelas, dan memberikan jawaban dan klarifikasi atas pertanyaan-pertanyaan peserta.
3. Penugasan kepada peserta untuk mengisi kuesioner motif berprestasi, sosial, dan kekuasaan.
4. Penjelasan interpretasi hasil isian kuesioner motif berprestasi, sosial, dan kekuasaan.

C. Langkah 3: Rangkuman (15 menit):

1. Peserta dipersilahkan untuk menanyakan hal-hal yang kurang jelas, dan fasilitator memfasilitasi pemberian jawaban, baik dari fasilitator maupun dari peserta lain.
2. Meminta komentar, penilaian, saran bahkan kritik dari peserta pada kertas evaluasi yang telah disediakan.
3. Fasilitator menutup sesi pembelajaran dengan memastikan tercapainya TPU dan TPK sesi.

VI. URAIAN MATERI

A. POKOK BAHASAN 1: MAKNA BELAJAR WIRUSAHA STBM

Menjadi wirausaha bukanlah suatu hal yang diwariskan, melainkan hal yang bisa dipelajari. Proses pembelajaran untuk menjadi wirausaha sama dengan proses pembelajaran sebagai manusia, dari tidak tahu, menjadi mencari tahu, dan kemudian mengembangkan pengetahuan yang dimiliki.

Sebelum memotivasi peserta untuk menjadi wirausaha STBM, peserta diajak untuk mengingat kembali proses belajar yang mereka alami selama ini dan bagaimana menerapkannya dalam proses pembelajaran sebagai wirausaha STBM. Secara singkat, berikut langkah-langkah yang bisa dilakukan untuk memfasilitasi proses pembelajaran peserta pelatihan:

1. Minta peserta untuk merenungkan kembali proses perjalanan sejak dilahirkan hingga saat ini dan ajukan pertanyaan "...bagaimana proses belajar sejak kita lahir sampai saat ini?" Pilih 1 atau 2 peserta untuk menjawab pertanyaan. Minta kepada peserta yang lain untuk menanggapi. Diskusikan dengan peserta pelatihan tentang poin poin kunci proses belajar.

Poin kunci untuk fasilitator:

Belajar dilakukan melalui proses a) Tidak tahu, saat belum bisa komunikasi (seorang bayi berkomunikasi dengan bahasanya sendiri yaitu "pipis" atau "menangis" saat ingin menyampaikan atau memenuhi kebutuhannya), b) Mencari tahu, saat sekolah SD, SMP, SMA, PT atau mengikuti pelatihan/kursus, c) Mengembangkan pengetahuan, saat mengajarkan pada orang lain (berbagi).

2. Jelaskan urutan proses pembelajaran manusia selama hidupnya.
3. Berikan kesempatan kepada peserta untuk bertanya atau meminta klarifikasi.

Poin kunci untuk fasilitator:

- ✓ Belajar tidak harus di sekolah (di rumah, lingkungan luar rumah, sekolah/pelatihan),
- ✓ Belajar tidak terbatas waktu,
- ✓ Cara mencari pengetahuan bisa dengan bertanya,
- ✓ Cara mengembangkan pengetahuan bisa dengan berbagi (mengajarkan pada orang lain),
- ✓ Hasil dari proses belajar adalah a) ada nilai tambah pengetahuan, b) ada nilai tambah keterampilan, dan c) ada nilai tambah pengalaman.

B. POKOK BAHASAN 2 : PENTINGNYA PENGEMBANGAN DIRI

Untuk mengembangkan dirinya, peserta perlu memetakan kemauan dan kemampuan mereka untuk menjadi wirausaha STBM. Pada sesi ini peserta diajak berpartisipasi dalam proses penilaian diri sendiri. Peserta diminta untuk memilih 6 hal yang menurut mereka paling penting, yaitu :

- 1) Percaya diri,
- 2) Motivasi,
- 3) Komitmen,
- 4) Pengetahuan,
- 5) Keterampilan,
- 6) Pengalaman.

Pada dasarnya semua elemen tersebut sama penting, sehingga jika salah satu tidak ada, maka hasil yang didapat tidak akan maksimal. Kemampuan hanya dapat ditingkatkan jika ada kemauan yang kuat.

a. Kemauan

Tiga kata kunci yaitu percaya diri (untuk bisa), motivasi (untuk ingin), dan komitmen (untuk harus melakukan) dikelompokkan ke dalam kelompok kemauan. Tanpa adanya kemauan yang kuat, maka upaya untuk meningkatkan kemampuan menjadi sangat sulit.

b. Kemampuan

Tiga kata kunci lainnya yaitu pengetahuan, keahlian, dan pengalaman dikelompokkan ke dalam kelompok kemampuan. Kemampuan perlu ditambah agar seseorang bisa mengembangkan dirinya dengan optimal. Beberapa kemampuan yang perlu ditambah untuk mengembangkan wirausaha STBM adalah seperti wirausaha sanitasi, pengembangan pasar, cara-cara memasarkan, jenis-jenis produk, cara membangun, cara mengelola bisnis, cara menghitung, dll.

C. POKOK BAHASAN 3 : PERILAKU DAN SIKAP POSITIF DALAM MELIPATGANDAKAN KINERJA

Agar sukses menjadi wirausaha STBM, peserta diingatkan bahwa pendidikan di sekolah saja tidak cukup.

Peserta dikenalkan dengan rumus:

$IHP \text{ (Kinerja Individu)} = IA \text{ (bawaan lahir)} + AA \text{ (sekolah dan pelatihan)} \times A \text{ (sikap mental positif)}$

Poin kunci untuk Pemandu :

$Kinerja = (\text{Sekolah} + \text{Pelatihan}) \times \text{Sikap Positif}$

Kemauan dan kemampuan saja tidak cukup apabila seorang wirausahawan tidak berpikir positif, tidak berperasaan positif, dan tidak bertindak positif.

D. POKOK BAHASAN 4 : HUBUNGAN MOTIF BERPRESTASI DAN WIRAUSAHA

Motivasi merupakan kegiatan yang mengakibatkan, menyalurkan dan memelihara perilaku manusia. Salah satu teori motivasi dan motif berprestasi yang paling terkenal adalah teori Mc. Clelland yang dipublikasikan pada akhir tahun 1940-an. Mc. Clelland mengidentifikasi tiga (3) macam kebutuhan yang merupakan titik pusat pendekatan terhadap motivasi, yaitu :

- 1) Kebutuhan berprestasi, merupakan keinginan untuk melakukan sesuatu dengan lebih baik dan efisien, memecahkan masalah, mengutamakan tugas-tugas yang kompleks.
- 2) Kebutuhan akan kekuasaan adalah keinginan untuk mengendalikan orang lain, mempengaruhi mereka, dan menjadi bertanggung jawab bagi mereka.

- 3) Kebutuhan bersosial adalah keinginan untuk membentuk dan mempertahankan hubungan yang hangat dan bersahabat dengan orang lain.

David Mc.Clelland mengemukakan hubungan positif antara kebutuhan berprestasi dengan sukses pelaksanaan. Melalui riset empiriknya, Clelland menemukan bahwa wirausahawan, ilmuwan dan professional memiliki tingkat motivasi prestasi di atas rata-rata karena mereka tidak hanya ingin mendapatkan keuntungan tetapi juga memiliki keinginan kuat untuk berprestasi.

Berikut adalah karakteristik orang-orang yang memiliki motif berprestasi:

1. Suka mengambil resiko yang layak sebagai fungsi keterampilan bukan kesempatan; menyukai tantangan dan menginginkan tanggung jawab pribadi bagi hasil-hasil yang dicapai.
2. Mempunyai kecenderungan untuk menetapkan tujuan-tujuan prestasi yang layak dan menghadapi resiko yang sudah diperhitungkan.
3. Mempunyai kebutuhan yang kuat akan umpan balik atas apa yang telah dikerjakannya.
4. Mempunyai keterampilan dalam perencanaan jangka panjang dan memiliki kemampuan organisasional.

Clelland selanjutnya menambahkan karakteristik orang yang berprestasi tinggi, sebagai berikut:

1. Memiliki kecenderungan untuk mengerjakan tugas-tugas yang cukup sulit,
2. Menyukai situasi-situasi dimana kinerja mereka timbul karena usaha mereka bukan karena kemujuran, dan
3. Menginginkan umpan balik tentang keberhasilan dan kegagalan mereka.

Motif Berprestasi

David Mc Clelland sebagai salah satu ahli yang banyak melakukan penelitian tentang tingkah laku seorang wirausaha yang berhasil, mengatakan bahwa dalam diri seseorang terdapat 3 motif (dorongan yang timbul dari dalam diri seseorang) yang sangat berpengaruh dalam berhubungan dengan lingkungan di sekelilingnya.

Pada setiap orang, ketiga dorongan tersebut ada secara bersama sama dalam dirinya. Tetapi kekuatan motif tersebut tidaklah sama, dan biasanya hanya satulah yang cukup kuat dan dominan. Ketiga motif sosial tersebut adalah :

1. Motif persahabatan.

Maksudnya adalah, tingkah laku yang ditampilkan dengan tujuan yang paling penting adalah tercapainya suasana keharmonisan, berhubungan erat dengan orang lain. Untuk itu, ciri cirinya :

- selalu mengadakan, memperbaiki, dan memelihara lingkungan yang erat, persahabatan dengan orang lain,
- merisaukan perpisahan dengan orang lain,
- berpartisipasi dalam kegiatan yang bersahabat.

2. Motif kekuasaan

Maksudnya adalah, dorongan yang menyebabkan seseorang ingin menguasai atau mendominasi orang lain untuk kepentingan dirinya. Untuk itu, ciri cirinya :

- banyak mempengaruhi orang banyak,
- memberi pertolongan, nasehat/dukungan tanpa diminta karena ada maksud tertentu,
- cenderung mengawasi/mengendalikan orang lain.

3. Motif prestasi

Maksudnya adalah, dorongan yang mengarahkan tingkah laku seseorang dengan keinginan yang kuat untuk tercapainya suatu prestasi tertentu. Untuk itu, ciri cirinya :

- melebihi dan bersaing dengan orang lain,
- bersaing dengan diri sendiri,
- melakukan sesuatu yang unik (lain daripada yang lain),
- menemukan sesuatu yang baru,
- giat dalam usaha untuk mencapai hasil jangka panjang.

Dari ketiga motif tersebut, berdasarkan hasil penelitian Mc Clelland, maka orang-orang yang mempunyai motif prestasi yang tinggi adalah yang berhasil dalam bidang pekerjaannya ataupun dalam bidang usahanya. Sedangkan ciri-ciri orang yang mempunyai motif prestasi yang tinggi adalah :

1. Mempunyai keinginan untuk berprestasi,
2. Mengambil resiko wajar dan diperhitungkan,
3. Bertanggung jawab secara pribadi,
4. Mampu memanfaatkan umpan balik,
5. Berusaha mengerjakan sesuatu secara kreatif dan inovatif,
6. Merasa dikejar kejar waktu,
7. Menyukai situasi yang serba mungkin,
8. Mampu membuat perencanaan yang realistis,
9. Mempunyai sifat kepemimpinan yang berorientasi pada tujuan,
10. Mempunyai objektivitas yang tinggi,
11. Mempunyai kemampuan untuk cepat beradaptasi,
12. Berinisiatif dan suka menyelidiki dan mempelajari lingkungan,
13. Lebih menyukai kegiatan untuk mendapatkan keahlian daripada sekedar untuk pergaulan,
14. Mampu melakukan kegiatan pengorganisasian dan administratif.

Untuk mencapai pada tingkatan seorang wirausaha yang mempunyai motif berprestasi yang tinggi ini, menurut Mc Clelland, dapat dilakukan dengan cara :

1. Mengikuti pelatihan yang bertujuan untuk menyadari potensi yang dimiliki didalam usaha untuk mendapatkan ciri-ciri seorang wirausaha yang mempunyai motif prestasi tinggi,
2. Membiasakan diri untuk berpikir, bertindak dan menyadari sebagai orang yang mempunyai motif prestasi yang tinggi,
3. Mencari suatu kondisi dimana kondisi tersebut mendukung dirinya untuk selalu berpikir dengan cara yang baru, cara seseorang yang mempunyai motif prestasi yang tinggi.

E. POKOK BAHASAN 5 : WIRAUUSAHA SOSIAL

a. Pengertian Wirausaha Sosial

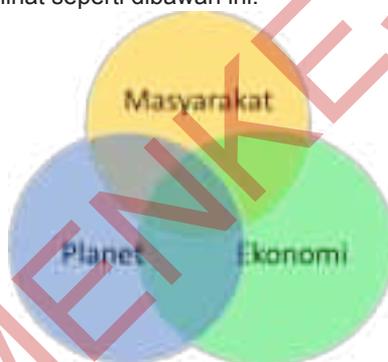
Seorang wirausaha tidak saja memikirkan keuntungan usaha tetapi harus memikirkan sosial-masyarakat dan lingkungannya. Dengan demikian dalam wirausaha STBM turut berkontribusi pada peningkatan derajat kesehatan masyarakat, penciptaan lingkungan yang sehat, pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

b. Konsep *Tripple Bottom Line*

Konsep *Triple Bottom Line* diperkenalkan oleh John Elkington pada tahun 1994. Elkington mengatakan bahwa sebuah perusahaan hendaklah menggarisbawahi kebijakannya pada tiga hal, yaitu :

- 1) ekonomi, sebagai dasar untuk perhitungan untung rugi,
- 2) sosial masyarakat, sebagai acuan untuk melihat tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat di lokasi operasionalnya, dan
- 3) planet, untuk melihat tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya.

Konsep *triple bottom line*, terlihat seperti dibawah ini:



Gambar 7: Konsep *Tripple Bottom Line*

F. POKOK BAHASAN 6: MOTIVASI WIRAUUSAHA

Untuk menjadi wirausahawan, seseorang hendaknya mampu menjelaskan kelebihan dan kekurangan dirinya sebagai wirausaha dan memperbaikinya.

a. Penilaian Diri Sendiri (*Self Assessment*)

Untuk menilai diri sendiri, peserta dilengkapi dengan lembar kuesioner yang terdiri dari 10 karakteristik sebagai pengusaha, yaitu

- Komitmen,
- Motivasi,
- Berani mengambil resiko,
- Mengambil keputusan,
- Keterampilan teknis,
- Pengetahuan bisnis,
- Manajemen bisnis,
- Kemampuan negosiasi,
- Situasi keluarga, dan
- Situasi keuangan.

Sebagai pengusaha, keberhasilan bisnis seseorang tergantung pada karakteristik individual, situasi dan keterampilan yang dimilikinya. Peserta akan diminta untuk menilai kekuatan dan kelemahannya.

b. Cara mengatasi kekurangan

Untuk memperkuat kemampuan sebagai pengusaha, wirausahawan dapat:

- Mencari bantuan kepada orang lain,
- Mengamati pengusaha yang berhasil,
- Mengikuti pelatihan, dan
- Membaca buku.

REFERENSI

1. Mc. Clelland, David, *Theory of Motivation*, UK: 1987
2. Elkington, J, "*Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of 1st Century Business*", Capstone: 1997.
3. Wiratmo, Masykur, Pengantar Kewiraswastaan, BPFE Yogyakarta: 2001.
4. Suryana, Kewirausahaan, Salemba Empat Jakarta: 2003.
5. ILO, Modul Pelatihan "*SIYB - Start and Improve Your Bussiness*", Jakarta: 2008.
6. British Council, *Social Enterprise Planning Tool Kit supported*, Jakarta: 2011.
7. WSP-EAP, Buku Buku Panduan, Pengembangan dan Penggunaan Modul Pelatihan Wirausaha Sanitasi, Jakarta: 2012.
8. WSP-EAP, Panduan Penyelenggaraan Pelatihan Wirausaha Sanitasi, Jakarta: 2012.

VII. LAMPIRAN

A. LEMBAR KERJA

B. PANDUAN DISKUSI

Lakukan penilaian diri sendiri (menggunakan lembar kerja penilaian diri) dan nilailah diri Anda sendiri. Kemudian diskusikan dengan peserta pelatihan lainnya.

Lembar kerja penilaian diri Penilaian Diri Sendiri

1. Komitmen Agar ide bisnis Anda dapat direalisasikan dan berhasil, Anda harus memiliki komitmen. Komitmen berarti Anda bersedia untuk menempatkan bisnis Anda hampir di atas apapun. Hal ini berarti Anda ingin berkecimpung dalam bisnis untuk jangka waktu panjang dan bersedia untuk mempertaruhkan uang Anda sendiri dalam bisnis tersebut.	Ya	Tdk
2. Motivasi Mengapa Anda berencana untuk memiliki bisnis Anda sendiri? Bisnis Anda memiliki kemungkinan yang lebih tinggi untuk berhasil apabila Anda benar-benar ingin mencoba ide bisnis Anda, siap menjadi pemimpin dan ingin memiliki bisnis sendiri. Apakah Anda siap untuk bekerja keras?	Ya	Tdk
3. Mengambil Resiko Tidak ada ide bisnis yang sepenuhnya aman tanpa resiko sama sekali. Dalam bisnis Anda akan menghadapi resiko kegagalan. Seorang pengusaha/wirausaha harus bersedia untuk mengambil resiko. Anda sebaiknya hanya mengambil resiko yang masuk akal. Bersedia untuk mengambil resiko yang sedang tingkatannya adalah suatu kekuatan. Mempertaruhkan semuanya tanpa perhitungan, atau sebaliknya tidak siap mengambil resiko sama sekali, adalah suatu kelemahan.	Ya	Tdk
4. Mengambil keputusan Dalam bisnis Anda, Anda akan membuat keputusan-keputusan yang penting. Keputusan ini tidak dapat dialihkan kepada orang lain atau tidak diambil sama sekali. Kemampuan untuk mengambil keputusan yang sulit dengan konsekuensi besar sangatlah penting dalam menjalankan bisnis Anda.	Ya	Tdk
5. Keterampilan Teknis (Proses Produksi/Layanan) Keterampilan teknis adalah kemampuan praktis yang Anda butuhkan apabila ide bisnis Anda adalah membuat barang atau menyediakan jasa. Apabila Anda tidak memiliki keterampilan semacam ini, maka Anda anggap ini suatu kelemahan (<i>weakness</i>).	Ya	Tdk
6. Pengetahuan Mengenai Bisnis Anda (Selain Produksi) Sangatlah penting untuk memiliki pengetahuan untuk elemen-elemen tertentu dalam ide bisnis Anda (pemasaran, biaya, pembukuan). Jika Anda memiliki pengetahuan ini, maka ini sebagai kekuatan (<i>Strength</i>).	Ya	Tdk

<p>7. Kemampuan Manajemen Bisnis</p> <p>Kemampuan manajemen bisnis adalah kemampuan yang Anda perlukan untuk menjalankan bisnis Anda secara efisien. Apakah Anda cukup menguasai manajemen bisnis? Jika tidak, maka ini bisa jadi kelemahan Anda.</p>	Ya	Tdk
<p>8. Kemampuan Bernegosiasi</p> <p>Kemampuan bernegosiasi adalah kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik dengan orang lain tanpa menyinggung perasaan siapapun. Cara terbaik untuk memperoleh apa yang Anda inginkan dalam suatu negosiasi adalah dengan mencari cara agar Anda dan orang lain memperoleh apa yang masing-masing Anda inginkan. Jika Anda suka bernegosiasi dan mendengarkan pendapat orang lain, ini bisa dianggap sebagai kekuatan. Jika Anda merasa bahwa pendapat Anda adalah yang paling penting, maka ini dianggap sebagai kelemahan.</p>	Ya	Tdk
<p>9. Situasi Keluarga</p> <p>Mengelola bisnis milik sendiri akan membutuhkan banyak waktu. Jadi jika Anda memiliki ide bisnis, sangatlah penting bagi Anda untuk memperoleh dukungan keluarga. Keluarga Anda sebaiknya setuju dengan keinginan Anda untuk memiliki bisnis. Mungkin mereka bahkan dapat terlibat dan membantu dalam perencanaan. Memiliki keluarga yang memberikan dukungan adalah suatu kekuatan; jika Anda tidak di dukung oleh keluarga Anda maka ini adalah suatu kelemahan.</p>	Ya	Tdk
<p>10. Situasi Keuangan</p> <p>Jika Anda memiliki dana pribadi yang bisa digunakan untuk ide bisnis Anda - dan Anda tidak mengalami banyak kesulitan dalam keuangan pribadi apabila bisnis tersebut gagal - maka ini bisa dianggap sebagai kekuatan. Jika Anda tidak memiliki dana pribadi yang dapat digunakan untuk ide bisnis Anda dan Anda sepenuhnya bergantung pada keberhasilan bisnis Anda, maka ini bisa dianggap sebagai kelemahan.</p>	Ya	Tdk

Hasil Voting

No	Karakteristik Wirausaha	Kelebihan	Kekurangan	%
1.	Komitmen			
2.	Motivasi			
3.	Berani Mengambil Resiko			
4.	Mengambil Keputusan			
5.	Keterampilan Teknis			
6.	Pengetahuan Bisnis (pemasaran, pembukuan)			
7.	Manajemen bisnis (pengelolaan yang efisien)			
8.	Kemampuan negosiasi			
9.	Situasi keluarga			
10.	Situasi keuangan			

C. LEMBAR PENUGASAN

Lakukanlah penilaian diri menggunakan kuesioner dibawah.
Kuesioner motivasi berprestasi, sosial dan kekuasaan.

KUESIONER – Motivasi Berprestasi, Sosial dan Kekuasaan

Dalam kuesioner ini akan dijumpai sejumlah pernyataan. Pada setiap nomor terdapat tiga buah pernyataan. Bacalah dengan seksama ketiga pernyataan tersebut, lalu tentukan (pada setiap nomor) :

- Pernyataan yang paling menggambarkan diri Anda atau yang Anda paling setuju. Tulislah angka tiga (3) pada kotak yang tersedia di belakang pernyataan tersebut.
- Pernyataan yang paling tidak menggambarkan diri Anda atau yang Anda paling tidak setuju. Tulislah angka satu (1) pada kotak yang tersedia di belakang pernyataan tersebut.
- Pernyataan yang agak menggambarkan diri Anda atau yang Anda agak setuju. Tulislah angka dua (2) pada kotak yang tersedia di belakang pernyataan tersebut.

Bila Anda belum pernah mengalami keadaan yang digambarkan dalam suatu pernyataan, bayangkanlah atau andaikanlah Anda berada dalam situasi tersebut.

SELAMAT BEKERJA..... !!!

Contoh :

- Pimpinan kelompok harus dapat menetapkan tujuan yang dirasakan cukup menantang anggota kelompok yang dipimpinnya.
- Tujuan kerja kelompok harus ditentukan bersama berdasarkan kesepakatan semua anggota kelompok.
- Tujuan kerja kelompok harus ditetapkan berdasarkan pertimbangan mengenai kemampuan anggota kelompok untuk mencapainya.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

PERNYATAAN

1. a. Orang perlu mengetahui kekuatan dan kelemahan dirinya serta sering mendapat umpan balik mengenai bagaimana penampilannya selama ini.
- b. Manajer yang baik adalah manajer yang menyadari bahwa keberhasilannya dalam mengelola orang lain tergantung pada kemampuannya dalam mengembangkan hubungan pribadi yang dekat dengan bawahan.
- c. Manajer yang efektif menimbulkan inspirasi pada bawahan untuk menjadi pengikut yang baik (*good follower*), karena keberhasilan sangat bergantung pada hal ini.

<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>

2. a. Salah satu cara yang pasti dapat merusak motivasi kerja karyawan adalah mengubah komposisi kelompok kerja dengan menambah atau memindahkan anggota kelompok tersebut.
- b. Adalah lebih penting untuk menjadi atasan yang “keras” dari pada atasan yang populer dikalangan bawahan.
- c. Saya tidak suka berjudi dalam situasi dimana saya hanya mempunyai sedikit atau sama sekali tidak mempunyai kontrol terhadap hasil yang akan dicapai.

	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>

3. a. Mempunyai rekan kerja yang cocok dan menyenangkan adalah lebih penting dari pada menetapkan gol yang akan dicapai dalam bekerja (*work goal*) dan standar unjuk kerja (*performance standards*).
- b. Biasanya orang kehilangan minat terhadap pekerjaannya karena pekerjaan tersebut tidak jelas dan dirasakan tidak menantang.
- c. Saya merasa sangat puas bila dalam memberikan tugas pada orang, saya juga mengajarkan bagaimana cara mengerjakan tugas tersebut.

<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	

4. a. Saya bersedia beradu argumen mengenai pendapat saya, sekalipun saya diserang oleh orang banyak.
- b. Merasa disenangi dan dibutuhkan oleh bawahan adalah merupakan imbalan yang sangat berarti bagi atasan yang baik.
- c. Karyawan perlu mengetahui gol serta standar pekerjaan yang harus mereka capai, serta konsekuensi yang akan mereka terima bila unjuk kerja mereka baik ataupun buruk.

	<input style="width: 80%; height: 80%;" type="checkbox"/>	<input style="width: 80%; height: 80%;" type="checkbox"/>

5. a. Saya tidak mendapatkan umpan balik yang cukup mengenai seberapa baik saya menyelesaikan pekerjaan saya.
- b. Manajer yang baik adalah manajer yang suka “mensupervisi” dan mengarahkan tindakan bawahannya dalam bekerja.
- c. Dalam membicarakan hasil penilaian karya, saya lebih tertarik untuk mengetahui bagaimana perasaan dan pandangan atasan mengenai diri saya daripada mendiskusikan apa yang telah saya lakukan dengan baik dan belum baik.

	<input style="width: 80%; height: 80%;" type="checkbox"/>	<input style="width: 80%; height: 80%;" type="checkbox"/>

6. a. Mengadakan kompromi dengan bawahan adalah berbahaya karena dapat mengakibatkan seorang atasan kehilangan kewibawaannya.
- b. Manajer yang efektif mempunyai standar penampilan kerja yang tinggi dan mendorong bawahan untuk *berprestasi lebih tinggi daripada apa yang menurut pikiran bawahan sudah merupakan prestasi yang tinggi*.
- c. Bila atasan dan rekan kerja Anda tidak menyukai Anda, tidak suka Anda berada didekatnya maka adalah mustahil untuk bekerja dengan efektif.

	<input style="width: 80%; height: 80%;" type="checkbox"/>	<input style="width: 80%; height: 80%;" type="checkbox"/>

7. a. Orang lebih suka mencoba tugas yang baru dan berbeda dari pada terus-menerus mengerjakan tugas yang sama.
- b. Hal yang paling berharga yang dapat diperoleh dalam bekerja adalah disukai oleh batasan dan rekan kerja lainnya.

- c. Manajer yang berhasil adalah manajer yang berhasil menanamkan rasa tanggung jawab dan respek dikalangan bawahannya.

--	--	--

8. a. Salah satu ciri utama dari seorang manajer yang berhasil adalah bahwa ia populer dikalangan bawahannya.
- b. Saya suka menjadi orang yang diakui kemampuannya, tempat bertanya dan dipandang sebagai pemimpin oleh rekan kerja saya.
- c. Memecahkan teka teki atau masalah yang dipandang sulit oleh rekan kerja yang lain adalah merupakan hal yang menyenangkan bagi saya.

--	--	--

9. a. Bila saya mempunyai kesempatan untuk memperoleh pekerjaan yang lebih baik ditempat lain, saya akan kehilangan teman-teman dan persahabatan yang telah saya bina selama ini.
- b. Sukses berawal dari keberhasilan melakukan sesuatu hal yang belum pernah dilakukan sebelumnya.
- c. Manajer yang efektif menikmati tanggung jawabnya sebagai pembuat keputusan.

--	--	--

10. a. Adalah merupakan tugas dari manajer untuk menumbuhkan kepercayaan dan respek dari bawahan terhadap dirinya.
- b. Situasi kerja yang menyenangkan dan hubungan kerja yang hangat merupakan ciri dari organisasi yang sehat.
- c. Orang memperlihatkan semangat dalam memperbaiki penampilan kerjanya dan menetapkan standar pencapaian hasil kerja yang baru.

--	--	--

11. a. Berhasil dalam melakukan tugas adalah merupakan hal yang penting bagi saya. Saya tidak mau mengalami kegagalan dalam hal apapun juga.
- b. Bila ada kewenangan saya yang dicabut dan hal tersebut mengakibatkan saya kehilangan muka, maka adalah lebih baik bagi saya untuk mengundurkan diri dari perusahaan.
- c. Ciri dari karyawan yang berhasil adalah mempunyai hubungan pribadi yang erat dengan rekan kerjanya.

<input style="width: 60px; height: 40px;" type="text"/>		
	<input style="width: 60px; height: 40px;" type="text"/>	
		<input style="width: 60px; height: 40px;" type="text"/>

12. a. Saya suka bekerja dalam kelompok dimana saya dapat membantu orang merumuskan tujuan serta memimpin mereka.
- b. Saya suka menghadapi tantangan yang sulit dan menetapkan tantangan baru yang jauh lebih sulit untuk dicapai.
- c. Saya akan sangat tidak berbahagia pada suatu pekerjaan dimana saya bekerja tidak bersama dengan teman-teman saya.

<input style="width: 60px; height: 40px;" type="text"/>		
	<input style="width: 60px; height: 40px;" type="text"/>	
		<input style="width: 60px; height: 40px;" type="text"/>

13. a. Bagi saya suatu gol tidaklah menantang kecuali bila kemungkinan untuk mencapai gol tersebut merupakan suatu tanda tanya.
- b. Perusahaan harus mempunyai lebih banyak kegiatan keakraban dikalangan karyawan (*outing*) serta kegiatan sosial lainnya.
- c. Kewenangan terbesar yang dapat dimiliki oleh seseorang adalah kewenangan yang berdasarkan pada keahlian. Kewenangan ini sering kali membuat seseorang lebih efektif daripada "boss" nya.

<input style="width: 60px; height: 40px;" type="text"/>		
	<input style="width: 60px; height: 40px;" type="text"/>	
		<input style="width: 60px; height: 40px;" type="text"/>

14. a. Sikap bersahabat yang ditampilkan oleh banyak orang yang ada diperusahaan ini sangat saya hargai.
- b. Dalam setiap organisasi selalu terdapat struktur organisasi “informal”. Mereka adalah orang-orang yang membuat suatu pekerjaan dapat diselesaikan. Sebenarnya, merekalah orang-orang yang memegang kekuasaan dalam suatu organisasi.
- c. Saya adalah seorang penyendiri dan tidak suka untuk bekerja sama dengan orang lain atau bekerja dalam suatu tim yang saya rasa menghambat diri saya.

<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	

15. a. Bila saya dipromosikan menjadi lebih tinggi dari orang-orang yang selama ini bekerja bersama saya, saya sangat khawatir bahwa perasaan mereka terhadap saya akan berubah.
- b. Bila pekerjaan disini saya rasakan kehilangan tantangan dan menjadi rutin saya kan mencapai pekerjaan lain.
- c. Walaupun banyak pekerjaan yang saya selesaikan dengan baik tapi tidak mendapatkan penghargaan atau perhatian dari atasan, namun saya tetap menikmati kepuasan atas dampak keberadaan saya terhadap penyelesaian tugas tersebut.

	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>		

16. a. Orang perlu mengetahui kekuatan dan kelemahan dirinya serta sering mendapat umpan balik mengenai bagaimana penampilannya selama ini.
- b. Merasa disenangi dan dibutuhkan oleh bawahan adalah merupakan imbalan yang sangat berarti bagi atasan yang baik.
- c. Manajer yang berhasil adalah manajer yang berhasil menanamkan rasa tanggung jawab dan respek dikalangan bawahannya.

		<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		

17. a. Salah satu cara yang pasti dapat merusak motivasi kerja karyawan adalah mengubah komposisi kelompok kerja dengan menambah atau memindahkan anggota kelompok tersebut.
- b. Manajer yang baik adalah manajer yang suka “mensupervisi” dan mengarahkan tindakan bawahannya dalam bekerja.
- c. Memecahkan teka-teki atau masalah yang dipandang sulit oleh rekan kerja yang lain adalah merupakan hal yang menyenangkan bagi saya.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

18. a. Mempunyai rekan kerja yang cocok dan menyenangkan adalah lebih penting daripada menetapkan gol yang akan dicapai dalam bekerja (*work goal*) dan standar unjuk kerja (*performance standards*).
- b. Manajer yang efektif mempunyai standar penampilan kerja yang tinggi dan mendorong bawahan untuk berprestasi lebih tinggi daripada apa yang menurut pikiran bawahan sudah merupakan prestasi yang tinggi.
- c. Manajer yang efektif menikmati tanggung jawabnya sebagai pembuat keputusan.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

19. a. Saya bersedia beradu argumen mengenai pendapat saya, sekalipun saya diserang oleh orang banyak.
- b. Hal yang paling berharga yang dapat diperoleh dalam bekerja adalah disukai oleh atasan dan rekan kerja lainnya.
- c. Orang yang memperlihatkan semangat dalam memperbaiki penampilan kerjanya dan menetapkan standar pencapaian hasil kerja yang baru.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

20. a. Saya tidak mendapatkan umpan balik yang cukup mengenai seberapa baik saya menyelesaikan pekerjaan saya.
- b. Saya suka untuk menjadi orang yang diakui kemampuannya, tempat bertanya dan dipandang sebagai pemimpin oleh rekan-rekan kerja saya.
- c. Ciri dari karyawan yang berhasil adalah mempunyai hubungan pribadi yang erat dengan rekan kerjanya.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

21. a. Mengadakan kompromi dengan bawahan adalah berbahaya karena dapat mengakibatkan seorang atasan kehilangan kewibawaannya.
- b. Sukses berawal dari keberhasilan melakukan sesuatu hal yang belum pernah dilakukan sebelumnya.
- c. Saya akan sangat tidak berbahagia pada suatu pekerjaan dimana saya bekerja tidak bersama teman-teman saya.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

22. a. Orang lebih suka mencoba tugas yang baru dan berbeda daripada terus menerus mengerjakan tugas yang sama.
- b. Situasi kerja yang menyenangkan dan hubungan kerja yang hangat merupakan ciri dari organisasi yang sehat.
- c. Kewenangan terbesar yang dapat dimiliki oleh seseorang adalah kewenangan yang berdasarkan pada keahlian. Kewenangan ini sering kali membuat seseorang lebih efektif daripada "boos" nya

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

23. a. Salah satu ciri utama dari seorang manajer yang berhasil adalah bahwa ia populer dikalangan bawahannya.
- b. Bila ada kewenangan saya yang dicabut dan hal tersebut mengakibatkan saya kehilangan muka, maka adalah lebih baik bagi saya untuk mengundurkan diri dari perusahaan.
- c. Saya adalah seorang penyendiri dan tidak suka untuk bekerja sama dengan orang lain atau bekerja dalam suatu tim yang saya rasa menghambat diri saya.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

24. a. Bila saya mempunyai kesempatan untuk memperoleh pekerjaan yang lebih baik di tempat lain, saya akan kehilangan teman-teman dan persahabatan yang telah saya bina selama ini.
- b. Saya suka menghadapi tantangan yang sulit dan menetapkan tantangan baru yang jauh lebih sulit untuk dicapai.
- c. Walaupun banyak pekerjaan yang saya selesaikan dengan baik tapi tidak mendapatkan penghargaan atau perhatian dari atasan, namun saya tetap menikmati kepuasan atas dampak keberadaan saya terhadap penyelesaian tugas tersebut.

	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>

25. a. Adalah merupakan tugas dari manajer untuk menumbuhkan kepercayaan respek dari bawahan terhadap dirinya.
- b. Perusahaan harus mempunyai lebih banyak kegiatan keakraban di kalangan karyawan (*outing*) serta kegiatan sosial lainnya.
- c. Orang perlu mengetahui kekuatan dan kelemahan dirinya serta sering mendapat umpan balik mengenai bagaimana penampilannya selama ini.

<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>

26. a. Berhasil dalam melakukan tugas adalah merupakan hal yang penting bagi saya. Saya tidak mau mengalami kegagalan dalam hal apapun juga.
- b. Dalam setiap organisasi selalu terdapat struktur organisasi "informal". Mereka adalah orang-orang yang membuat suatu pekerjaan dapat diselesaikan. Sebenarnya, merekalah orang-orang yang memegang kekuasaan dalam suatu organisasi.
- c. Salah satu cara yang pasti dapat merusak motivasi kerja karyawan adalah mengubah komposisi kelompok kerja dengan menambah / memindahkan anggota kelompok tersebut.

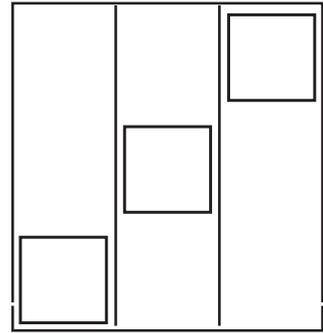
<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>

27. a. Saya suka bekerja dalam kelompok dimana saya dapat membantu orang merumuskan tujuan serta memimpin mereka.
- b. Bila pekerjaan disini saya rasakan kehilangan tantangan dan menjadi rutin saya akan mencapai pekerjaan lain.
- c. Mempunyai rekan kerja yang cocok dan menyenangkan adalah lebih penting daripada menetapkan gol yang akan dicapai dalam bekerja (*work goal*) dan standar unjuk kerja (*performance standards*).

28. a. Bagi saya suatu tujuan tidaklah menantang kecuali bila kemungkinan untuk mencapai tujuan tersebut merupakan suatu tanda tanya.
- b. Manajer yang baik adalah manajer yang menyadari bahwa keberhasilannya dalam mengelola orang lain tergantung pada kemampuannya dalam mengembangkan hubungan pribadi yang dekat dengan bawahan.
- c. Saya bersedia beradu argumen mengenai pendapat saya, sekalipun saya diserang oleh orang banyak.

29. a. Sikap bersahabat yang ditampilkan oleh banyak orang yang ada diperusahaan ini sangat saya hargai.
- b. Adalah lebih penting untuk menjadi atasan yang "keras" dari pada atasan yang populer dikalangan bawahan.
- c. Saya tidak mendapat umpan balik yang cukup mengenai seberapa baik saya menyelesaikan pekerjaan saya.

30. a. Bila saya dipromosikan menjadi lebih tinggi dari orang-orang yang selama ini bekerja bersama saya, saya sangat khawatir bahwa perasaan mereka terhadap saya akan berubah.
- b. Biasanya orang kehilangan minat terhadap pekerjaannya karena pekerjaannya tidak jelas dan dirasakan tidak menantang dirinya.
- c. Mengadakan kompromi dengan bawahan adalah berbahaya karena dapat mengakibatkan seorang atasan kehilangan kewibawaannya.



KEMENKES RI

LEMBAR JAWABAN

- Pindahkan hasil jawaban anda pada lembar jawaban yang tersedia dibawah ini,
- Jumlahkan angka pada setiap kolom ke bawah,
- Tuliskan jumlah total setiap kolom di tempat yang tersedia.

No	Achievement Pencapaian	Power Kekuatan	Affiliation Hubungan
1	A	C	B
2	C	B	A
3	C	A	B
4	B	C	A
5	A	B	C
6	B	A	C
7	A	C	B
8	C	B	A
9	C	A	B
10	B	C	A
11	A	B	C
12	B	A	C
13	A	C	B
14	C	B	A
15	C	A	B
16	A	C	B
17	C	B	A
18	C	A	B
19	B	C	A
20	A	B	C
21	B	A	C
22	A	C	B
23	C	B	A
24	C	A	B
25	B	C	A
26	A	B	C
27	B	A	C
28	A	C	B
29	C	B	A
30	C	A	B
Total			

KEMENKES RI

MODUL MI.3

Konsep Dasar Pemasaran Produk dan Jasa STBM

KEMENTERIAN RI

MI.3
KONSEP DASAR
PEMASARAN PRODUK
DAN JASA STBM

MODUL MI.3 - KONSEP DASAR PEMASARAN PRODUK DAN JASA STBM.....	89
I. DESKRIPSI SINGKAT.....	89
II. TUJUAN PEMBELAJARAN.....	89
A. Tujuan Pembelajaran Umum.....	89
B. Tujuan Pembelajaran Khusus.....	89
III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN.....	89
A. Pokok Bahasan 1: Konsep Dasar Pemasaran Produk dan Jasa STBM.....	89
a. Fakta - fakta lapangan,	89
b. Tiga strategi STBM dan peluang pemasaran,	89
c. Peran wirausaha STBM dalam proses pengembangan suplai produk dan jasa STBM,.....	89
d. Segmen pasar produk dan jasa STBM.	89
B. Pokok Bahasan 2: Konsep Pemasaran Sosial Sanitasi.....	89
a. Definisi pemasaran sosial sanitasi,.....	89
b. Peluang pemasaran sosial,	89
c. Teknik pemasaran sosial.	89
IV. BAHAN BELAJAR.....	89
V. METODE PEMBELAJARAN.....	89
VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN.....	90
A. Langkah 1: Pengkondisian (10 menit).....	90
B. Langkah 2: Pengkajian Pokok Bahasan (70 menit).....	90
C. Langkah 3 (10 menit):	90
VII. URAIAN MATERI.....	91
A. POKOK BAHASAN 1 : KONSEP DASAR PEMASARAN PRODUK DAN JASA STBM.....	91
a. Fakta-Fakta Lapangan.....	91
b. Tiga Strategi STBM dan Peluang Pemasaran.....	92
c. Peran Wirausaha STBM Dalam Proses Pengembangan Suplai Produk dan Jasa STBM.....	95
d. Segmen Pasar Produk dan Jasa STBM	96
B. POKOK BAHASAN 2: KONSEP PEMASARAN SOSIAL SANITASI.....	97
a. Definisi Pemasaran Sosial Sanitasi.....	97
b. Peluang Pemasaran Sosial	98
c. Teknik Pemasaran Sosial	98
VIII. REFERENSI.....	100
VII. LAMPIRAN.....	100
A. PEDOMAN PENUGASAN.....	100
B. LEMBAR KERJA.....	101
a. Lembar Penugasan Menghitung Peluang Pasar Jamban	101
b. Lembar Penugasan Pemasaran Sosial untuk Produk dan Jasa STBM	101

MODUL MI.3

KONSEP DASAR PEMASARAN PRODUK DAN JASA STBM

I. DESKRIPSI SINGKAT

Modul Konsep Dasar Pemasaran Produk dan Jasa STBM ini disusun untuk membekali peserta agar memahami pengertian, peluang dan segmentasi pasar STBM secara lebih rinci dan mendalam dalam kaitannya dengan 3 komponen STBM (peningkatan kebutuhan, peningkatan suplai dan lingkungan yang mendukung).

II. TUJUAN PEMBELAJARAN

A. Tujuan Pembelajaran Umum

Setelah mengikuti materi ini peserta mampu menjelaskan konsep dasar pemasaran produk dan jasa STBM.

B. Tujuan Pembelajaran Khusus

Setelah mengikuti materi ini peserta mampu:

1. Menjelaskan konsep dasar pemasaran produk dan jasa STBM,
2. Menjelaskan konsep pemasaran sosial sanitasi.

III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN

A. Pokok Bahasan 1: Konsep Dasar Pemasaran Produk dan Jasa STBM

- a. Fakta - fakta lapangan,
- b. Tiga strategi STBM dan peluang pemasaran,
- c. Peran wirausaha STBM dalam proses pengembangan suplai produk dan jasa STBM,
- d. Segmen pasar produk dan jasa STBM.

B. Pokok Bahasan 2: Konsep Pemasaran Sosial Sanitasi

- a. Definisi pemasaran sosial sanitasi,
- b. Peluang pemasaran sosial,
- c. Teknik pemasaran sosial.

IV. BAHAN BELAJAR

Bahan tayang (*slide ppt*), modul, LCD, komputer, *flipchart* (lembar balik), spidol papan tulis, metaplan, kain tempel, pedoman penugasan, lembar kerja.

V. METODE PEMBELAJARAN

Ceramah tanya jawab, curah pendapat, dan penugasan.

VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN

Jumlah jam yang digunakan dalam modul ini adalah sebanyak 2 jam pelajaran (T=1 jp, P=1 jp, PL=0) jp @45 menit. Untuk mempermudah proses pembelajaran dan meningkatkan partisipasi seluruh peserta, dilakukan langkah-langkah kegiatan sebagai berikut:

A. Langkah 1: Pengkondisian (10 menit)

1. Salam dan perkenalan diri.
2. Penyegaran dan pencairan suasana,
3. Fasilitator menggali harapan peserta tentang materi dan keterampilan yang ingin dicapai melalui sesi ini,
4. Fasilitator menyampaikan tujuan pembelajaran, pokok bahasan dan metode yang digunakan,
5. Menggali pendapat peserta tentang konsep dasar pemasaran produk dan jasa STBM dan mendiskusikannya. Proses pembelajaran menggunakan metode dimana semua peserta terlibat secara aktif,
6. Berdasarkan pendapat peserta, fasilitator menjelaskan tentang pemasaran produk dan jasa STBM.

B. Langkah 2: Pengkajian Pokok Bahasan (70 menit)

1. Fasilitator menyampaikan pokok bahasan I: Konsep dasar pemasaran produk dan jasa STBM (45 menit),
2. Fasilitator memberi kesempatan kepada peserta untuk menanyakan hal-hal yang kurang jelas, dan memberikan jawaban dan klarifikasi atas pertanyaan-pertanyaan peserta,
3. Peserta diberi penugasan untuk menghitung peluang pasar kasus jamban sehat dengan menggunakan lembar perhitungan peluang pasar.
4. Fasilitator menyampaikan pokok bahasan II: Konsep dasar pemasaran sosial sanitasi (25 menit),
5. Peserta diberi penugasan untuk mengidentifikasi manfaat produk dan jasa STBM (lima pilar STBM) dengan menggunakan metaplan,
6. Fasilitator memberikan kesempatan bertanya sebanyak-banyaknya sehingga antar peserta juga terjadi diskusi dan interaksi yang baik dengan menggunakan metode ceramah tanya jawab dan curah pendapat.

C. Langkah 3 (10 menit):

1. Peserta dipersilahkan untuk menanyakan hal-hal yang kurang jelas, dan fasilitator memfasilitasi pemberian jawaban, baik dari fasilitator maupun dari peserta lain,
2. Meminta komentar, penilaian, saran bahkan kritik dari peserta pada kertas evaluasi yang telah disediakan,
3. Fasilitator menutup sesi pembelajaran dengan memastikan tercapainya TPU dan TPK sesi.

VII. URAIAN MATERI

A. POKOK BAHASAN 1 : KONSEP DASAR PEMASARAN PRODUK DAN JASA STBM

Untuk melakukan pemasaran produk dan jasa STBM, perlu dipahami konsep dasar pemasaran produk dan jasa STBM. Beberapa bagian yang perlu dipahami adalah:

1. Fakta-fakta lapangan,
2. Tiga Strategi STBM dan peluang pemasaran,
3. Peran wirausaha STBM dalam proses pengembangan suplai STBM, dan
4. Segmen pasar produk dan jasa STBM.

Penjelasan singkat terkait bagian-bagian tersebut adalah sebagai berikut:

a. Fakta-Fakta Lapangan

Fakta-fakta di lapangan disajikan dengan mengajak semua peserta untuk melakukan penilaian kondisi pemasaran produk dan jasa STBM di wilayahnya. Berikut adalah langkah-langkah melakukan fakta di lapangan:

1. Awali penjelasan dengan memaparkan fakta-fakta lapangan terkait dengan masalah-masalah sanitasi, contohnya: jumlah orang yang sakit di puskesmas, angka diare, kegiatan orang buang air di sembarang tempat, lingkungan jorok, dan sebagainya.
2. Selanjutnya, uraikan permasalahan sanitasi yang dihadapi di tingkat Nasional (Indonesia), di tingkat Kabupaten/Kota, di tingkat Kecamatan (tergantung distribusi asal wilayah peserta pelatihan).

Contoh:

Untuk pelatihan di tingkat provinsi, masalah yang dihadapi adalah sbb:

- Tingkat akses rendah selama 30 tahun (< 40%),
- Pembangunan Jamban tidak efektif (subsidi),
- 63 juta orang masih buang air besar di sembarang tempat,
- Tingkat diare tinggi,
- Masyarakat belum terbiasa mencuci tangan pakai sabun pada saat-saat kritis,
- Masyarakat masih buang sampah sembarangan,
- Pemilahan sampah di rumah tangga belum diikuti pemilahan di tempat pembuangan akhir (TPA),
- Dll.

3. Jelaskan perkiraan pasar sanitasi di daerah tempat pelatihan untuk meningkatkan minat peserta terhadap materi pelatihan, dengan cara menampilkan tabel yang berisi data:
a) Jumlah kecamatan, b) Jumlah desa, c) Jumlah KK yang belum memiliki jamban, d) jumlah KK yang belum memiliki sarana CTPS, e) jumlah KK yang belum memiliki tempat sampah, dll.

(Sebaiknya data yang ditampilkan disesuaikan dengan asal peserta, sehingga peserta menyadari bahwa sangat terbuka peluang dan sekaligus tantangan yang harus dijawab).

4. Fasilitator melanjutkan curah pendapat dengan mengajukan beberapa pertanyaan, seperti:
 - a.) Berapa jumlah KK di wilayah peserta yang belum mempunyai jamban ,
 - b.) Berapa jumlah KK yang memiliki sarana cuci tangan pakai sabun,
 - c.) Berapa jumlah KK yang memiliki akses ke tempat sampah,
 - d.) Berapa persen tingkat akses sarana sanitasi,
 - e.) Apakah ada subsidi di wilayah peserta.
5. Fasilitator mengambil jawaban dari salah satu peserta untuk dijadikan contoh perhitungan data peluang pasar.
6. Kemudian lakukan perhitungan peluang pasar (untuk perhitungan peluang pasar sanitasi pilar I- jamban sehat, dapat menggunakan formulir terlampir)
7. Sampaikan sekali lagi angka PELUANG dan TANTANGAN ini kepada peserta dan tanyakan..."Apakah kita akan diam saja membaca peluang sebesar ini?". Yakinkan kembali kepada seluruh peserta bahwa ini PELUANG sudah di depan mata dan mestinya kita HARUS JAWAB tantangan ini.

Poin kunci untuk fasilitator:

- Yakinkan bahwa peluang secara kuantitatif SANGAT BESAR (Jumlah KK yang belum mempunyai jamban sehat, baik dalam nilai unit maupun dalam nilai uang).
- Contoh perhitungan peluang pasar, adalah sebagai berikut:
Misalkan jumlah KK di kecamatan A yang belum memiliki jamban sehat sebesar 30.000 KK untuk seluruh wilayah kecamatan dimana peserta pelatihan berasal. Berarti peluang pasarnya (dalam Rp) adalah:
 $30.000 \text{ unit} \times \text{Rp } 1.000.000,- = \text{Rp}30.000.000.000 \text{ (Rp } 30 \text{ M)}$.
- Angka Rp1.000.000,- berdasarkan hasil penelitian Nielson, tahun 2008, tentang daya beli masyarakat terhadap sarana jamban.

b. Tiga Strategi STBM dan Peluang Pemasaran.

Pendekatan STBM dilakukan melalui integrasi tiga strategi STBM yaitu: (i) peningkatan kebutuhan (pasar dan daya beli), (ii) peningkatan suplai (cara memenuhi kebutuhan), dan (iii) peningkatan lingkungan yang kondusif (agar mendapat dukungan yang berkelanjutan dari pemerintah dan swasta).

Dengan diintegrasikannya pendekatan pemasaran produk dan jasa STBM ke dalam strategi nasional STBM, maka peluang melakukan pemasaran untuk meningkatkan akses masyarakat untuk sanitasi yang layak dan sehat semakin besar. Apalagi, dengan dukungan pemerintah, peluang pemasaran semakin terbuka lebar.

Konsep Dasar Pemasaran Produk dan Jasa STBM

Konsep dasar pemasaran produk dan jasa STBM tidak berbeda dengan konsep dasar bauran pemasaran (*marketing mix*) secara umum yang membahas 4 P (*Product, Price, Promotion, dan Place*).

Product (Produk)

Produk adalah sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, pembelian, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Produk dibedakan menjadi tiga, yaitu: (i) inti produk, misalnya oralit untuk mengobati diare, (ii) wujud produk berupa mutu, model, kemasan, merek, misalnya jamban merek American Standard, TOTO atau INA, (iii) tambahan produk seperti instalasi, penyerahan tepat waktu, pelayanan purna jual, garansi, misalnya pemasangan jamban sehat. **Tambahan produk ini biasa disebut dengan jasa STBM.**

Prinsip-prinsip produk STBM:

- Produk STBM harus sesuai dengan kebutuhan konsumen. Hal ini dapat diidentifikasi melalui penelitian/studi.
- Produk STBM lebih menekankan pada manfaat produk dibandingkan dengan fitur dan desain lainnya, sehingga wirausaha perlu menyediakan beberapa opsi teknologi dan harga produk.
- Pembatasan pilihan produk, agar konsumen tidak kebingungan dengan produk yang ada.

Untuk mengembangkan produk, wirausaha STBM dapat melakukan beberapa strategi, sebagai berikut:

- Standarisasi, yaitu penggunaan produk yang sama untuk sasaran dan wilayah yang besar, bisa memberikan keuntungan ekonomi yang besar.
- Modularisasi, yaitu menggunakan produk yang terstandar, namun bisa ditingkatkan (*upgrade*) setiap saat tergantung kepada kemauan konsumen.
- Fokus, wirausaha bisa fokus hanya di beberapa produk dan kemudian memfokuskan diri untuk kegiatan lain misalnya promosi dan distribusi produk, dibanding pengembangan produk.
- Merek, wirausaha mengembangkan merek dan keunggulan produk, dibandingkan dengan aspek teknis produk. Dengan merek dan kualitas yang dikenal, keuntungan yang didapat bisa lebih besar.
- Inovasi, untuk mengembangkan produk.
- Pengembangan produk, termasuk untuk produk-produk turunannya, misalnya jamban yang menghasilkan tinja dan tinja yang diproses menjadi pupuk.

Price (Harga)

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa.

Untuk menetapkan harga biasanya perlu dilakukan uji coba dipasar. Apakah konsumen menerima atau menolak harga tersebut. Apabila konsumen menerima harga tersebut, apakah berarti harga yang ditetapkan sudah layak dan wajar. Tetapi jika mereka menolak, biasanya harga akan berubah dengan cepat.

Promotion (Promosi)

Promosi adalah semua kegiatan yang dilakukan pengusaha/perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produk yang dia jual ke target pasarnya.

Promosi bisa dilakukan melalui proses *branding* (memperkenalkan merek, logo, jenis produk, harga, layanan yang diberikan, dll). Promosi bisa dilakukan melalui iklan, penjualan secara langsung, paket promosi penjualan, melalui publisitas ke khalayak umum.

Place (Lokasi)

Lokasi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia untuk konsumen sasaran. Keputusan penentuan lokasi dan saluran yang digunakan untuk memberikan jasa kepada pelanggan melibatkan pemikiran tentang bagaimana cara mengirimkan atau menyampaikan jasa kepada pelanggan dan dimana hal tersebut akan dilakukan. Ini harus dipertimbangkan karena dalam bidang jasa sering kali tidak dapat ditentukan tempat dimana akan diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Saluran distribusi dapat dilihat sebagai kumpulan organisasi yang saling bergantung satu sama lainnya yang terlibat dalam proses penyediaan sebuah produk/pelayanan untuk digunakan atau dikonsumsi. Penyampaian dalam perusahaan jasa harus dapat mencari agen dan lokasi untuk menjangkau populasi yang tersebar luas.

Prinsip dasar pemasaran produk dan jasa STBM:

- Suplier harus mudah ditemukan oleh konsumen. Salah satu prinsip pemasaran adalah seorang konsumen hendaknya tidak berjalan lebih dari 10 menit untuk mendapatkan produk kesehatan, termasuk produk sanitasi.
- Suplier harus bisa menyediakan produk sanitasi yang aman dan sesuai dengan standar nasional, termasuk juga menjamin pemeliharaan jangka panjang dan pengelolaan limbah yang dihasilkan oleh produk sanitasi.
- Berfokus pada konsumen. Supplier hendaknya mampu memahami kebutuhan dan menjawab kebutuhan konsumen dalam berbagai bentuk, termasuk menyediakan produk, jasa, garansi produk, dan metode pembayaran yang sesuai.

Untuk mengetahui pemahaman peserta terkait dengan bauran pemasaran, khususnya untuk produk STBM, fasilitator dapat mengajak peserta melakukan curah pendapat, dengan menanyakan beberapa hal seperti:

- “Mengapa dalam pemasaran produk dan jasa STBM, kita perlu memiliki pengetahuan dan keterampilan tentang produk?”

- “Mengapa dalam pemasaran produk dan jasa STBM, kita perlu memiliki pengetahuan dan keterampilan tentang cara menghitung harga jual?”
- “Mengapa dalam pemasaran produk dan jasa STBM kita perlu memiliki pengetahuan dan keterampilan tentang cara promosi yang efektif?”
- “Mengapa dalam pemasaran produk dan jasa STBM, kita perlu memiliki pengetahuan tentang distribusi barang?”

Poin kunci untuk fasilitator:

- Pentingnya memahami tentang *product knowledge* agar memudahkan dalam menjual dan memasarkan produk STBM.
- Pentingnya terampil menghitung harga pokok produksi agar dapat menyesuaikan dengan daya beli masyarakat dan mendapatkan keuntungan usaha.
- Pentingnya mengetahui cara promosi agar lebih mudah mendapatkan pesanan produk.
- Pentingnya distribusi barang agar memperluas pangsa pasar dan meningkatkan nilai penjualan.

c. Peran Wirausaha STBM Dalam Proses Pengembangan Suplai Produk dan Jasa STBM

Seperti yang dijelaskan di depan, akses sanitasi di Indonesia masih sangat rendah. Sebagai contoh, pilar I STBM (terkait dengan buang air besar) saja belum mencapai 45% dari total sekitar 250 jutaan penduduk desa di Indonesia. Belum lagi potensi pasar untuk pilar-pilar sanitasi berikutnya. Hal ini jika dikalkulasi secara kasar, akan menunjukkan adanya potensi pasar jamban sebesar Rp. 1.000.000 (estimasi AC Nielsen tahun 2008) x 45% x 250.000.000 penduduk, yaitu sekitar 112.5 Triliun Rupiah.

Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, pemerintah mendorong terbentuknya wirausaha-wirausaha STBM yang bisa memberikan pelayanan dan menyediakan opsi-opsi pilihan teknologi dan pembiayaan sanitasi yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat.

Berapa potensi pasar di wilayah masing-masing?

Secara kasar mungkin bisa kita hitung dengan perhitungan sebagai berikut:

Contoh: Kabupaten Subang

Terdiri dari 253 Desa, dimana 352.118 KK belum memiliki jamban.

Maka potensi pasar jamban (WC) adalah = Rp. 1.000.000 (estimasi AC Nielsen tahun 2008) x 352.118 KK = Rp. 352.118.000.000,-

Berapa wirausaha STBM yang ada di Kabupaten Subang?

Mungkin baru beberapa orang saja. Oleh karena itu, potensi menjadi wirausaha STBM yang sekaligus akan membantu pemerintah dalam mengembangkan pasokan untuk program STBM masih terbuka sangat lebar.

d. Segmen Pasar Produk dan Jasa STBM

Dalam menyediakan produk STBM, wirausaha STBM hendaknya bisa mengetahui siapa segmen pasar STBM. Segmentasi pasar adalah “suatu proses untuk membagi menjadi kelompok-kelompok konsumen yang lebih homogen, dimana tiap kelompok konsumen dapat dipilih sebagai target pasar untuk dicapai wirausaha STBM melalui strategi bauran pemasarannya. Potensi pasar adalah peluang kemungkinan membeli produk-produk dan jasa STBM, dimana masih ada orang yang belum mempraktikkan budaya hidup bersih dan sanitasi sehat, disitu ada potensi pasar.

Di Indonesia, ada beragam segmen pasar, dari kelompok yang cukup mampu hingga sangat tidak mampu. Untuk menasar segmen tersebut, wirausaha sanitasi hendaknya mampu membuat segmentasi dan menyesuaikan dengan produk dan jasa yang ditawarkan. Sebagai contoh, dalam pemasaran jamban. Segmen pasar diklasifikasikan berdasarkan peluang kebutuhan kepemilikan dan jenis jamban (tidak punya jamban/BABS, jamban tidak sehat, jamban semi permanen dan jamban bersama). Target pasar misalnya kelompok yang tidak punya jamban/BABS dan kelompok yang punya jamban semi permanen, seperti gambar dibawah ini.



Gambar 8: Pemetaan Target Pasar STBM

Biasanya di tiap-tiap puskesmas sudah ada peta sosial yang menggambarkan data rumah yang belum mempunyai jamban (sasaran penjualan) dan rumah yang sudah mempunyai jamban, seperti gambar di bawah ini.



Gambar 9: Peta Sosial

Berdasarkan peta ini, wirausaha STBM, khususnya untuk jamban sehat, gambar yang berwarna merah digunakan sebagai acuan untuk menentukan target pasar yang prioritas.

Salah satu kendala di dalam pemasaran produk dan jasa STBM di Indonesia, khususnya pemasaran jamban sehat adalah kurangnya pilihan produk yang ditawarkan dan tidak tersedianya satu tempat yang menyediakan produk sanitasi/jamban sehat di satu toko yang aksesnya dekat ke masyarakat. Untuk menjawab kendala tersebut, dikembangkanlah model bisnis “*One Stop Shop Sanitation*” atau Pengusaha Sanitasi Satu Atap.

Model bisnis *One Stop Shop Sanitation* ini menawarkan pilihan produk dan pilihan harga sesuai dengan produk yang diinginkan pelanggan, dengan beberapa karakteristik sebagai berikut:

1. Beragam pilihan produk dan pilihan harga,
2. Manfaat lain yang dapat diperoleh, seperti:
 - (i) jasa konsultasi produk,
 - (ii) potongan harga dengan aturan tertentu,
 - (iii) proses produksi di tempat, dan
3. Fleksibilitas pembayaran.

Saat ini, masih sangat sedikit wirausaha yang mengembangkan model *One Stop Shop Sanitation*, sehingga terbuka peluang yang sangat besar untuk menjadi salah satu wirausaha STBM.

B. POKOK BAHASAN 2: KONSEP PEMASARAN SOSIAL SANITASI

a. Definisi Pemasaran Sosial Sanitasi

Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran dan konsumsi. Definisi pemasaran didasarkan pada konsep inti yang meliputi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demands*). Kotler (2005) menjelaskan bahwa pemasaran sosial adalah strategi untuk mengubah perilaku. Manusia harus menemukan kebutuhannya terlebih dahulu, sebelum ia memenuhinya. Pemasaran sosial mengkombinasikan unsur-unsur pendekatan tradisional untuk mengubah kondisi sosial dalam satu kerangka aksi dan perencanaan yang terpadu serta menggunakan keterampilan teknologi komunikasi dan keahlian pemasaran.

Strategi komunikasi pemasaran sosial dapat dipahami dengan menguraikan unsur-unsur pokoknya, yaitu strategi komunikasi dan pemasaran sosial. Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan (*goal*).

Pemasaran sosial merupakan proses perencanaan yang membutuhkan waktu dan usaha untuk mengatasi masalah sosial. Dalam konsep pemasaran sosial, pemasar menentukan tujuan perilaku yang ingin dilakukan oleh sasaran termasuk apa yang harus mereka ketahui dan percaya untuk menciptakan perubahan perilaku. Tujuan dalam pemasaran sosial harus ditargetkan secara spesifik dan realistis, hal ini digunakan untuk mengevaluasi efek dari pemasaran sosial sehingga dapat diukur secara nyata.

b. Peluang Pemasaran Sosial

Pemasaran sosial dilakukan dalam perubahan sosial untuk mengarahkan perubahan ke arah yang positif sehingga mampu meningkatkan kualitas hidup masyarakat, Peluang pemasaran sosial ini dapat dilihat dalam tahapan implementasi program pembangunan masalah-masalah sosial seperti halnya sanitasi.

Dinamika perubahan struktur sosial, dapat terkait dengan jumlah penduduk, strata sosial, kelompok sosial, institusi sosial, kebijakan dan masih banyak lagi merupakan. Perubahan yang terjadi berbeda antara satu masyarakat dengan masyarakat lainnya. Ini berkaitan dengan kondisi sosial, ekonomi dan budaya masyarakat tersebut. Penting memahami dan mengkaji masyarakat dimana perubahan sosial dan perubahan perilaku itu terjadi, sehingga dapat memanfaatkannya jadi peluang Pemasaran Sosial.

c. Teknik Pemasaran Sosial

Ketepatan strategi yang disusun ditentukan oleh bagaimana strategi dijabarkan dalam sebuah perencanaan kegiatan. Analisis situasi atau sering disebut dengan analisis SWOT dibutuhkan untuk membantu menyusun perencanaan. Analisis SWOT merupakan analisa tentang *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang) dan *threat* (ancaman) eksternal yang dihadapi wirausaha/organisasi. Dengan analisis SWOT, wirausaha dapat mengetahui fokus keunggulan produk yang dipromosikan, kelemahan produk yang harus dikurangi, apa saja peluang produk dalam upaya merebut pasar dan apa saja ancaman yang menghadang produk, baik dari pesaing dan pasar.

Komunikasi secara efektif dan strategis prinsipnya adalah bagaimana mengubah sikap, mengubah persepsi, dan mengubah perilaku target penerima produk dan jasa yang ditawarkan. Komunikasi efektif ditandai dengan adanya saling pengertian, dapat menimbulkan kesenangan, mempengaruhi sikap, meningkatkan hubungan sosial yang baik, dan pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan. (Rahmat, 2008:13). Untuk mengembangkan komunikasi pemasaran yang efektif, Kotler dalam (Uyung Sulaksana, 2006:50) merumuskan delapan langkah yang harus diperhatikan, yaitu:

1.) Mengidentifikasi Target Pasar

Proses komunikasi pemasaran harus diawali dengan pendefinisian yang jelas tentang target sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan segmentasi pasar yaitu pemasar/wirausaha menentukan siapa target sasarannya. Dalam pemasaran sosial, segmentasi pasar dapat dibagi melalui beberapa variabel, yaitu variabel demografis: usia, ukuran keluarga, siklus hidup, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi, dan kebangsaan. Variabel geografis: tempat tinggal, kantor, atau perjalanan. Variabel psikografis: karakteristik kepribadian, norma budaya, nilai dan gaya hidup. Variabel perilaku relatif: kesempatan untuk penggunaan, manfaat yang dicari, dan kesiapan pembeli. (Kotler and Lee, 2009:83).

2.) Menentukan Tujuan Komunikasi

Dalam hal ini pemasar/wirausaha menentukan tujuan komunikasinya, misalnya untuk menciptakan

kesadaran, pengetahuan, kesukaan, pilihan, keyakinan, atau pembelian. Tujuan pemasaran dalam pemasaran sosial terbagi dalam tiga tahap, yaitu *behavior objectives* yakni menentukan perilaku yang diinginkan dalam perencanaan tersebut dengan tujuan untuk mempengaruhi, sebagai hasil dari kampanye atau program yang dibuat. *Knowledge objectives*, mengemukakan fakta-fakta dan informasi yang diperlukan oleh target pasar, dengan tujuan agar mereka melakukan tindakan tertentu. *Belief objectives* merupakan hal-hal yang perlu untuk diyakini oleh target sasaran dan harus disampaikan dalam rangka untuk “mengubah pikiran mereka” (Kotler & Lee, 2009:226).

3.) Merancang Pesan

Syarat-syarat perlu diperhatikan dalam menyusun pesan yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut, ialah mampu membangkitkan “perhatian”. Hal ini sesuai dengan rumus klasik AIDDA yang juga dikenal dengan *adoption process*, yaitu *attention, Interest, desire, decision, dan action*, artinya dimulai dengan membangkitkan perhatian (*attention*), kemudian menimbulkan minat dan kepentingan (*interest*), sehingga banyak memiliki hasrat (*desire*), untuk menerima keputusan untuk mengamalkan dalam tindakan (*action*).

4.) Menyeleksi Saluran Komunikasi

Sebelum suatu pesan disampaikan kepada masyarakat perlu dipertimbangkan tentang penggunaan media atau saluran yang paling efektif. Di dalam ilmu komunikasi dikenal komunikasi langsung (*face to face*) dan media massa. Jika sasarannya hanya terdiri dari beberapa orang saja dan lokasinya dapat dijangkau saja digunakan komunikasi langsung, termaksud jika sasarannya masyarakat biasa digunakan pertemuan-pertemuan. Jika sasarannya banyak orang dan tersebar dimana-mana, maka salurannya yang sesuai adalah media massa.

5.) Menetapkan Jumlah Anggaran Promosi

Tahapan promosi yang paling krusial adalah menentukan anggaran, karena berhasil tidaknya suatu program yang sudah direncanakan bergantung pada anggaran yang dimiliki. Misalnya, untuk menentukan penggunaan media apa saja yang tergantung pada anggaran yang tersedia, atau pemasar/wirausaha berorientasi pada pencapaian sasaran promosi yang akan dicapai, sehingga sebesar itulah anggaran yang akan berusaha disediakan.

6.) Menentukan Bauran Komunikasi

Langkah selanjutnya setelah menentukan anggaran promosi adalah menentukan alat promosi yang akan digunakan. Bauran promosi merupakan media komunikasi yang dipakai dapat mempengaruhi isi pesan. bauran komunikasi pemasaran (juga disebut dengan bauran promosi) terdiri dari lima 5 variabel yang ada dalam *promotional mix*, yaitu *personal selling, mass selling* (periklanan dan publisitas, promosi penjualan, *public relations*, dan penjualan langsung (*direct marketing*)).

7.) Mengukur Hasil-Hasil Promosi

Setelah melakukan promosi, pemasar/wirausaha harus mengukur hasil atau dampak dari promosi pada target sasaran, apakah mereka mengenal atau mengingat pesan-pesan yang diberikan. Berapa kali melihat pesan tersebut, apa saja yang masih diingat dan bagaimana sikap mereka terhadap produk, jasa, dan perilaku sosial yang dipromosikan tersebut.

8.) Mengelola dan Mengkoordinasi Proses Komunikasi

Karena jangkauan komunikasi yang luas dari alat pesan dan komunikasi yang tersedia untuk mencapai target sasaran, maka alat dan pesan perlu dikoordinasikan. Karena jika tidak, pesan-pesan itu akan menjadi lesu pada saat produk tersedia, pesan kurang konsisten atau tidak efektif lagi. Untuk itu, pemasar mengarah pada penerapan konsep komunikasi pemasaran yang terkoordinasi

Hal yang harus diperhatikan dalam merancang pemasaran produk sosial yaitu:

- a. Menerjemahkan pemasaran produk sosial dengan mengaitkannya kepada penempatan gagasan atau praktik sosial tersebut,
- b. Melengkapi dan menguatkan pernyataan penempatan,
- c. Mengembangkan dan menguatkan citra secara konsisten tentang hal-hal yang dianggap berpengaruh terhadap perubahan sosial ke arah hidup yang lebih baik.

VIII. REFERENSI

1. Kotler,P and Keller.K, *Marketing and Management*, Pearson Prentice Hall, USA: 2006.
2. British Council, *Social Enterprise Planning Toolkit*, Jakarta: 2011.
3. WSP-EAP, Buku Panduan Pengembangan dan Penggunaan Modul Pelatihan Wirausaha Sanitasi, Jakarta: 2012.
4. WSP-EAP, *Sanitation Marketing, Water Sanitation:E-Learning*, 2012.
5. WSP-EAP, Panduan Penyelenggaraan Pelatihan Wirausaha Sanitasi, Jakarta: 2012.
6. Lembar Sanifoam
(sumber: <http://www.wsp.org/sites/wsp.org/files/publications/GSP>).

VII. LAMPIRAN

A. PEDOMAN PENUGASAN

Setiap peserta diminta untuk menghitung peluang pasar STBM menggunakan formulir terlampir. Beberapa pertanyaan yang perlu dijawab antara lain:

- a. Berapa jumlah KK di wilayah peserta yang belum mempunyai jamban,
- b. Berapa jumlah KK yang memiliki sarana cuci tangan pakai sabun,
- c. Berapa jumlah KK yang memiliki akses ke tempat sampah,
- d. Berapa persen tingkat akses sarana sanitasi,
- e. Apakah ada subsidi di wilayah peserta.

B. LEMBAR KERJA

a. Lembar Penugasan Menghitung Peluang Pasar Jamban

Agar menggunakan kertas metaplan

Nama Panggilan	
Asal Kab/Kota	
Jumlah Populasi	Jumlah KK yang tidak punya jamban

b. Lembar Penugasan Pemasaran Sosial untuk Produk dan Jasa STBM

Pilar	Manfaat		
	Ekonomi	Sosial Masyarakat	Lingkungan
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

KEMENKES RI

MODUL MI.4

Jejaring Pemasaran Produk dan Jasa STBM

KEMENKESRI

MI.4
JEJARING PEMASARAN
PRODUK DAN JASA
STBM

MODUL MI.4.....	105
JEJARING PEMASARAN PRODUK DAN JASA STBM.....	105
I. DESKRIPSI SINGKAT.....	105
II. TUJUAN PEMBELAJARAN.....	105
A. Tujuan Pembelajaran Umum.....	105
B. Tujuan Pembelajaran Khusus	105
III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN.....	105
A. Pokok Bahasan 1: Jejaring Pemasaran Produk dan Jasa STBM.....	105
a. Definisi jejaring pemasaran produk dan jasa STBM.....	105
b. Peran wirausaha produk dan jasa STBM.....	105
c. Informasi dan target pasar produk dan jasa STBM.....	105
B. Pokok Bahasan 2 : Membangun Jejaring Pemasaran Produk dan Jasa STBM.	105
IV. BAHAN BELAJAR	105
V. METODE PEMBELAJARAN	105
VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN.....	105
A. Langkah 1: Pengkondisian (10 menit).....	106
B. Langkah 2: Pengkajian Pokok Bahasan (70 menit)	106
C. Langkah 3: Rangkuman (10 menit):.....	106
VII. URAIAN MATERI	107
A. POKOK BAHASAN 1: JEJARING PEMASARAN PRODUK DAN JASA STBM.....	107
a. Definisi Jejaring Pemasaran Produk dan Jasa STBM.....	107
b. Peran Wirausaha STBM.....	107
c. Informasi dan Target Pasar STBM.....	108
B. POKOK BAHASAN 2 : PRAKTIK MEMBANGUN JEJARING PEMASARAN PRODUK DAN JASA STBM.	108
VIII. REFERENSI.....	109
IX. LAMPIRAN	109
PANDUAN SIMULASI	109
LEMBAR PENUGASAN.....	110

MODUL MI.4

JEJARING PEMASARAN PRODUK DAN JASA STBM

I. DESKRIPSI SINGKAT

Modul jejaring pemasaran produk dan jasa STBM ini disusun untuk membekali peserta agar memahami pengertian, peran, informasi, target pasar hingga keahlian untuk mempraktikkan jejaring pemasaran STBM sehingga bisa menjadi wirausaha STBM yang handal.

II. TUJUAN PEMBELAJARAN

A. Tujuan Pembelajaran Umum

Setelah mengikuti materi ini peserta mampu menjelaskan jejaring pemasaran produk dan jasa STBM.

B. Tujuan Pembelajaran Khusus

Setelah mengikuti materi ini peserta mampu:

1. Menjelaskan jejaring pemasaran produk dan jasa STBM.
2. Menjelaskan jejaring pemasaran produk dan jasa STBM.

III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN

A. Pokok Bahasan 1: Jejaring Pemasaran Produk dan Jasa STBM.

- a. Definisi jejaring pemasaran produk dan jasa STBM.
- b. Peran wirausaha produk dan jasa STBM.
- c. Informasi dan target pasar produk dan jasa STBM

B. Pokok Bahasan 2 : Membangun Jejaring Pemasaran Produk dan Jasa STBM.

IV. BAHAN BELAJAR

Bahan tayang (*slide ppt*), modul, LCD, komputer, internet, sms, *flipchart* (lembar balik), spidol papan tulis, meta plan, poster, leaflet, brosur, tali raffia, bola, skenario simulasi, kain tempel, dan lembar penugasan.

V. METODE PEMBELAJARAN

Ceramah tanya jawab, diskusi kelompok, simulasi dan penugasan.

VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN

Jumlah jam yang digunakan dalam modul ini adalah sebanyak 2 jam pelajaran (T=1 jp, P=1 jp, PL=0jp) @45 menit. Untuk mempermudah proses pembelajaran dan meningkatkan partisipasi seluruh peserta, dilakukan langkah-langkah kegiatan sebagai berikut:

A. Langkah 1: Pengkondisian (10 menit)

1. Penyegaran dan pencairan suasana,
2. Fasilitator menggali harapan peserta tentang materi dan keterampilan yang ingin dicapai melalui sesi ini,
3. Fasilitator menyampaikan tujuan pembelajaran, pokok bahasan dan metode yang digunakan.

B. Langkah 2: Pengkajian Pokok Bahasan (70 menit)

1. Fasilitator menyampaikan pokok bahasan I : Jejaring Pemasaran Produk dan Jasa STBM (35 menit),
2. Fasilitator mengajak peserta untuk mengidentifikasi kemungkinan jejaring yang bisa dihubungi melalui pertanyaan "*Dengan siapa pengusaha sanitasi bisa menjalin jejaring usaha?*",
3. Peserta menuliskan mitra yang akan menjadi jejaring usaha di kertas metaplan dan menempelkannya di kain tempel,
4. Fasilitator mendiskusikan dengan seluruh peserta dan menyepakati hasil identifikasi mitra usaha yang akan diajak berjejaring,
5. Fasilitator menyampaikan pokok bahasan II: Membangun Jejaring Pemasaran Produk dan Jasa STBM (35 menit),
6. Fasilitator membagikan metaplan yang sudah bertali dan meminta peserta untuk menuliskan anggota jejaring yang disepakati,
7. Fasilitator bersimulasi mengajak peserta (yang berperan sebagai pengusaha) berkomunikasi dengan para anggota jejaring (simulasi menggunakan raffia dan bola),
8. Menggali pendapat peserta tentang jejaring pemasaran produk dan jasa STBM dan mendiskusikannya. Proses pembelajaran menggunakan metode dimana semua peserta terlibat secara aktif,
9. Berdasarkan pendapat peserta, fasilitator menjelaskan tentang jejaring pemasaran produk dan jasa STBM,
10. Fasilitator memberi kesempatan kepada peserta untuk menanyakan hal-hal yang kurang jelas, dan memberikan jawaban dan klarifikasi atas pertanyaan-pertanyaan peserta,
11. Fasilitator memberikan kesempatan sebanyak-banyaknya sehingga antar peserta juga terjadi diskusi dan interaksi yang baik.

C. Langkah 3: Rangkuman (10 menit):

1. Peserta dipersilahkan untuk menanyakan hal-hal yang kurang jelas, dan fasilitator memfasilitasi pemberian jawaban, baik dari fasilitator maupun dari peserta lain,
2. Meminta komentar, penilaian, saran bahkan kritik dari peserta pada kertas evaluasi yang telah disediakan,
3. Fasilitator menutup sesi pembelajaran dengan memastikan tercapainya TPU dan TPK sesi.

VII. URAIAN MATERI

A. POKOK BAHASAN 1: JEJARING PEMASARAN PRODUK DAN JASA STBM

a. Definisi Jejaring Pemasaran Produk dan Jasa STBM

Jejaring pemasaran yang kuat akan membantu seorang wirausaha sanitasi untuk mengembangkan bisnisnya. Jejaring bisa berbentuk informal tetapi juga bisa berupa keanggotaan dalam asosiasi formal.

Kemungkinan jejaring yang bisa dibuat:

Individu /Kelompok	Pesan
a. Pemerintah (lintas sektor terkait – non sektor Kesehatan)	Data sanitasi, modal kerja, subsidi, koperasi, dll
b. Dinas Kesehatan Provinsi, Kabupaten/Kota, dan Puskesmas	Data penyakit berbasis lingkungan, kondisi sanitasi, kepemilikan jamban, media promosi, data tenaga lapangan, dll
c. Perangkat Desa	Peta sosial desa (sanitasi), data status sosial ekonomi masyarakat, data terkait program desa, data kader desa, dll
d. Toko bangunan	Ketersediaan material, sistem pembayaran, sistem pelayanan, dan daftar harga
e. Distributor bahan bangunan	Fasilitas harga, ketersediaan material, sistem pembayaran, sistem pelayanan, dan daftar harga.
f. Pembuat alat cetak buis beton	Ketersediaan barang, sistem pembayaran, sistem pelayanan, dan daftar harga.
g. Lembaga Keuangan (non Pemerintah)	Modal investasi dan modal kerja
h. Tokoh Masyarakat/Tokoh Agama	Sebagai agen promosi dan kearifan lokal

Tabel 5: Jejaring Pemasaran STBM

b. Peran Wirausaha STBM

Dalam STBM, wirausaha sanitasi diharapkan dapat menjadi poros dari jejaring pemasaran yang ada, seperti kader, bidan, petugas PP&PL, sanitarian, posyandu, toko material, sekolah dan pondok pesantren, pedagang sayur, maupun pamong desa.

Wirausaha STBM adalah komponen penting dalam pendekatan STBM, khususnya strategi 2 (peningkatan penyediaan layanan suplai). Mereka memegang peranan penting untuk menyediakan pasokan sanitasi kepada masyarakat dengan beberapa pilihan dan opsi pembayaran yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat, dan menyediakan serta mendekatkan layanan sanitasi terpadu kepada masyarakat.

c. Informasi dan Target Pasar STBM

Wirausaha STBM harus memiliki informasi yang cukup dan menentukan target pasar yang ingin dia sasar. Salah satu upaya yang bisa dilakukan adalah melalui studi formatif atau penelitian sederhana.

Berikut adalah cara yang bisa dilakukan untuk mendapatkan informasi dan target pasar sanitasi:

- Mencari tahu informasi apa yang dibutuhkan konsumen untuk memutuskan membeli suatu produk. Sebagai contoh, wirausaha atau studi yang dilakukannya bisa menanyakan, “apa yang digunakan rumah tangga untuk alat sanitasinya?, fitur apa dan manfaat apa yang diinginkan konsumen terkait alat sanitasi yang dipakainya?, alat apa yang saat ini di pakai konsumen?, alat apa yang ada di masyarakat?”, dll.
- Untuk mencari tahu, wirausaha bisa melakukan penelitian secara langsung atau bertanya dan melihat secara langsung ke masyarakat dan ditunjang oleh data-data sekunder lainnya, seperti hasil penelitian, buku, dll.
- Setelah mendapatkan gambaran awal, sebaiknya wirausaha melakukan studi formatif yang lebih terstruktur. Untuk itu, wirausaha hendaknya menyusun pertanyaan dan tujuan riset yang lebih jelas. Salah satu contoh panduan penelitian untuk wirausaha sanitasi adalah SANIFOAM yang dikembangkan oleh *Water and Sanitation Program*.
- Analisis data dan membuat laporan.

B. POKOK BAHASAN 2 : PRAKTIK MEMBANGUN JEJARING PEMASARAN PRODUK DAN JASA STBM.

Untuk mempraktikkan konsep jejaring pemasaran sanitasi, peserta diajak untuk ikut dalam kegiatan simulasi sebagai berikut:

Contoh 1.

Jejaring: Pelaku Usaha dengan Sanitarian

Komunikasinya

- *Pelaku Usaha*: “Bisakah saya memperoleh data warga di desa ini yang belum memiliki jamban?”
- *Sanitarian*: “Bisa, dan saya memiliki data berdasarkan peta sosial, yang menggambarkan lokasi warga desa yang belum mempunyai jamban.”

Contoh 2.

- Jejaring: Pelaku Usaha dengan Pemilik Toko Material
- Komunikasinya:
- *Pelaku Usaha*: “Pak..., apakah saya bisa mendapatkan kemudahan melakukan pembayaran 1 bulan setelah pembelian material?”
- *Pemilik Toko Material*: “Toko kami hanya memperbolehkan pembayaran maksimum 2 minggu setelah pembelian material.”

Untuk jejaring antara Pelaku Usaha dengan yang lainnya bisa didiskusikan dengan seluruh peserta. Sehingga secara keseluruhan kemungkinan ide jejaring bisnis sanitasi bisa dimengerti dan peserta bisa menjelaskan melalui contoh komunikasi pelaku usaha dengan kemungkinan jejaring yang dibangun. Hasil curah pendapat sebaiknya di tempelkan pada kain tempel yang sudah disiapkan sebelumnya dan bisa digunakan sebagai media belajar selama pelatihan.

Apabila memungkinkan, lakukan simulasi dengan menggunakan tali raffia. (pertimbangan tempat dan waktu).

Berikan penjelasan mengenai contoh jejaring pemasaran yang sudah dibentuk oleh salah satu pengusaha sanitasi yang sudah sukses agar memberikan gambaran kepada peserta mengenai apa itu jejaring pemasaran STBM dan bagaimana kemungkinan belajar dari pengalaman orang lain. Usahakan contoh yang kreatif sehingga bisa menginspirasi peserta pelatihan untuk berinisiatif membangun jejaring pemasaran STBM sesuai dengan potensi yang ada di wilayahnya.

VIII. REFERENSI

1. British Council, *Social Enterprise Planning Toolkit*, Jakarta: 2011.
2. WSP-EAP, Buku Panduan Pengembangan dan Penggunaan Modul Pelatihan Wirausaha Sanitasi, Jakarta: 2012.
3. WSP-EAP, Panduan Penyelenggaraan Pelatihan Wirausaha Sanitasi, Jakarta: 2012.

IX. LAMPIRAN

PANDUAN SIMULASI

Simulasi Permainan Jejaring Dengan Tali Rafia

1. Siapkan tali raffia untuk dijadikan alat permainan. Bagian luar tali raffia diikat, sedangkan bagian dalamnya digunting.
2. Peserta membuat lingkaran sesuai dengan ruang yang tersedia.
3. Tunjuk 1 peserta sebagai pengusaha dan instruksikan kepada mitra yang ingin dia jadikan jaringan bahwa dia akan melempar tali ke peserta tersebut.
4. Sebutkan posisi dan peran peserta dan sasaran mitra berjejaring, misalnya : “Saya pengusaha, saya membutuhkan data akses jamban, saya ingin berjejaring dengan Bapak sebagai sanitarian”.
5. Sanitarian menjadi pengusaha sanitasi, misalnya: “Saya pengusaha, saya membutuhkan informasi harga barang, saya ingin berjejaring dengan pemilik toko bangunan.”
6. Dan seterusnya. Setiap peserta yang melempar tali harus memosisikan diri sebagai pengusaha STBM.
7. Mainkan tali raffia dengan cara mundur 2 langkah dan maju 2 langkah untuk merasakan kuat/lemahnya hubungan, dan seterusnya.
8. Peserta diminta untuk menyimpulkan makna dari permainan tali raffia tersebut.

LEMBAR PENUGASAN

Penugasan Identifikasi Peluang Mitra Pengusaha Jamban Sehat

1. Bagikan kertas metaplan kepada semua peserta,
2. Minta kepada semua peserta untuk menuliskan 1 ide mitra pengusaha jamban sehat,
3. Tempelkan ke kain tempel,
4. Kelompokkan dan diskusikan sampai terciptanya kesepakatan mitra pengusaha jamban sehat yang akan diajak berjejaring,
5. Jika ide mitra pengusaha lebih dari 1, minta hanya 1 peserta saja yang mewakili ide tersebut, misalnya sanitarian 5 orang, maka yang diberikan tali raffia hanya 1 orang saja sebagai sanitarian.

KEMENKES RI

MODUL MI.5

Produk dan Jasa STBM

MI.5
PRODUK DAN JASA
STBM

MODUL MI.5 - PRODUK DAN JASA STBM.....	114
I. DESKRIPSI SINGKAT.....	114
II. TUJUAN PEMBELAJARAN.....	114
A. Tujuan Pembelajaran Umum.....	114
B. Tujuan Pembelajaran Khusus	114
III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN.....	114
A. Pokok Bahasan 1: Produk dan Jasa STBM Sebagai Peluang Wirausaha STBM ...	114
a. Jamban sehat,	114
b. Sarana Cuci Tangan Pakai Sabun,.....	114
c. Sarana Pengelolaan Air Minum dan Makanan di Rumah Tangga,.....	114
d. Sarana Pengelolaan Sampah di Rumah Tangga,.....	114
e. Sarana Pengelolaan Limbah Cair di Rumah Tangga.....	114
B. Pokok Bahasan 2: Teknologi Jamban	114
a. Pilihan Teknologi Jamban Sehat,.....	114
b. Proses Pembangunan Jamban Sehat,.....	114
c. Cara Merawat dan Mengetahui Peralatan dan Produk Pendukung Perawatan Jamban Sehat.....	114
C. Pokok Bahasan 3: Teknologi Kloset.....	114
a. Pilihan Teknologi Kloset,.....	114
b. Proses Pembangunan Kloset,.....	114
c. Cara Merawat dan Mengetahui Peralatan dan Produk Pendukung Perawatan Kloset.....	114
IV. BAHAN BELAJAR	115
V. METODE PEMBELAJARAN	115
VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN	115
A. Langkah 1: Pengkondisian (15 menit).....	115
B. Langkah 2: Pengkajian Pokok Pembahasan (105 menit)	115
C. Langkah 3: Rangkuman (15 menit):.....	115
VII. URAIAN MATERI	116
A. POKOK BAHASAN 1: PRODUK DAN JASA STBM SEBAGAI PELUANG WIRUSAHA STBM.....	116
a. Jamban Sehat.....	116
b. Sarana Cuci Tangan Pakai Sabun.....	119
c. Sarana Pengelolaan Air Minum Dan Makanan Di Rumah Tangga	122
d. Sarana Pengelolaan Sampah di Rumah Tangga.....	126
e. Sarana Pengelolaan Limbah Cair.....	130

B. POKOK BAHASAN 2: TEKNOLOGI JAMBAN	131
a. Pilihan Teknologi Jamban Sehat.....	131
b. Proses Pembangunan Jamban Sehat.....	134
c. Cara Merawat dan Mengetahui Peralatan dan Produk Pendukung Perawatan Jamban Sehat	134
C. POKOK BAHASAN 3: TEKNOLOGI KLOSET	135
a. Pilihan Teknologi Kloset.....	135
b. Proses Pembangunan Kloset.....	135
c. Cara Merawat dan Mengetahui Peralatan dan Produk Pendukung Perawatan Kloset.....	136
VIII. REFERENSI	136
IX. LAMPIRAN	137

KEMENKES RI

MODUL MI.5

PRODUK DAN JASA STBM

I. DESKRIPSI SINGKAT

Modul produk dan jasa STBM ini disusun untuk membekali peserta agar mampu memahami jenis-jenis produk dan jasa STBM sebagai peluang usaha STBM. Secara detail, bab ini hanya akan memberikan contoh dalam memilih teknologi pada pilar I STBM, yaitu jamban sehat sesuai dengan kondisi wilayah setempat berikut produk kloset yang ada.

II. TUJUAN PEMBELAJARAN

A. Tujuan Pembelajaran Umum

Setelah mengikuti materi ini peserta mampu memahami jenis produk dan jasa STBM sebagai peluang wirausaha STBM.

B. Tujuan Pembelajaran Khusus

Setelah mengikuti materi ini peserta mampu:

1. Menjelaskan jenis produk dan jasa STBM,
2. Menjelaskan pilihan teknologi jamban sehat,
3. Menjelaskan teknologi kloset.

III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN

A. Pokok Bahasan 1: Produk dan Jasa STBM Sebagai Peluang Wirausaha STBM

- a. Jamban sehat,
- b. Sarana Cuci Tangan Pakai Sabun,
- c. Sarana Pengelolaan Air Minum dan Makanan di Rumah Tangga,
- d. Sarana Pengelolaan Sampah di Rumah Tangga,
- e. Sarana Pengelolaan Limbah Cair di Rumah Tangga.

B. Pokok Bahasan 2: Teknologi Jamban

- a. Pilihan Teknologi Jamban Sehat,
- b. Proses Pembangunan Jamban Sehat,
- c. Cara Merawat dan Mengetahui Peralatan dan Produk Pendukung Perawatan Jamban Sehat.

C. Pokok Bahasan 3: Teknologi Kloset

- a. Pilihan Teknologi Kloset,
- b. Proses Pembangunan Kloset,
- c. Cara Merawat dan Mengetahui Peralatan dan Produk Pendukung Perawatan Kloset.

IV. BAHAN BELAJAR

Bahan tayang (*slide ppt*), modul, kertas plano, spidol, papan *flipchart*, LCD *projector*, kain tempel, media informasi (banner, leaflet, brosur) jenis produk dan teknologi produk dan jasa STBM.

V. METODE PEMBELAJARAN

Ceramah tanya jawab and curah pendapat.

VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN

Jumlah jam yang digunakan dalam modul ini adalah sebanyak 3 jam pelajaran (T=2 jpl, P=1, PL=0) @45 menit. Untuk mempermudah proses pembelajaran dan meningkatkan partisipasi seluruh peserta, dilakukan langkah-langkah kegiatan sebagai berikut:

A. Langkah 1: Pengkondisian (15 menit)

1. Penyegaran dan pencairan suasana,
2. Fasilitator menggali harapan peserta tentang materi dan keterampilan yang ingin dicapai melalui sesi ini,
3. Fasilitator menyampaikan tujuan pembelajaran, pokok bahasan dan metode yang digunakan,
4. Fasilitator mengajak peserta untuk mengidentifikasi jenis produk dan jasa STBM,
5. Menggali pendapat peserta tentang produk dan jasa STBM dan mendiskusikannya. Proses pembelajaran menggunakan metode dimana semua peserta terlibat secara aktif,
6. Berdasarkan pendapat peserta, fasilitator menjelaskan tentang produk dan jasa STBM.

B. Langkah 2: Pengkajian Pokok Pembahasan (105 menit)

1. Fasilitator menyampaikan pokok bahasan:
 - Produk dan jasa STBM (25 menit)
 - Teknologi Jamban (50 menit)
 - Teknologi Kloset (30 menit)
2. Fasilitator memberi kesempatan kepada peserta untuk menanyakan hal-hal yang kurang jelas, dan memberikan jawaban dan klarifikasi atas pertanyaan-pertanyaan peserta,
3. Fasilitator memberikan kesempatan sebanyak-banyaknya sehingga antar peserta juga terjadi diskusi dan interaksi yang baik.

C. Langkah 3: Rangkuman (15 menit):

1. Peserta dipersilahkan untuk menanyakan hal-hal yang kurang jelas, dan fasilitator memfasilitasi pemberian jawaban, baik dari fasilitator maupun dari peserta lain,
2. Meminta komentar, penilaian, saran bahkan kritik dari peserta pada kertas evaluasi yang telah disediakan,
3. Fasilitator menutup sesi pembelajaran dengan memastikan TPU dan TPK sesi telah tercapai.

VII. URAIAN MATERI

A. POKOK BAHASAN 1: PRODUK DAN JASA STBM SEBAGAI PELUANG WIRUSAHA STBM

a. Jamban Sehat

Untuk pilar I STBM: Stop Buang Air Besar Sembarangan, jenis produk STBM yang bisa ditawarkan ke masyarakat adalah jamban sehat.

Jamban sehat memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Tidak mencemari air (badan air, air tanah),
2. Tidak mencemari tanah permukaan (air resapan),
3. Bebas dari serangga,
4. Tidak menimbulkan bau dan nyaman digunakan,
5. Aman digunakan oleh pemakainya,
6. Mudah dibersihkan dan tidak menimbulkan gangguan bagi pemakainya,
7. Tidak menimbulkan pandangan yang kurang sopan.

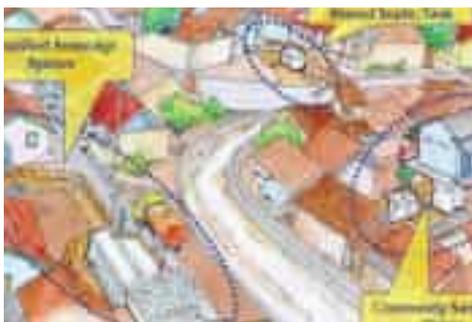
Berikut deskripsi singkat terkait dengan kriteria diatas:

1. Jamban individual yang tidak mencemari badan air dan air tanah memiliki lobang septiktank yang dipadatkan dengan plester atau di cor semen dan pasir.



Gambar 10: Jamban Individual

2. Jamban komunal atau jamban individu di daerah padat permukiman, agar tidak mencemari badan air dan air tanah haruslah memiliki dinding septiktank komunal yang kedap air atau memiliki Instalasi Pengolahan Air Limbah (IPAL) Komunal.



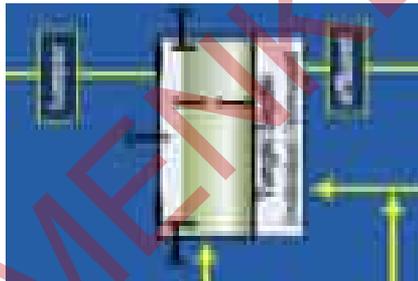
Gambar 11: Jamban Komunal

- Jamban yang bebas dari serangga memiliki lobang jamban yang tertutup atau berupa jamban leher angsa. Lobang jamban yang terbuka akan memudahkan lalat masuk ke lobang tersebut, sebagai contoh "jamban cubluk" haruslah dibuatkan tutup dari kayu atau benda lain agar serangga atau lalat tidak dapat menembusnya.



Gambar 12: Jenis Jamban

- Agar jamban tidak menimbulkan bau dan nyaman digunakan, untuk jamban cemplung harus dibuatkan tutup dari kayu atau benda lain sehingga bau tidak kemana-mana. Septiktank harus dibuatkan lobang buangan atau ventilasi udara ke atas minimal 2 meter untuk membuang bau. Namun, akan lebih baik jika menggunakan kloset leher angsa karena pada permukaan selalu tertutup rapat oleh air. Ruang jamban harus bersih dari genangan air dan tidak licin. Untuk itu perlu dibersihkan secara rutin.



Gambar 13: Septik Tank dengan Ventilasi

5. Jamban yang aman digunakan sebaiknya memiliki septiktank pada tanah yang tidak mudah longsor, jambannya aman dari hujan dan panas.



Gambar 14: Jamban Permanen



Gambar 15: Desain Lantai Kamar Mandi

6. Jamban hendaknya mudah dibersihkan, dimana lantai kamar mandi berada pada posisi miring 1 derajat mengarah ke saluran pembuangan air supaya kamar mandi selalu bersih dan kering. Disana juga dilarang membuang sampah, seperti plastik, puntung rokok atau benda lainnya karena bisa menghambat saluran pembuangan.
7. Tidak menimbulkan pandangan yang kurang sopan sehingga jamban sebaiknya memiliki dinding yang lebih tinggi dari manusia dan memiliki pintu. Sebaiknya jamban juga memiliki atap agar penggunaanya aman dari hujan dan panas.



Gambar 16: Jamban yang Aman

b. Sarana Cuci Tangan Pakai Sabun

Kriteria sarana cuci yang memenuhi syarat kesehatan adalah:

1. Adanya air bersih yang dapat dialirkan,
2. Adanya sabun, dan
3. Adanya penampungan atau saluran air limbah yang aman.

Sarana cuci tangan tidak perlu terdiri dari keran dan wastafel yang mewah atau mahal. Sarana CTPS yang sederhana dan yang tepat guna yaitu dibuat dari bahan/material yang dapat diperoleh dengan mudah, misalnya: dapat dibuat dari ruas bambu, tempat-tempat bekas seperti botol plastik besar, jerigen, gentong, kaleng besar dan lain sebagainya, yang dibolongi sehingga air dapat mengalir dan ditutup kembali.

Contoh-contoh sarana CTPS yang memenuhi persyaratan minimum adalah antara lain:



Sarana CTPS sederhana dari ruas bambu yang dilubangi dan dilengkapi penyumbat dan ember. Sabun dapat dimasukkan jala plastik dan digantung. Foto WSP.

Kiri dan bawah: penyimpanan air menggunakan potongan paralon sisa dilengkapi dengan penutup dibagian bawah. Paralon dilubangi dan dilengkapi penutup lubang.



Sarana CTPS ini digantung dekat sarana air bersih dan dilengkapi dengan penampung limbah air. Sabun dimasukkan ke dalam jala plastik dan digantung. Foto: WSP



Sarana CTPS ini ditemukan di restaurant di Yogyakarta, dibuat dari tempat air tradisional dari keramik .
Sumber foto ESP- USAID



Sarana CTPS di sekolah.
Sumber foto: ESP- USAID



Sarana CTPS dibuat untuk acara gerakan CTPS serempak pada hari-hari perayaan khusus. Suplai air adalah melalui selang yang disambung ke truk air. Sumber: Hari CTPS Sedunia 15 Oktober 2008/ Unilever



Sarana CTPS (CARE) dibuat dari jerigen dilengkapi stand dan penampungan air limbah untuk acara gerakan CTPS serempak pada hari-hari perayaan khusus. Sumber: PP&PL, Departemen Kesehatan



Sarana CTPS yang dibuat khusus dengan ukuran tinggi untuk anak-anak sekolah.
Sumber foto: WSLIC-2



Sarana CTPS dari gentong plastik ditemukan di Posyandu Subang Cijambe.
Foto: ESP-USAID

Tippy-tap – contoh dari Kenya.



Tippy-tap atau “keran miring” dikembangkan di tempat-tempat yang sulit air seperti Amerika Selatan dan Afrika dengan menggunakan bahan bekas (botol atau jerigen plastik). Lihat sketsa *Tippy-tap* untuk rincian cara membuatnya.
Sumber: www.kwaho.org/t-tipitap.html



Sarana CTPS disekolah di Sambak, Magelang dibuat dari bambu, diisi ulang dengan air bersih pakai ember.
Sumber: ESP- USAID



Sarana CTPS sederhana menggunakan botol “gallon” dan ember yang dilubangi untuk mengalirkan air, dilengkapi sumbat dan ember penampungan air limbah.
Sumber: Muhammdiyah, Jakarta.



Sarana CTPS menggunakan bak sampah plastik dilengkapi keran dan stand kerangka besi ditemukan di sekolah di Jawa Punggung Rejo.

Gambar 17: Contoh Sarana Cuci Tangan Pakai Sabun yang Layak

c. Sarana Pengelolaan Air Minum Dan Makanan Di Rumah Tangga

Hal penting untuk dilakukan :

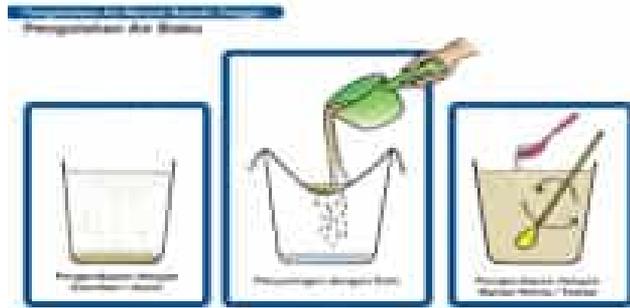
- Cucilah tangan sebelum menangani air minum dan mengolah makanan siap santap.
- Mengolah air minum secukupnya sesuai dengan kebutuhan rumah tangga.
- Gunakan air yang sudah diolah untuk mencuci sayur dan buah siap santap dan mengolah makan siap santap.
- Tidak mencelupkan tangan ke dalam air yang sudah diolah menjadi air minum.
- Secara periodik meminta petugas untuk melakukan pemeriksaan air guna pengujian laboratorium.

a. Pengelolaan Air Minum Rumah Tangga

- Pengolahan air Baku

Apabila air baku keruh perlu dilakukan pengolahan awal :

1. Pengendapan dengan gravitasi alami.
2. Penyaringan dengan kain.
3. Pengendapan dengan bahan kimia/tawas.



Gambar 18: Pengelolaan Air Baku

- Pengolahan Air Minum Rumah Tangga

Pengolahan air minum di rumah tangga merupakan kegiatan mengolah air untuk kebutuhan sehari-hari keluarga.

Masyarakat dapat melakukan dengan cara :

- 1) Mengolah air minum
- 2) Menyimpan air minum yang aman.

1. Bagaimana Mengolah Air Minum yang Saniter?

Air untuk minum harus diolah terlebih dahulu untuk menghilangkan kuman dan penyakit, selain itu wadah air harus bersih dan tertutup, air yang tidak dikelola dengan standar Pengelolaan Air Minum Rumah Tangga (PAMRT) dapat menimbulkan penyakit.



Gambar 19: Pengolahan Air Minum di Rumah Tangga

- 1) Filtrasi/ Penyaringan
 - Biosan Filter
 - Keramik Filter
- 2) Klorinasi
 - Klorine Cair
 - Klorine tablet
- 3) Penggumpalan dan Disinfeksi
- 4) SODIS (*Solar Water Disinfection*)
- 5) Merebus



Gambar 20: Pengolahan Air Minum di Rumah Tangga

2. Wadah Penyimpanan Air Minum :

- Wadah yang aman adalah bertutup, berleher sempit dan lebih baik juga dilengkapi dengan keran.
- Air minum sebaiknya di simpan di wadah pengolahannya
- Air yang sudah diolah sebaiknya disimpan dalam tempat yang bersih dan selalu tertutup.
- Jangan minum air langsung dari mulut/wadah keran, gunakan gelas yang bersih dan kering.
- Letakkan wadah penyimpanan air minum di tempat yang bersih dan sulit terjangkau oleh binatang.
- Wadah air minum sebaiknya dicuci setiap tiga hari atau saat air habis. Gunakan air yang sudah diolah sebagai air bilasan terakhir.

b. Pengelolaan Makanan Rumah Tangga

Makanan harus dikelola dengan baik dan benar agar tidak menyebabkan gangguan kesehatan dan bermanfaat bagi tubuh. Cara pengelolaan makanan yang baik yaitu dengan menerapkan prinsip higienis dan sanitasi makanan. Pengelolaan makanan di rumah tangga, walaupun dalam jumlah kecil atau skala rumah tangga juga harus menerapkan prinsip higienis sanitasi makanan.

Berbicara tentang higienis sanitasi makanan ada 4 (empat) aspek yang saling berpengaruh satu sama lain yaitu tempat/bangunan, peralatan, orang/penjamah makanan dan bahan makanan, sedangkan prinsip higienis sanitasi makanan adalah :

1. Pemilihan bahan makanan

Pemilihan bahan makanan harus memperhatikan mutu dan kualitas serta memenuhi persyaratan yaitu untuk bahan makanan tidak dikemas harus dalam keadaan segar, tidak busuk, tidak rusak/berjamur, tidak mengandung bahan kimia berbahaya dan beracun serta berasal dari sumber yang resmi atau jelas. Untuk bahan makanan dalam kemasan atau hasil pabrikan, mempunyai label dan merk, komposisi jelas, terdaftar dan tidak kadaluarsa.

2. Penyimpanan bahan makanan

Menyimpan bahan makanan baik bahan makanan tidak dikemas maupun dalam kemasan harus memperhatikan tempat penyimpanan, cara penyimpanan, waktu/lama penyimpanan dan suhu penyimpanan. Selama berada dalam penyimpanan harus terhindar dari kemungkinan terjadinya kontaminasi oleh bakteri, serangga, tikus dan hewan lainnya serta bahan kimia berbahaya dan beracun. Bahan makanan yang disimpan lebih dulu atau masa kadaluarsanya lebih awal dimanfaatkan terlebih dahulu.

3. Pengolahan makanan

Empat aspek higienis sanitasi makanan sangat mempengaruhi proses pengolahan makanan, oleh karena itu harus memenuhi persyaratan, yaitu :

- a. Tempat pengolahan makanan atau dapur harus memenuhi persyaratan teknis higienis sanitasi untuk mencegah risiko pencemaran terhadap makanan serta dapat mencegah masuknya serangga, binatang pengerat, vektor dan hewan lainnya.
- b. Peralatan yang digunakan harus tara pangan (*food grade*) yaitu aman dan tidak berbahaya bagi kesehatan (lapisan permukaan peralatan tidak larut dalam suasana asam/basa dan tidak mengeluarkan bahan berbahaya dan beracun) serta peralatan harus utuh, tidak cacat, tidak retak, tidak gompel dan mudah dibersihkan.
- c. Bahan makanan memenuhi persyaratan dan diolah sesuai urutan prioritas Perlakukan makanan hasil olahan sesuai persyaratan higienis dan sanitasi makanan, bebas cemaran fisik, kimia dan bakteriologis.
- d. Penjamah makanan/pengolah makanan berbadan sehat, tidak menderita penyakit menular dan berperilaku hidup bersih dan sehat

4. Penyimpanan makanan matang

Penyimpanan makanan yang telah matang harus memperhatikan suhu, pewadahan, tempat penyimpanan dan lama penyimpanan. Penyimpanan pada suhu yang tepat baik suhu dingin, sangat dingin, beku maupun suhu hangat serta lama penyimpanan sangat mempengaruhi kondisi dan cita rasa makanan matang.

5. Pengangkutan makanan

Dalam pengangkutan baik bahan makanan maupun makanan matang harus memperhatikan beberapa hal yaitu alat angkut yang digunakan, teknik/cara pengangkutan, lama pengangkutan dan petugas pengangkut. Hal ini untuk menghindari risiko terjadinya pencemaran baik fisik, kimia maupun bakteriologis.

6. Penyajian makanan

Makanan dinyatakan laik santap apabila telah dilakukan uji organoleptik atau uji biologis atau uji laboratorium, hal ini dilakukan bila ada kecurigaan terhadap makanan tersebut. Adapun yang dimaksud dengan :

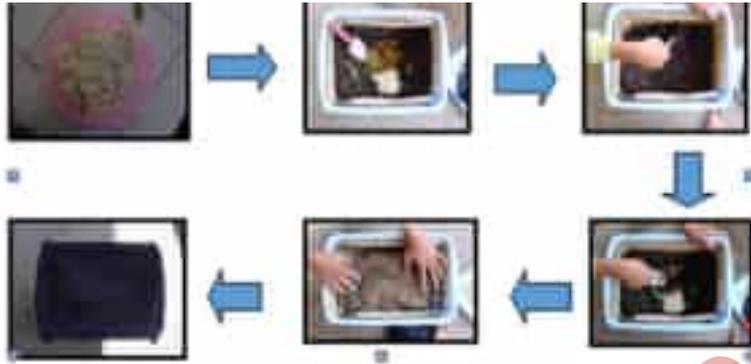
- a. Uji organoleptik yaitu memeriksa makanan dengan cara meneliti dan menggunakan 5 (lima) indera manusia yaitu dengan melihat (penampilan), meraba (tekstur, keempukan), mencium (aroma), mendengar (bunyi misal telur menjilat (rasa). Apabila secara organoleptik baik maka makanan dinyatakan laik santap.
- b. Uji biologis yaitu dengan memakan makanan secara sempurna dan apabila dalam waktu 2 (dua) jam tidak terjadi tanda – tanda kesakitan, makanan tersebut dinyatakan aman.
- c. Uji laboratorium dilakukan untuk mengetahui tingkat cemaran makanan baik kimia maupun mikroba. Untuk pemeriksaan ini diperlukan sampel makanan yang diambil mengikuti standar/prosedur yang benar dan hasilnya dibandingkan dengan standar yang telah baku.

Beberapa hal yang harus diperhatikan pada penyajian makanan yaitu tempat penyajian, waktu penyajian, cara penyajian dan prinsip penyajian. Lamanya waktu tunggu makanan mulai dari selesai proses pengolahan dan menjadi makanan matang sampai dengan disajikan dan dikonsumsi tidak boleh lebih dari 4 (empat) jam dan harus segera dihangatkan kembali terutama makanan yang mengandung protein tinggi, kecuali makanan yang disajikan tetap dalam keadaan suhu hangat. Hal ini untuk menghindari tumbuh dan berkembang biaknya bakteri pada makanan yang dapat menyebabkan gangguan pada kesehatan.

d. Sarana Pengelolaan Sampah di Rumah Tangga

Pengelolaan sampah dapat dilakukan di skala rumah tangga dan skala komunitas. Prinsip pengelolaan sampah adalah Pilah-Pilih-Kumpul-Jual. Prinsip ini memandang sampah sebagai sumber daya yang mempunyai nilai ekonomi dan dapat dimanfaatkan, misalnya, untuk energy, kompos, pupuk, ataupun untuk bahan baku industri, dsb.

- Pengomposan Takakura (Skala Rumah Tangga)



Gambar 21: Pengomposan Takakura, Sumber ICWMRIP

Pengomposan ini diperkenalkan oleh Mr. Koji Takakura dari Jepang. Langkah-langkah membuat kompos Tatakura:

- a) Sampah sisa sayur/nasi, sebelum dimasukkan ke dalam keranjang/komposter perlu dicacah terlebih dahulu,
- b) Masukkan sisa makanan yang akan dikompos ke dalam keranjang, dan usahakan sampah yang dimasukkan adalah sampah baru,
- c) Tekan-tekan atau masukkan sampah ke dalam materi kompos dalam keranjang atau aduk-aduk sehingga materi sampah tertutup oleh kompos dalam keranjang. Tutup dengan bantal sekam hingga rapat untuk mencegah alat atau binatang lain masuk.
- d) Tutup dengan kain hitam.

Selain kompos, kita juga bisa mendaur ulang kertas. Berikut alat-alat dan langkah-langkah daur ulang kertas yang bisa dilakukan di skala rumah tangga:

Alat-Alat:

1. Blender,
2. Saringan (Cetak saring),
3. Rekel (dapat dibeli di toko kertas),
4. Papan kayu yang dilapisi kain tipis (disebut sebagai kain hero),
5. Bak besar.

Bahan-Bahan:

1. Kertas bekas (sewarna dan sejenis lebih baik),
2. Lem kertas,
3. Air.

Langkah Pembuatan:

1. Kertas bekas dipotong kecil-kecil dengan ukuran sekitar 3 x 3 cm. Potongan kertas direndam di dalam bak air selama sekitar tiga jam (tergantung jenis kertasnya). Kertas dilunakkan dengan blender hingga halus hasilnya dan menyerupai bubur

kertas (pulp). Masukkan bubur kertas (pulp) ke dalam bak besar lagi. Bubur kertas dan lem kemudian dimasukkan ke dalam bak besar berisi air. Perbandingan antara air, bubur kertas dan lem adalah: 15 liter air : liter bubur kertas : 1 sendok makan lem. Masukkan karakteristik yang dipilih ke dalam bak, lalu aduk hingga merata dengan campuran pulp dan lem.

2. Masukkan screen ke dalam bak. Angkat screen hingga pulp tinggal di atas screen.
3. Basahi papan yang telah dilapisi dengan kain hero. Tempelkan screen ke papan lalu dirakel sehingga airnya turun. Angkat screen hingga kertas menempel di papan.
4. Ulangi langkah berkali-kali hingga papan dipenuhi oleh kertas secara merata, jemur papan di tempat panas hingga kertas menjadi kering.
5. Setelah kering, cabut kertas dengan perlahan-lahan.

Pengolahan Sampah Mandiri Berbasis Komunitas

1. Mengurangi sampah mulai dari sumbernya
 - Mengurangi sampah liar,
 - Mengurangi sampah yang masuk ke Tempat Pembuangan Akhir (TPA).
2. Pemilahan sampah; antara sampah basah dan sampah kering
3. Mengolah sampah;
 - Sampah basah diolah menjadi kompos,
 - Sampah kering dijual kepada pemulung atau dijadikan bahan daur ulang.

Berikut adalah beberapa kegiatan pengelolaan sampah berbasis komunitas:

- Pengomposan Skala Kawasan



- Pemanfaatan Plastik Kemasan



- Pemilahan & Pengomposan dengan Komposter



Gambar 22: Contoh Pengelolaan Sampah Berbasis Komunitas

e. Sarana Pengelolaan Limbah Cair

Limbah cair rumah tangga dapat dibedakan menjadi *black water* dan *grey water*.

Black water dihasilkan dari WC sebagai buangan seperti urin, tinja, air guyuran, dan materi pembersih lainnya yang dibuang ke toilet, seperti kain lap, pembalut, dll.

Grey water dihasilkan dari air bekas mandi, mencuci pakaian, dan buangan cair dari dapur. Air seperti ini bisa mencapai 60% dari air yang dihasilkan rumah tangga.

Contoh sarana pengelolaan limbah cair adalah bak perangkap lemak. Lemak dan minyak bisa merusak sistem pengolahan, sehingga lemak dan minyak tidak boleh dimasukkan ke dalam tempat cuci (*sink*). Perangkap lemak adalah metode sederhana yang dipakai dalam sistem pengolahan *grey water* skala kecil.



Gambar 23: Bak Penangkap Lemak

Contoh lain adalah filter anaerobik, yaitu bak kedap air yang terbuat dari beton, fiberglas, PVC atau plastik, untuk penampungan dan pengolahan *black water* dan *grey water*. Ini adalah tangki pengendapan, dan proses anaerobic membantu mengurangi padatan serta material organik.



Gambar 24: Bio Filter, Sumber: Buku Opsi Teknologi Sanitasi

Catatan:

Contoh-contoh yang disampaikan diatas hanya sebagian dari jenis pilihan produk dan jasa sanitasi yang ada. Masih banyak sarana lain yang tersedia. Wirausaha STBM dapat menyesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat di wilayah kerjanya.

B. POKOK BAHASAN 2: TEKNOLOGI JAMBAN

a. Pilihan Teknologi Jamban Sehat

Konstruksi jamban sehat memiliki 4 bagian elemen utama, yaitu: kloset, septic tank, ventilasi dan resapan.



- a) Kloset yang baik adalah model kloset leher angsa: leher angsa yang selalu ada air mencegah bau ke udara bebas, mencegah serangga atau lalat.
- b) Sedangkan septic tank berfungsi sebagai tempat pengolah tinja (tidak sekedar penampung) dan termasuk semua air limbah yang datangnya dari kloset, atau dengan istilah lain “*blackwater*”, dan dicor langsung dilokasi dengan campuran semen, pasir dan air sesuai aturan.
- c) Berikutnya ruang resapan untuk peresapan air yang berfungsi sebagai penghambat/saringan supaya mencemari air tanah dan dicor langsung dilokasi dengan campuran semen, pasir dan air sesuai aturan.
- d) Berfungsi untuk menampung air hasil proses biologis di dari dalam septic tank.

Konstruksi jamban (bagian *septic tank*) terdiri dari beberapa jenis. Konstruksi jamban terbaru, yaitu jamban *septictank* cor langsung tanpa sambungan untuk mengurangi resiko kebocoran terlihat sebagai berikut:



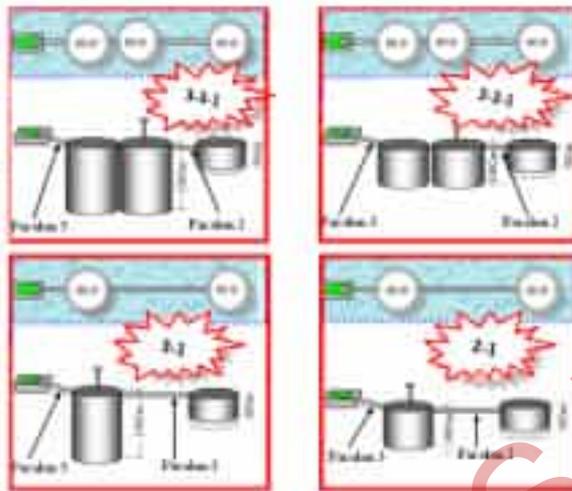
Gambar 26: Konstruksi Jamban Sehat

Pilihan Teknologi Jamban Sehat (Tipe-Tipe Jamban Sehat)

1. Tipe 3-3-1
Tipe ini terdiri dari 2 septic tank tinggi 1,5 m (sama seperti jumlah 3 buis beton 0.5 meter ditumpuk 3) dan satu resapan tinggi 0,5 m, ketiganya dengan diameter 80 cm.
2. Tipe 2-2-1
Tipe ini terdiri dari 2 septic tank tinggi 1 m (sama seperti jumlah 2 buis beton 0.5 meter ditumpuk 2, maka disebut Tipe 2) dengan diameter 80 cm dan satu resapan tinggi 0,5 m dengan diameter 80 cm.
3. Tipe 3-1
Tipe ini terdiri dari 1 septic tank tinggi 1,5 m dengan diameter 80 cm dan satu resapan tinggi 0,5 m dengan diameter 80 cm.
4. Tipe 2-1
Tipe ini terdiri dari 1 septic tank tinggi 1 m dengan diameter 80 cm dan satu resapan tinggi 0,5 m dengan diameter 80 cm

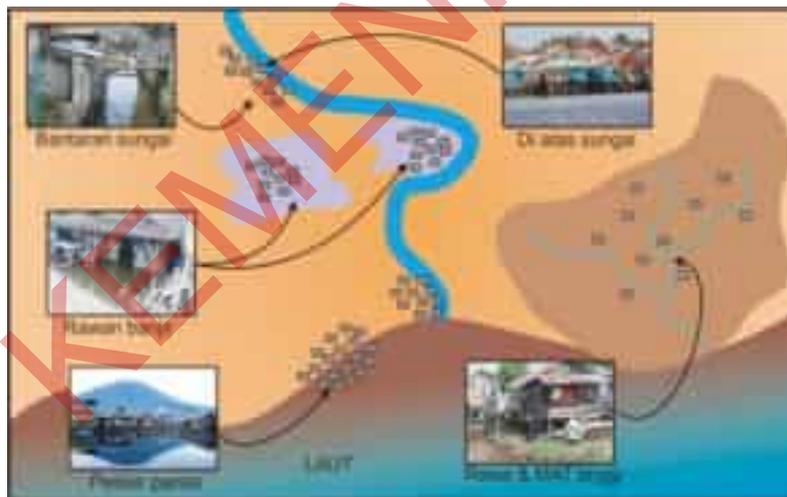
Perlu dicatat, bahwa selain tipe di atas, mungkin di masyarakat masih ada teknologi jamban sehat lainnya, sesuai dengan kondisi di masing-masing masyarakat.

PILIHAN TEKNOLOGI JAMBAN SEHAT



Gambar 27: Tipe-Tipe Jamban Sehat

Untuk daerah spesifik seperti di daerah pesisir pantai dan muara, daerah sepanjang sungai baik di bantaran maupun di atas sungai, daerah rawa, rawa pasang surut dan juga daerah dengan muka air tanah yang tinggi, daerah rawan banjir dimana banjir terjadi secara rutin maupun tidak dapat diprediksi dan daerah rawan air dan danau, diperlukan teknologi jamban yang khusus.

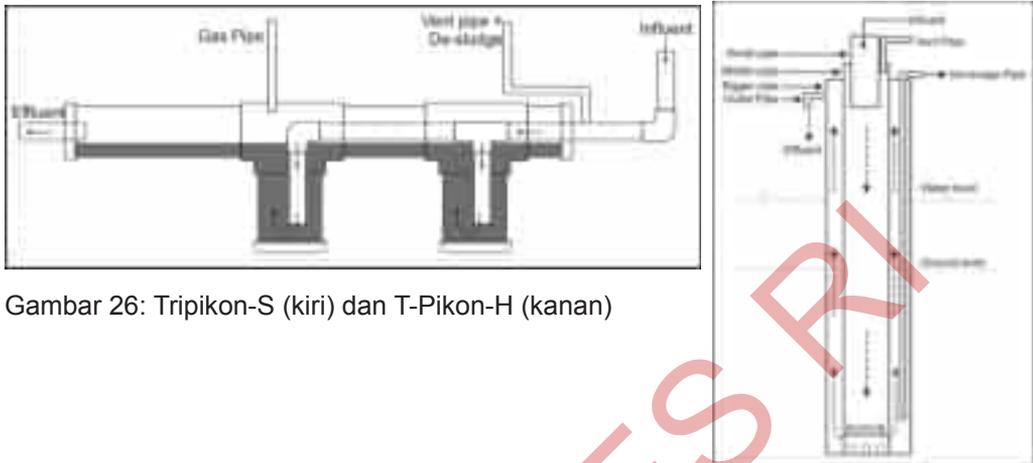


Gambar 28: Kategori Daerah Spesifik

Beberapa jamban yang bisa digunakan di kawasan dengan kategori daerah spesifik seperti di atas adalah tipe Tripikon S dan T-Pikon-H.

Tripikon S (tri/tiga pipa konsentris-septik) merupakan salah satu alternatif pengolahan air limbah domestik yang pada awalnya dikembangkan oleh Universitas Gajah Mada. Teknologi ini

dikembangkan untuk lingkungan yang terpengaruh pasang surut, misalnya daerah pesisir pantai, muara, sungai maupun rawa. Teknologi ini dapat diterapkan untuk toilet individual maupun komunal. Tripikon S kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan menghasilkan T-Pikon-H (T Pipa Horizontal).



Gambar 26: Tripikon-S (kiri) dan T-Pikon-H (kanan)

b. Proses Pembangunan Jamban Sehat

Kloset, *septic tank* dan resapan dihubungkan dengan pipa-pipa sebagai elemen penting konstruksi jamban sehat.

Proses pembangunan jamban sehat terdiri dari:

1. Tahap penggalian lobang,
2. Pengecoran bagian bawah,
3. Pemasangan cetakan di lobang galian,
4. Pengecoran,
5. Pelepasan cetakan,
6. Pemasangan pipa paralon dan kloset, dan
7. Pemasangan tutup.

c. Cara Merawat dan Mengetahui Peralatan dan Produk Pendukung Perawatan Jamban Sehat

Untuk merawat jamban sehat, perlu memperhatikan :

- Lantai jamban hendaknya selalu bersih dan kering,
- Di sekeliling jamban tidak ada genangan air,
- Tidak ada sampah berserakan rumah,
- Rumah jamban dalam keadaan baik,
- Lalat, tikus, kecoa tidak ada,
- Tersedia alat pembersih (sikat, sapu lidi dan ember), dan
- Bila ada bagian yang rusak segera diperbaiki/diganti.

C. POKOK BAHASAN 3: TEKNOLOGI KLOSET

a. Pilihan Teknologi Kloset

Kloset adalah tempat buang air besar. Kloset mempunyai berbagai tipe dan model. Ada yang model jongkok atau biasa disebut kloset jongkok, ada juga yang model duduk atau biasa disebut kloset duduk atau monoblok. Kloset duduk ada yang sistem manual atau yang biasa disebut kloset duduk siram dan ada juga yang otomatis atau yang biasa disebut monoblok.



Gambar 29: Kloset Duduk, Ecowasher/Monoblock, dan Kloset Jongkok Otomatis

b. Proses Pembangunan Kloset



Gambar 30: Wirausaha Kloset (Foto Plan Indonesia)

Wirausaha STBM juga bisa mengembangkan bisnis membuat kloset sesuai dengan kebutuhan masyarakatnya. Pada bab berikutnya, peserta pelatihan akan diberikan penjelasan lebih detail bagaimana cara membuat kloset.

c. Cara Merawat dan Mengetahui Peralatan dan Produk Pendukung Perawatan Kloset



Gambar 29: Gambar toilet dan kloset

Berikut beberapa hal yang bisa dilakukan untuk merawat kloset:

- Langsung menyiram kloset setelah digunakan.
- Tidak membuang benda-benda ke dalam kloset, seperti pembalut, tisu, sampah, dll.
- Bersihkan kloset dengan air dan sabun secara rutin.
- Jika menggunakan kloset duduk, jangan jongkok di kloset.
- Jangan merokok dan membuang puntong rokok di kloset.

Selain dari kloset, di dalam toilet juga ada beberapa perlengkapan lain, seperti wastafel, keran, cermin, tempat sampah, tempat sabun, pengering tangan, dll. Setelah seseorang biasa menggunakan toilet, tinggal kenyamanan bisa bertambah. Seseorang bisa saja menginginkan produk-produk pendukung toilet yang bersih yang bisa menjadi pilihan usaha wirausaha STBM.

VIII. REFERENSI

1. Dinkes RI, Petunjuk teknis penyuluhan program penyehatan Lingkungan bagi petugas puskesmas, Jakarta: 1999.
2. WSP-EAP, Buku informasi pilihan jamban sehat oleh WSP-EAP, Jakarta: 2009.
3. WSP-EAP, Buku Referensi Opsi Sistem dan Teknologi Sanitasi, Tim teknis Pembangunan Sanitasi, Jakarta: 2010.
4. Kemen PU RI, Buku "Direktorat Pengembangan Penyehatan Lingkungan Pemukiman – Dirjen Cipta Karya – Kementerian PU "(Materi Bidang Air Limbah- Perencanaan Pengolahan Sistem Setempat (On-Site System), Jakarta: 2011.
5. WSP-EAP, Buku Penuntun Opsi Sanitasi Yang Terjangkau untuk Daerah Spesifik, Jakarta: 2011.
6. ATI, Spesifikasi Green Toilet Umum Indonesia, Asosiasi Toilet Indonesia, Jakarta: 2012.
7. WSP-EAP, Kriteria dan Konstruksi Jamban Sehat, Jakarta: 2013.
8. Situs : <http://www.sanitasi.or.id>

IX. LAMPIRAN

Media informasi (banner, leaflet, brosur, dll.) akan menggunakan media hard-copy/bahan cetak disesuaikan dengan yang dimiliki oleh masing-masing penyelenggara atau peserta.

KEMENKES RI

KEMENKES RI

MODUL MI.6

Proses Produksi Produk dan Jasa STBM (Contoh: Jamban Sehat)

MI.6
PROSES PRODUKSI
PRODUK DAN JASA
STBM

MODUL MI.6 - PROSES PRODUKSI PRODUK DAN JASA STBM

(Contoh : JAMBAN SEHAT)	141
I. DESKRIPSI SINGKAT	141
II. TUJUAN PEMBELAJARAN.....	141
A. Tujuan Pembelajaran Umum.....	141
B. Tujuan Pembelajaran Khusus	141
III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN.....	141
A. Pokok Bahasan: Konsep Jamban Sehat.....	141
a. Pengertian,	141
b. Penghitungan volume tampungan <i>septik tank</i>	141
B. Proses Produksi Produk dan Jasa STBM dengan contoh Jamban Sehat	141
a. Langkah-langkah produksi,.....	141
b. Proses produksi kloset,.....	141
c. Proses produksi jamban paketan,	141
IV. BAHAN BELAJAR	141
V. METODE PEMBELAJARAN	141
VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN	141
A. Langkah 1: Pengkondisian (15 menit).....	142
B. Langkah 2: Pengkajian Pokok Bahasan (105 menit)	142
C. Langkah 3: Rangkuman (15 menit):.....	142
VII. URAIAN MATERI	142
A. POKOK BAHASAN 1: KONSEP JAMBAN SEHAT	142
a. Pengertian	142
b. Perhitungan Volume Tampungan	143
B. POKOK BAHASAN 2: PROSES PRODUKSI PRODUK DAN JASA STBM DENGAN CONTOH: JAMBAN SEHAT	143
a. Langkah-Langkah Produksi	143
b. Proses Produksi Kloset.....	148
c. Proses Produksi Jamban Paketan.....	151
II. REFERENSI	152
III. LAMPIRAN	153
A. Lembar Tugas	153

MODUL MI.6

PROSES PRODUKSI PRODUK DAN JASA STBM (Contoh : JAMBAN SEHAT)

I. DESKRIPSI SINGKAT

Pada modul ini peserta akan diperkenalkan dengan proses produksi salah satu jenis produk STBM yaitu jamban sehat dengan lebih lengkap dan rinci. Peserta dibekali dengan pengetahuan teknis proses produksi jamban sehat, termasuk urutan proses pembangunan jamban sehat, membuat replika jamban sehat, dan melakukan proses pembuatan kloset, jamban paketan, penghitungan volume tampungan *septik tank*, hingga teknik merawat jamban sehat dan kloset.

II. TUJUAN PEMBELAJARAN

A. Tujuan Pembelajaran Umum

Setelah mengikuti sesi ini peserta mampu menguraikan proses produksi produk dan jasa STBM (contoh: jamban sehat).

B. Tujuan Pembelajaran Khusus

Setelah mengikuti materi ini peserta mampu:

Menguraikan proses produksi produk dan jasa STBM dengan contoh jamban sehat.

III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN

A. Pokok Bahasan: Konsep Jamban Sehat

- a. Pengertian,
- b. Penghitungan volume tampungan *septik tank*.

B. Proses Produksi Produk dan Jasa STBM dengan contoh Jamban Sehat

- a. Langkah-langkah produksi,
- b. Proses produksi kloset,
- c. Proses produksi jamban paketan,

IV. BAHAN BELAJAR

Bahan tayang (*slide ppt*), modul, kertas plano, spidol, papan *flipchart*, LCD *projector*, metaplan, kain tempel, media informasi (*banner*) tahapan praktik produksi, lembar penugasan.

V. METODE PEMBELAJARAN

Ceramah tanya jawab, curah pendapat, dan penugasan.

VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN

Jumlah jam yang digunakan dalam modul ini adalah sebanyak 3 jam pelajaran (T=1 jp, P=2 jp, PL=0 jp) @45 menit. Untuk mempermudah proses pembelajaran dan meningkatkan partisipasi seluruh peserta, dilakukan langkah-langkah kegiatan sebagai berikut:

A. Langkah 1: Pengkondisian (15 menit)

1. Penyegaran dan pencairan suasana,
2. Fasilitator menggali harapan peserta tentang materi dan keterampilan yang ingin dicapai melalui sesi ini,
3. Fasilitator menyampaikan tujuan pembelajaran, pokok bahasan dan metode yang digunakan,
4. Fasilitator mengajak peserta untuk mengidentifikasi proses produksi jamban sehat.
5. Menggali pendapat peserta tentang langkah-langkah produksi dan perawatan jamban sehat dan kloset dan mendiskusikannya. Proses pembelajaran menggunakan metode dimana semua peserta terlibat secara aktif,
6. Berdasarkan pendapat peserta, fasilitator menjelaskan tentang proses produksi dan perawatan jamban sehat.

B. Langkah 2: Pengkajian Pokok Bahasan (105 menit)

1. Fasilitator menyampaikan pokok bahasan:
 - Konsep jamban sehat
 - Proses produksi produk dan jasa STBM dengan contoh Jamban Sehat,
2. Fasilitator memberi kesempatan kepada peserta untuk menanyakan hal-hal yang kurang jelas, dan memberikan jawaban dan klarifikasi atas pertanyaan-pertanyaan peserta.
3. Fasilitator memberikan kesempatan sebanyak-banyaknya sehingga antar peserta juga terjadi diskusi dan interaksi yang baik.

C. Langkah 3: Rangkuman (15 menit):

1. Peserta dipersilahkan untuk menanyakan hal-hal yang kurang jelas, dan fasilitator memfasilitasi pemberian jawaban, baik dari fasilitator maupun dari peserta lain,
2. Meminta komentar, penilaian, saran bahkan kritik dari peserta pada kertas evaluasi yang telah disediakan,
3. Fasilitator menutup sesi pembelajaran dengan memastikan TPU dan TPK sesi telah tercapai.

VII. URAIAN MATERI

A. POKOK BAHASAN 1: KONSEP JAMBAN SEHAT

a. Pengertian

Produk dan Jasa STBM dengan contoh jamban sehat yang dimaksud dalam pelatihan ini adalah jamban yang memenuhi kriteria standar kementerian kesehatan, yaitu:

1. Tidak mencemari air,
2. Tidak mencemari tanah permukaan,
3. Bebas dari serangga,
4. Tidak menimbulkan bau dan nyaman digunakan,
5. Aman digunakan oleh pemakainya,
6. Mudah dibersihkan dan tak menimbulkan gangguan bagi pemakainya,
7. Tidak menimbulkan pandangan yang kurang sopan.

Produksi yang dimaksud disini adalah produksi dalam skala usaha kecil untuk konsumen rumah tangga dalam jumlah yang terbatas (kecil-menengah), dan bukan untuk proses produksi skala industri.

Pengolahan limbah tinja keluarga hendaknya memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

1. Syarat Higienis
 - a. Aman terhadap permukaan tanah,
 - b. Aman terhadap air permukaan tanah,
 - c. Aman terhadap air tanah,
 - d. Aman terhadap udara,
 - e. Aman dari jangkauan vektor penyakit.
2. Syarat Estetika
 - a. Aman dari pandangan,
 - b. Terlindungi.
3. Syarat Ekonomis
 - a. Murah,
 - b. Sederhana,
 - c. Mudah dibersihkan,
 - d. Diterima masyarakat masyarakat.

b. Perhitungan Volume Tampung

Setiap orang menghasilkan sekitar 40 liter volume *septic tank* per tahunnya, yang terdiri dari 30 liter lumpur, 7.5 liter air dan 2.5 liter udara.

Jika satu keluarga dengan anggota 5 orang memiliki *septic tank* berukuran panjang 0.5 meter dan diameter 0.8 meter, maka keluarga tersebut hendaknya melakukan pengurasan *septic tank* setiap 3,75 tahun.

Seorang wirausaha sanitasi, bisa saja memberikan paket garansi pemakaian, misalnya selama 2.8 tahun dengan asumsi garansi diberikan sebesar 80% x waktu pemakaian. Selain garansi, hal ini juga bisa dilihat sebagai jenis layanan lain yang bisa diberikan oleh wirausaha STBM kepada konsumennya.

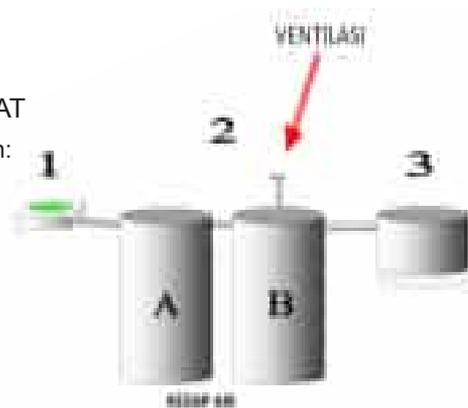
B. POKOK BAHASAN 2: Proses Produksi Produk dan jasa STBM dengan contoh: Jamban Sehat

a. Langkah-Langkah Produksi

KONSTRUKSI JAMBAN SEHAT

Jamban sehat terdiri dari 3 bagian:

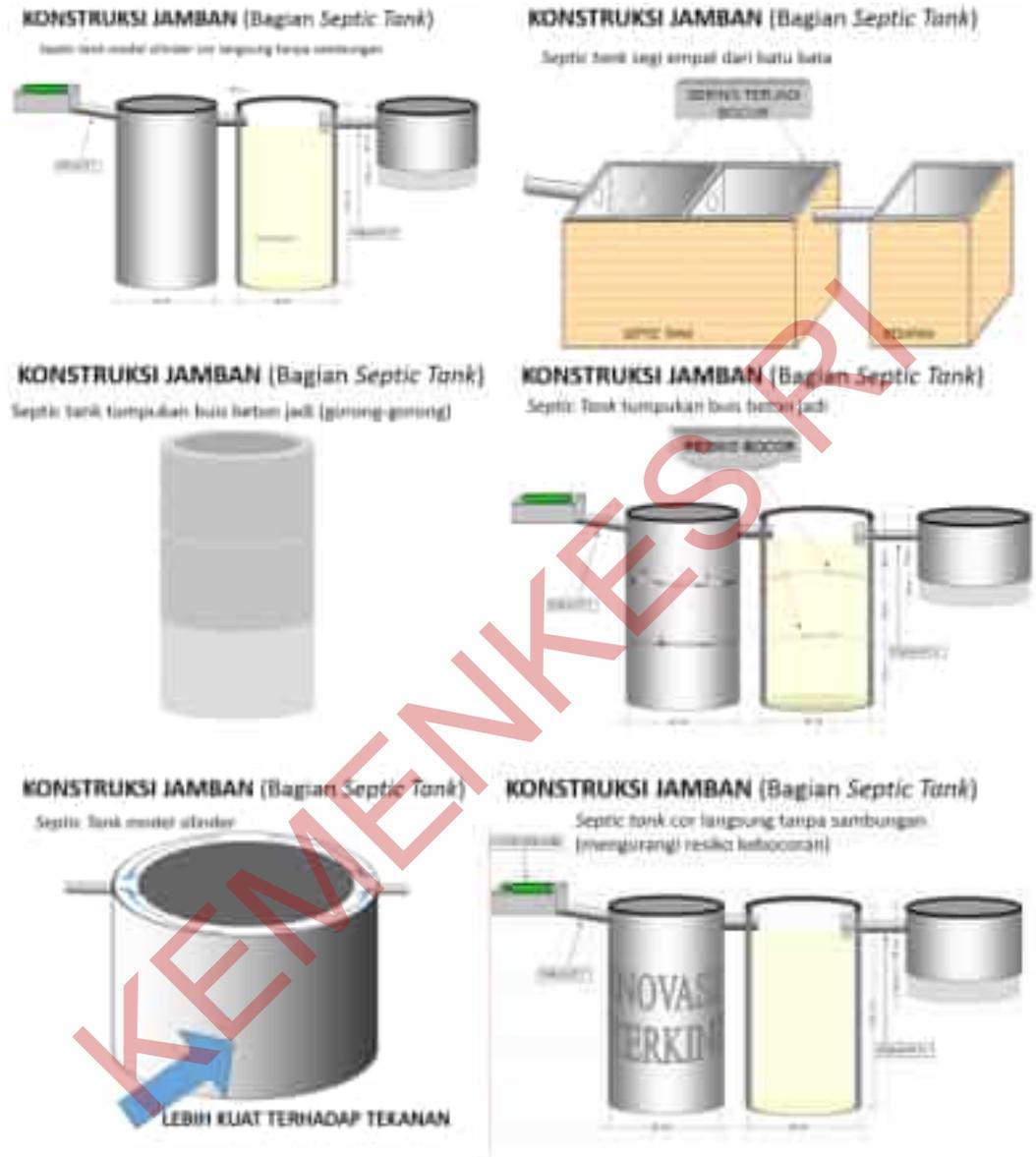
1. Closet
2. *Septic tank*
3. Resapan



Gambar 31: Contoh Konstruksi Jamban Sehat

Septik tank

Berikut adalah perkembangan beberapa model *septik tank* yang biasa digunakan.



Gambar 32: Beberapa Contoh Septic Tank

Untuk memenuhi prasyarat dasar kesehatan, maka *septik tank* yang sebaiknya digunakan adalah *septik tank* langsung tanpa sambungan untuk menghindari kebocoran.

Material Produksi Jamban Sehat

Untuk membuat jamban sehat, perlu diawali dengan mempersiapkan kebutuhan material. Sebagai contoh, kebutuhan material untuk pembuatan satu unit jamban tipe 3-3-1 dan harga yang dibutuhkan adalah sebagai berikut. Harga dan biaya diambil dari rata-rata harga di Jawa Timur.

Material	Jumlah	Satuan	Harga satuan	Jumlah
Pasir:3/3/1	1.45	M 3(Kubik)	Rp. 200.000	Rp. 290.500
Semen	4,5	Sak	Rp 50,000	Rp 225,000
Kloset	1	Unit	Rp 80,000	Rp 80,000
Pipa 2"	2	Meter	Rp 40,000	Rp 20,000
Pipa 3"	3	Meter	Rp 60,000	Rp 45,000
Knee 3"	1	Unit	Rp 12,000	Rp 12,000
T 3"	2	Unit	Rp. 8.000	Rp. 16.000
T 2"	1	Unit	Rp 7,000	Rp 7,000
Ø8Besi,3@91cmx6	1,5	lonjor (@6)	Rp 30,000	Rp 45,000
Besi tutup	1.5	Unit	Rp 30,000	Rp 45,000
Bendrat (kawat)	0.1	Kg	Rp. 18,000	Rp. 1,800
Bambu	1	Lonjor	Rp. 10.000	Rp. 10.000
Lem pipa	0,3	Tube	Rp. 6.500	Rp. 2.200
Oli bekas	0,5	Liter	Rp. 4.000	Rp. 2.000
Kertas Semen	3	Sak	Rp. 0	-
Total Biaya Kebutuhan Material				Rp 801,500

Tabel 6: Bahan dan Harga Pembuatan Jamban Tipe 3-3-1

Peralatan yang dibutuhkan adalah sebagai berikut:

No	Peralatan	Kebutuhan
1	Cangkul	1 unit
2	Sekrok	1 unit
3	Sekop	1 unit
4	Linggis	1 unit
5	Meteran	1 unit
6	Betel Cor	1 unit
7	Cetok	1 unit
8	Palu	1 unit

9	Kasutan	1 unit
10	Water pas	1 unit
11	Timba	1 unit
12	Cetakan dalam 1,00 m Septictank+Kayu+Baut	1 set
13	Cetakan dalam 0,5 m Septictank+Kayu+Baut	1 set
14	Cetakan luar 0,5 m Septictank+Kayu+Baut	1 set
15	Cetakan Luar dudukan & Cetakan Dalam Kloset	1 set
16	Cetakan tutup septictank	1 set

Tabel 7: Alat Pembuatan Jamban tipe 3-3-1

144 | Pengerahan Produk dan Proses Industri / Produksi

TEKNIK PRODUKSI JAMBAN SEHAT



Gambar 33: Alat-Alat untuk Membuat Jamban Tipe 3-3-1

Langkah-langkah proses produksi jamban sehat adalah sebagai berikut:

a.) Survey lokasi

Saat survey lokasi, yang perlu diperhatikan yaitu jarak resapan dengan sumber air tanah, dan luas area yang akan penggalian lubang,

b.) Penggalian lubang

Kedalaman lubang tanah untuk *septictank* yaitu 1,50 m ditambah 6 cm untuk tutup bagian bawah dan 6 cm dari tutup atas. Untuk mengetahui titik nol tinggi *septictank* bagian atas, tinggi ideal adalah sama dengan tinggi pondasi rumah, guna mengantisipasi banjir, sebagai ukuran adalah titik nol tinggi pondasi rumah (kondisi tanah sekitarnya tidak banjir). Nantinya ketebalan tutup bawah adalah 6 cm sehingga kedalaman *septictank* setelah dicor

bawah adalah 1,5 m. Sedangkan lebar dari lubang *septictank* yaitu 94 cm. Ketebalan pengecoran septic tank adalah 7 cm (tergantung diameter galian) sehingga diameter akhir dari *septictank* yang telah dicor adalah 80 cm.

c.) Pengecoran bagian bawah

Dilakukan setelah pengecoran lingkaran buis beton selesai dan mendekati kering, sehingga mempermudah melakukannya.

d.) Pemasangan cetakan di lobang galian

Pertama tama, menyetel alat cetakan diluar lobang, dirapatkan secara sempurna dan diolesi oli bagian luar dan kemudian dimasukkan kelobang yang berdiameter 94 cm.

e.) Pengecoran

Dengan campuran 1 semen : 6 pasir dan dicampur air dengan kondisi tidak terlalu basah.

f.) Pelepasan cetakan

Kondisi tanah kering, cetakan sudah bisa dilepas dalam waktu minimal 20 menit setelah cor akhir, dan dilepas setelah 7-8 jam dengan kondisi tanah banjir.

g.) Pemasangan pipa paralon dan kloset

Pipa paralon diinstalasi setelah semua pengecoran buis beton selesai semua.

h.) Pemasangan tutup

Dilakukan paling terakhir, juga sebagai fungsi kontrol.

Perlu dicatat bahwa di setiap pelatihan, jenis jamban sehat yang akan dibuat bisa saja berbeda, sehingga untuk ukuran maupun alat yang akan digunakan perlu disesuaikan dengan jenis pelatihan yang diikuti.



Gambar 34: Langkah-Langkah Proses Produksi Jamban Sehat

b. Proses Produksi Kloset

MATERIAL PEMBUATAN KLOSET

Bahan Pembuatan Kloset

- Semen
- Kalsium, kalsit
- Pasir
- Air
- Semen putih
- Cat upox
- *Tinner*
- Pelumas (Oli, minyak, MAA,dll)

Alat- alat yang digunakan

- Cetakan Kloset (fiber/beton)
- Cetok lancip (besar dan kecil)
- Gelas/botol air mineral (untuk takaran bahan)
- Sekop/cangkul
- Sekrap
- Ayakan halus untuk pasir
- Ayakan tepung untuk kalsit
- Ember kecil dan besar
- Kain bekas
- Kuas (untuk *finishing closet* dan pengecatan)
- Alat untuk penghalus saat finishing (*Fallet* dari fiber, sandal,dll)
- Amplas ukuran 1000
- Spet untuk pengecatan
- Pompa manual untuk pengecatan / *compressor*

PENCETAKAN KLOSET

1. Siapkan cetakan kloset di bersihkan dulu lalu oleskan pelumas hingga rata,
2. Campur bahan untuk permukaan closet dengan takaran menggunakan gelas aqua (GA) 250 ml dengan perbandingan:
 - 3 GA Semen
 - 1 GA Semen putih
 - 3 GA Kalsit/Kalsium
 - 4-5 GA Air
3. Tuangkan adonan dalam cetakan hingga seluruh permukaan cetakan tertutup (tebal \pm 3-5 mm) dengan cara diguyur secara merata. Tunggu sampai kira-kira 30 menit.
4. Campur bahan untuk untuk lapisan kedua dengan perbandingan:
 - 4 GA Semen
 - 8 GA Pasir
 - 1 GA Kalsit/kalsium
 - 4-5 GA Air
5. Tuangkan adonan tersebut sampai rata dengan ketebalan total \pm 1,5 cm hingga membentuk bodi kloset.

6. Kikis/lubangi bagian depan atas bodi kloset $\pm 4,5$ cm atau dua ruas jari (untuk sambungan leher angsa dan sebagai lubang air).
7. Setelah lubang jadi, kemudian kita pasang leher angsa lalu diplester dengan adonan semen secukupnya.
8. Setelah ± 40 menit (adonan setengah kering) maka gosok permukaannya secara perlahan untuk memadatkan, menghaluskan, dan menghindari keretakan.
9. Letakkan hasil proses ini di tempat teduh. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari keretakan akibat panas matahari secara langsung.
10. Setelah kira-kira 20 - 24 jam, lepaskan kloset dari cetakan dengan cara pinggir cetakan diketok-ketok perlahan dengan menggunakan kayu atau tangan.
11. Cuci/bersihkan kloset dari pelumas lalu diamkan dan bisa direndam selama ± 24 jam untuk memaksimalkan pengerasan bahan kloset.
12. Tiriskan kloset lalu tutup pori-pori dengan adonan semen putih lalu diamkan selama 24 jam.
13. Haluskan kloset yang sudah jadi dengan amplas.
14. Penjemuran kurang lebih 2-3 hari (di tempat teduh) sebelum pengecatan.

PENCETAKAN LEHER ANGSA

- Bersihkan cetakan leher angsa.
- Rangkai cetakan leher angsa dengan memasang baut.
- Campur bahan untuk leher angsa dengan perbandingan:
 - 1 GA Semen
 - 1 GA Pasir
 - 1 GA Kalsit/Kalsium
 - + 2 GA Air
- Tuangkan adonan kedalam cetakan leher angsa.
- Biarkan 12-18 jam lalu buka.

PENGECATAN KLOSET

1. Kloset yang sudah kering dibersihkan dari kotoran atau debu dengan kain bersih,
2. Adukan / campuran cat, Komposisi campuran cat untuk sebuah kloset :
 - 3 – 4 Sendok cat Upox
 - 2 Sendok *Hardener*
 - 4 – 5 Sendok *thinner*
3. Campuran tadi masukan ke tabung *sprayer* dan aduk sampai bercampur sempurna,
4. Siapkan kloset yang sudah dibersihkan dalam kondisi berdiri,
5. Penyemprotan.

Cara: Tangan kiri memompa dan tangan kanan memegang tabung *sprayer*,

- Pada saat tangan kiri menekan pompa, kanan memainkan tabung *sprayer* dan ibu jari menutup lubang angin,
- Pada saat tangan kiri menarik pompa ibu jari tangan kanan membuka angin-angin tabung,
- Begitu seterusnya semprotkan pada permukaan dalam lebih dulu sampai permukaan rata,

- Jarak tabung *sprayer* dengan permukaan kloset kurang lebih sejengkal tangan. (Kalau menggunakan kompressor jaraknya kira-kira \pm 40 cm),
- Lakukan hal yang sama untuk bagian luar dan samping,
- Untuk mengecat / menyemprot bagian samping sebaiknya ditaruh diatas ember.

Catatan dalam pengerjaan pengecatan kloset:

- Pastikan semua permukaan kloset tertutup rata oleh cat sebelum kering.
- Apabila ingin melakukan pengulangan pengecatan maka lapisan pertama harus merata, baru lapisan kedua diatur tingkat ketebalannya.
- Sebaiknya melakukan pengecatan di tempat yang teduh dan terhindar dari debu kotoran.
- Usahakan campuran cat habis karena bisa mengering setelah 5 jam.
- Jangan lupa kaos tangan dan masker.

PEMBUATAN CETAKAN KLOSET DARI FIBER

Bahan

- | | |
|---------------|-----------------------------|
| - Resin | - Cobalt (bila diperlukan) |
| - <i>Talk</i> | - Gelcote (bila diperlukan) |
| - Serat Mat | - <i>Tinner</i> |
| - Katalis | - Mirror glass/ MAA |

Alat- alat yang digunakan

- | | |
|---------------------------------|----------------------------|
| - Papan triplek | - Sarung tangan |
| - Kloset sebagai master | - Kuas |
| - Wadah/ tempat mencampur bahan | - Amplas ukuran 750 - 1000 |

Pembuatan cetakan kloset dari fiber

- Siapkan cetakan kloset di bersihkan dulu lalu oleskan *mirror glass/ MAA* sampai rata (kalo memakai MAA tunggu sampai kering dulu)
- Campur bahan dengan perbandingan
 - o 1 liter resin
 - o 1/5 kg *talk*
 - o 20 cc katalis (1 tutup botol aqua)
 - o Pigmen (pewarna serbuk)
- Aduk campuran bahan tersebut hingga betul- betul bercampur, bahan campuran tersebut kita tuangkan dalam permukaan kloset menggunakan kuas 2 mm hingga merata sampai kering kira-kira 15 menit tempelkan *mat* secara merata diatas bahan tersebut, lalu kita tuangkan lagi bahan campuran di atas *mat* sebagai lapisan kedua (tapi tidak memakai pigmen), bodi ditata hingga rapi dan tebal kira-kira 4 mm. Pelapisan mat dan campuran bisa diulang lagi untuk mendapatkan ketebalan yang diinginkan (**dalam pengerjaan ini perlu ketelatenan dan kesabaran**)
- Tunggu hingga kering kurang lebih 1 jam lalu siap dilepas dengan cara ditarik secara perlahan-lahan atau di ketok-ketok pelan-pelan.

- Untuk menutup pori-pori bisa menggunakan campuran resin, katalis, dan talk, perbandingannya sama seperti di atas tetapi jumlah talk lebih diperbanyak.
- Finishingnya bisa menggunakan gerenda, lalu kita amplas sampai benar-benar halus dan rata dengan menggunakan amplas ukuran 750 – 1000 , setelah itu kita kompon.

c. Proses Produksi Jamban Paketan

Persiapan Alat :

- Cangkul
- Gergaji
- Ember ukuran 18
- Sekop kuas
- Cetok
- Kain bekas
- Meteran
- Sepatu boot
- Sabit
- Kaos tangan
- *Water Pass*

Persiapan Material

- Pasir (8 ember untuk 1 buis beton)
- *Split* (7 ember untuk 1 buis beton)
- Semen (1 ember untuk 1 buis beton)
- Paralon (1 ¼ inc) untuk angin-angin
- *Soct T* 1 ¼ inc
- Paralon 3 (1 buah)
- *Knie* 3 inc
- Bendrat (secukupnya)
- Closed (1 buah)
- Bambu (secukupnya)
- Bata merah (50 biji untuk 1 paket)
- Karung plastik bekas

Cara mengerjakan:

1. Tanah digali Panjang 2,30 M Lebar 1,25 M Dalam 1,0 M, penggalian tanah harus tegak lurus dan lapisan paling bawah bawah harus rata dan tanah asli, apabila tidak rata maka cetakan buis beton akan miring dan apabila tidak tanah asli akan resiko untuk meletakkan cetakan, dan apabila cetakan miring akan berpengaruh terhadap kekuatan buis beton.
2. Cetakan buis beton yang dalam dan baut kemudian diberi pelumas/oli bekas sampai rata, ini diperlukan agar mudah waktu melepas dan permukaan buis beton bisa rata.
3. Untuk cetakan luar juga sama dipasang baut, kemudian cetakan dalam dimasukkan kelobang tanah terlebih dahulu kemudian baru memasukkan cetakan luar dan harus dipastikan dasar lubang betul-betul rata, baru kemudian dimasukkan bahan cor.

4. Proses pengecoran dengan komposisi sebagai berikut :

- a. Pasir : 8 ember
- b. Split : 7 ember
- c. Semen : 1 ember

bahan-bahan tersebut diaduk sampai rata setelah adukan tercampur dengan rata mulai dimasukkan dalam cetakan buis beton sedikit demi sedikit sambil di tusuk-tusuk pakai kayu agar udara yang ada dicetakan keluar dan hasilnya merata.

5. Pemasangan pipa

Pemasangan pipa dari kloset ke *septic tank* dengan kemiringan 2 – 5 %

6. Pemasangan kloset

Setelah pengecoran buis beton pertama selesai mulai membuat pasangan untuk kloset dengan menggunakan adukan pasir, semen dan bata merah.

Komposisi dudukan kloset/pasangan bata merah kira-kira 6 – 7 lapis bata merah Panjang 60 cm, Lebar 50 cm, dan tinggi 30 cm.

Catatan:

banyak buis beton tergantung pemesanan, namun biasanya 3 buis beton untuk *septic tank* dan 1 buis beton untuk peresapan, atau 2 buis beton untuk *septic tank* dan 2 untuk resapan (tergantung pesanan). Cetakan buis beton diambil setelah 3 jam agar buis beton kuat setelah cetakan diambil pinggiran buis beton bagian luar dipasang bambu yang utuh 6 potong dengan ukuran 105 cm, ini diperlukan agar buis beton tidak goyang.

7. Pengecoran Ring Deker / tutup buis beton

Bahan yang dibutuhkan, antara lain :

- a. Bambu di belah/reng menjadi 4 bagian
- b. Bendrat
- c. Sak bekas pupuk/kantong plastik lebar

Cara pembuatan ring deker :

Bambu yang sudah dibelah ditaruh diatas buis beton melintang kira-kira akan terjadi kotak-kotak yang masing-masing kotak kira-kira 5 cm dan agar kuat ditali memakai blendrat, kemudian diatasnya ditaruh sak bekas pupuk/kantong plastik baru kemudian dicor.

VIII. REFERENSI

- 1. Kementerian Kesehatan, Petunjuk teknis penyuluhan program penyehatan Lingkungan bagi petugas puskesmas, 1999.
- 2. Buku Panduan pengembangan dan Penggunaan Modul Pelatihan Wirausaha Sanitasi, WSP-EAP, Indonesia, 2012.
- 3. Panduan Penyelenggaraan Pelatihan Wirausaha Sanitasi, WSP-EAP, 2012.

IX. LAMPIRAN

A. Lembar Tugas

Peserta diminta untuk membuat replika jamban sehat dengan jenis material dan langkah-langkah yang telah dijelaskan.

KEMENKES RI

KEMENKES RI

MODUL MI.7

**Teknik Komunikasi dan Presentasi
Produk dan Jasa STBM**

MI.7
TEKNIK KOMUNIKASI
DAN PRESENTASI
PRODUK DAN JASA
STBM

MODUL MI.7 - TEKNIK KOMUNIKASI DAN PRESENTASI PRODUK DAN JASA STBM	155
I. DESKRIPSI SINGKAT.....	155
II. TUJUAN PEMBELAJARAN.....	155
A. Tujuan Pembelajaran Umum.....	155
B. Tujuan Pembelajaran Khusus	155
III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN.....	155
A. Pokok Bahasan 1: Teknik Komunikasi dan Negosiasi dalam Menjual Produk dan Jasa STBM.....	155
a. Pengertian komunikasi,	155
b. Pengertian negosiasi,	155
c. Praktik teknik komunikasi efektif.....	155
B. Pokok Bahasan 2: Teknik Presentasi Produk dan Jasa STBM.....	155
a. Jenis-jenis teknik presentasi,.....	155
b. Presentasi untuk berkomunikasi dan negosiasi,.....	155
c. Hambatan-hambatan presentasi dan cara mengatasinya,.....	155
d. Hubungan antara prinsip AIDA (<i>attractive-interest-desire-action</i>), <i>product knowledge</i> , dan teknik presentasi produk.....	155
C. Pokok Bahasan 3: Perangkat Penjualan Harian.....	156
a. Pengertian perangkat penjualan harian,.....	156
b. Jenis-jenis perangkat penjualan harian,.....	156
c. Cara penggunaan perangkat penjualan harian.	156
D. Pokok Bahasan 4: Teknik Promosi Kreatif	156
a. Pengertian teknik promosi kreatif,	156
b. Jenis-jenis promosi kreatif,	156
c. Pembuatan brosur sebagai sarana promosi.	156
IV. BAHAN BELAJAR	156
V. METODE PEMBELAJARAN	156
VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN	156
A. Langkah 1: Pengkondisian (20 menit).....	156
B. Langkah 2: Pengkajian Pokok Bahasan (100 menit)	156
C. Langkah 3: Rangkuman (15 menit):.....	157
VII. URAIAN MATERI	157
A. POKOK BAHASAN 1: TEKNIK KOMUNIKASI DAN NEGOSIASI DALAM MENJUAL PRODUK DAN JASA STBM	157
a. Pengertian Komunikasi	157
b. Pengertian Negosiasi.....	164
c. Praktik Teknik Komunikasi Efektif.....	167
B. POKOK BAHASAN 2: TEKNIK PRESENTASI PRODUK DAN JASA STBM	168
a. Jenis-Jenis Teknik Presentasi.....	168
b. Presentasi Untuk Berkomunikasi dan Negosiasi	169

c.	Hambatan-Hambatan Presentasi dan Cara Mengatasinya	170
d.	Hubungan Antara Prinsip AIDA (Attractive-Interest-Desire-Action), <i>Product Knowledge</i> , dan Teknik Presentasi Produk	170
C.	POKOK BAHASAN 3 : PERANGKAT PENJUALAN HARIAN.....	170
a.	Pengertian Perangkat Penjualan Harian	170
b.	Jenis-Jenis Perangkat Penjualan Harian.....	171
c.	Cara Penggunaan Perangkat Penjualan Harian.....	171
D.	POKOK BAHASAN 4: TEKNIK PROMOSI KREATIF	172
a.	Pengertian Teknik Promosi Kreatif.....	172
b.	Jenis-Jenis Promosi Kreatif	173
c.	Pembuatan Brosur Sebagai Sarana Promosi	173
VIII.	REFERENSI	174
IX.	LAMPIRAN	174
A.	PANDUAN SIMULASI	174
B.	LEMBAR PENUGASAN	177
a.	Formulir Laporan Harian.....	177
b.	Formulir Pesanan	178
c.	Kuitansi.....	178

KEMENKESRI

MODUL MI.7

TEKNIK KOMUNIKASI DAN PRESENTASI PRODUK DAN JASA STBM

I. DESKRIPSI SINGKAT

Pada modul ini peserta akan diajarkan teknik komunikasi dan presentasi produk sebagai dasar melakukan penjualan produk dan jasa STBM. Peserta juga akan mendapatkan pengetahuan dan keterampilan mengenai manajemen penjualan sehingga peserta mampu menguraikan teknik komunikasi dan presentasi produk dan mengelola penjualan dengan baik.

II. TUJUAN PEMBELAJARAN

A. Tujuan Pembelajaran Umum

Setelah mengikuti materi ini peserta mampu menguraikan teknik komunikasi dan presentasi produk dan jasa STBM.

B. Tujuan Pembelajaran Khusus

Setelah mengikuti materi ini peserta mampu:

1. Menguraikan teknik komunikasi dan negosiasi dalam menjual produk dan jasa STBM,
2. Melakukan teknik presentasi produk dan jasa STBM,
3. Menguraikan penggunaan perangkat untuk melakukan penjualan harian,
4. Membuat teknik promosi kreatif.

III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN

A. Pokok Bahasan 1: Teknik Komunikasi dan Negosiasi dalam Menjual Produk dan Jasa STBM

- a. Pengertian komunikasi,
- b. Pengertian negosiasi,
- c. Praktik teknik komunikasi efektif.

B. Pokok Bahasan 2: Teknik Presentasi Produk dan Jasa STBM

- a. Jenis-jenis teknik presentasi,
- b. Presentasi untuk berkomunikasi dan negosiasi,
- c. Hambatan-hambatan presentasi dan cara mengatasinya,
- d. Hubungan antara prinsip AIDA (*attractive-interest-desire-action*), *product knowledge*, dan teknik presentasi produk.

C. Pokok Bahasan 3: Perangkat Penjualan Harian

- a. Pengertian perangkat penjualan harian,
- b. Jenis-jenis perangkat penjualan harian,
- c. Cara penggunaan perangkat penjualan harian.

D. Pokok Bahasan 4: Teknik Promosi Kreatif

- a. Pengertian teknik promosi kreatif,
- b. Jenis-jenis promosi kreatif,
- c. Pembuatan brosur sebagai sarana promosi.

IV. BAHAN BELAJAR

Bahan tayang (*slide ppt*), modul, LCD, komputer, *flipchart* (lembar balik), spidol papan tulis, meta plan, poster, leaflet, brosur, replika jamban, brosur produk, formulir rencana penjualan harian, formulir order, kwitansi, dan lembar penugasan.

V. METODE PEMBELAJARAN

Ceramah tanya jawab, curah pendapat, simulasi/*role play*, dan penugasan.

VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN

Jumlah jam yang digunakan dalam modul ini adalah sebanyak 4 jam pelajaran (T=1 jpl, P=3, PL=0) @45 menit. Untuk mempermudah proses pembelajaran dan meningkatkan partisipasi seluruh peserta, dilakukan langkah-langkah kegiatan sebagai berikut:

A. Langkah 1: Pengkondisian (20 menit)

1. Penyegaran dan pencairan suasana,
2. Fasilitator menggali harapan peserta tentang materi dan keterampilan yang ingin dicapai melalui sesi ini,
3. Fasilitator menyampaikan tujuan pembelajaran, pokok bahasan dan metode yang digunakan,
4. Fasilitator mengajak peserta untuk membaca pesan yang telah ditulis dan menyampaikannya kepada peserta berikutnya secara berantai dengan cara berbisik. Pesan yang disampaikan adalah "Pak Jamat dari pasar membawa kantong berisi kloset bercampur terong, ternyata plastiknya bolong",
5. Cek hasil penyampaian pesan berantai ke peserta yang paling ujung.
6. Diskusikan dan ambil pembelajaran dari permainan tersebut kenapa pesan bisa sesuai atau tidak dengan sumbernya,
7. Berdasarkan pendapat peserta, fasilitator menjelaskan tentang komunikasi yang efektif dan tidak efektif.

B. Langkah 2: Pengkajian Pokok Bahasan (145 menit)

1. Fasilitator menyampaikan pokok bahasan:
 - Teknik komunikasi dan negosiasi,
 - Teknik presentasi produk,
 - Perangkat penjualan harian,
 - Teknik promosi kreatif.

2. Fasilitator memberi kesempatan kepada peserta untuk menanyakan hal-hal yang kurang jelas, dan memberikan jawaban dan klarifikasi atas pertanyaan-pertanyaan peserta.
3. Fasilitator memberikan kesempatan sebanyak-banyaknya sehingga antar peserta juga terjadi diskusi dan interaksi yang baik.

C. Langkah 3: Rangkuman (15 menit):

1. Peserta dipersilahkan untuk menanyakan hal-hal yang kurang jelas, dan fasilitator memfasilitasi pemberian jawaban, baik dari fasilitator maupun dari peserta lain.
2. Meminta komentar, penilaian, saran bahkan kritik dari peserta pada kertas evaluasi yang telah disediakan.
3. Fasilitator menutup sesi pembelajaran dengan memastikan TPU dan TPK sesi telah tercapai.

VII. URAIAN MATERI

A. POKOK BAHASAN 1: TEKNIK KOMUNIKASI DAN NEGOSIASI DALAM MENJUAL PRODUK DAN JASA STBM

a. Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan, pendapat, perasaan, atau berita kepada orang lain. Komunikasi dapat pula diartikan sebagai proses pertukaran pendapat, pemikiran atau informasi melalui ucapan, tulisan maupun tanda-tanda.

Dengan demikian maka komunikasi dapat mencakup segala bentuk interaksi dengan orang lain.

Bentuk-bentuk komunikasi

1. Komunikasi Verbal

Yang dimaksud dengan verbal adalah lisan, dengan demikian komunikasi verbal adalah penyampaian suatu informasi secara lisan, yang biasa kita kenal dengan berbicara. Namun dalam praktik sehari-hari, informasi juga disampaikan melalui tulisan. Meskipun dalam bentuk tulisan tetapi bahasa yang dipakai adalah bahasa lisan, sehingga digolongkan ke dalam komunikasi verbal. Pengiriman SMS (*Short Message Service*) merupakan salah satu contoh. Bahasa yang digunakan adalah bahasa lisan, yang menunjukkan hubungan personal yang tinggi. Penerima pesan juga dapat langsung memberikan umpan balik. Bahkan orang dapat bertransaksi melalui SMS, seolah-olah berbicara satu sama lain. Contoh lainnya adalah media tulisan, seperti buletin, pamflet, leaflet, dan sebagainya yang juga bertutur menyampaikan maksud dan tujuannya.

2. Komunikasi Non Verbal

Selain melalui lisan atau tulisan, pesan dapat disampaikan melalui cara berpakaian, waktu, tempat, isyarat (*gestures*), gerak-gerik (*movement*), sesuatu barang, atau sesuatu yang dapat menunjukkan suasana hati perasaan pada saat tertentu.

Contoh komunikasi non verbal:

a.) Cara berpakaian

Orang yang sedang berkabung karena kematian seseorang, biasanya akan berpakaian hitam-hitam atau memasang tanda dengan kain hitam di lengan bajunya, dengan demikian kita menjadi tahu bahwa orang tersebut dalam suasana berkabung. Seseorang yang biasanya berpakaian biasa-biasa saja tiba-tiba berpakaian lengkap dengan jas atau dasi, ini tentu juga suatu informasi bahwa yang bersangkutan mungkin sedang dalam suasana yang lain misalnya akan dilantik menjadi pejabat, akan menghadiri pesta atau pertemuan yang penting dan sebagainya.

b.) Waktu

Bunyi beduk atau lantunan suara azan di mesjid atau mushola, memberikan informasi bahwa waktu shalat telah tiba. Contoh lain adalah bunyi bel di sekolah yang menunjukkan bahwa waktu masuk kelas, istirahat atau pulang telah tiba.

c.) Tempat

Pemimpin suatu pertemuan atau rapat biasanya duduk di depan atau di kepala meja. Ini menginformasikan bahwa yang bersangkutan adalah pemimpin rapat yang biasanya orang penting atau memiliki jabatan tertentu. Ruang kerja kepala Puskesmas tentunya akan berbeda dengan ruang kerja juru imunisasi demikian juga ruang kerja dan peralatannya.

d.) Isyarat

Peserta di suatu seminar secara spontan bertepuk tangan dengan riuh setelah mendengarkan paparan seorang penyaji yang mempresentasikan materinya dengan baik dan menarik. Tepuk tangan tersebut merupakan isyarat bahwa peserta puas terhadap paparan penyaji tersebut. Sebaliknya, jika peserta mulai menguap, atau keluar masuk kelas, atau ada yang berbisik-bisik ketika fasilitator memberikan materi/kuliah, ini suatu isyarat bahwa materi, atau cara membawakan materi tersebut kurang berkenan di hati peserta. Contoh lain misalnya mengacungkan dua jari tanda *victory* (kemenangan), menggeleng tanda tidak tahu, raut wajah yang asam tanda tidak senang, murung tanda bersedih, tangan mengepal tanda marah, tatapan mata bisa bermacam arti dan sebagainya.

Membangun komunikasi yang efektif

(1). Strategi Membangun Komunikasi yang Efektif

Komunikasi yang efektif dapat terjadi apabila pesan yang dikirim oleh komunikator (*sender*) dapat diterima dengan baik dalam arti kata menyenangkan, aktual, nyata oleh si penerima (komunikan), kemudian penerima menyampaikan kembali bahwa pesan telah diterima dengan baik dan benar. Dalam hal ini terjadi komunikasi dua arah atau komunikasi timbal balik. Agar terjadi komunikasi yang efektif, maka perlu diperhatikan hal-hal sebagai berikut:

a. Mengetahui siapa mitra bicara

Dalam berkomunikasi kita harus menyadari benar dengan siapa kita berbicara, apakah dengan camat, lurah, bidan desa, tokoh masyarakat, atau kader. Kenapa kita harus mengetahui dengan siapa kita bicara? Karena dengan mengetahui *audience*, kita harus cerdas dalam memilih kata-kata yang digunakan dalam menyampaikan informasi buah pikiran kita. Kita harus memakai bahasa yang sesuai dan mudah dipahami oleh *audience* kita.

Selain itu pengetahuan mitra bicara kita juga harus diperhatikan. Informasi yang ingin kita sampaikan mungkin bukan merupakan hal yang baru bagi mitra kita, tetapi kalau penyampaiannya menggunakan istilah-istilah yang tidak dipahami oleh mitra kita, informasi atau gagasan yang kita sampaikan bisa saja tidak dipahami oleh mitra. Dengan memperhatikan mitra bicara kita akan dapat menyesuaikan diri dalam berkomunikasi dengannya.

b. Mengetahui apa tujuan komunikasi

Cara kita menyampaikan informasi sangat tergantung kepada tujuan kita berkomunikasi, misalnya:

- Fasilitator STBM ingin menyampaikan informasi mengenai pelatihan pembuatan jamban di wilayah kecamatan A. Jika tujuannya hanya menyampaikan informasi maka komunikasi dapat dilakukan dengan membuat pengumuman atau surat edaran.
- Sebagian besar masyarakat di desa A masih BAB sembarangan, sehingga angka diare di desa A tinggi. Untuk itu, fasilitator mengusulkan dilakukan pemicuan di masyarakat. Bila tujuannya seperti ini tentu pendekatannya bukan dengan surat tapi melalui advokasi.
- Masyarakat desa A yang sudah terpicu, ingin membuat jamban sehat, namun, mereka tidak memiliki cukup biaya untuk membayar biaya pembuatan jamban secara kontan. Mereka mampu membayar secara mencicil selama beberapa waktu. Untuk kasus seperti ini tentunya yang paling cocok adalah melalui negosiasi dengan penyedia jasa (wirausaha STBM).
- Mengetahui dalam konteks apa komunikasi dilakukan.
- Dalam berkomunikasi maka kita perlu mempertimbangkan keadaan atau lingkungan saat kita berkomunikasi. Bahasa dan informasi yang disampaikan harus sesuai dengan keadaan dan lingkungan dimana komunikasi itu terjadi. Bisa saja kita menggunakan bahasa dan informasi yang jelas dan tepat tetapi karena konteksnya tidak tepat, reaksi yang kita peroleh tidak sesuai dengan yang diharapkan.

- Misalnya penggunaan kata mendukung :
 - Kita harus **mendukung** pelaksanaan STBM di desa/kelurahan kita.
 - Pemuda itu **mendukung** nenek tua yang sakit itu.
 - Penggunaan kata **mendukung** pada kedua kalimat tersebut konteksnya berbeda satu sama lain.

c. Mengetahui kultur

Dalam berkomunikasi harus diingat peribahasa “dimana bumi dipijak, disitu langit dijunjung” artinya dalam berkomunikasi kita harus memperhatikan dan menyesuaikan diri dengan budaya atau kebiasaan orang atau masyarakat setempat. Misalnya berbicara sambil menunjuk sesuatu dengan telunjuk kepada orang yang lebih tua atau lebih tinggi kedudukannya di daerah Jawa Barat atau Jawa Tengah bisa dianggap kurang sopan atau kurang ajar walaupun mungkin di daerah lain itu biasa-biasa saja. Atau kalau di daerah Sumatera Utara orang bisa berbicara dengan intonasi dan suara yang keras, maka apakah orang non Sumatera Utara harus mengimbangi pula dengan nada yang keras? Dalam hal ini, misalnya orang Sunda kalau berbicara dengan orang Batak tidak perlu bertutur seperti orang Batak, begitu pula sebaliknya. Dengan demikian maka tidak terjadi salah tafsir yang mengakibatkan kegagalan komunikasi.

d. Mengetahui bahasa

Dalam berkomunikasi seyogyanya kita memahami bahasa mitra kita. Hal ini tidak berarti kita harus memahami semua bahasa dari mitra bicara. Oleh karena ada kata-kata yang menurut etnis tertentu merupakan hal yang lumrah tapi menurut etnis lain merupakan hal yang tabu untuk dikatakan atau mempunyai arti yang berbeda. Misalnya ucapan ‘nangka tok’ menurut bahasa Sunda berarti ‘nangka saja’, tetapi untuk orang Jawa ini lain artinya. Begitu juga ‘gedang’ menurut orang Sunda artinya ‘pepaya’ tapi menurut orang Jawa artinya ‘pisang’. Bahasa asing juga perlu kita pahami manakala kita berkomunikasi dengan orang asing yang tidak bisa berbahasa Indonesia, misalnya ada turis asing yang tersasar ke kampung kita, kita ingin menolongnya tapi tidak mengerti bahasa asing misalnya bahasa Inggris, padahal si turis tidak menguasai Bahasa Indonesia, maka jelas komunikasi akan terhambat sebab komunikasi verbal tidak jalan. Selain itu untuk memperjelas pesan yang hendak disampaikan dalam berkomunikasi, gunakanlah kalimat-kalimat sederhana yang mudah dipahami. Kalimat panjang dan kompleks seringkali mengaburkan arti dan makna pesan yang akan disampaikan. Misalnya kepala puskesmas, berbicara kepada para sanitarian dalam suatu rapat “Bapak Ibu Sanitarian sekalian dalam rangka mensukseskan STBM, maka semua sanitarian harus menyadari akan arti pentingnya pembangunan kesehatan dengan memberdayakan semua potensi yang ada dalam masyarakat, untuk itu maka Bapak Ibu Sanitarian harus berusaha sekuat tenaga untuk membuat masyarakat berdaya dan mendukung STBM”. Kalimat

tersebut terlalu panjang dan kompleks. Padahal informasi yang perlu disampaikan adalah bahwa agar program sanitasi yang menggunakan pendekatan STBM dapat dilaksanakan dengan memberdayakan potensi yang ada di masyarakat.

(2). Komunikasi Verbal yang Efektif

Komunikasi akan efektif bila pesan yang disampaikan pemberi pesan diterima oleh penerima pesan sesuai dengan maksud penyampai pesan dan menimbulkan saling pengertian. Dalam komunikasi verbal atau berbicara yang didengar adalah suara yang diucapkan melalui kata-kata yang keluar dari mulut. Suara-suara itu harus mempunyai makna sehingga maksud dari berbicara itu dapat dimengerti. Komunikasi dapat dikatakan efektif apabila:

- Pesan diterima dan dimengerti sebagaimana yang dimaksud oleh si pengirim.
- Pesan disetujui oleh penerima dan ditindaklanjuti dengan perbuatan yang dikehendaki oleh pengirim.
- Tidak ada hambatan untuk melakukan apa yang seharusnya dilakukan untuk menindaklanjuti pesan yang dikirim.
 - a. Ciri-ciri komunikasi verbal yang efektif
 - Langsung (*to the point*, tidak ragu menyampaikan pesan).
 - Asertif (tidak takut mengatakan apa yang diinginkan dan mengapa).
 - Ramah dan bersahabat (*congenial*).
 - Jelas (hal yang disampaikan mudah dimengerti).
 - Terbuka (tidak ada pesan dan makna yang tersembunyi).
 - Secara lisan (menggunakan kata-kata untuk menyampaikan gagasan dengan jelas).
 - Dua arah (seimbang antara berbicara dan mendengarkan).
 - Responsif (memperhatikan keperluan dan pandangan orang lain).
 - Nyambung (menginterpretasi pesan dan kebutuhan orang lain dengan tepat).
 - Jujur (mengungkapkan gagasan, perasaan, dan kebutuhan yang sesungguhnya).
 - b. Ciri-ciri komunikasi verbal yang tidak efektif
 - Tidak langsung (bertele-tele).
 - Tidak mengatakan.
 - Pasif (malu-malu, tertutup).
 - Antagonistis (marah-marah, agresif, atau bernada kebencian).
 - Kriptis (pesan atau maksud yang sesungguhnya tidak pernah diungkapkan secara terbuka).
 - Satu arah (lebih banyak berbicara daripada mendengarkan).
 - Tidak responsif (sedikit/ tidak ada minat terhadap pandangan atau kebutuhan orang lain).

- Tidak nyambung (respon dan kebutuhan orang lain disalahartikan dan disalah interpretasikan).
- Tidak terus terang (perasaan, gagasan dan keputusan diungkapkan secara tidak jujur).

c. Keterampilan berbicara

Pada dasarnya keterampilan berbicara dapat dipelajari dan ditingkatkan dengan berlatih, agar mampu berbicara secara efektif maka dalam tiap komunikasi baik informal maupun formal, beberapa teknik dapat dimanfaatkan dalam meningkatkan efektivitas berbicara sebagai berikut:

- Percaya diri.
- Ucapkan kata-kata dengan jelas dan perlahan-lahan.
- Bicara dengan wajar, seperti biasanya jangan terkesan sebagai penyair atau sedang declamasi.
- Atur irama dan tekanan suara dan jangan monoton. Gunakan tekanan dan irama tertentu, untuk menampilkan poin-poin tertentu, tapi hindarkan kesan sebagai pemain drama.
- Tarik nafas dalam-dalam 2 atau 3 kali untuk mengurangi ketegangan. Mengatur nafas secara normal dan jangan terkesan seperti orang yang dikejar-kejar. Bila perlu menghentikan pembicaraan sejenak, selain untuk mengambil nafas juga berfungsi menarik perhatian.
- Hindari sindrom: ehm, ah, au, barangkali, mungkin, anu, apa, dan lain-lain. Jika terpojok dan kehabisan bicara atau lupa cukup berhenti sejenak, cara ini menunjukkan bahwa seakan-akan kita sedang berpikir dan akan berdampak positif dibanding mengatakan mengatakan 'apa', 'ya, eh ...', 'apa ya, saya pikir...', 'barangkali', dan seterusnya.
- Membaca paragraf yang dianggap penting dari teks tulisan. Jangan merasa malu melakukan hal ini, karena pendengar akan berpikir bahwa kita hanya menekankan poin pembicaraan tertentu agar lebih lengkap.
- Siapkan air minum. Ini sangat membantu pembicara berhenti sejenak juga untuk membasahi kerongkongan.

(3). Komunikasi Non-Verbal yang Efektif

Komunikasi non verbal adalah proses pertukaran pesan/makna melalui berbagai cara selain kata-kata, yaitu melalui bahasa tubuh, ekspresi muka, tatapan, sentuhan tampilan vokal suara (volume, intonasi, irama, dsb.), baju yang dipakai, penggunaan ruangan, dll. Wajah mengekspresikan bagaimana perasaan kita, tubuh mengekspresikan intensitas emosi. Misal kalau sedih wajah terlihat murung atau dengan tangan mengepal kalau sedang marah.

Dalam komunikasi pertukaran makna verbal dan non verbal saling melengkapi, saling mempengaruhi dan tidak terpisahkan satu sama lain. Komunikasi interpersonal selalu menyangkut pesan verbal dan non verbal. Suatu kata yang sama diekspresikan dengan berbeda emosi yang berbeda akan bermakna berbeda. Misal: "sebaiknya Bapak tidak buang air besar di sungai lagi, tapi di rumah", bila disampaikan dengan kata-kata yang lembut akan diterima berbeda jika disampaikan dengan kata-kata yang sama tapi dengan volume suara yang keras dan tegas. Kualitas komunikasi verbal seringkali ditentukan oleh beberapa faktor, antara lain: intonasi suara, ekspresi raut wajah, gerakan tubuh (*body language*).

Sebuah hasil riset (Mechribian & Ferris) menunjukkan bahwa dalam komunikasi verbal, khususnya pada saat presentasi keberhasilan penyampaian informasi adalah sebagai berikut :

- 55 % ditentukan oleh bahasa tubuh (*body language*),
- 38 % ditentukan oleh isyarat dan kontak mata,
- 7 % ditentukan oleh kata-kata.

Beberapa contoh yang dapat dikembangkan, agar komunikasi non verbal dapat lebih efektif :

a. Cara berpakaian

Cara berpakaian mengkomunikasikan siapa dan apa status seseorang, baik dalam pekerjaan sehari-hari maupun dalam waktu tertentu. Dalam STBM, fasilitator yang bertugas untuk membantu masyarakat, hendaknya berpakaian seperti masyarakat. Fasilitator janganlah berpakaian yang berbeda, misalnya datang ke masyarakat dengan menggunakan jas atau pakaian dokter, karena masyarakat akan merasa sungkan untuk berdiskusi dengan fasilitator ataupun dengan anggota masyarakat lainnya di dekat fasilitator. Jangan pula fasilitator datang dengan pakaian compang-camping seperti pengemis, karena masyarakat akan merasa fasilitator sebagai orang yang lebih rendah dari mereka dan tidak bisa menghargai fasilitator secara setara dengan mereka.

b. Waktu

Di dalam berkomunikasi manfaatkan waktu secara tepat, artinya manfaatkanlah waktu dengan sebaik-baiknya. Karena waktu adalah sesuatu yang sangat berarti. Misalnya, kalau fasilitator akan berdiskusi dengan masyarakat, maka pilihlah waktu ketika masyarakat sedang santai, misalnya di sore atau malam hari.

c. Tempat

Tempat sangat menentukan efektivitas komunikasi, misalnya kantor adalah tempat kerja, restoran adalah tempat makan, lapangan tenis adalah tempat olahraga. Namun demikian seringkali urusan kantor bisa diselesaikan di lapangan tenis atau

bahkan di hotel atau restoran. Dalam dunia bisnis dikenal istilah *entertain* yaitu untuk melobi rekan bisnis, pertemuan diadakan di restoran atau di hotel sambil menjamu rekan bisnis. Dan hal ini ternyata banyak membawa hasil ketimbang pertemuan dilakukan secara formal di kantor. Demikian pula misalnya tim fasilitator STBM bertemu dengan masyarakat di sawah, di sela-sela waktu istirahat dapat berkomunikasi secara informal mengenai hal-hal yang berhubungan dengan sanitasi masyarakat. Selanjutnya hasil pembicaraan tersebut ditindaklanjuti di puskesmas bersama sanitarian dan tim fasilitator kecamatan lainnya.

Selain hal-hal tersebut diatas, perlu juga dipahami fungsi-fungsi yang menunjukkan ke-non-verbal-an komunikasi, antara lain :

- Pengulangan (*repetition*) yaitu pengulangan pesan dari individu dilakukan dengan verbal.
- Penyangkalan (*contradiction*) yaitu penyangkalan pesan yang dilakukan terhadap seseorang. Misalnya mengangkat bahu menyatakan "tidak tahu", menggeleng kepala sama dengan "tidak", dan sebagainya. Namun penggunaannya juga harus memperhatikan budaya atau kebiasaan, misal, untuk orang India menggelengkan kepala bukan berarti tidak.
- Pengganti pesan (*substitution*) misal mendelik berarti marah.
- Melengkapi pesan verbal, misalnya mengatakan "bagus" sambil mengacungkan ibu jari, dan sebagainya.
- Penekanan (*accenting*) menggarisbawahi pesan verbal misalnya berbicara dengan sangat pelan atau menekan kaki.

Secara ringkas, prinsip dasar komunikasi adalah :

- Mau mendengar,
- Sikap positif (menghargai lawan bicara, tulus, senyum, dll),
- Keterampilan (gaya bicara, intonasi, dll),
- Penguasaan materi pembicaraan.

b. Pengertian Negosiasi

Negosiasi adalah suatu cara untuk menetapkan keputusan yang dapat disepakati dan diterima oleh dua pihak dan menyetujui apa dan bagaimana tindakan yang akan dilakukan di masa mendatang.

Negosiasi memiliki sejumlah karakteristik utama, yaitu:

- Senantiasa melibatkan orang – baik sebagai individual, perwakilan organisasi atau perusahaan, sendiri atau dalam kelompok;
- Memiliki ancaman terjadinya atau di dalamnya mengandung konflik yang terjadi mulai dari awal sampai terjadi kesepakatan dalam akhir negosiasi;
- Menggunakan cara-cara pertukaran sesuatu – baik berupa tawar menawar (*bargain*) maupun tukar menukar (*barter*);

- Hampir selalu berbentuk tatap-muka – yang menggunakan bahasa lisan, gerak tubuh maupun ekspresi wajah;
- Negosiasi biasanya menyangkut hal-hal di masa depan atau sesuatu yang belum terjadi dan kita inginkan terjadi;

Ujung dari negosiasi adalah adanya kesepakatan yang diambil oleh kedua belah pihak, meskipun kesepakatan itu misalnya kedua belah pihak sepakat untuk tidak sepakat.

Langkah-langkah Bernegosiasi

Persiapan

Langkah pertama dalam melakukan negosiasi adalah langkah persiapan. Persiapan yang baik merupakan pondasi yang kokoh bagi negosiasi yang akan kita lakukan. Hal tersebut akan memberikan rasa percaya diri yang kita butuhkan dalam melakukan negosiasi. Yang pertama harus kita lakukan dalam langkah persiapan adalah menentukan secara jelas apa yang ingin kita capai dalam negosiasi. Tujuan ini harus jelas dan terukur, sehingga kita bisa membangun ruang untuk bernegosiasi. Tanpa tujuan yang terukur, kita tidak memiliki pegangan untuk melakukan tawar-menawar atau berkompromi dengan pihak lainnya.

Hal kedua dalam persiapan negosiasi adalah kesiapan mental kita. Usahakan kita dalam kondisi relaks dan tidak tegang. Cara yang paling mudah adalah dengan melakukan relaksasi. Bagi kita yang menguasai teknik pemrograman kembali bawah sadar (*subconscious reprogramming*) kita dapat melakukan latihan negosiasi dalam pikiran bawah sadar kita, sehingga setelah melakukannya berkali-kali secara mental, kita menjadi lebih siap dan percaya diri.

Pembukaan

Mengawali sebuah negosiasi tidaklah semudah yang kita bayangkan. Kita harus mampu menciptakan atmosfer atau suasana yang tepat sebelum proses negosiasi dimulai. Untuk mengawali sebuah negosiasi dengan baik dan benar, kita perlu memiliki rasa percaya diri, ketenangan, dan kejelasan dari tujuan kita melakukan negosiasi. Ada tiga sikap yang perlu kita kembangkan dalam mengawali negosiasi yaitu : *pleasant* (menyenangkan), *assertive* (tegas, tidak plin-plan), dan *firm* (teguh dalam pendirian).

Senyum juga salah satu hal yang kita perlukan dalam mengawali sebuah negosiasi, sehingga hal tersebut akan memberikan perasaan nyaman dan terbuka bagi kedua pihak.

Berikut ada beberapa tahapan dalam mengawali sebuah negosiasi:

- Jangan memegang apa pun di tangan kanan anda ketika memasuki ruangan negosiasi;
- Ulurkan tangan untuk berjabat tangan terlebih dulu;
- Jabat tangan dengan tegas dan singkat;
- Berikan senyum dan katakan sesuatu yang pas untuk mengawali pembicaraan.

Selanjutnya dalam pembicaraan awal, mulailah dengan membangun *common ground*, yaitu sesuatu yang menjadi kesamaan antar kedua pihak dan dapat dijadikan landasan bahwa pada

dasarnya selain memiliki perbedaan, kedua pihak memiliki beberapa kesamaan yang dapat dijadikan dasar untuk membangun rasa percaya.

Memulai proses negosiasi

Langkah pertama dalam memulai proses negosiasi adalah menyampaikan (*proposing*) apa yang menjadi keinginan atau tuntutan kita. Yang perlu diperhatikan dalam proses penyampaian tujuan kita tersebut adalah:

- Tunggu saat yang tepat bagi kedua pihak untuk memulai pembicaraan pada materi pokok negosiasi;
- Sampaikan pokok-pokok keinginan atau tuntutan pihak anda secara jelas, singkat dan penuh percaya diri;
- Tekankan bahwa anda atau organisasi anda berkeinginan untuk mencapai suatu kesepakatan dengan mereka;
- Sediakan ruang untuk manuver atau tawar-menawar dalam negosiasi, jangan membuat hanya dua pilihan ya atau tidak;
- Sampaikan bahwa "jika mereka memberi Anda ini Anda akan memberi mereka itu." Sehingga mereka mengerti dengan jelas apa yang harus mereka berikan sebagai kompensasi dari apa yang akan kita berikan;
- Hal kedua dalam tahap permulaan proses negosiasi adalah mendengarkan dengan efektif apa yang ditawarkan atau yang menjadi tuntutan pihak lain. Mendengar dengan efektif memerlukan kebiasaan dan teknik-teknik tertentu. Seperti misalnya bagaimana mengartikan gerakan tubuh dan ekspresi wajah pembicara. Usahakan selalu membangun kontak mata dengan pembicara dan kita berada dalam kondisi yang relaks namun penuh perhatian.

Zona Tawar Menawar (*The Bargaining Zone*)

Dalam proses inti dari negosiasi, yaitu proses tawar menawar, kita perlu mengetahui apa itu *The Bargaining Zone* (TBZ). TBZ adalah suatu wilayah ruang yang dibatasi oleh harga penawaran pihak penjual (*Seller's Opening Price*) dan Tawaran awal oleh pembeli (*Buyer's Opening Offer*). Di antara kedua titik tersebut terdapat *Buyer's Ideal Offer*, *Buyer's Realistic Price* dan *Buyer's Highest Price* pada sisi pembeli dan *Seller's Ideal Price*, *Seller's Realistic Price* dan *Seller's Lowest Price* pada sisi pembeli.

Kesepakatan kedua belah pihak yang paling baik adalah terjadi di dalam wilayah yang disebut *Final Offer Zone* yang dibatasi oleh *Seller's Realistic Price* dan *Buyer's Realistic Price*. Biasanya kesepakatan terjadi ketika terdapat suatu overlap antara pembeli dan penjual dalam wilayah *Final Offer Zone*.

Membangun Kesepakatan

Babak terakhir dalam proses negosiasi adalah membangun kesepakatan dan menutup negosiasi. Ketika tercapai kesepakatan biasanya kedua pihak melakukan jabat tangan sebagai tanda bahwa kesepakatan (*deal or agreement*) telah dicapai dan kedua pihak memiliki komitmen untuk melaksanakannya.

Yang perlu kita ketahui dalam negosiasi tidak akan pernah tercapai kesepakatan kalau sejak awal masing-masing atau salah satu pihak tidak memiliki niat untuk mencapai kesepakatan. Kesepakatan harus dibangun dari keinginan atau niat dari kedua belah pihak, sehingga kita tidak bertepuk sebelah tangan.

Karena itu, penting sekali dalam awal-awal negosiasi kita memahami dan mengetahui sikap dari pihak lain, melalui apa yang disampaikan secara lisan, bahasa gerak tubuh maupun ekspresi wajah. Karena jika sejak awal salah satu pihak ada yang tidak memiliki niat atau keinginan untuk mencapai kesepakatan, maka hal tersebut berarti membuang waktu dan energi kita. Untuk itu perlu dicari jalan lain, seperti misalnya: *conciliation*, *mediation* dan *arbitration* melalui pihak ketiga.

Demikian sekilas mengenai negosiasi, yang tentunya masih banyak hal lain yang tidak bisa dikupas dalam artikel pendek. Yang penting bagi kita selaku praktisi mandiri, kita harus tahu bahwa negosiasi bukan hal yang asing.

Setiap kita adalah negosiator dan kita melakukannya setiap hari setiap saat. Selain itu negosiasi memerlukan karakter (artinya menggunakan seluruh hati dan pikiran kita), memerlukan penguasaan metoda atau pun teknik-tekniknya dan memerlukan kebiasaan dalam membangun perilaku bernegosiasi yang baik dan benar.

c. Praktik Teknik Komunikasi Efektif

Untuk mempraktikkan teknik komunikasi yang efektif, peserta diajak untuk melakukan simulasi dan *role play* pesan berantai. Setelah pesan disampaikan, peserta diminta untuk mendiskusikan manfaat komunikasi dalam menjual dan kemudian menuliskan poin-poin kunci jawabannya dalam kertas plano.

Dalam praktiknya, berikut adalah karakteristik praktik komunikasi yang efektif dan tidak efektif.

Praktik komunikasi yang efektif adalah sebagai berikut:

- Mendengar dengan aktif,
- Terampil dalam berbicara dan gaya bicara,
- Komunikasi non verbal: penampilan menarik, pakaian, pandangan mata, raut muka, sikap badan, suara, tulisan, senyum, jabatan tangan, ingat nama, tulus.

Praktik komunikasi yang tidak efektif adalah sebagai berikut:

- Bertele-tele,
- Malu-malu,
- Marah-marah,
- Maksud yang disampaikan tidak jelas,
- Tersembunyi maksud dan pesan,
- Non-verbal,
- Satu arah,
- Tidak responsif,
- Tidak nyambung,
- Tidak terbuka.

Proses komunikasi dalam menjual

Komunikasi memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap penjualan. Oleh karena itu seorang wirausahawan harus bisa melakukan komunikasi dan negosiasi yang efektif agar mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Proses komunikasi dalam menjual adalah sebagai berikut:



Gambar 35: Proses Komunikasi Dalam Menjual

- *Product Knowledge* (Pengetahuan produk): Pemahaman tentang jamban sehat mulai dari proses pembuatan, keunggulan, manfaat dan perawatan.
- *Prospecting* (Pangsa pasar): Identifikasi peluang pasar (banyak orang yang tidak punya jamban).
- *Approaching* (Pendekatan): Menemui pelaku kunci di wilayah terkait (misalnya: sanitarian puskesmas, kepala desa/dusun, kepala kampung, dll)
- *Data Finding* (Pendataan): Memanfaatkan data tentang warga yang belum memiliki jamban sebagai calon pelanggan.
- *Presentation/Demo* (Presentasi produk): Menjelaskan tentang produk kepada beberapa calon pelanggan
- *Trial Closing* (Mencoba menawarkan (negosiasi)): Mempengaruhi calon pelanggan untuk menggunakan produk (salah satu cara adalah mengajak, melihat lokasi jamban yang akan dibangun)
- *Closing the Sales* (Penjualan): Melakukan proses transaksi penjualan jamban dengan mengisi form "sales orders"
- *Follow Up* (Kunjungan ulang): dilakukan pada orang yang sudah memesan atau pada orang yang belum memesan (salah satu cara adalah kunjungan langsung atau melalui telepon)

B. POKOK BAHASAN 2: TEKNIK PRESENTASI PRODUK DAN JASA STBM

a. Jenis-Jenis Teknik Presentasi

Beberapa hal penting yang perlu dilakukan sebelum presentasi:

- 1) *Prepare* (siapkan): konsep, data, tim negosiasi,
- 2) *Predict* (perkiraan): sikap, argumentasi,
- 3) *Plan* (rencanakan): target minimum, solusi,
- 4) *Control* (kendalikan): disiplin, emosi,
- 5) *Coordinate* (koordinasikan): siapa juru bicara, informasikan hasil negosiasi.

Kualitas proses presentasi tergantung kepada:

- 1) Efektifitas (kualitas hasil),
- 2) Efisiensi (waktu yang diperlukan),
- 3) Suasana negosiasi (kualitas hubungan).

Pada saat presentasi produk, **JANGAN:**

- Terpancing emosi,
- Larut dalam pembicaraan yang tidak berguna,
- Saling berbantah di depan tim pengusaha,
- Menunda waktu berbicara.

Agar presentasi efektif, seorang wirausaha hendaklah memperhatikan hal-hal berikut pada saat pertemuan dengan calon konsumen:

- Tepat waktu, agar sudah hadir sebelum waktu yang ditentukan,
- Saat pertemuan:
 - o Didahului salam yang hangat: jabat tangan dan senyum,
 - o Awali pembicaraan yang menyenangkan,
 - o Uraikan secara jelas & singkat maksud dan tujuan,
 - o Beri kesempatan untuk menanggapi,
 - o Ikuti pembicaraan & ditanggapi dengan halus dengan menyanjung,
 - o Membuat usulan yang menarik.

Untuk mengetahui teknik presentasi yang dimiliki dan biasa dipraktikkan peserta, fasilitator bisa mengajukan pertanyaan kepada peserta, misalnya bagaimana cara mereka memperkenalkan produk kepada calon pelanggan, termasuk dengan mencari tahu alat bantu yang biasa dipakai peserta dan hal-hal apa yang menjadi pertimbangan ketika menentukan isi pesan.

Secara umum, seorang wirausaha STBM harus memiliki 4 kemampuan dasar presentasi, yaitu:

- 1) Informasi yang akurat,
- 2) Ilmu pengetahuan yang cukup,
- 3) Dapat membaca situasi,
- 4) Bijak dan arif.

b. Presentasi Untuk Berkomunikasi dan Negosiasi

Untuk mempraktikkan teori komunikasi dan negosiasi, peserta diajak untuk melakukan simulasi menjual produk jamban sehat, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Pilihlah dua orang peserta untuk menjadi relawan simulasi presentasi produk,
- 2) Bagilah peran dimana satu orang berperan sebagai pelanggan (yang belum punya jamban) dan satu orang lagi sebagai tenaga pemicu, tenaga promosi yang ahli dalam produk dan penjualan jamban,
- 3) Sediakan kursi di depan sebagai tempat simulasi,
- 4) Setelah semua siap, persilahkan kepada peserta relawan untuk memulai simulasi, kemudian peserta simulasi ditambah satu demi satu sebagai penjual dan pembeli,
- 5) Peserta yang lain diminta untuk menjadi pengamat.

Panduan simulasi terlampir.

c. Hambatan-Hambatan Presentasi dan Cara Mengatasinya

Masalah yang biasa dihadapi dalam presentasi

- Demam panggung,
- Tidak siap mental,
- Tidak/kurang menguasai materi,
- Takut, kurang berpengalaman,
- Malu,
- Dll.

Cara mengatasinya:

- Kuasai materi, percaya diri dan yakin bahwa kitalah yang akan mengendalikan presentasi,
- Tumbuhkan keakraban, bicara teratur, persuasif, dan gunakan bahasa non-verbal yang baik, misalnya tersenyum, melihat calon konsumen, tidak menunduk, intonasi suara yang jelas, menggunakan pakaian yang sesuai dengan calon konsumen, dll.,
- Dengarkan pertanyaan dengan baik dan berikan tanggapan yang baik.

d. Hubungan Antara Prinsip AIDA (Attractive-Interest-Desire-Action), *Product Knowledge*, dan Teknik Presentasi Produk

AIDA adalah konsep pemasaran yang bisa dipakai untuk memudahkan wirausaha memahami dan menjalankan usahanya.

- a. *A = Attractive*
Produk yang ditawarkan harus menarik perhatian calon konsumen
- b. *I = Interest*
Setelah memperhatikan produk yang ditawarkan, konsumen hendaknya tertarik untuk mengenal lebih jauh produk yang ditawarkan.
- c. *D = Desire*
Konsumen kemudian punya keinginan untuk memiliki produk yang ditawarkan tersebut.
- d. *A = Action*
Didorong keinginan yang kuat, konsumen kemudian membeli produk yang ditawarkan.

Berdasarkan prinsip AIDA, wirausaha perlu melengkapi konsumen dengan pengetahuan dasar tentang produk tersebut, yang disampaikan/dipresentasikan kepada calon konsumen dengan baik. Konsumen hanya akan membeli produk jika dia tahu, tertarik, dan ingin membeli produk tersebut.

C. POKOK BAHASAN 3 : PERANGKAT PENJUALAN HARIAN

a. Pengertian Perangkat Penjualan Harian

Perangkat penjualan harian adalah instrumen atau alat-alat yang digunakan untuk membantu wirausaha mencatat penjualan yang dia lakukan sehari-hari. Dengan adanya catatan yang rapi, wirausaha bisa dengan mudah menghitung penjualan, pengeluaran, keuntungan, catatan hutang, dan merencanakan strategi penjualan yang lebih baik pada hari-hari berikutnya.

Perlu diingat, bahwa sebelum melakukan penjualan harian, wirausaha sebaiknya melakukan beberapa kegiatan sebagai berikut:

- a. Siapkan Data Calon Pelanggan,
- b. Siapkan Formulir Laporan Harian dan Formulir Order Penjualan,
- c. Tentukan Target Penjualan Harian,
- d. Lakukan Kunjungan Harian,
- e. Catat Order Penjualan pada Formulir Order Penjualan,
- f. Kelola hubungan Pelanggan (berkelanjutan).

Dengan pencatatan yang jelas dan rapi, wirausaha bisa menjalankan bisnisnya dengan baik dan bisa merencanakan pengembangan usahanya di masa depan.

b. Jenis-Jenis Perangkat Penjualan Harian

Dalam melakukan wirausaha STBM, seorang wirausaha hendaknya dilengkapi dengan perangkat penjualan harian. Secara umum, ada tiga perangkat penjualan harian, yaitu:

1. Formulir Laporan Harian berfungsi untuk:
 - a. Sebagai dokumen catatan pelanggan,
 - b. Sebagai dokumen pendukung media komunikasi dengan pelanggan,
 - c. Memotivasi pengusaha sanitasi,
 - d. Sebagai bahan evaluasi kinerja penjualan.
2. Formulir Order Penjualan berfungsi untuk:
 - a. Untuk mencatat bukti pesanan,
 - b. Untuk mencatat bukti pembayaran,
 - c. Untuk mencatat sistem pembayaran (tunai atau kredit),
 - d. Sebagai alat evaluasi order penjualan,
 - e. Sebagai alat pengendalian piutang
3. Kwitansi berfungsi untuk:
Sebagai alat bukti pembayaran.

c. Cara Penggunaan Perangkat Penjualan Harian.

Untuk mengisi formulir perangkat penjualan harian, peserta harus mengisi semua bagian formulir (terlampir) dengan rapi. Harus diingat bahwa tidak boleh ada bagian yang kosong atau tidak diisi.

Poin-poin yang harus diisi:

Formulir Laporan Harian:

- a. Hari, tanggal, bulan, dan tahun harus terisi,
- b. Kode formulir harus terisi (agar tertib administrasi),
- c. Nama penjual dan tanda tangan penjual sebagai bukti pertanggung jawaban,
- d. Nama, alamat, nomor telepon, respon, dan tanda tangan pelanggan,
- e. Tanda tangan manager atau pimpinan.

Formulir Order Penjualan:

- a. Hari, tanggal, bulan, dan tahun harus terisi,
- b. Kode formulir harus terisi (agar tertib administrasi),
- c. Nama penjual dan tanda tangan penjual sebagai bukti pertanggung jawaban,
- d. Nama, alamat, nomor telepon, dan tanda tangan pelanggan,
- e. Tipe produk, nama, harga (Rp), dan jumlah (unit),
- f. Jumlah pembayaran (tunai), jumlah pembayaran uang muka (kredit), sisa angsuran, besar angsuran, dan lama waktu angsuran (berapa kali),
- g. Tanda tangan manager atau pimpinan dan stempel perusahaan.

Kwitansi, yaitu:

- a. Hari, tanggal, bulan, dan tahun harus terisi,
- b. Kode kwitansi harus terisi (agar tertib administrasi),
- c. Nama penjual dan tanda tangan penjual sebagai bukti pertanggung jawaban,
- d. Sudah terima dari (nama pelanggan),
- e. Jumlah pembayaran (Rp),
- f. Untuk pembayaran pembelian produk dengan tipe, jumlahunit, harga (jika tunai),
- g. Jika pembayaran secara kredit, maka dalam kwitansi di tulis: Pembayaran uang muka sebesar Rp..... dan sisanya akan diangsur berapa kali,
- h. Tanda tangan penerima uang dan stempel perusahaan,
- i. Kwitansi dibuat rangkap sesuai keperluan, misalnya: satu untuk perusahaan dan satu untuk pembeli.

D. POKOK BAHASAN 4: TEKNIK PROMOSI KREATIF

a. Pengertian Teknik Promosi Kreatif.

Promosi adalah salah satu bauran pemasaran yang penting untuk memudahkan wirausaha menginformasikan produk dan jasa yang ditawarkannya, mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli, sekaligus alat untuk memberikan informasi singkat mengenai jenis barang atau jasa yang ditawarkan.

Untuk memikat hati calon konsumen, wirausahawan harus bisa melakukan promosi yang kreatif karena biasanya konsumen memiliki beragam pilihan produk, jasa maupun wirausaha yang ingin mereka pilih.

Beberapa hal penting yang perlu dicatat terkait sistem penjualan kreatif:

- Sistem penjualan kreatif adalah bagaimana menjual produk (dalam hal ini adalah jamban) dalam kemasan yang menarik sehingga pelanggan tertarik untuk membeli.
- Sistem penjualan kreatif tidak terpaku pada suatu sistem tertentu, namun tergantung dari kreatifitas masing-masing individu.
- Salah satu teknik promosi kreatif yang akan dijelaskan adalah sistem penjualan arisan.

b. Jenis-Jenis Promosi Kreatif

Ada banyak jenis promosi kreatif. Salah satu contoh yang telah sukses dilakukan dalam pemasaran produk sanitasi jamban sehat adalah sistem arisan jamban sehat.

Sistem arisan jamban sehat memfasilitasi masyarakat yang belum memiliki jamban untuk mencilil biaya pembuatan jamban melalui arisan. Beberapa lokasi di Jawa Timur mempraktikkan sistem ini, dimana masyarakat mencilil sebesar Rp. 1000,- per hari. Ketika mereka mendapat arisan, uang arisan diberikan dalam bentuk jamban sehat.

Berikut adalah langkah-langkah pokok dalam menyelenggarakan arisan jamban sehat:

1. Memfasilitasi identifikasi jumlah warga yang belum memiliki jamban sehat,
2. Memfasilitasi pembentukan kelompok-kelompok arisan jamban sehat,
3. Memfasilitasi kesepakatan besaran iuran,
4. Memfasilitasi pelaksanaan pembangunan jamban sehat.

c. Pembuatan Brosur Sebagai Sarana Promosi

Untuk mempromosikan produk yang dimilikinya, seorang wirausaha bisa membuat brosur ataupun media promosi lainnya. Seperti dibahas di atas, konsumen hanya akan membeli suatu produk jika dia tahu produknya, tertarik, dan memiliki hasrat untuk membelinya. Brosur, bisa menjadi salah satu alat promosi penjualan.

Berikut langkah-langkah pembuatan brosur dengan konsep AIDA:

a. A = *Attractive*

Brosur yang dibuat harus menimbulkan ketertarikan bagi yang membacanya.

b. I = *Interest*

Setelah timbul ketertarikan, pembaca akan memiliki keinginan untuk memiliki barang yang dipromosikan.

c. D = *Desire*

Berawal dari keinginan yang biasa saja pada awalnya, akan timbul keinginan yang sangat kuat untuk memiliki barang tersebut.

d. A = *Action*

Karena didorong oleh keinginan yang kuat, maka pembaca akan melakukan action yaitu dengan membeli barang tersebut.

VIII. REFERENSI

1. WSP-EAP, Buku Panduan Pengembangan dan Penggunaan Modul Pelatihan Wirausaha Sanitasi, Jakarta: 2012.
2. WSP-EAP, Panduan Penyelenggaraan Pelatihan Wirausaha Sanitasi, Jakarta: 2012.
3. Kemenkes RI, Buku Sisipan STBM: Kurikulum dan Modul Pelatihan Fasilitator Pemberdayaan Masyarakat di Bidang Kesehatan, Jakarta: 2013.
4. Prijaksono, Aribowo dan Sembel, Roy, Indonesia Learning Institute, Teknik Negosiasi, <http://www.p2kp.org/pengaduandetil.asp?mid=5&catid=6>, akses 10 September 2013
5. Sudarismas, Marsudi, Penyampaian Presentasi. Diakses dari <http://psdg.bgl.esdm.go.id/makalah/Presentasi%20Efektif.pdf>, akses 10 September 2013

IX. LAMPIRAN

A. PANDUAN SIMULASI

Langkah-langkah Simulasi:

1. Simulasi ini membutuhkan keterlibatan dari 5 peserta, namun di awal fasilitator hanya menginformasikan kepada 2 peserta yang bersedia menjadi sukarelawan. 3 orang peserta lain akan diminta untuk menjadi bagian dari simulasi di pertengahan dengan karakter yang telah ditentukan. Simulasi ini membutuhkan waktu maksimal 30 menit.
2. Skenario keseluruhan simulasi tidak diinformasikan kepada peserta.
3. Fasilitator meminta 2 orang peserta (A dan B) untuk menjadi sukarelawan dalam simulasi teknik presentasi produk. Sedangkan peserta lain diminta untuk menjadi pengamat.
4. Fasilitator meminta salah seorang peserta (A) berperan menjadi warga yang belum punya jamban dan pemandu menjadi pelaku pemicu/promosi dengan menjelaskan 2 hal berikut: (1) dampak tinja, dan (2) akibat tinja, tanpa menyebutkan kalimat "menjual jamban". Lakukan simulasi selama maksimal 5 menit.
5. Kemudian fasilitator meminta untuk bertukar peran, peserta A menjadi pelaku pemicu dan peserta B menjadi warga yang belum punya jamban. Mintalah kedua peserta melakukan simulasi yang sama, peserta A menjelaskan 2 hal berikut: (1) dampak tinja, dan (2) akibat tinja, tanpa menyebutkan kalimat "menjual jamban". Dan peserta B sulit diyakinkan untuk berubah. Berikan waktu selama maksimal 10 menit.
6. Setelah 10 menit, fasilitator meminta peserta lain (C) yang tidak diinformasikan sebelumnya untuk menjadi pasangan peserta B (suami/istri), pilihlah peserta dengan gender yang berbeda dengan peserta B. Pemandu meminta peserta C untuk menjadi faktor penghambat dan tidak mendukung semua yang dijelaskan oleh peserta A (tenaga pemicu) dengan berbagai alasan. Berikan waktu selama maksimal 5 menit.
7. 5 menit kemudian, mintalah peserta lain (D) untuk menjadi anak pasangan peserta B dan C. Fasilitator meminta peserta D untuk menjadi faktor pendukung dengan mendukung semua yang dijelaskan oleh peserta A (tenaga pemicu) dengan alasan-alasan yang rasional dan logis (masuk akal). Berikan waktu selama maksimal 5 menit.

8. 5 menit kemudian, mintalah peserta lain (E) untuk menjadi orang tua (bapak/ibu) dari seperti B. Fasilitator meminta peserta E menjadi penasihat yang menasihati anaknya (peserta B) dengan menegaskan manfaat dan kebaikan BAB di jamban. Berikan waktu selama maksimal 3 menit.
9. Setelah 3 menit diharapkan peserta B sudah memutuskan untuk berubah dan mau menggunakan jamban. Jika belum, agar simulasi tidak berkepanjangan pemandu meminta peserta B untuk menentukan keputusan. Peserta diminta untuk kembali ke tempat duduknya masing-masing.
10. Fasilitator meminta peserta untuk merefleksikan dan menarik pembelajaran dari simulasi yang telah dilakukan di dalam kelompok.
11. Fasilitator membagi peserta dalam 4 kelompok, mintalah masing-masing kelompok menjawab pertanyaan berikut dalam waktu 10 menit dalam kertas plano:
 - a. Bagaimana cara tenaga pemicu (peserta A) meyakinkan calon pelanggan (peserta B)?
 - b. Apa hambatan yang dialami oleh tenaga pemicu (peserta A) dalam meyakinkan calon pelanggan (peserta B)?
 - c. Apa yang dilakukan tenaga pemicu (peserta A) untuk mengatasi hambatan tersebut?
 - d. Apa faktor yang paling menentukan dalam pengambilan keputusan warga yang tidak punya jamban (peserta B)?
12. Mintalah masing-masing kelompok untuk menjelaskan hasil diskusinya, masing-masing kelompok diberikan waktu 5 menit untuk menjelaskan. Fasilitator mencatat poin-poin kunci dalam kertas plano. Setelah semua peserta selesai berilah kesempatan peserta untuk meminta klarifikasi.
13. Dari hasil jawaban peserta, fasilitator memfasilitasi peserta untuk menarik pembelajaran kunci dari proses simulasi.

Poin Kunci:

Hasil diskusi peserta akan menggiring ke pemahaman berikut yang akan ditegaskan kembali menggunakan media bantu:

1. Teknik komunikasi yang digunakan: apakah menggunakan teknik yang efektif atau tidak.
2. Teknik presentasi yang digunakan: apakah menggunakan teknik presentasi dan menerapkan karakter presenter yang baik dalam berkomunikasi.
3. Pada saat menemui hambatan: apakah peserta tetap memiliki sikap positif (tidak menyerah, tidak terpancing emosi, dll) dan menerapkan strategi dan taktik yang tepat.
4. Faktor penentu: apakah produk dan penjelasannya menarik (*attractive*) dan memunculkan minat (*interest*), kemudian menumbuhkan keinginan (*desire*) dan tindakan (*action*) calon pelanggan untuk berubah dan menggunakan jamban.
5. Atau ada faktor penentu lain yang harus didekati (*approach*) oleh pelaku pemicuan atau wirausaha sanitasi.

B. LEMBAR PENUGASAN

a. Formulir Laporan Harian

No : Area :
Nama Penjual : Kota :
Team : Wilayah :

LAPORAN HARIAN

No	Nama Pelanggan	Alamat	No Telepon	Pertemuan ke: dan Respon Singkat	Paraf

Catatan Penting :	Penjual	Penjual	Target Order
	()	()	Order hari Ini :
			Pasang Hari ini :
			Total Pasang :

b. Formulir Pesanan

Nama Pelanggan : No Order :
 Alamat : Tgl Kirim :
 Telp : Marketing :

Unit	Tipe	Nama Barang	Harga Satuan	Jumlah
Keterangan :			Total	
			Uang Muka	
			Sisa	

Terbilang : (.....)
 (.....)

- Pembatalan oleh pemesan, UM tidak dikembalikan Tgl
- Surat pesanan berlaku 1 bulan setelah ditandatangani
- Sisa pembayaran dilunasi pada saat selesai pekerjaan

Marketing

Sales Manager

Pemesan

(.....) (.....) (.....)

c. Kuitansi

Terima dari :

Jumlah Uang 

Untuk Pembayaran :

Terbilang Rp. 

....., Tgl.....

(.....)

MODUL MI.8

Praktik Menjual dan Produksi

MI.8
PRAKTIK MENJUAL
DAN PRODUKSI

MODUL MI.8 - PRAKTIK MENJUAL DAN PRODUKSI	183
I. DESKRIPSI SINGKAT	183
II. TUJUAN PEMBELAJARAN.....	183
A. Tujuan Pembelajaran Umum.....	183
B. Tujuan Pembelajaran Khusus	183
III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN.....	183
A. Pokok Bahasan 1: Teknik Menjual	183
a. Persiapan pelaksanaan praktik menjual,	183
b. Pelaksanaan praktik menjual,	183
c. Pembelajaran praktik menjual.	183
B. Pokok Bahasan 2: Teknik Produksi	183
a. Persiapan pelaksanaan praktik produksi	183
b. Pelaksanaan praktik produksi	183
c. Pembelajaran praktik produksi	183
IV. BAHAN BELAJAR	183
V. METODE PEMBELAJARAN	183v
VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN	184
A. Langkah 1: Pengkondisian (45 menit).....	184
B. Langkah 2: Pengkajian Pokok Bahasan (360 menit)	184
C. Langkah 3: Rangkuman (45 menit).....	184
VII. URAIAN MATERI	184
A. POKOK BAHASAN 1: TEKNIK MENJUAL.....	184
a. Persiapan Pelaksanaan Praktik Menjual	184
b. Pelaksanaan Praktik Menjual	185
c. Pembelajaran Praktik Menjual	185
B. POKOK BAHASAN 2: TEKNIK PRODUKSI.....	186
a. Persiapan Pelaksanaan Praktik Produksi.....	186
b. Pelaksanaan Praktik Produksi	188
c. Pembelajaran Praktik Produksi.....	189
VIII. REFERENSI.....	190
IX. LAMPIRAN	190
A. PEDOMAN PRAKTIK LAPANG	190
B. LEMBAR KERJA.....	194
a. Lembar Data Calon Pelanggan dan Pelanggan	194
b. Formulir Laporan Harian.....	195
c. Formulir Pesanan	196
d. Kuitansi.....	196

MODUL MI.8

PRAKTIK MENJUAL DAN PRODUKSI

I. DESKRIPSI SINGKAT

Pada modul ini peserta akan mempraktikkan pengetahuan dan keterampilan yang didapat sebelumnya dalam proses menjual dan memproduksi produk dan jasa STBM. Peserta akan mempraktikkan langsung ke masyarakat sehingga peserta terampil dalam melakukan praktik menjual dan kemudian memproduksi produk dan jasa STBM yang dibeli oleh konsumen. Dalam pelatihan ini, produk dan jasa STBM yang akan dijual dan diproduksi adalah jamban sehat. Setelah praktik kerja, peserta diharapkan mampu mengambil pembelajaran dari praktik menjual dan memproduksi jamban sehat.

II. TUJUAN PEMBELAJARAN

A. Tujuan Pembelajaran Umum

Setelah mengikuti materi ini peserta mampu mempraktikkan teknik menjual dan memproduksi produk STBM jamban sehat.

B. Tujuan Pembelajaran Khusus

Setelah mengikuti materi ini peserta mampu:

1. Mempraktikkan teknik menjual,
2. Mempraktikkan teknik produksi.

III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN

A. Pokok Bahasan 1: Teknik Menjual

- a. Persiapan pelaksanaan praktik menjual,
- b. Pelaksanaan praktik menjual,
- c. Pembelajaran praktik menjual.

B. Pokok Bahasan 2: Teknik Produksi

- a. Persiapan pelaksanaan praktik produksi
- b. Pelaksanaan praktik produksi
- c. Pembelajaran praktik produksi

IV. BAHAN BELAJAR

Modul, formulir penjualan harian, formulir order, formulir kwitansi, brosur, bahan pembuatan jamban sehat, pedoman praktik lapang, kertas plano, spidol, flipchart, LCD.

V. METODE PEMBELAJARAN

Diskusi Kelompok dan praktik kerja lapang.

VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN

Jumlah jam yang digunakan dalam modul ini adalah sebanyak 10 jam pelajaran (T=1jp, P=0jp, PL=9jp) @45 menit. Untuk mempermudah proses pembelajaran dan meningkatkan partisipasi seluruh peserta, dilakukan langkah-langkah kegiatan sebagai berikut:

A. Langkah 1: Pengkondisian (45 menit)

1. Pada tahap ini, peserta melakukan persiapan-persiapan untuk praktik menjual dan memproduksi jamban sehat,
2. Peserta menyiapkan alat-alat, bahan-bahan, dan formulir-formulir yang perlu dibawa ke lapangan.

B. Langkah 2: Pengkajian Pokok Bahasan (360 menit)

1. Peserta mempraktikkan:
 - Teknik menjual : 135 menit
 - Teknik produksi : 225 menit
2. Fasilitator mendampingi praktik kerja lapang.

C. Langkah 3: Rangkuman (45 menit):

1. Setelah kembali dari lapangan, peserta diminta untuk merefleksikan pengalaman, hambatan, tantangan, temuan, dan persepsi yang mereka dapat dari praktik kerja lapang menjual dan memproduksi jamban.

VII. URAIAN MATERI

A. POKOK BAHASAN 1: TEKNIK MENJUAL

a. Persiapan Pelaksanaan Praktik Menjual

Langkah-langkah yang harus dilakukan sebelum melakukan praktik menjual yaitu:

- Memastikan peta sosial sudah tersedia. Peta sosial merupakan peta yang menunjukkan kondisi sosial suatu daerah. Pada pelatihan ini peta sosial memberikan informasi berapa rumah tangga yang belum memiliki jamban dan letaknya di dalam peta,
- Memastikan transportasi untuk menuju tempat praktik penjualan,
- Memastikan konsumsi saat di lapangan,
- Memastikan kelengkapan peserta untuk pelatihan sesuai dengan arahan pada saat materi Persiapan Praktik Menjual,
- Memastikan jumlah peserta dan ketua tiap-tiap kelompok agar bertanggung jawab terhadap semua anggota kelompoknya.

Alat-alat yang dibutuhkan untuk praktik menjual:

1. Laporan Harian
Laporan harian diisi dengan catatan kegiatan menjual, meliputi biodata pelanggan, area penjualan, target order dan realisasi.
2. *Sales order*
Sales order diisi dengan penjualan yang telah berhasil dilakukan.

3. Brosur produk dan harganya

Terkait harga, perlu disiapkan kesepakatan harga jamban dan DP (uang muka) minimal untuk tiap-tiap tipe dan *bonus* kepada peserta yang berhasil menjual jamban.

Contoh kesepakatan harga :

- Tipe 3-3-1, harga Rp 1.500.000,-. Uang Muka minimal Rp 200.000,- (dengan sistem angsuran).
- Bonus peserta yang berhasil menjual jamban yaitu sebesar Rp 50.000,-

b. Pelaksanaan Praktik Menjual

Berikut adalah langkah-langkah melakukan praktik menjual jamban sehat :

1. Setelah peserta sampai pada tempat praktik menjual, bariskan kembali peserta sesuai kelompok masing-masing. Pastikan pendamping kelompok mendampingi kelompok masing-masing.
2. Jika ada pendamping dari tempat/kelurahan tempat praktik menjual, maka pastikan sudah dibagi ke dalam masing-kelompok. Jelaskan bahwa waktu praktik menjual adalah 135 menit.
3. Setelah siap, praktik menjual bisa dimulai sesuai pembagian tempat menjual.
4. Saat praktik menjual hal yang perlu dilakukan yaitu mencatat :
 - Jumlah yang dikunjungi, jumlah yang berhasil ditemui dan tidak berhasil ditemui?
 - Berapa jumlah presentasi yang berhasil dilakukan?
 - Berapa orang yang tertarik setelah mendengarkan presentasi?
 - Berapa jumlah pemesanan yang berhasil dilakukan (order)?
5. Kewajiban peserta yang harus dilakukan yaitu :
 - Semua peserta diharapkan berpartisipasi aktif, memahami semua peralatan dan material yang digunakan dan memahami cara penggunaannya.
 - Peserta wajib terlibat dalam proses pembuatan jamban sehat.
 - Peserta wajib mencatat kejadian menarik untuk didiskusikan saat refleksi
6. Setelah waktu berjalan selama 100 menit, ingatkan semua pendamping kelompok untuk segera mengajak kelompoknya kembali ke tempat awal berkumpul.
7. Setelah semua kelompok berkumpul, beri waktu ISHOMA selama 60 menit. setelah itu kumpulkan kembali peserta

c. Pembelajaran Praktik Menjual

Pembelajaran praktik menjual dilakukan untuk membahas apa yang dialami peserta saat praktik menjual dan produksi. Oleh karena itu, bagian ini akan dilakukan di kelas, setelah kembali dari lokasi praktik kerja lapang.

Langkah-langkah dalam refleksi praktik menjual adalah:

1. Masing-masing kelompok membahas apa yang dialami pada waktu praktik menjual, meliputi :
 - Berapa total pelanggan yang berhasil ditemui,
 - Berapa total pelanggan yang melakukan pesanan pembuatan jamban,
 - Apa kendala selama proses praktik menjual dan solusinya,
 - Apa temuan menarik selama proses praktik menjual.

2. Peserta kemudian diminta untuk mempresentasikan pengalamannya di lapangan kepada peserta lainnya. (*window-shopping/pasar informasi*)

B. POKOK BAHASAN 2: TEKNIK PRODUKSI

a. Persiapan Pelaksanaan Praktik Produksi

Untuk praktik produksi, pertama sekali perlu ditentukan pendamping dan material untuk masing-masing kelompok:

- a. Pasir →.....
- b. Semen →.....
- c. Air →.....
- d. Beton Nesor →.....
- e. Paralon →.....
- f. Klosed →.....
- g. Dst...

Masing-masing kelompok perlu menyiapkan dan mengecek kembali materal dan peralatan yang dibutuhkan untuk pembuatan 1 unit jamban yang terdiri dari :

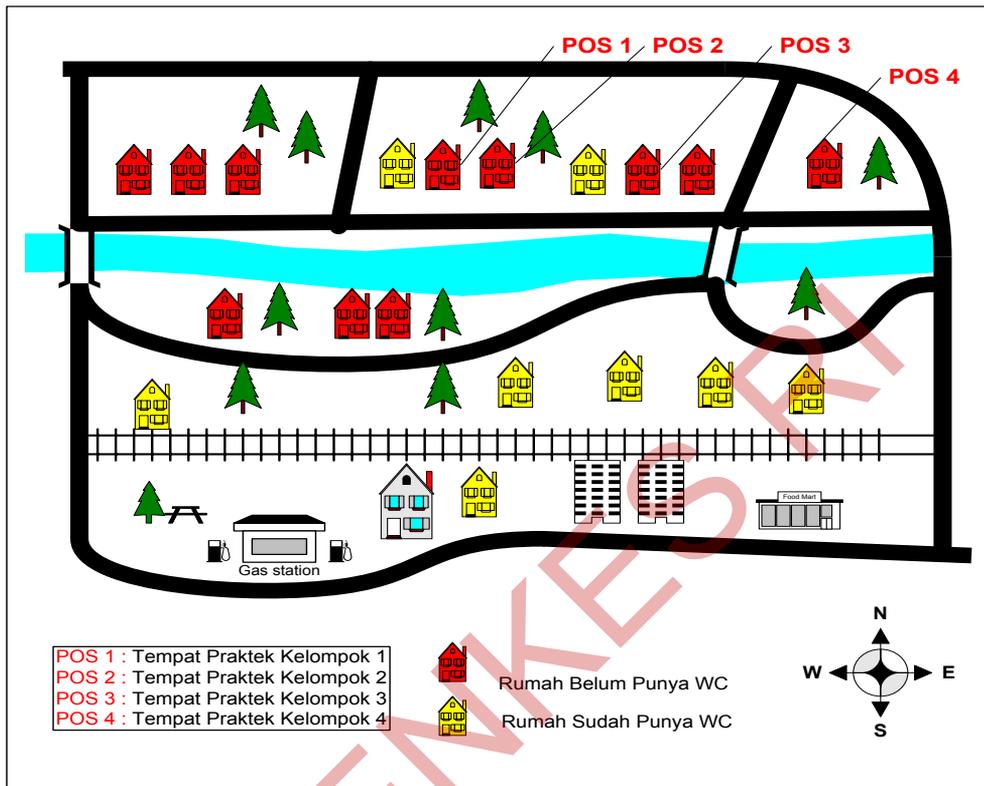
Bahan	Jumlah	Satuan
Pasir	0.3	rit
Semen	4.0	Sak
Closet	1.0	unit
Pipa 2"	0.5	unit
Pipa 3"	1.0	unit
Knee 3"	1.0	unit
T 2"	1.0	unit
Besi alas	1.0	unit
Besi tutup	1.5	unit

Tabel 8: Material Praktik Lapang

No	Peralatan	Kebutuhan	Harga
1	Cangkul	1 unit	
2	Sekrok	1 unit	
3	Sekop	1 unit	
4	Linggis	1 unit	
5	Meteran	1 unit	
6	Betel Cor	1 unit	
7	Cetok	1 unit	
8	Palu	1 unit	
9	Kasutan	1 unit	
10	Water pas	1 unit	
11	Timba	1 unit	
12	Cetakan dalam 1 m Septictank	1 set	
13	Cetakan dalam 0,5 m Septictank	1 set	
14	Cetakan luar 0,5 m Septictank	1 set	
15	Cetakan dudukan Kloset	1 set	
16	Cetakan tutup septictank	1 set	
Total Investasi Peralatan			Rp -

Tabel 9: Investasi Peralatan

Berikutnya adalah pembagian tempat praktik untuk tiap-tiap kelompok. Berikut ini adalah contoh peta untuk pembagian daerah:



Gambar 35: Peta Sosial

b. Pelaksanaan Praktik Produksi

Langkah proses produksi jamban sehat adalah sebagai berikut:

1. Penggalian lubang
2. Pengecoran bagian bawah,
3. Pelepasan cetakan,
4. Pemasangan pipa paralon dan kloset,
5. Pemasangan tutup.

Langkah-langkah yang harus dilakukan untuk melakukan praktik produksi dan instalasi jamban yaitu sebagai berikut :

- Memastikan kepada pihak tempat yang akan mejadi tempat praktik produksi dan instalasi jamban mengenai jadwal kedatangan dan agenda yang akan dilakukan,
- Memastikan peralatan dan material untuk praktik produksi dan intalasi jamban sudah tersedia di tempat praktik,
- Memastikan *banner* petunjuk tahapan-tahapan pembuatan jamban sudah terpasang di tiap -tiap pos praktik,

- Memastikan tukang yang akan membantu praktik sudah siap di lapangan,
- Memastikan transportasi untuk menuju tempat praktik produksi dan instalasi jamban,
- Memastikan konsumsi saat di lapangan,
- Memastikan kelengkapan peserta untuk pelatihan sesuai dengan arahan pada saat materi Persiapan Praktik Produksi dan Instalasi Jamban,
- Memastikan jumlah peserta dan ketua tiap-tiap kelompok agar bertanggung jawab terhadap semua anggota kelompoknya,
- Saat praktik, satu kelompok akan berada pada satu pos yang telah ditentukan sebelumnya oleh panitia. Kelompok tersebut akan berada pada pos yang sama untuk melakukan proses produksi dan instalasi jamban mulai dari awal hingga akhir proses (tidak berpindah-pindah antar pos),
- Saat peserta melakukan praktik produksi dan instalasi jamban, harus didampingi minimal satu fasilitator yang berpengalaman dalam proses instalasi jamban. Tugasnya yaitu untuk memastikan proses pembuatan jamban sesuai dengan standar pembuatan jamban sehat yang telah dijelaskan pada materi Pengenalan Produk dan Proses Instalasi,
- Fasilitator yang mendampingi masing-masing kelompok harus memastikan waktu untuk praktik sehingga dapat berjalan sesuai jadwal yang telah disepakati (tidak molor),
- Setelah praktik selesai, fasilitator pendamping tim dibantu ketua kelompok memastikan kelengkapan jumlah anggota sebelum kembali ke tempat pelatihan (ruang kelas).

c. Pembelajaran Praktik Produksi

Pembelajaran praktik produksi dilakukan untuk membahas apa yang dialami peserta saat praktik menjual dan produksi. Oleh karena itu, bagian ini akan dilakukan di kelas, setelah kembali dari lokasi praktik kerja lapangan. (*window shopping/pasar informasi*)

Langkah-langkah dalam pembelajaran praktik produksi adalah:

1. Masing – masing kelompok membahas apa yang dialami pada waktu praktik menjual, sehingga mampu menemukan solusi dan kesimpulan atas pengalaman mereka di lapangan. Isu yang dibahas dibagi menjadi empat jendela meliputi :
 - Proses praktik,
 - Kendala dan solusinya,
 - Temuan menarik,
 - Pembelajaran selama praktik.
2. Peserta kemudian diminta untuk mempresentasikan pengalamannya di lapangan kepada peserta lainnya.

VIII. REFERENSI

1. WSP-EAP, *Sanitation Marketing*, Jakarta: 2011.
2. Jefi Nur Cahyo, ITS, Penerapan Value Engineering untuk Produk Jamban Sehat. Jefi Nur Cahyo. Surabaya: 2012.
3. Arif Zarkasih, ITS, Analisis Feasibility and Bankability Wirausaha Sanitasi. Arif Zarkasih, Surabaya: 2012.
4. Kemenkes RI, Panduan Praktik Kerja Lapangan Pelatihan Fasilitator Pemberdayaan Kesehatan Masyarakat, Jakarta: 2013.

IX. LAMPIRAN

A. PEDOMAN PRAKTIK LAPANG

PRAKTIK LAPANG

Tujuan

- Peserta bisa menjelaskan urutan proses produksi dan komponen-komponen yang digunakan dalam produk jamban sehat,
- Peserta terampil melakukan penjualan dan proses produksi produk,
- Peserta memperoleh pengalaman melakukan penjualan dan produksi jamban.

Kegiatan Belajar:

Kegiatan lapangan praktik menjual dan produksi jamban sehat.

Materi

Praktik menjual dan produksi jamban sehat.

Waktu

270 menit

Perlengkapan

Sales order

Laporan Harian

kwitansi

Peralatan Produksi jamban sesuai persiapan praktik

Proses

Langkah-langkah	Waktu
Pengantar	5'
Sampaikan salam kepada peserta dan sampaikan bahwa tujuan kegiatan ini adalah untuk mempraktikkan teori yang sudah diterima saat pelatihan di kelas, ingatkan kepada peserta untuk menjalankan tahapan sesuai yang telah disusun pada saat pembahasan sub pokok bahasan persiapan praktik menjual dan produksi jamban sehat.	
Praktik menjual dan Produksi Jamban Sehat	255'
<p>Setelah peserta sampai pada tempat praktik menjual, bariskan kembali peserta sesuai kelompok masing-masing. Pastikan pendamping kelompok mendampingi kelompok masing-masing.</p> <p>Jika ada pendamping dari tempat/kelurahan tempat praktik menjual, maka pastikan sudah dibagi ke dalam masing-kelompok. Jelaskan bahwa waktu praktik menjual adalah 120 menit.</p> <p>Setelah siap, praktik menjual bisa dimulai sesuai pembagian tempat menjual.</p> <p>Saat praktik menjual hal yang perlu dilakukan yaitu mencatat :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah yang dikunjungi, ketemu berapa orang dan tidak ketemu berapa orang? • Berapa jumlah presentasi yang berhasil dilakukan? • Berapa orang yang tertarik setelah mendengarkan presentasi? • Berapa jumlah pemesanan yang berhasil dilakukan (<i>order</i>)? <p>Kewajiban peserta yang harus dilakukan yaitu :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Semua peserta diharapkan berpartisipasi aktif, memahami semua peralatan dan material yang digunakan dan memahami cara penggunaannya. • Peserta wajib terlibat dalam proses pembuatan jamban sehat. • Peserta wajib mencatat kejadian menarik untuk didiskusikan saat refleksi <p>Setelah waktu berjalan selama 100 menit, ingatkan semua pendamping kelompok untuk segera mengajak kelompoknya kembali ke tempat awal berkumpul.</p> <p>Setelah semua kelompok berkumpul, beri waktu ISHOMA selama 60 menit. setelah itu kumpulkan kembali peserta.</p>	

<p>Langkah-langkah yang harus dilakukan untuk melakukan praktik produksi dan instalasi jamban yaitu sebagai berikut :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memastikan kepada pihak tempat yang akan mejadi tempat praktik produksi dan instalasi jamban mengenai jadwal kedatangan dan agenda yang akan dilakukan, • Memastikan peralatan dan material untuk praktik produksi dan instalasi jamban sudah tersedia di tempat praktik, • Memastikan <i>banner</i> petunjuk tahapan-tahapan pembuatan jamban sudah terpasang di tiap-tiap pos praktik. • Memastikan tukang yang akan membantu praktik sudah siap di lapangan. • Memastikan transportasi untuk menuju tempat praktik produksi dan instalasi jamban. • Memastikan konsumsi saat di lapangan. • Memastikan kelengkapan peserta untuk pelatihan sesuai dengan arahan pada saat materi Persiapan Praktik Produksi dan Instalasi Jamban • Memastikan jumlah peserta dan ketua tiap-tiap kelompok agar bertanggung jawab terhadap semua anggota kelompoknya. • Saat praktik, satu kelompok akan berada pada satu pos yang telah ditentukan sebelumnya oleh panitia. Kelompok tersebut akan berada pada pos yang sama untuk melakukan proses produksi dan instalasi jamban mulai dari awal hingga akhir proses (tidak berpindah-pindah antar pos). • Saat peserta melakukan praktik produksi dan instalasi jamban, harus didampingi minimal satu fasilitator yang berpengalaman dalam proses instalasi jamban. Tugasnya yaitu untuk memastikan proses pembuatan jamban sesuai dengan standar pembuatan jamban sehat yang telah dijelaskan pada materi Pengenalan Produk dan Proses Instalasi . <p>Fasilitator yang mendampingi masing-masing kelompok harus memastikan waktu untuk praktik sehingga dapat berjalan sesuai jadwal yang telah disepakati (tidak molor).</p> <p>Setelah praktik selesai, fasilitator pendamping tim dibantu ketua kelompok memastikan kelengkapan jumlah anggota sebelum kembali ke tempat pelatihan (ruang kelas).</p>	
<p>Penutup</p>	<p>10'</p>
<p>Setelah peserta berkumpul, sampaikan ucapan terimakasih dan ingatkan untuk menyusun laporan sesuai yang disampaikan</p>	

PEMBELAJARAN PRAKTIK MENJUAL DAN PRODUKSI

Tujuan

Peserta merumuskan hal-hal yang perlu diperbaiki dalam kegiatan penjualan produk dan produksi jamban.

Materi

Refleksi Praktik Menjual dan Produksi.

Waktu

1 JP (45 menit)

Perlengkapan

LCD *projector*

Kertas plano sejumlah kelompok

Spidol

Proses

Langkah-langkah	Waktu
Pengantar	5'
Beri salam kepada peserta dan sampaikan bahwa pada sesi ini adalah tahap refleksi dari hasil praktik menjual dan produksi yang telah dilakukan di lapangan, tekankan pada sesi ini peserta dapat mengidentifikasi hal-hal yang ditemukan/ dialami di lapangan.	
Refleksi Praktik menjual dan Produksi	35'
<p>Mintalah masing – masing kelompok membahas apa yang dialami pada waktu praktik menjual dan produksi. Beri waktu selama 15 menit kepada tiap-tiap kelompok untuk berdiskusi dan menuliskan apa hasil diskusi pada kertas plano yang telah disediakan. Hal-hal yang dibahas dan dituliskan adalah</p> <ul style="list-style-type: none">• Berapa total pelanggan yang berhasil ditemui,• Berapa total pelanggan yang melakukan pesanan pembuatan jamban,• Apa kendala selama proses praktik menjual dan solusinya,• Apa temuan menarik selama proses praktik menjual. <p>Masing – masing kelompok membahas apa yang dialami pada waktu praktik pembuatan jamban, meliputi :</p> <ul style="list-style-type: none">• Proses praktik,• Kendala dan solusinya,• Temuan menarik,• Pembelajaran selama praktik. <p>Setelah waktu habis, mintalah kepada masing-masing peserta untuk mempresentasikan hasil diskusinya. Masing-masing kelompok mempunyai waktu sebanyak 15 menit yang terdiri dari 5 menit presentasi dan 10 menit tanya jawab dengan peserta lainnya.</p> <p>Setelah semua peserta mempresentasikan hasil diskusinya, mintalah kepada peserta untuk mereview hasil dari refleksi praktik menjual dan produksi. Tanyakan apakah masih ada yang perlu dibahas atau ditanyakan. Jika tidak akhiri sesi praktik menjual subpokok bahasan refleksi praktik menjual dan produksi.</p>	

Penutup	5'
Setelah penyampaian materi selesai, sampaikan salam penutupan dan jelaskan kembali secara singkat tujuan dari modul ini.	
Tutup kegiatan dengan tepuk tangan bersama dan ucapkan terima kasih.	

B. LEMBAR KERJA

a. Lembar Data Calon Pelanggan dan Pelanggan

- Pertemuan Presentasi ke.....
- Respon & Tanggapan singkat Pre.....
- Catatan penting Pre.....
- Rencana Kunjungan Ulang Pre.....
- Masih dipikirkan, setelah Pre.....
- Rencana Pemasangan.....

Informasi Detail berisi:

- Total Target Kunjungan.....
- Total Target Presentasi.....
- Total Target Pemesanan.....
- Total Target Pendapatan Rp.....
- Total Realisasi.....
- Bukti Kunjungan dengan ttd
- Bukti Kunjungan ACC Mgr

b. Formulir Laporan Harian

SPECIAL PEMBANGUNAN UK MUDA, SEHAT BERKARIR
 "WISATA SANITASI DAN PROJEK DEWAZON"
 Taman Pungut Indah Blok H2 no.34 SIDOARJO Telp: 031 894446

No : 1.001
 Nama Penjual: Sumadi
 Team : 1

Area : Desa.....
 Kota : Sidoarjo
 Wilayah : Timur

LAPORAN HARIAN

No	Nama Pelanggan	Alamat	No Telepon	Peremuan ke: & Respons Sngkat	Paraf
1					
2					
3					
4					
5					

Catatan Penting:	TANDA TANGAN	TARGET ORDER	REALISASI
Rata-rata menunggu hasil panen pad.	Penjual:	PREST Hari ini: 10 unit	_____
		ORDER Hari ini: 1 unit	_____
	Manager:	PASANG hari ini: 3	_____

KEMENKES RI

c. Formulir Pesanan

Nama Pelanggan : No Order :
 Alamat : Tgl Kirim :
 Telp : Marketing :

Unit	Tipe	Nama Barang	Harga Satuan	Jumlah
Keterangan :			Total	
			Uang Muka	
			Sisa	

Terbilang : (.....)
 (.....)

- Pembatalan oleh pemesan, UM tidak dikembalikan Tgl
- Surat pesanan berlaku 1 bulan setelah ditandatangani
- Sisa pembayaran dilunasi pada saat selesai pekerjaan

Marketing Sales Manager Pemesan
 () () ()

d. Kuitansi

Terima dari :

Jumlah Uang 

Untuk Pembayaran :

Terbilang Rp. 

....., Tgl.....

(.....)

MODUL MI.9

**Administrasi Pembukuan dan Manajemen
Keuangan Sederhana**

KEMENTERIAN RI

MI.9
ADMINISTRASI
PEMBUKUAN DAN
PRESENTASI PRODUK
DAN JASA STBM

MODUL MI.9.....	199
ADMINISTRASI PEMBUKUAN DAN	199
MANAJEMEN KEUANGAN SEDERHANA.....	199
I. DESKRIPSI SINGKAT	199
II. TUJUAN PEMBELAJARAN.....	199
A. Tujuan Pembelajaran Umum.....	199
B. Tujuan Pembelajaran Khusus	199
III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN.....	199
A. Pokok Bahasan 1: Perhitungan Biaya Produksi dan Biaya Operasional Pembuatan Jamban Sehat	199
a. Menghitung biaya pokok produksi,	199
b. Menghitung biaya operasional pembuatan jamban sehat,	199
B. Pokok Bahasan 2: Rencana Penjualan Bulanan.....	199
a. Perhitungan kapasitas produksi,.....	199
b. Perencanaan jumlah produksi tiap bulan (proyeksi penjualan).	199
C. Pokok Bahasan 3: Perhitungan Keuntungan Usaha.....	199
IV. BAHAN BELAJAR	199
V. METODE PEMBELAJARAN	199
VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN	200
A. Langkah 1: Pengkondisian (10 menit).....	200
B. Langkah 2: Pengkajian Pokok Bahasan (110 menit).....	200
C. Langkah 3: Rangkuman (15 menit):.....	200
VII. URAIAN MATERI	200
A. POKOK BAHASAN 1 : PERHITUNGAN BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA OPERASIONAL PEMBUATAN JAMBAN SEHAT.....	200
a. Menghitung Biaya Pokok Produksi	200
b. Menghitung Biaya Operasional Pembuatan Jamban Sehat.....	201
B. POKOK BAHASAN 2: RENCANA PENJUALAN BULANAN.....	203
a. Perhitungan Kapasitas Produksi.....	203
b. Perencanaan Jumlah Produksi Tiap Bulan (Proyeksi Bulanan)	203
C. POKOK BAHASAN 3: PERHITUNGAN KEUNTUNGAN USAHA.....	204
VIII. REFERENSI	205
IX. LAMPIRAN	205

MODUL MI.9

ADMINISTRASI PEMBUKUAN DAN MANAJEMEN KEUANGAN SEDERHANA

I. DESKRIPSI SINGKAT

Pada modul ini peserta akan mempraktikkan bagaimana menjalankan sistem administrasi dan keuangan yang sederhana namun tepat untuk diterapkan pada wirausaha STBM sehingga dapat dimanfaatkan untuk evaluasi dan meningkatkan kinerja wirausaha STBM.

II. TUJUAN PEMBELAJARAN

A. Tujuan Pembelajaran Umum

Setelah mengikuti materi ini peserta mampu melakukan administrasi pembukuan dan manajemen keuangan sederhana dalam pemasaran produk dan jasa STBM.

B. Tujuan Pembelajaran Khusus

Pada akhir sesi ini peserta mampu:

1. Melakukan perhitungan biaya produksi dan biaya operasional pembuatan jamban sehat,
2. Melakukan rencana penjualan bulanan,
3. Melakukan perhitungan keuntungan usaha.

III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN

A. Pokok Bahasan 1: Perhitungan Biaya Produksi dan Biaya Operasional Pembuatan Jamban Sehat

- a. Menghitung biaya pokok produksi,
- b. Menghitung biaya operasional pembuatan jamban sehat,

B. Pokok Bahasan 2: Rencana Penjualan Bulanan

- a. Perhitungan kapasitas produksi,
- b. Perencanaan jumlah produksi tiap bulan (proyeksi penjualan).

C. Pokok Bahasan 3: Perhitungan Keuntungan Usaha.

IV. BAHAN BELAJAR

Bahan tayang (*slide ppt*), modul, formulir penghitungan biaya produksi, formulir penghitungan biaya operasional, kertas plano, spidol, papan *flipchart*, LCD, kain rekat, metaplan, dan lembar penugasan.

V. METODE PEMBELAJARAN

Curah pendapat, ceramah, dan penugasan.

VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN

Jumlah jam yang digunakan dalam modul ini adalah sebanyak 3 jam pelajaran (T=1jpl, P=2jpl, PL=0jpl) @45 menit. Untuk mempermudah proses pembelajaran dan meningkatkan partisipasi seluruh peserta, dilakukan langkah-langkah kegiatan sebagai berikut:

A. Langkah 1: Pengkondisian (10 menit)

1. Penyegaran dan pencairan suasana,
2. Fasilitator menggali harapan peserta tentang materi dan keterampilan yang ingin dicapai melalui sesi ini,
3. Fasilitator menyampaikan tujuan pembelajaran, pokok bahasan dan metode yang digunakan.

B. Langkah 2: Pengkajian Pokok Bahasan (110 menit)

1. Peserta mempraktikkan:
 - Perhitungan biaya produksi dan biaya operasional pembuatan jamban sehat,
 - Rencana penjualan bulanan,
 - Perhitungan keuntungan usaha.
2. Fasilitator memberi kesempatan kepada peserta untuk menanyakan hal-hal yang kurang jelas, dan memberikan jawaban dan bantuan teknis atas pertanyaan-pertanyaan peserta,
3. Fasilitator memberikan kesempatan sebanyak-banyaknya sehingga antar peserta juga terjadi diskusi dan interaksi yang baik.

C. Langkah 3: Rangkuman (15 menit):

1. Peserta dipersilahkan untuk menanyakan hal-hal yang kurang jelas, dan fasilitator memfasilitasi pemberian jawaban, baik dari fasilitator maupun dari peserta lainnya,
2. Meminta komentar, penilaian, saran bahkan kritik dari peserta pada kertas evaluasi yang telah disediakan,
3. Fasilitator menutup sesi pembelajaran dengan menegaskan pentingnya pemahaman tentang administrasi pembukuan dan manajemen keuangan dalam wirausaha STBM.

VII. URAIAN MATERI

A. POKOK BAHASAN 1 : PERHITUNGAN BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA OPERASIONAL PEMBUATAN JAMBAN SEHAT

a. Menghitung Biaya Pokok Produksi

Biaya pokok produksi dihitung dengan menghitung semua biaya material yang dibutuhkan dan biaya tenaga kerja yang diperlukan.

Biaya material seperti:

$$\text{Biaya Produksi Per-unit (HPP)} = \text{Biaya Bahan Baku} + \text{Biaya Tenaga Kerja}$$

Perhitungan Biaya produksi Per unit untuk tiap-tiap tipe produk adalah sebagai berikut :

Material	Satuan	Harga satuan	Tipe 3-3-1			Tipe 2-2-1			Tipe 3-1			Tipe 2-1		
			Kebutuhan	Biaya	Kebutuhan	Biaya	Kebutuhan	Biaya	Kebutuhan	Biaya	Kebutuhan	Biaya	Kebutuhan	Biaya
Pasir:3/3/1	M 3(Kubik)	Rp 200,000	1.25	Rp 250,000	0.89	Rp 178,571	0.71	Rp 142,857	0.54	Rp 107,143				
Semen	Sak	Rp 50,000	5.00	Rp 250,000	3.57	Rp 178,571	2.86	Rp 142,857	2.14	Rp 107,143				
Kloset	Unit	Rp 80,000	1.00	Rp 80,000	1.00	Rp 80,000	1.00	Rp 80,000	1.00	Rp 80,000				
Pipa 2.5"	Meter	Rp 40,000	2.00	Rp 80,000	2.00	Rp 80,000	0.00	-	0.00	-				
Pipa 3"	Meter	Rp 60,000	3.00	Rp 180,000	3.00	Rp 180,000	3.00	Rp 180,000	3.00	Rp 180,000				
Knee 3"	Unit	Rp 12,000	1.00	Rp 12,000	1.00	Rp 12,000	1.00	Rp 12,000	1.00	Rp 12,000				
Knee 2.5"	Unit	Rp 10,000	1.00	Rp 10,000	1.00	Rp 10,000	1.00	Rp 10,000	1.00	Rp 10,000				
T 2.5"	Unit	Rp 8,000	1.00	Rp 8,000	1.00	Rp 8,000	1.00	Rp 8,000	1.00	Rp 8,000				
T 2"	Unit	Rp 7,000	1.00	Rp 7,000	1.00	Rp 7,000	1.00	Rp 7,000	1.00	Rp 7,000				
Besi cor 6mm	Unit	Rp 30,000	1.50	Rp 45,000	1.50	Rp 45,000	1.00	Rp 30,000	1.00	Rp 30,000				
Bendrat (kawat)	Kg	Rp 18,000	0.10	Rp 1,800	0.10	Rp 1,800	0.10	Rp 1,800	0.10	Rp 1,800				
Bambu	Lonjor	Rp 10,000	1.00	Rp 10,000	1.00	Rp 10,000	0.80	Rp 8,000	0.80	Rp 8,000				
Lem pipa	Tube	Rp 6,500	0.30	Rp 1,950	0.30	Rp 1,950	0.30	Rp 1,950	0.30	Rp 1,950				
Oli bekas	Liter	Rp 4,000	0.50	Rp 2,000	0.50	Rp 2,000	0.50	Rp 2,000	0.50	Rp 2,000				
Kertas Semen	Sak	Rp 3,000	3.00	Rp 9,000	3.00	Rp 9,000	2.00	Rp 6,000	2.00	Rp 6,000				
Total Biaya Bahan Baku				Rp 937,750		Rp 794,893		Rp 626,464		Rp 555,036				
B. Biaya Tenaga Kerja:														
Tukang	orang/hari	Rp 75,000	2 orang 2 hari	Rp 300,000	2 orang 2 hari	Rp 300,000	2 orang 1 hari	Rp 150,000	2 orang 1 hari	Rp 150,000				
Total Harga Pokok Produksi				Rp 1,237,750		Rp 1,094,893		Rp 776,464		Rp 705,036				

b. Menghitung Biaya Operasional Pembuatan Jamban Sehat

Langkah-langkah menghitung biaya operasional pembuatan jamban sehat adalah sebagai berikut:

1. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran per bulan = (biaya mencetak brosur + biaya membuat spanduk + biaya pembuatan kartu nama + perkiraan biaya komisi) per bulan

Seorang pengusaha dalam satu bulan merencanakan pemasaran produk dengan komponen, sebagai berikut:

1. Membuat brosur berwarna satu rim (500 lembar),
biaya brosur berwarna perlembar Rp1.000,-,
jadi total biaya = _____
2. Membuat kartu nama satu boks (100 lembar), biaya = Rp30.000,-
3. Membuat dua spanduk @ Rp150.000,- = _____
4. Bila biaya perkiraan pemberian komisi
Rp50.000,- x 10 unit
(asumsi proyeksi penjualan 10 unit per bulan) = _____

Dengan demikian total biaya pemasaran per bulan = _____ + _____ + _____ + _____ = Rp _____

Karena proyeksi penjualan 10 unit per bulan,

maka biaya pemasaran per unit = _____ / 10 = _____ **per unit**

2. Biaya Transportasi

Biaya Transportasi per bulan = biaya yang dikeluarkan untuk membeli bensin dan sewa kendaraan untuk keperluan usaha per bulan

Seorang pengusaha dalam melaksanakan kegiatannya menggunakan bensin sebanyak 20 liter per bulan, asumsi harga bensin per liter Rp6.500,-,

maka kebutuhan biaya transportasi = _____ liter x _____ = _____ per bulan

Karena proyeksi penjualan 10 unit per bulan,

maka biaya transportasi per unit = _____ / 10 = _____ **per unit**

3. Biaya Komunikasi

Biaya Komunikasi per bulan = Biaya yang dikeluarkan untuk keperluan komunikasi untuk usaha per bulan

Seorang pengusaha dalam melaksanakan kegiatannya menggunakan biaya untuk komunikasi dalam usahanya sebesar Rp200.000,- per bulan

Karena proyeksi penjualan 10 unit per bulan,

maka biaya komunikasi per unit = _____ / 10 = _____ per unit

Jadi total biaya operasional per unit = _____ + _____ + _____
= _____ **per unit**

Proyeksi biaya operasional bulanan, terlihat sebagai berikut

Jenis Biaya Operasional	Tipe 3-3-1					
	Bulan 1	Bulan 2	Bulan 3	Bulan 4	Bulan 5	Bulan 6
1 Komisi Penjualan	75,000	75,000	75,000	75,000	75,000	75,000
2 Biaya transportasi	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
3 Biaya Overhead	0	0	-	-	-	-
4 Sewa tempat						
5 Biaya komunikasi	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
6 Lain-lain: Package						
TOTAL BIAYA OPERASIONAL	95,000	95,000	95,000	95,000	95,000	95,000

B. POKOK BAHASAN 2: RENCANA PENJUALAN BULANAN

a. Perhitungan Kapasitas Produksi

Akan dihitung berdasarkan total HPP, seperti yang digambarkan pada table dibawah:

Produk	Kapasitas Penjualan maksimal per bulan (unit)	Keterangan
2-1	3	
3-1	3	
2-2-1	7	
3-3-2	7	

b. Perencanaan Jumlah Produksi Tiap Bulan (Proyeksi Penjualan)

Proyeksi penjualan dibuat dengan memperhatikan kapasitas layanan dan peluang pasar selama beberapa bulan ke depan untuk setiap produk yang dimiliki oleh seorang wirausaha.

Table proyeksi penjualan terlihat sebagai berikut:

Jenis produk/jasa	Harga jual per unit	Jumlah produk/jasa pada bulan ke-					
		1(...)	2(...)	3(...)	4(...)	5(...)	6(...)
2-1	850000	3	3	3	3	3	3
3-1	950000	3	3	3	3	3	3
2-2-1	1300000	7	7	7	7	7	7
3-3-1	1500000	7	7	7	7	7	7
Total Penjualan (Unit)		20	20	20	20	20	20
Total Penjualan (Rp)		25,000,000	25,000,000	25,000,000	25,000,000	25,000,000	25,000,000

C. POKOK BAHASAN 3: PERHITUNGAN KEUNTUNGAN USAHA

Perencanaan arus kas yang baik akan mempengaruhi kesehatan keuangan usaha. Wirausahawan harus memikirkan ketersediaan kas untuk kebutuhan sehari-hari dan juga waktu yang tepat untuk melakukan penambahan modal investasi dan lain sebagainya.

Proyeksi arus kas bisa dilakukan dengan membuat catatan yang rinci tentang uang masuk dan uang keluar. Contoh uang masuk adalah modal awal dan uang dari penjualan. Contoh uang keluar adalah biaya HPP, biaya operasional, dan biaya lain-lainnya.

Selanjutnya pertanyaan paling penting yang harus bisa dijawab oleh pengusaha adalah apakah usahanya untung?

Kita bisa menghitung laba kotor = total pemasukan-total HPP

Laba sebelum bunga = laba kotor-biaya operasional

Laba sebelum pajak = laba sebelum bunga – bunga pinjaman

Laba bersih = laba sebelum pajak-pajak usaha.

Untuk menghitung modal yang dibutuhkan seorang wirausaha, dia harus menghitung modal investasi dan modal kerja.

Modal awal = modal investasi +modal kerja.

Modal bisa berasal dari beragam sumber, seperti modal pribadi, pinjaman bank, pinjaman koperasi, dll.

Untuk mempermudah pemahaman, silahkan latihan menggunakan lembar kerja yang tersedia.

VIII. REFERENSI

1. International Labour Organization, *Start and Improve Your Bussiness SIYB*, Jakarta: 2001.
2. Buku Panduan Pengembangan dan Penggunaan Modul Pelatihan Wirausaha Sanitasi, WSP-EAP, 2012
3. Penyelenggaraan Pelatihan Wirausaha Sanitasi, WSP-EAP, Indonesia, 2012
4. Buku Sisipan STBM, Kurikulum dan Modul Fasilitator Pemberdayaan Masyarakat di Bidang Kesehatan, Kemenkes, 2013

IX. LAMPIRAN

LEMBAR PENUGASAN

Lembar Kerja Perhitungan Biaya Operasional Produksi Jamban (Per-Unit)

Lakukanlah perhitungan biaya operasional produksi jamban dengan menggunakan beberapa contoh soal berikut ini.

1. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran per bulan = (biaya mencetak brosur + biaya membuat spanduk + biaya pembuatan kartu nama + perkiraan biaya komisi) per bulan

Seorang pengusaha dalam satu bulan merencanakan pemasaran produk dengan komponen, sebagai berikut:

- 1.) Membuat brosur berwarna satu rim (500 lembar),
biaya brosur berwarna perlembar Rp1.000,-,
jadi total biaya = _____
- 2.) Membuat kartu nama satu boks (100 lembar), biaya = Rp30.000,-
- 3.) Membuat dua spanduk @ Rp150.000,- = _____
- 4.) Bila biaya perkiraan pemberian komisi
Rp50.000,- x 10 unit
- 5.) (asumsi proyeksi penjualan 10 unit per bulan) = _____

Dengan demikian,

total biaya pemasaran per bulan = _____ + _____ + _____ + _____ = Rp _____

Karena proyeksi penjualan 10 unit per bulan,

maka biaya pemasaran per unit = _____ / 10 = _____ per unit

2. Biaya Transportasi

Biaya Transportasi per bulan = Biaya yang dikeluarkan untuk membeli bensin dan sewa kendaraan untuk keperluan usaha per bulan

Seorang pengusaha dalam melaksanakan kegiatannya menggunakan bensin sebanyak 20 liter per bulan, asumsi harga bensin per liter Rp6.500,-

maka kebutuhan biaya transportasi = _____ liter x _____ = _____ per bulan

Karena proyeksi penjualan 10 unit per bulan,

maka biaya transportasi per unit = _____ / 10 = _____ per unit

3. Biaya Komunikasi

Biaya Komunikasi per bulan = Biaya yang dikeluarkan untuk keperluan komunikasi untuk usaha per bulan

Seorang pengusaha dalam melaksanakan kegiatannya menggunakan biaya untuk komunikasi dalam usahanya sebesar Rp200.000,- per bulan. Karena proyeksi penjualan 10 unit per bulan, maka biaya komunikasi per unit = _____ / 10 = _____ per unit

Jadi total biaya operasional per unit = _____ + _____ + _____
= _____ per unit

Lembar Kerja Perhitungan Keuntungan

Deskripsi	Bulan ke -					
	Bulan 1	Bulan 2	Bulan 3	Bulan 4	Bulan 5	Bulan 6
A PENDAPATAN:
Dari Penjualan Jamban
B BIAYA-BIAYA:
I. Biaya Produksi
II. Biaya Operasional
C KEUNTUNGAN:

MODUL MI.10

Rencana Bisnis

MI.10
RENCANA BISNIS

MODUL MI.10.....	209
RENCANA BISNIS	209
I. DESKRIPSI SINGKAT.....	209
II. TUJUAN PEMBELAJARAN.....	209
A. Tujuan Pembelajaran Umum.....	209
B. Tujuan Pembelajaran Khusus	209
III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN.....	209
A. Pokok Bahasan 1: Pengertian Rencana bisnis	209
a. Pengertian rencana bisnis	209
B. Pokok Bahasan 2: Penyusunan Rencana bisnis.....	209
a. Tahapan penyusunan rencana bisnis	209
b. Kegiatan rencana bisnis	209
c. Manfaat.....	209
IV. BAHAN BELAJAR	209
V. METODE PEMBELAJARAN	209
VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN	209
A. Langkah 1: Pengkondisian (10 menit).....	209
B. Langkah 2: Pengkajian Pokok Pembahasan (110 menit).....	210
C. Langkah 3: Rangkuman (15 menit):.....	210
VII. URAIAN MATERI	210
A. POKOK BAHASAN 1: RENCANA BISNIS	210
a. Pengertian Rencana Bisnis	210
b. Tahapan Penyusunan Rencana Bisnis	210
c. Kegiatan Rencana Bisnis.....	211
d. Manfaat.....	211
VIII. REFERENSI.....	212
IX. LAMPIRAN	212
A. PETUNJUK DISKUSI KELOMPOK.....	212
B. PEDOMAN PENUGASAN.....	214
Rencana Tindak Lanjut Rencana Bisnis.....	214

MODUL MI.10

RENCANA BISNIS

I. DESKRIPSI SINGKAT

Pada modul ini peserta akan menyusun rencana bisnis untuk memulai usahanya. Rencana bisnis yang akan disusun meliputi unit yang akan dibangun, strategi pemasaran, proyeksi penjualan, proyeksi laba rugi, dan kebutuhan modal kerja.

II. TUJUAN PEMBELAJARAN

A. Tujuan Pembelajaran Umum

Setelah mengikuti materi ini peserta mampu melakukan penyusunan rencana bisnis produk dan jasa STBM.

B. Tujuan Pembelajaran Khusus

Setelah mengikuti materi ini peserta mampu melakukan penyusunan rencana bisnis.

III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN

A. Pokok Bahasan 1: Pengertian Rencana bisnis

- a. Pengertian rencana bisnis

B. Pokok Bahasan 2: Penyusunan Rencana bisnis

- a. Tahapan penyusunan rencana bisnis
- b. Kegiatan rencana bisnis
- c. Manfaat

IV. BAHAN BELAJAR

Modul, lembar kerja, spidol, papan *flipchart*, LCD, kain tempel, metaplan, lembar penugasan.

V. METODE PEMBELAJARAN

Curah pendapat, ceramah, penugasan, diskusi kelompok.

VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN

Jumlah jam yang digunakan dalam modul ini adalah sebanyak 3 jam pelajaran (T=1jp, P=2jp, PL=0jp) @45 menit. Untuk mempermudah proses pembelajaran dan meningkatkan partisipasi seluruh peserta, dilakukan langkah-langkah kegiatan sebagai berikut:

A. Langkah 1: Pengkondisian (10 menit)

1. Pada tahap ini, peserta melakukan persiapan-persiapan untuk menyusun rencana bisnis,
2. Peserta menyiapkan formulir-formulir dan alat bantu yang diperlukan.

B. Langkah 2: Pengkajian Pokok Pembahasan (110 menit)

1. Peserta mempraktikkan
 - Penyusunan rencana bisnis
2. Fasilitator memberi kesempatan kepada peserta untuk menanyakan hal-hal yang kurang jelas, dan memberikan jawaban dan klarifikasi atas pertanyaan-pertanyaan peserta,
3. Fasilitator memberikan kesempatan sebanyak-banyaknya sehingga antar peserta juga terjadi diskusi dan interaksi yang baik.

C. Langkah 3: Rangkuman (15 menit):

1. Peserta diminta untuk mempresentasikan rencana bisnisnya dan mendapatkan masukan dari peserta lainnya.
2. Fasilitator memastikan TPU dan TPK sesi telah tercapai.

VII. URAIAN MATERI

A. POKOK BAHASAN 1: RENCANA BISNIS

a. Pengertian Rencana Bisnis

Rencana bisnis adalah satu set/rangkaian rencana kegiatan yang akan dilakukan untuk menjalankan sebuah bisnis pada periode tertentu.

b. Tahapan Penyusunan Rencana Bisnis

Untuk menyusun rencana bisnis, berikut kelengkapan dan urutan dari dokumen rencana bisnis yang mesti ada:

1. Tujuan Usaha,
2. Analisis Pasar,
3. Strategi Pemasaran,
4. Struktur Organisasi,
5. Tugas dan Tanggung Jawab,
6. Peralatan Kantor dan Bahan-bahan Produksi,
7. Urutan Proses Produksi,
8. Harga Pokok Produksi,
9. Kapasitas Produksi,
10. Proyeksi Penjualan,
11. Proyeksi Biaya Operasional/Usaha,
12. Proyeksi Arus Kas,
13. Proyeksi Laba/Rugi,
14. Modal awal usaha, dan
15. Sumber Modal.

Dalam penyusunan rencana ini, perlu diingat untuk menggunakan prinsip SMART, yaitu:

S: *Specific* = Jelas

M: *Measureable* = Terukur

A: *Achievable* = Dapat dicapai

R: *Realistic* = Sesuai dengan kemampuan/masuk akal

T: *Time bounded* = Berbatas waktu (ada target waktu)

Sedangkan urutan langkah-langkah Jasa Layanan yang harus ada adalah sebagai berikut:

1. Promosi,
2. Survei lokasi,
3. Memesan bahan baku,
4. Pengerjaan :
 - a. Pemasangan buis beton,
 - b. Pemasangan kloset,
 - c. Pemasangan tutup,
 - d. *Finishing*.

c. Kegiatan Rencana Bisnis

Setelah menyusun rencana bisnis, berikut adalah rencana tindak lanjut usaha sanitasi yang perlu dilakukan oleh wirausaha STBM:

1. Menentukan tujuan usaha,
2. Analisa pasar,
3. Cara pemasaran,
4. Struktur organisasi,
5. Tugas dan tanggung jawab SDM,
6. Peralatan kantor dan bahan baku produksi,
7. Langkah-langkah jasa servis,
8. Harga pokok produksi produk/jasa (HPP),
9. Kapasitas produksi jamban sehat,
10. Proyeksi penjualan produk/jasa,
11. Proyeksi biaya operasional,
12. Proyeksi arus kas,
13. Proyeksi laba/rugi,
14. Modal awal usaha,
15. Sumber modal.

Format penyusunan rencana bisnis terlampir.

d. Manfaat

Rencana bisnis bermanfaat untuk membimbing wirausaha STBM untuk melaksanakan dan mengembangkan usahanya agar didapat keuntungan sebesar-besarnya yang berkelanjutan.

VIII. REFERENSI

1. WSP-EAP, Buku Panduan Pengembangan dan Penggunaan Modul Pelatihan Wirausaha Sanitasi, Jakarta: 2012.
2. WSP-EAP, Penyelenggaraan Pelatihan Wirausaha Sanitasi, Jakarta: 2012.

IX. LAMPIRAN

A. PETUNJUK DISKUSI KELOMPOK

Peserta dibagi ke dalam 6 kelompok dan mendiskusikan rencana bisnis yang akan mereka lakukan.

Tujuan diskusi :

Tersusunnya rencana bisnis STBM yang akan dilakukan peserta mencakup: unit yang akan dibangun, strategi pemasaran, proyeksi penjualan, proyeksi laba rugi, dan kebutuhan modal kerja.

Pokok Bahasan :

Membuat Rencana Bisnis STBM : 45 menit

Proses :

Langkah-langkah	Waktu
Pembagian kelompok	5'
Pengisian RTL Rencana Bisnis	40'
Fasilitator menjelaskan tentang tugas masing-masing kelompok yaitu menyusun rencana bisnis. Kelengkapan dan urutan dari dokumen usaha bisnis STBM terdiri dari: <ul style="list-style-type: none">• Tujuan Usaha• Analisis Pasar• Strategi Pemasaran• Struktur Organisasi• Tugas dan Tanggung Jawab• Peralatan Kantor dan Bahan-bahan Produksi• Urutan Proses Produksi• Harga Pokok Produksi• Kapasitas Produksi• Proyeksi Penjualan• Proyeksi Biaya Operasional/Usaha• Proyeksi Arus Kas• Proyeksi Laba/Rugi• Modal awal usaha• Sumber Modal	

Tugas utama fasilitator adalah menjelaskan pesan inti dari masing-masing sub isian rencana bisnis STBM. Pesan inti yang dimaksud adalah pesan yang tercantum dalam setiap lembar dokumen isian RTL Usaha Sanitasi yang akan disampaikan oleh fasilitator saat memandu pengisian RTL Usaha Sanitasi tersebut.

Contoh:



Catatan untuk Fasilitator:

Dokumen pengisian RTL Usaha Sanitasi dapat digunakan sebagai penyegaran bagi peserta terhadap materi yang telah diberikan.

Pemandu memastikan semua peserta telah mengisi dokumen RTL Usaha Sanitasi secara bersamaan (tidak ada yang tertinggal).

Khusus untuk pengisian Dokumen :

- Tujuan Usaha
- Langkah-langkah Jasa Layanan

Pemandu menutup/menyembunyikan contoh isian yang telah ada dan memancing jawaban dari peserta terlebih dahulu, setelah itu pemandu baru memberi isian yang diharapkan.

Poin kunci untuk pemandu:

Pemandu menekankan bahwa yang menjadi Tujuan Usaha dalam dokumen isian RTL Usaha Sanitasi harus memenuhi syarat antara lain:

S: *Spesific* = Jelas

M: *Measureable* = Terukur

A: *Achieveble* = Dapat dicapai

R: *Realistic* = Sesuai dengan kemampuan/masuk akal

T: *Time bounded* = Berbatas waktu (ada target waktu)

Sedangkan urutan langkah-langkah Jasa Layanan yang harus ada adalah sbb:

- Promosi
- Survey lokasi
- Memesan bahan baku
- Pengerjaan :
 - Pemasangan buis beton
 - Pemasangan tutup
 - Pemasangan kloset
 - Finishing

Jika waktu memungkinkan, Pemandu meminta satu atau dua peserta untuk mempresentasikan hasil isian Dokumen RTL Usaha Sanitasi.

Penutup	5'
Sebelum menutup sesi ini, Pemandu memastikan menerima copian dari RTL Usaha Bisnis milik peserta.	
Setelah itu, tutup sesi ini dengan mengucapkan Terima Kasih	

B. PEDOMAN PENUGASAN

Rencana Tindak Lanjut Rencana Bisnis

Rencana Bisnis Wirausaha STBM

Contoh Pembuatan Jamban Sehat

Nama usaha :
Pemilik :
Alamat :
No telp/ HP :

1. Tujuan usaha

Uraikanlah tujuan usaha Anda!

2. Analisa pasar

Salah satu kunci kesuksesan adalah pemahaman pengusaha terhadap pasar. Berikanlah penjelasan pasar berdasarkan pemahaman dan analisa Anda yang meliputi: peluang pasar, segmen pasar, target pasar dan pesaing.

Peluang pasar

Jelaskanlah area pemasaran yang ingin Anda masuki dan potensi adanya konsumen yang akan membeli produk / jasa dari usaha sanitasi yang akan anda dipasarkan!

Kabupaten/kota :
Kecamatan :
Kelurahan/Desa :
Jumlah penduduk :
Jumlah KK belum memiliki WC :
Jumlah KK WC tidak sehat :

Segmentasi pasar

Sebutkan bagian atau kelompok konsumen yang ingin Anda fokuskan dalam pemasaran produk / jasa usaha sanitasi Anda! *CONTRENGLAH pilihan konsumen yang akan Anda masuki (V)

Konsumen yang belum memiliki jamban dan masih BAB sembarangan
Konsumen yang sudah memiliki jamban, namun belum memenuhi standar kesehatan
Konsumen dengan tingkat ekonomi tinggi
Konsumen dengan tingkat ekonomi rendah
Lain-lain, sebutkan:.....

Target pasar

Jelaskanlah target pemasaran yang ingin Anda capai dan garap secara fokus dari potensi pasar yang telah dijelaskan di atas!

Kabupaten/kota :
Kecamatan (sebutkan namanya!) :
Desa (sebutkan beberapa namanya!) :
Jumlah penduduk :
Jumlah KK belum memiliki WC :
Jumlah KK dengan WC tidak sehat :

Pesaing

Sebutkanlah pesaing (penyedia produk/jasa usaha sanitasi) yang berada di area pemasaran Anda dan harga produknya!

Nama Pesaing	Harga produk pesaing
1.	1.
2.	2.
3.	3.

3. Cara pemasaran

Anda harus memiliki cara pemasaran yang jitu agar produk yang Anda jual laku di pasaran. Berikut ini akan diuraikan hal-hal yang berkaitan dengan cara pemasaran yang meliputi; tempat usaha, produk, media promosi, tenaga penjualan, pola pelayanan, garansi, potongan harga.

Tempat usaha

Tuliskanlah alamat lengkap dari usaha Anda!

Alamat kantor:
Jl.
RT: RW:
Desa/Kelurahan:
Kecamatan:
Kabupaten/kota:

Produk/jasa

Sebutkan dan jelaskan karakteristik produk/jasa yang Anda tawarkan!

Jenis produk/jasa	Harga penawaran	Waktu pengerjaan	Garansi
Jasa layanan: 1. 2. 3.			
Lain-lain:			

Media Promosi

Sebutkan media yang Anda gunakan untuk mempromosikan produk/jasa usaha sanitasi Anda!*CONTRENGLAH media yang Anda gunakan (V)!

Brosur
Spanduk
Katalog
Buku presentasi
Video presentasi
Jualan langsung
Iklan di media cetak
Iklan radio
Lain-lain, sebutkan:.....

Tenaga Penjual

Sebutkan pihak-pihak yang Anda libatkan dalam memasarkan produk/jasa usaha sanitasi Anda!

*CONTRENGLAH pihak yang Anda libatkan (V)!

Manajer
Tukang
Administrasi
Toko bahan bangunan
Pelanggan
Tulang sayur
Lain-lain, sebutkan:.....

Mekanisme pemberian komisi penjualan

Jelaskanlah bagaimana Anda akan memberikan komisi kepada pihak-pihak yang turut memasarkan produk/jasa usaha sanitasi dan sebutkan besarnya!

.....

Model pembayaran

Jelaskanlah model pembayaran yang Anda berlakukan khusus untuk Pelanggan dengan sistem angsuran!

*CONTRENG dan ISILAH form di bawah ini (V)!

Jenis produk/jasa:
Tunai
Angsuran
Uang muka:%
Jumlah angsuran:kali/bulan

Jenis produk/jasa:
Tunai
Angsuran
Uang muka:%
Jumlah angsuran:kali/bulan

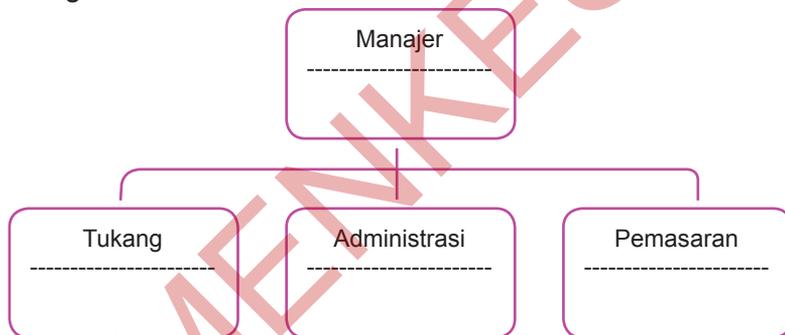
Cara pemesanan produk/jasa usaha sanitasi

Sebutkanlah cara pemesanan produk/jasa yang bisa dilakukan oleh konsumen

*CONTRENG dan ISILAH form di bawah ini!

- Melalui telepon dan sms
- Melalui Petugas Puskesmas
- Melalui Tukang
- Melalui Tukang sayur
- Melalui Perangkat Desa
- Datang langsung ke kantor
- Melalui pelanggan sebelumnya
- Melalui Bidan Desa
- Melalui PKK
- Melalui Karang Taruna
- Lain-lain, sebutkan:.....

4. Struktur organisasi



5. Tugas dan Tanggung Jawab SDM

Pembagian peran dan tanggungjawab yang jelas dalam sebuah tim sangat membantu Anda menjalankan usaha. Isilah lembar di bawah ini berdasarkan struktur organisasi yang telah Anda gambarkan di atas!

Jabatan	Tugas & Tanggungjawab	Keahlian yang diperlukan
1. Manajer		
2. Tukang		
3. Adminstrasi		

6. Peralatan Kantor dan Bahan Baku Produksi

Lengkapilah tabel peralatan dan bahan baku usaha pembangunan jamban di bawah ini sesuai dengan kebutuhan dan harga di tempat Anda!

No	Nama Aset dan alat	Spesifikasi (ukuran atau jenis)	Jumlah	Harga satuan (Rp)
Peralatan Kantor:				
1				
2				
3				
4				
5				
6				
Bahan Baku Produksi				
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				

7. Langkah-langkah jasa layanan (servis)

Tuliskan tahapan proses layanan pembangunan jamban sehat pada kolom di bawah! Langkah ini akan membantu Anda membuat prosedur pengerjaan standar yang tepat dalam proses jasa layanan usaha sanitasi Anda.

Urutan proses (bahan dan alat yang digunakan serta kualitas)	Waktu Pesaing

8. Harga pokok produksi produk/jasa (HPP)

Sangat penting bagi Anda untuk mengetahui harga pokok produksi dari produk/jasa. HPP akan memberikan gambaran kepada Anda besaran biaya langsung yang diperlukan untuk jasa layanan. Hitunglah HPP dari tiap produk/jasa usaha sanitasi Anda dengan rumus berikut:

$$\text{HPP} = \text{biaya bahan baku} + \text{biaya tenaga kerja langsung}$$

Biaya HPP	Jenis Produk/jasa			
	Jamban Tipe 2-1	Jamban Tipe 2-2-1	Jamban Tipe 3-1	Jamban Tipe 3-3-1
Biaya Bahan Baku				
Biaya Tenaga Kerja Langsung (Tukang + Pembantu Tukang)				
TOTAL HPP				

9. Kapasitas produksi jamban sehat

Tuliskanlah kemampuan maksimal usaha jasa layanan Anda untuk melayani tiap pembangunan jamban berdasarkan sumber daya yang dimiliki!

Jenis layanan	Kapasitas layanan maksimal per bulan (unit)	Keterangan
1. Jamban Tipe 2-1		
2. Jamban Tipe 2-2-1		
3. Jamban Tipe 3-1		
4. Jamban Tipe 3-3-1		
5. Lain-lain, sebutkan:.....		

Asumsi: 1 Tukang bekerja per hari (8 jam), 1 set tukang= 1 tukang+1pembantu tukang, 1 set alat cetak = 1 ring dalam ukuran 1,5 m dan 0,5 m.

10. Proyeksi Penjualan Produk/jasa

Dengan memperhatikan kapasitas layanan dan peluang pasar, proyeksikanlah hasil jasa usaha Anda selama 6 bulan ke depan untuk tiap produk Anda!

Jenis produk/jasa	Harga jual per unit	Jumlah produk/jasa pada Bulan ke-					
		1(...)	2(...)	3(...)	4(...)	5(...)	6(...)
Jasa layanan: 1. Jamban Tipe 2-1 2. Jamban Tipe 2-2-1 3. Jamban Tipe 3-1 4. Jamban Tipe 3-3-1 5. dll							
Total Penjualan (Unit)							
Total Penjualan (Rp)							

11. Proyeksi biaya operasional

Selain biaya HPP, Anda juga harus memperhatikan biaya-biaya operasional yang dikeluarkan tiap bulan selama 6 bulan. Di bawah ini adalah contoh tabel biaya operasional usaha sanitasi. Isi dan lengkapilah tabel di bawah ini berdasarkan proyeksi penjualan Anda dalam menjalankan usaha!

No.	Jenis Biaya Operasional	Total Biaya (ribu Rp)					
		Bulan 1	Bulan 2	Bulan 3	Bulan 4	Bulan 5	Bulan 6
1	Komisi penjualan						
2	Biaya promosi						
3	Biaya transportasi						
4	Gaji Manajer/ supervisor						
5	Sewa tempat						
6	Penyusutan aset dan peralatan						
7	Biaya komunikasi						
8	Lain-lain:.....						
	TOTAL BIAYA OPERASIONAL						

12. Proyeksi arus kas

Perencanaan arus kas yang baik akan mempengaruhi kesehatan keuangan usaha. Anda harus memikirkan ketersediaan kas untuk kebutuhan sehari-hari dan juga waktu yang tepat untuk melakukan penambahan modal investasi dsb. Berikut ini adalah tabel proyeksi arus kas. Isilah tabel sesuai dengan proyeksi usaha Anda!

Rincian		Bulan ke- (dalam ribuan Rp)					
		1	2	3	4	5	6
UANG MASUK	Uang masuk/saldo di awal bulan						
	Uang masuk dari penjualan jamban sehat						
	Uang masuk lain-lain						
	TOTAL UANG MASUK						
UANG KELUAR	Biaya HPP						
	Biaya Operasional						
	Biaya lain-lain						
	TOTAL UANG KELUAR						
JUMLAH UANG AKHIR BLN:							

13. Proyeksi laba/rugi

Pertanyaan paling penting yang harus bisa dijawab oleh seorang pengusaha adalah apakah usahanya untung atautkah rugi.

Laba kotor = total pemasukan – total HPP
Laba sebelum bunga = laba kotor – biaya operasional
Laba sebelum pajak = laba sebelum bunga – bunga pinjaman
Laba bersih = laba sebelum pajak – pajak usaha

Rincian	Bulan ke (ribu Rp)					
	1	2	3	4	5	6
Pemasukan Hasil Penjualan						
Pemasukan lain						
Total HPP						
LABA KOTOR						
Biaya operasional						
LABA SEBELUM BUNGA						
Bunga pinjaman						
LABA SEBELUM PAJAK						
Pajak Usaha						
LABA BERSIH						

14. Modal awal usaha

Berapakah modal yang dibutuhkan untuk memulai sebuah bisnis jamban sehat? Untuk menjawab pertanyaan tersebut Anda harus menghitung modal investasi dan modal kerja yang dibutuhkan. Dari data-data yang telah Anda isikan sebelumnya, hitunglah modal awal usaha yang dibutuhkan! Asumsikan modal kerja yang harus dimiliki di awal adalah selama 2 bulan.

$$\text{Modal awal} = \text{modal investasi} + \text{modal kerja}$$

Komponen Modal Awal		Jumlah Biaya (ribu Rp)
No.	MODAL INVESTASI :	
1	Peralatan kantor	
2	Peralatan	
3	Alat transportasi	
	Total Modal Investasi:	
No.	MODAL KERJA:	
1	Biaya bahan baku untuk 1 bulan	
2	Biaya tenaga kerja langsung untuk 1 bulan	
3	Biaya operasional untuk 1 bulan	
4	Lain-lain:.....	
	Total Modal Kerja:	
	TOTAL MODAL AWAL	

15. Sumber Modal

Tuliskanlah sumber modal usaha Anda dan besarnya!

No.	Asal Modal	Jumlah (ribu Rp)	Keterangan (jelaskanlah bunga atau ketentuan yang berlaku)
1	Modal Pribadi		
2	Pinjaman bank		
3	Pinjaman koperasi		
4	Lain-lain		
TOTAL MODAL			

KEMENKES RI

MODUL MI.11

**MONITORING DAN EVALUASI
KEGIATAN WIRUSAHA STBM**

MI.11
MONITORING DAN
EVALUASI KEGIATAN

MODUL MI.11	227
MONITORING DAN EVALUASI KEGIATAN	227
WIRUSAHA STBM	227
I. DESKRIPSI SINGKAT	227
II. TUJUAN PEMBELAJARAN	227
A. Tujuan Pembelajaran Umum	227
B. Tujuan Pembelajaran Khusus	227
III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN	227
A. Pokok Bahasan 1 : Monitoring Kegiatan Wirusaha STBM	227
a. Pengertian monitoring,	227
b. Ruang lingkup Monitoring,	227
c. Kegiatan Monitoring	227
B. Pokok Bahasan 2 :	227
a. Pengertian evaluasi,	227
b. Ruang lingkup evaluasi,	227
c. Kegiatan evaluasi.	227
IV. BAHAN BELAJAR	227
V. METODE PEMBELAJARAN	227
VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN	227
A. Langkah 1: Pengkondisian (10 menit)	228
B. Langkah 2: Pengkajian Pokok Pembahasan (110 menit)	228
C. Langkah 3: Rangkuman (15 menit):	228
VII. URAIAN MATERI	228
A. POKOK BAHASAN 1 : MONITORING KEGIATAN WIRUSAHA STBM	229
a. Pengertian monitoring	229
b. Ruang Lingkup Monitoring	229
c. Kegiatan Monitoring	230
B. POKOK BAHASAN 2 : EVALUASI KEGIATAN WIRUSAHA STBM	233
a. Pengertian evaluasi	233
b. Ruang Lingkup evaluasi	233
c. Kegiatan Evaluasi	235
VIII. REFERENSI	235
IX. LAMPIRAN	236
A. PANDUAN DISKUSI	236
a. Survei Telpon	236
b. <i>Coaching</i> Melalui Kunjungan Lapangan	238
B. LEMBAR KERJA	241
a. Daftar Pertanyaan Survei Telpon	241

MODUL MI.11

MONITORING DAN EVALUASI KEGIATAN WIRUSAHA STBM

I. DESKRIPSI SINGKAT

Modul ini akan menghantarkan peserta dalam rangka melakukan monitoring dan evaluasi kegiatan wirausaha STBM. Dalam modul ini juga akan dijelaskan tentang pengertian, ruang lingkup dan kegiatan dari monitoring dan evaluasi STBM.

II. TUJUAN PEMBELAJARAN

A. Tujuan Pembelajaran Umum

Setelah mengikuti materi ini peserta mampu melakukan monitoring dan evaluasi kegiatan wirausaha STBM

B. Tujuan Pembelajaran Khusus

Setelah mengikuti materi ini peserta mampu :

1. Melakukan monitoring kegiatan wirausaha STBM.
2. Melakukan evaluasi kegiatan wirausaha STBM.

III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN

A. Pokok Bahasan 1 : Monitoring Kegiatan Wirausaha STBM

- a. Pengertian monitoring,
- b. Ruang lingkup Monitoring,
- c. Kegiatan Monitoring.

B. Pokok Bahasan 2: Evaluasi Kegiatan Wirausaha STBM

- a. Pengertian evaluasi,
- b. Ruang lingkup evaluasi,
- c. Kegiatan evaluasi.

IV. BAHAN BELAJAR

Modul, bahan tayang, papan *flipchart*, laptop, LCD *projector*, kain tempel, spidol, metaplan, panduan diskusi kelompok.

V. METODE PEMBELAJARAN

Curah pendapat, ceramah, dan diskusi kelompok.

VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN

Jumlah jam yang digunakan dalam modul ini adalah sebanyak 3 jam pelajaran (T=1jpl, P=2jpl, PL=0jpl) @45 menit. Untuk mempermudah proses pembelajaran dan meningkatkan partisipasi seluruh peserta, dilakukan langkah-langkah kegiatan sebagai berikut:

A. Langkah 1: Pengkondisian (10 menit)

1. Penyegaran dan pencairan suasana,
2. Fasilitator menggali harapan peserta tentang materi dan keterampilan yang ingin dicapai melalui sesi ini,
3. Fasilitator menyampaikan tujuan pembelajaran, pokok bahasan dan metode yang digunakan,
4. Fasilitator mengajak peserta untuk mengidentifikasi jenis monitoring dan evaluasi kegiatan wirausaha STBM,
5. Menggali pendapat peserta tentang kegiatan monitoring dan evaluasi STBM dan mendiskusikannya. Proses pembelajaran menggunakan metode dimana semua peserta terlibat secara aktif,
6. Berdasarkan pendapat peserta, fasilitator menjelaskan tentang kegiatan monitoring dan evaluasi STBM.

B. Langkah 2: Pengkajian Pokok Pembahasan (110 menit)

1. Fasilitator menyampaikan pokok bahasan:
 - Monitoring kegiatan wirausaha STBM (50 menit)
 - Evaluasi kegiatan wirausaha STBM (60 menit)
2. Fasilitator memberi kesempatan kepada peserta untuk menanyakan hal-hal yang kurang jelas, dan memberikan jawaban dan klarifikasi atas pertanyaan-pertanyaan peserta.
3. Fasilitator memberikan kesempatan sebanyak-banyaknya sehingga antar peserta juga terjadi diskusi dan interaksi yang baik.

C. Langkah 3: Rangkuman (15 menit):

1. Peserta dipersilahkan untuk menanyakan hal-hal yang kurang jelas, dan fasilitator memfasilitasi pemberian jawaban, baik dari fasilitator maupun dari peserta lain.
2. Meminta komentar, penilaian, saran bahkan kritik dari peserta pada kertas evaluasi yang telah disediakan.
3. Fasilitator menutup sesi pembelajaran dengan memastikan TPU dan TPK sesi telah tercapai.

VII. URAIAN MATERI

Apa yang perlu dilakukan dalam kegiatan monitoring dan evaluasi setelah suatu program sudah berjalan, sejak perencanaan hal tersebut sudah perlu dirumuskan. Dengan begitu, arah program yang akan dikembangkan sesuai dengan rencana, dan penilaian (monev) dilakukan untuk melihat apakah rencana itu berjalan atau tidak.

Dengan melakukan monitoring dan evaluasi terhadap apa yang kita kerjakan maka secara sadar dapat kita kontrol kesesuaian penggunaan sumber daya, pilihan cara dan saling menjaga kinerja diantara pihak-pihak yang terlibat. Karenanya monev menjadi penting supaya tujuan kegiatan atau program dapat dicapai dan dapat dipertanggungjawabkan kepada semua pihak lain yang berkepentingan atas apa yang kita lakukan.

A. POKOK BAHASAN 1 : MONITORING KEGIATAN WIRAUSAHA STBM

a. Pengertian monitoring

Monitoring merupakan langkah awal untuk menyusun laporan yang dapat dipertanggung jawabkan. Monitoring dapat didefinisikan sebagai upaya untuk memantau jalannya proses pelaksanaan agar seluruh proses dapat berjalan sebagaimana mestinya sebagaimana yang telah direncanakan.

b. Ruang Lingkup Monitoring

Kegiatan monitoring harus dilakukan dengan mendasarkan diri pada prinsip-prinsip sebagai berikut :

1. Berdasar pada standar yang diketahui bersama

Kegiatan monitoring harus dilakukan berdasarkan standar, acuan, dan indikator keberhasilan dan kegagalan, kesalahan atau ketetapan, yang telah ditetapkan dan diketahui bersama. Karena itu, standar, acuan dan indikator ini harus telah ditetapkan terlebih dahulu sebelum program dijalankan dan disebarkan kepada pihak-pihak terkait.

2. Terbuka

Kegiatan monitoring harus diketahui bukan hanya oleh pihak yang melakukan monitoring melainkan juga oleh pihak yang akan dimonitor. Lebih jauh lagi monitoring boleh diketahui dan dilakukan pihak manapun sepanjang memakai standar, acuan dan indicator monitoring yang jelas dan diketahui bersama.

3. Obyektif dan professional

Pelaksanaan monitoring dilakukan secara professional berdasarkan analisis data yang lengkap dan akurat agar menghasilkan penilaian secara obyektif dan masukan yang tepat terhadap pelaksanaan kebijakan penanggulangan kemiskinan.

4. Transparan

media yang ada agar masyarakat dapat mengakses dengan mudah tentang informasi dan hasil kegiatan monitoring.

5. Adil

Pemberlakuan standar, acuan dan indikator kegiatan monitoring harus sama antar wilayah dan antar tingkatan. Pemakaian peralatan atau instrumen kegiatan yang dinyatakan benar di suatu wilayah tidak dapat dinyatakan salah di wilayah lain kecuali jika terdapat faktor kondisi alam dan budaya lokal yang ada di daerah.

6. Akuntabel

Pelaksanaan monitoring harus dapat dipertanggungjawabkan secara internal maupun eksternal.

7. Tepat waktu

Pelaksanaan monitoring harus dilakukan sesuai dengan waktu waktu yang dijadwalkan.

8. Berkesinambungan

Pelaksanaan monitoring dilakukan secara berkesinambungan agar dapat dimanfaatkan sebagai umpan balik bagi penyempurnaan kebijakan.

9. Berorientasi solusi

Pelaksanaan monitoring dan pembahasan hasil-hasilnya harus diorientasikan untuk menemukan solusi atas masalah yang terjadi dan karena itu dapat dimanfaatkan sebagai pijakan untuk peningkatan kinerja. Rekomendasi berupa tindakan korektif pada seorang staf dapat dibenarkan jika memang itulah satu-satunya solusi yang ditemukan.

10. Partisipatif

Perumusan standar, acuan dan indikator serta pelaksanaan monitoring dan pembahasan hasil-hasilnya harus dilakukan dengan melibatkan pihak-pihak yang dimonitor agar solusi yang direkomendasikan dengan menjadi agenda bersama.

11. Berjenjang

Kegiatan monitoring dilakukan secara berjenjang, artinya sesuai dengan tingkatan dan kedudukan seseorang. Contoh : Seorang Kepala desa akan memonitor kegiatan bawahan terdekatnya, yaitu para Sekretaris desa. Demikian juga dengan Sekretaris desa akan memonitor kegiatan Kepala Urusan di bawahnya dan seterusnya. Monitoring jenis ini sering disebut sebagai monitoring struktural. Selain monitoring jenis ini juga dikenal monitoring fungsional. Dalam monitoring fungsional, monitoring tidak dilakukan secara vertical tetapi juga horizontal.

c. Kegiatan Monitoring

Pengembangan sistem monitoring adalah langkah awal yang akan menjadi dasar bagi pelaksana monitoring dalam melaksanakan kegiatan monitoringnya.

Pengembangan sistem monitoring mencakup unsur-unsur antara lain :

1. Penentuan tujuan monitoring

Sistem monitoring kinerja harus memiliki tujuan yang jelas, sehingga monitoring dapat memiliki fokus yang jelas pula. Langkah awal untuk mengembangkan sistem monitoring yang baik adalah dengan menetapkan tujuan monitoring itu sendiri. Dalam kaitan ini, tujuan umum monitoring tidak lain untuk menjamin agar pelaksanaan kegiatan dapat berjalan sesuai dengan rencana-rencana yang telah ditetapkan.

Disamping itu, monitoring juga untuk bertujuan untuk mendeteksi sejak awal kemungkinan adanya penyimpangan, melakukan langkah-langkah pencegahan agar tidak terjadi penyimpangan lebih jauh, mencari alternatif pemecahan jika permasalahan terjadi, atau mengidentifikasi inovasi-inovasi yang telah dilakukan untuk keperluan pemanfaatannya pada kegiatan yang lain.

2. Pengembangan mekanisme dan prosedur monitoring

Pada proses ini perlu ditetapkan mekanisme dan prosedur yang jelas dalam melaksanakan monitoring.

Oleh karena itu perlu diatur hal-hal antara lain :

- a. Prosedur standar monitoring (*standard operating procedures* untuk monitoring).
- b. Kapan monitoring dilakukan (dalam basis *real time*, setiap detik perkembangan kemajuan dapat dimonitor dengan baik; atau dalam rentang waktu tertentu, seperti bulanan, tiga bulanan, atau semesteran).
- c. Prosedur monitoring dilakukan, baik secara regular atau jika terjadi penyimpangan-penyimpangan dari rencana yang telah ditetapkan sehingga dapat menimbulkan deviasi pencapaian output atau jika terjadi hal-hal yang diluar kendali sehingga akan mengganggu pelaksanaan kegiatan.
- d. Mekanisme pengelolaan pengaduan, karena pengaduan merupakan satu bentuk upaya monitoring.
- e. Prosedur pengumpulan, pengolahan dan analisis data monitoring.
- f. Prosedur dan mekanisme umpan balik.
- g. Prosedur pelaporan hasil monitoring.

3. Penentuan Penanggung jawab monitoring

Agar monitoring dapat berjalan dengan baik, maka perlu ditetapkan unit yang bertanggung jawab secara instansional menangani pelaksanaan kegiatan monitoring. Oleh karena itu, mereka adalah orang-orang yang seharusnya sangat berperan dalam melakukan monitoring terhadap kegiatan-kegiatan yang dilaksanakannya. Mereka harus dengan cepat dapat melihat kecenderungan adanya penyimpangan, dan harus dengan cepat mengambil langkah-langkah dalam lingkup tanggungjawabnya.

Monitoring juga dapat dilakukan secara partisipatif, oleh setiap pegawai yang terlibat dalam kegiatan bahkan pihak luar yang memiliki keterkaitan dengan pelaksanaan kegiatan.

Pegawai harus diberikan tanggungjawab untuk melakukan monitoring terhadap kegiatan-kegiatan yang berada di unit kerjanya, mengambil tindakan-tindakan dalam lingkup tanggungjawabnya, melaporkan kepada atasan jika tidak dapat diambil tindakan yang menjadi tanggungjawabnya. Dengan cara demikian, semua pegawai memiliki kepekaan terhadap upaya bersama melaksanakan kegiatan dengan baik.

4. Pengembangan Instrumen Monitoring

Monitoring tidak hanya dilakukan terhadap aspek-aspek keuangan, tetapi juga pada aspek-aspek dan perspektif-perspektif lainnya, proses internal, pemangku kepentingan, dan inovasi dan pembelajaran.

Instrumen monitoring, paling utama adalah instrumen *scorecard* sebagaimana telah dirancang pada saat perencanaan. Instrumen ini kemudian diturunkan pada masing-masing unit sesuai dengan target-target yang relevan dengan tugas pokok dan fungsi unit.

Namun demikian, secara operasional untuk keperluan pengumpulan data, pengolahan dan penilaian kemajuan pelaksanaan kegiatan perlu dirancang instrumen-instrumen yang memang sudah ditetapkan oleh pemerintah. Instrumen ini mencakup beberapa informasi seperti anggaran dan realisasi untuk masing-masing kegiatan dan mata anggaran dalam kegiatan tersebut. Di samping itu, instrumen ini mencakup realisasi fisik dari kegiatan yang sedang dilaksanakan, beserta hambatan-hambatan yang terjadi selama pelaksanaan kegiatan dan langkah-langkah yang telah diambil.

Untuk melihat sampai sejauhmana kemajuan output dari kegiatan, dapat pula dirancang instrumen-instrumen monitoring tertentu, misalnya dengan menggunakan kuesioner, matriks daftar isian, atau formulir-formulir yang dirancang untuk memonitor perkembangan kemajuan. Aspek output adalah aspek yang paling dekat dengan target-target dan sasaran yang ingin dicapai oleh organisasi. Pengembangan instrument juga sangat tergantung pada jenis data yang akan digunakan, dan indikator-indikator apa yang akan diukur.

5. Penetapan data awal dan standar kinerja

Berdasarkan instrumen-instrumen monitoring yang telah dirancang, pada tahapan sebelumnya, selanjutnya perlu ditetapkan data awal kinerja yang telah dicapai sebelumnya. Data awal dapat diperoleh dari berbagai sumber, baik secara internal pada organisasi instansi pemerintah atau data yang diperoleh dari lembaga-lembaga lain yang mengeluarkan data dimaksud.

Data awal diperlukan untuk melihat sejauh mana kinerja telah dicapai pada masa sebelumnya, dan bagaimana seharusnya organisasi mencapai peningkatan kinerja pada masa selanjutnya. Standar kinerja dapat ditetapkan melalui teknik-teknik *benchmark* dengan wirausahawan lain yang sejenis.

6. Pengembangan sistem pengumpulan, penyimpanan dan pengolahan data

Sistem pengumpulan data dikembangkan melalui berbagai cara yang antara lain; menggunakan bantuan teknologi informasi, menggunakan instrumen-instrumen sebagaimana telah dirancang sebelumnya, memberdayakan pegawai, menggunakan unit pengelolaan pengaduan, melakukan survey kecil dan melakukan wawancara, atau *focus group discussion*.

Data-data yang telah dikumpulkan perlu untuk disimpan dan diolah bagi kepentingan analisis atau penilaian kemajuan pelaksanaan kegiatan. Penyimpanan data dapat dilakukan pada unit pelaksana dan pada unit pengendalian internal. Penyimpanan data dapat dilakukan dalam bentuk data elektronik atau bentuk dokumen-dokumen monitoring. Penyimpanan data harus menunjukkan kapan dilakukan pengumpulannya, siapa yang melakukan pengumpulan, dan informasi lain yang menunjukkan identifikasi untuk penelusuran ulang dalam rangka analisis.

Penyimpanan dan dokumentasi data sangat penting, untuk penelusuran proses kegiatan dalam kaitan dengan upaya meneliti berbagai kemungkinan adanya penyimpangan

sejak dari mulai awal dilakukannya kegiatan. Penelusuran tidak hanya berkaitan untuk menemukan kemungkinan terjadinya penyimpangan tetapi juga melihat bagaimana sebuah kegiatan yang berhasil telah dilakukakn. Sistem monitoring yang baik harus memiliki sistem penyimpanan data yang baik pula.

7. Pengembangan sistem penilaian, umpan balik dan pelaporan

arena sifat monitoring adalah untuk melihat sejauh mana kemajuan telah diperoleh dari pelaksanaan kegiatan pada saat kegiatan sedang dilakukan, sehingga jika terjadi penyimpangan-penyimpangan dapat dilakukan tindakan korektif, maka data-data yang telah dikumpulkan harus cepat diolah dan dilakukan penilaian agar mampu menunjukkan informasi mengenai kemajuan pelaksanaan kegiatan. Oleh karena itu, monitoring juga harus memiliki sistem penilaian atas data-data yang telah diperoleh pada saat kegiatan sedang berlangsung.

B. POKOK BAHASAN 2 : EVALUASI KEGIATAN WIRAUSAHA STBM

Istilah evaluasi dapat disamakan dengan penaksiran (*appraisal*), pemberian angka (*rating*) dan penilaian (*assessment*). Suatu evaluasi mempunyai karakteristik tertentu yang membedakannya dari analisis yaitu : (1) Fokus nilai, (2) Interdependensi fakta nilai, (3) Orientasi masa kini dan masa lampau, (4) Dualitas nilai.

a. Pengertian evaluasi

Secara sederhana evaluasi berarti mengkaji nilai/hasil sesuatu (hasil kerja), proses membandingkan antara hasil yang telah dicapai dengan hasil yang diharapkan. Pengertian dan pemahaman tentang evaluasi ini membantu orang yang terlibat dalam program-program pengembangan untuk mengkaji hasil kerja mereka secara sistematis.

Evaluasi merupakan upaya penilaian yang obyektif dan sistematis terhadap pelaksanaan kegiatan-kegiatan dan program-program termasuk desain, implementasi maupun hasilnya. Evaluasi juga diartikan sebagai penilaian atas relevansi dan efektifitas, serta konsistensi program dan/atau kegiatan terhadap tujuan kebijakan. Evaluasi dilakukan untuk melihat sejauh mana keberhasilan kegiatan atau program yang telah dilaksanakan disamping pula untuk menunjukkan akuntabilitasnya.

b. Ruang Lingkup evaluasi

Jika dilihat dari sisi pendekatan tingkatannya, maka evaluasi dapat dibedakan dalam level kegiatan (proyek) dan level program evaluasi terhadap kegiatan selalu dilakukan setiap tahun, untuk melihat sampai sejauhmana kegiatan dimaksud telah melaksanakan output yang diharapkan pada saat perencanaan. Sedangkan evaluasi terhadap program pada umumnya dilakukan paling sedikit setiap 5 (lima) tahun sekali, atau jika keseluruhan kegiatan-kegiatan yang berada dalam lingkungnya sudah dilaksanakan.

Secara umum evaluasi bertujuan agar dapat diketahui dengan pasti apakah pencapaian hasil, kemajuan dan kendala yang dijumpai dalam pelaksanaan program/kegiatan dapat dinilai dan

dipelajari guna perbaikan pelaksanaan program/kegiatan di masa yang akan datang.

Evaluasi memerankan berbagai fungsi yaitu :

1. Memberi informasi yang valid mengenai kinerja kebijakan, program dan kegiatan, yaitu mengenai seberapa jauh kebutuhan, nilai dan kesempatan telah dicapai. Dengan evaluasi dapat diungkapkan mengenai pencapaian suatu tujuan, sasaran dan target tertentu.
2. Memberi sumbangan pada klarifikasi dan kritik. Evaluasi memberi sumbangan pada klarifikasi dan kritik terhadap nilai-nilai yang mendasari tujuan dan target. Nilai diperjelas dengan mendefinisikan dan mengoperasikan tujuan dan target.
3. Memberi sumbangan pada aplikasi metode analisis kebijakan, termasuk perumusan masalah dan rekomendasinya. Informasi mengenai tidak memadainya suatu kinerja kebijakan, program dan kegiatan memberikan kontribusi bagi perumusan ulang kebijakan, program dan kegiatan. Evaluasi dapat pula menyumbangkan rekomendasi bagi pendefinisian alternatif kebijakan yang bermanfaat untuk mengganti kebijakan yang berlaku dengan alternative kebijakan yang lain.
4. Evaluasi memiliki tujuan pokok melihat seberapa besar kesenjangan antara pencapaian kinerja kegiatan dan program dengan harapan atau rencana yang sudah ditetapkan. Jadi evaluasi bukan untuk mencari-cari kekurangan atau kesalahan. Langkah selanjutnya adalah bagaimana mengurangi dan menutup kesenjangan tersebut.

Sedangkan manfaat evaluasi itu sendiri dapat berupa keuntungan-keuntungan yang dapat diperoleh seperti :

- 1.) Manfaat untuk perbaikan perencanaan, strategi, kebijakan;
- 2.) Manfaat untuk pengambilan keputusan;
- 3.) Manfaat untuk tujuan pengendalian program/kegiatan;
- 4.) Manfaat untuk perbaikan input, proses dan output, perbaikan tatanan atau sistem dan prosedur.

Setelah mengetahui tujuan evaluasi, pertanyaan penting yang harus muncul adalah apa yang dievaluasi. Pertanyaan ini akan memberikan fokus perhatian dalam mendesain evaluasi dan melaksanakannya. Fokus evaluasi ini haruslah ditentukan sehingga penggunaan sumber daya dan waktu dapat dilakukan sebaik-baiknya.

Fokus evaluasi dapat dikelompokkan sebagai berikut :

- 1.) *Input evaluation*,
- 2.) *Process evaluation*,
- 3.) *Output evaluation*,
- 4.) *Outcome evaluation*,
- 5.) *Impact evaluation*.

c. Kegiatan Evaluasi

Tiga pendekatan evaluasi yaitu :

1. Evaluasi semu (*Pseudo evaluation*). Evaluasi ini adalah evaluasi yang menggunakan metode deskriptif untuk menghasilkan informasi yang valid dan dapat dipercaya mengenai hasil kebijakan, tanpa berusaha untuk menanyakan tentang manfaat atau nilai dari hasil-hasil tersebut terhadap perseorangan, kelompok maupun masyarakat.
2. Evaluasi formal. Evaluasi ini menggunakan metode deskriptif untuk menghasilkan informasi yang valid dan dapat dipercaya mengenai hasil kebijakan, dengan melakukan evaluasi atas dasar tujuan program kebijakan yang secara formal telah diumumkan oleh para pembuat kebijakan dan administrasi program. Tujuan dan target yang diumumkan merupakan asumsi bagi pengukuran yang tepat mengenai manfaat atau nilai kebijakan/program.
3. Evaluasi keputusan teoritis. Evaluasi ini menggunakan pendekatan deskriptif untuk menghasilkan informasi yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan mengenai hasil-hasil kebijakan yang secara eksplisit dinilai oleh berbagai pelaku kebijakan. Teknik yang bisa digunakan dalam evaluasi jenis ini adalah brainstorming, analisis argumentasi, dan analisis survey pemakai (pelanggan).

Metode dan teknik yang digunakan dalam evaluasi sangatlah tergantung pada desain evaluasi. Sedang desain evaluasi sangat tergantung pada tujuan evaluasi. Oleh karena evaluasi sangat beragam dan bisa banyak tujuan (*multi purpose*) maka metode dan teknik yang digunakan juga sangat bervariasi. Evaluasi yang efektif sangat tergantung dari banyak hal, termasuk kelayakan metode dan teknik yang digunakan.

Oleh karena itu, hal terpenting dalam memilih metode evaluasi beserta teknik-teknik yang digunakan adalah apakah metode dan teknik-teknik itu dapat menjawab pertanyaan evaluasi yang dirumuskan dan pada gilirannya dapat mencapai tujuan evaluasi.

VIII. REFERENSI

1. Kemenkes RI, Modul Diklat Teknis Substansif Sosial, Teknik Monitoring, Evaluasi dan Pelaporan pada Bidang Pelayanan dan Rehabilitasi Sosial, Jakarta: 2008.
2. Departemen PU, Modul Monev Partisipatif, PNPM Mandiri Perkotaan, Departemen Pekerjaan Umum Direktorat Jenderal Cipta Karya, Jakarta: 2008.
3. WSP-EAP, Buku Panduan Pengembangan dan Penggunaan Modul Pelatihan Wirausaha Sanitasi, Jakarta: 2012.
4. WSP-EAP, Panduan Penyelenggaraan Pelatihan Wirausaha Sanitasi, Jakarta: 2012.
5. Kemenkes RI, Petunjuk Penggunaan Sistem Monitoring STBM, Sekretariat STBM, Jakarta: 2013.

IX. LAMPIRAN

A. PANDUAN DISKUSI

Kegiatan Monitoring dan evaluasi wirausaha STBM akan dilaksanakan melalui

a. Survei Telpon

Tujuan dari survei telepon adalah sebagai berikut :

1. Monitoring awal untuk menanyakan perkembangan bisnis sanitasi.
2. Mengetahui kendala yang dihadapi dalam menjalankan bisnis sanitasi.

Sebaiknya survei telepon ini dilakukan oleh pihak atau lembaga yang menyelenggarakan pelatihan wirausaha sanitasi dan berkoordinasi dengan dinas kesehatan tempat para pengusaha sanitasi berasal.

SOP Pelaksanaan Survei Telepon :

Persiapan:

1. Siapkan data yang dibutuhkan :
 - a. Biodata penyedia layanan sanitasi yang akan disurvei,
 - b. Daftar pertanyaan dan format pertanyaan,
 - c. Alat komunikasi (handphone atau telepon), pastikan saldo pulsa masih mencukupi. Untuk penghematan keuangan, usahakan nomor operator yang menyesuaikan dengan operator responden (provider sanitasi).
2. Rencanakan waktu kapan akan menghubungi responden. Waktu paling efektif untuk menelepon yaitu di luar jam kerja terutama pada saat hari libur. Jika pada hari kerja, waktu yang efektif yaitu sekitar pukul 15.00 ke atas.

Proses Telepon :

Setelah berhasil tersambung dan diangkat oleh responden (provider sanitasi), langkah-langkah yang dilakukan yaitu :

1. Sebelum melakukan wawancara :
 - Perkenalkan diri secara ramah dan sopan.
 - Sampaikan tujuan telepon secara jelas dan singkat kepada responden.
 - Mintalah terlebih dahulu kesediaan responden untuk diwawancarai. Jika responden belum bersedia diwawancarai karena kesibukan tertentu, buatlah janji untuk menghubungi di lain waktu. Jangan paksa responden untuk melakukan wawancara saat sedang sibuk.
2. Saat wawancara :
 - Jangan tinggalkan suatu pertanyaan sebelum memperoleh jawaban secara cukup. Jangan menduga-duga.
 - Jangan menganggap bahwa jika responden berbicara banyak berarti secara otomatis suatu wawancara sudah tercapai. Dengarkan secara kritis jawaban-jawaban tersebut dan harus yakin bahwa jawaban tersebut sudah jelas.

- Jangan puas dengan jawaban “Saya tidak tahu” kecuali sudah yakin bahwa responden benar-benar tidak tahu. Buat pertanyaan-pertanyaan pancingan untuk meyakinkan bahwa responden benar-benar tidak tahu.
- Usahakan agar responden bercerita. Jika responden membicarakan hal-hal yang tidak relevan dengan pertanyaan, arahkan pembicaraan kembali ke inti pertanyaan.
- Jangan memberikan pendapat meskipun sedang menanyakan tentang apa yang sedang ditanyakan. Pendapat surveyor dapat mempengaruhi kemurnian jawaban responden.
- Hindari memberi saran/anjuran atas jawaban dari suatu pertanyaan. Jawaban responden diharapkan mencerminkan reaksinya sendiri tidak terpengaruh oleh pewawancara atau pihak-pihak lain yang mungkin hadir pada saat wawancara berlangsung.
- Lihat kembali daftar pertanyaan setiap selesai melakukan wawancara untuk meyakinkan apakah semua pertanyaan sudah ditanyakan

Teknik Wawancara:

1. Probing

Kualitas dari wawancara ditentukan oleh kemampuan pewawancara berkomunikasi dan kritis. Salah satu aspek yang menarik dan penting dari tugas wawancara adalah probing. *Probing* adalah seni dalam mencari informasi tambahan dengan cara menggali informasi lebih mendalam. Hal – hal yang harus dihindari saat probing adalah kesan yang memojokkan responden, jangan bernada interogasi seperti polisi menginterogasi pencuri.

Jenis – Jenis *Probing* :

- Mengulangi pertanyaan
Surveyor mengulangi pertanyaan sekali lagi karena bisa jadi responden tidak mendengar pertanyaan secara utuh atau kehilangan titik penting dari pertanyaan. Mungkin surveyor terlalu cepat saat membacakan pertanyaan. Ulangi sekali lagi pertanyaan agak pelan dengan intonasi yang tepat sampai responden mengerti apa maksud dari pertanyaan yang dibacakan pewawancara.
- Mengulangi jawaban responden
Terkadang dengan mengulangi jawaban dari responden dapat merangsang pemikiran lebih jauh dari responden sehingga mendapat jawaban yang sesuai dengan tujuan pertanyaan.
- Menggunakan pertanyaan pancingan yang netral
Seperti ‘Bagaimana’, ‘Apa yang Anda maksud’, ‘Mengapa memiliki pikiran seperti itu’ atau pertanyaan lainnya.
- Mohon penjelasan
Pewawancara boleh menyatakan belum memahami jawaban dari responden, maka meminta responden menjelaskan kembali.

2. Menghadapai jawaban “ Saya Tidak Tahu”

Salah satu jawaban yang menggambarkan tanggapan responden yang meragukan adalah jawaban tidak tahu. Jawaban tersebut dapat berarti salah satu dari berikut ini:

- Responden tidak mengerti apa yang ditanyakan
Mungkin cara surveyor membaca pertanyaan tidak jelas (terlalu pelan atau tidak lancar) atau kalimat pertanyaan tidak jelas sehingga responden sukar mengerti. Jika terjadi demikian maka surveyor harus menanyakan sekali lagi tetapi lebih lambat dan dengan tekanan yang benar bila diperlukan atau bisa mengubah maksud dan tujuan pokok pertanyaan tersebut.
- Responden bisa jadi tidak tahu atau ia tidak memiliki pendapat. Penggunaan beberapa teknik mungkin membantu surveyor untuk menentukan kenyataan dan kesungguhan bahwa responden tidak tahu.

Mengakhiri Wawancara:

Setelah semua pertanyaan telah dijawab oleh responden dan semua informasi yang dibutuhkan telah diperoleh, maka proses wawancara bisa diakhiri. Berikut langkah-langkah mengakhiri proses wawancara :

1. Meminta kesediaan responden untuk dihubungi lagi jika suatu saat nanti ada hal yang perlu ditanyakan.
2. Mengucapkan terima kasih atas waktu yang diberikan.
3. Mengakhiri dengan salam.

b. Coaching Melalui Kunjungan Lapangan

Setelah dilakukan survey telepon, untuk lebih mengetahui detail perkembangan dari para provider sanitasi maka diperlukan *coaching* melalui kunjungan lapangan. Pada kunjungan lapangan ini yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- Mengamati secara langsung perkembangan usaha sanitasi di lokasi provider.
- Mendiskusikan masalah yang dihadapi dan membantu mencari solusi.
- Mencari fakta temuan menarik di lapangan
- Mendokumentasikan fakta di lapangan

Daftar persiapan untuk monitoring lapangan yang dibutuhkan adalah sebagai berikut:

1. Rencana Narasumber yang wajib dikunjungi saat survey lapangan:
 - a. Kasi PL Dinas Kesehatan
 - b. Provider (Wirausaha STBM)
 - c. Pelanggan (yang sudah membangun, akan membangun dan belum membangun)
 - d. *Stakeholder* penting (perangkat desa, bidan, tokoh masyarakat, toko material dan lain-lain)
2. Instrumen yang diperlukan :
 - a. Peta rencana monitoring,
 - b. Daftar pertanyaan,
 - c. *Business plan* hasil pelatihan,
 - d. Formulir penilaian pengusaha sanitasi,
 - e. Formulir penilaian *stakeholder*.

- f. Dokumentasi, meliputi :
- i. Temuan menarik,
 - ii. Kantor usaha,
 - iii. Jamban sehat yg sudah dibangun,
 - iv. Peralatan,
 - v. Inventory bahan,
 - vi. Media promosi (papan nama, kartu nama, spanduk dll),
 - vii. Peta desa,
 - viii. Jaringan,
 - ix. Dan hal-hal lain yg berkaitan dengan usaha.

Berikut ini merupakan ilustrasi kegiatan *coaching* melalui kunjungan lapangan :



Proses *coaching* kepada provider



Proses diskusi dengan customer



Kunjungan dan diskusi dengan kasi PL



Proses diskusi dengan pemilik toko material

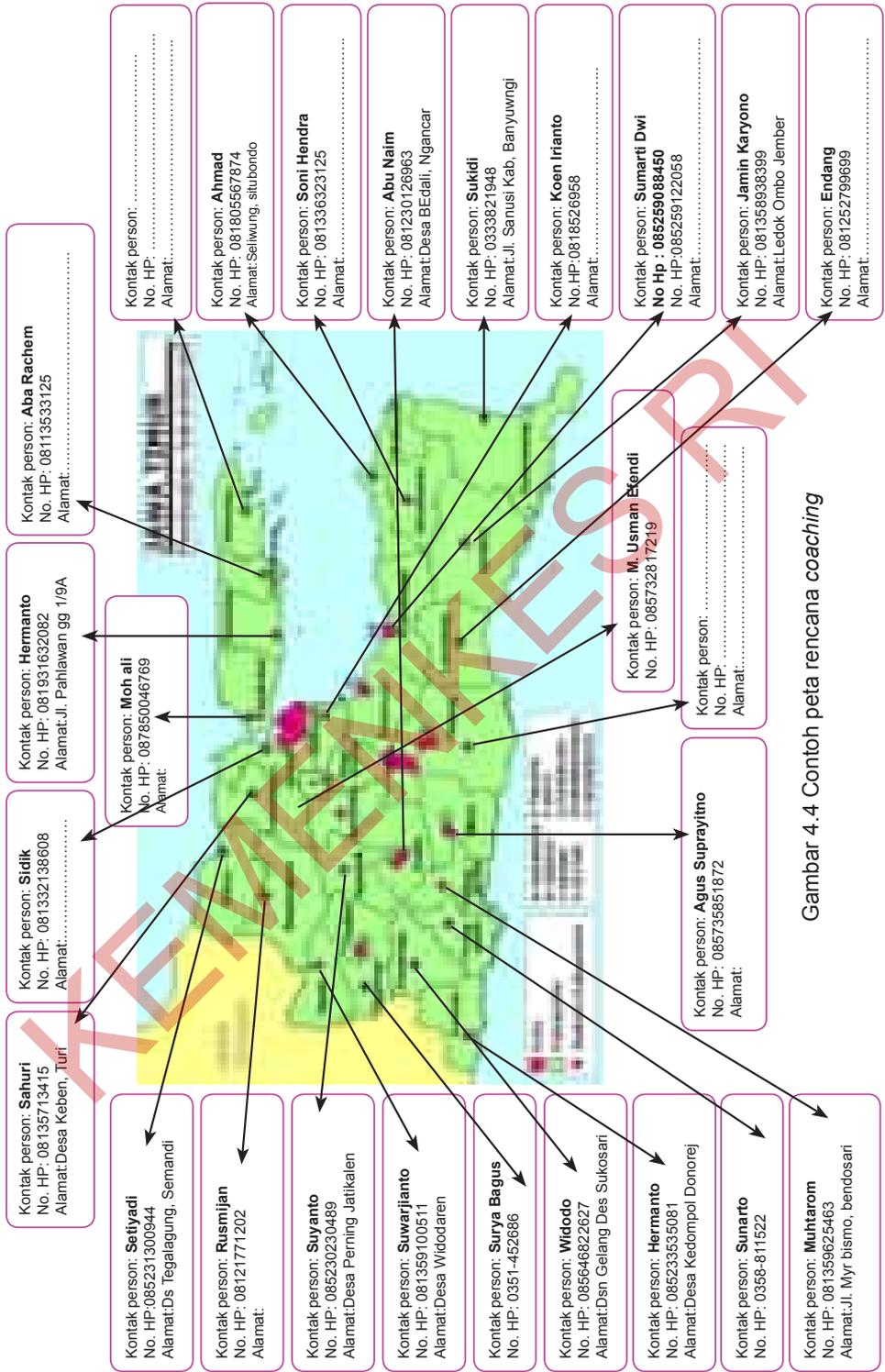


Proses diskusi dengan pengusaha sedot wc



Proses diskusi dengan karang taruna sedot wc

CONTOH PETA RENCANA MONITORING LAPANGAN JAWA TIMUR



Gambar 4.4 Contoh peta rencana coaching

B. LEMBAR KERJA

a. Daftar Pertanyaan Survei Telpon

Berikut ini merupakan hal-hal yang perlu ditanyakan saat melakukan survey telepon :

1. Area pemasaran

Area pemasaran yang dimaksud merupakan kabupaten, kecamatan dan desa yang sudah pernah dilakukan pemasaran jamban oleh pengusaha yang bersangkutan. Informasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa luas area pemasaran dan kemungkinan adanya lebih dari satu pengusaha sanitasi pada satu area yang sama.

2. Jumlah jamban yang sudah dibangun

Berisi informasi mengenai jumlah jamban yang dibangun dari pertama kali membangun sampai dengan terakhir kali membangun jamban.

3. Rata-rata order (permintaan) pembuatan jamban per bulan

Berisi informasi rata-rata jumlah order (permintaan) jamban pada tiap bulannya. Informasi ini digunakan untuk menentukan apakah kapasitas produksi pengusaha sudah mampu untuk memenuhi *order* tersebut berdasarkan waktu produksi, jumlah cetakan dan pekerja yang dimiliki. Jika belum mampu, maka bisa dihitung berapa jumlah tukang dan cetakan yang perlu ditambahkan agar mampu memenuhi permintaan tersebut.

4. Jumlah cetakan

Berisi informasi jumlah cetakan *septic tank* dan cetakan kloset yang dimiliki. Informasi ini digunakan untuk menentukan apakah kapasitas produksi pengusaha sudah mampu untuk memenuhi *order* tersebut berdasarkan lama produksi per unit, jumlah cetakan dan pekerja yang dimiliki. Jika belum mampu, maka bisa dihitung berapa jumlah tukang dan cetakan yang perlu ditambahkan agar mampu memenuhi permintaan tersebut.

5. Jumlah tukang

Berisi informasi jumlah grup tukang dan jumlah tukang dalam tiap kelompok yang dimiliki hingga saat ini. Informasi ini digunakan untuk menentukan apakah kapasitas produksi pengusaha sudah mampu untuk memenuhi *order* tersebut berdasarkan lama produksi per unit, jumlah cetakan dan pekerja yang dimiliki. Jika belum mampu, maka bisa dihitung berapa jumlah tukang dan cetakan yang perlu ditambahkan agar mampu memenuhi permintaan tersebut.

6. Lama produksi per unit

Berisi informasi mengenai berapa lama waktu yang dibutuhkan oleh satu kelompok tukang untuk menyelesaikan proses pembuatan 1 unit jamban. Informasi ini digunakan untuk menentukan apakah kapasitas produksi pengusaha sudah mampu untuk memenuhi *order* tersebut berdasarkan lama produksi per unit, jumlah cetakan dan pekerja yang dimiliki. Jika belum mampu, maka bisa dihitung berapa jumlah tukang dan cetakan yang perlu ditambahkan agar mampu memenuhi permintaan tersebut.

7. Jaringan yang dibentuk (*network*)

Berisi informasi mengenai *stakeholder* atau pihak-pihak yang dilibatkan oleh pengusaha dalam rangka menjalankan usahanya.

8. Pengusaha baru yang dilatih

Berisi informasi mengenai biodata yang meliputi nama, alamat dan nomor telepon yang bisa dihubungi dari pengusaha baru yang dilatih secara personal untuk mereplikasi usaha yang dimiliki.

9. Kendala usaha

Berisi informasi mengenai kendala atau permasalahan apa saja yang dihadapi oleh pengusaha selama menjalankan usaha. Perlu ditanyakan juga langkah-langkah apa saja yang sudah dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut

10. Catatan survei

Berisi informasi mengenai hal-hal yang tidak berkaitan dengan pertanyaan survey atau temuan menarik.

Pertanyaan-pertanyaan tersebut merupakan pertanyaan minimal yang harus ditanyakan pada saat survey telepon. Pertanyaan dapat dikembangkan sendiri berdasarkan jawaban responden dan juga berdasarkan dinamika yang terjadi saat proses telepon. Sehingga penambahan pertanyaan lain sangat mungkin untuk dilakukan asalkan masih dalam konteks wirausaha STBM.

MODUL MP.1

Membangun Komitmen Belajar (BLC)

MP.1
MEMBANGUN
KOMITMEN BELAJAR

MODUL MP.1 - MEMBANGUN KOMITMEN BELAJAR (BLC).....	245
I. DESKRIPSI SINGKAT.....	245
II. TUJUAN PEMBELAJARAN.....	245
A. Tujuan Pembelajaran Umum.....	245
B. Tujuan Pembelajaran Khusus	245
III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN.....	245
IV. BAHAN BELAJAR	246
V. METODE PEMBELAJARAN	246
VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN	246
A. Langkah 1. Penyiapan proses pembelajaran (10 menit).....	246
B. Langkah 2 : Review kegiatan BLC (10 menit).....	247
C. Langkah 3 : Pendalaman kegiatan BLC. (45 menit).....	247
D. Langkah 4 : Penyajian dan pembahasan hasil diskusi kelompok (15 menit).....	247
E. Langkah 5 : Rangkuman dan evaluasi hasil BLC (10 menit)	248
VII. URAIAN MATERI.....	248
A. POKOK BAHASAN 1 : PERKENALAN	248
B. POKOK BAHASAN 2 : PENCAIRAN	249
C. POKOK BAHASAN 3 : HARAPAN-HARAPAN DALAM PROSES PEMBELAJARAN DAN HASIL YANG INGIN DICAPAI.....	249
D. POKOK BAHASAN 4 : NORMA KELAS DALAM PEMBELAJARAN	250
E. POKOK BAHASAN 5 : KONTROL KOLEKTIF DALAM PELAKSANAAN NORMA KELAS	251
F. POKOK BAHASAN 6 : ORGANISASI KELAS	251
VIII. RANGKUMAN.....	251
IX. REFERENSI	251
X. LAMPIRAN:	252

MODUL MP.1

MEMBANGUN KOMITMEN BELAJAR (BLC)

I. DESKRIPSI SINGKAT

Dalam suatu pelatihan terutama pelatihan dalam kelas (*in class training*), akan bertemu sekelompok orang yang belum saling mengenal sebelumnya, dan berasal dari tempat yang berbeda, dengan latar belakang sosial budaya, pendidikan/ pengetahuan, pengalaman, serta sikap dan perilaku yang berbeda pula. Apabila hal ini tidak diantisipasi sejak awal pelatihan, kemungkinan besar akan dapat mengganggu kesiapan peserta dalam memasuki proses pelatihan yang bisa berakibat pada terganggunya kelancaran dari proses pembelajaran selanjutnya.

Membangun komitmen Belajar (BLC) merupakan salah satu metode atau proses untuk mencairkan kebekuan tersebut. BLC juga mengajak peserta mampu mengemukakan harapan mereka dalam pelatihan ini, serta merumuskan nilai-nilai dan norma yang kemudian disepakati bersama untuk dipatuhi selama proses pembelajaran. Membuat kontrol kolektif dan struktur organisasi kelas. Jadi inti dari BLC juga adalah terbangunnya komitmen dari semua peserta untuk berperan serta dalam mencapai harapan dan tujuan pelatihan, serta mentaati norma yang dibangun berdasarkan perbauran nilai-nilai yang dianut dan disepakati.

II. TUJUAN PEMBELAJARAN

A. Tujuan Pembelajaran Umum

Setelah mengikuti materi ini, peserta mampu membangun komitmen belajar dalam rangka menciptakan iklim pembelajaran yang kondusif selama proses pelatihan berlangsung.

B. Tujuan Pembelajaran Khusus

Setelah mengikuti materi ini peserta mampu:

1. Mengetahui sesama warga pembelajar pada proses pelatihan,
2. Menyiapkan diri untuk belajar bersama secara aktif dalam suasana yang kondusif,
3. Merumuskan harapan-harapan yang ingin dicapai bersama baik dalam proses pembelajaran maupun hasil yang ingin dicapai di akhir pelatihan,
4. Merumuskan kesepakatan norma kelas yang harus dianut oleh seluruh warga pembelajar selama pelatihan berlangsung selama pelatihan berlangsung,
5. Merumuskan kesepakatan bersama tentang kontrol kolektif dalam pelaksanaan norma kelas,
6. Membentuk organisasi kelas.

III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN

Dalam modul ini akan dibahas pokok bahasan dan sub pokok bahasan sebagai berikut :

Pokok Bahasan 1 : Perkenalan

Pokok Bahasan 2 : Pencairan

Pokok Bahasan 3 : Harapan-harapan dalam proses pembelajaran dan hasil yang ingin dicapai

- Pokok bahasan 4 : Norma kelas dalam pembelajaran
Pokok bahasan 5 : Kontrol kolektif dalam pelaksanaan norma kelas
Pokok bahasan 6 : Organisasi kelas

IV. BAHAN BELAJAR

1. Modul BLC.
2. Flipchart.
3. Spidol,
4. Meta plan,
5. Kain tempel,
6. Jadwal dan alur pelatihan,
7. Panduan permainan,
8. Papan tulis.
9. Norma / tata tertib standar pelatihan.

V. METODE PEMBELAJARAN

CTJ, Curah Pendapat, diskusi kelompok dan permainan.

VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN

Jumlah jam yang digunakan dalam modul ini adalah sebanyak 2 jam pelajaran (T=0 jpl, P=2 jpl, PL=0jpl) @45 menit. Agar proses pembelajaran dapat berhasil secara efektif dan mempermudah proses pembelajaran serta kegiatan meningkatkan partisipasi seluruh peserta, maka perlu disusun langkah-langkah pembelajaran sebagai berikut:

A. Langkah 1. Penyiapan proses pembelajaran (10 menit)

1. Kegiatan Fasilitator
 - a. Fasilitator memulai kegiatan dengan melakukan bina suasana dikelas,
 - b. Fasilitator menyampaikan salam dengan menyapa peserta dengan ramah dan hangat,
 - c. Apabila belum pernah menyampaikan sesi di kelas mulailah dengan memperkenalkan diri, Perkenalkan diri dengan menyebutkan nama lengkap, instansi tempat bekerja, materi yang akan disampaikan,
 - d. Menggali pendapat pembelajar (*apersepsi*) tentang *building learning commitment (blc)* dengan metode curah pendapat (*brainstorming*),
 - e. Menyampaikan kegiatan yang akan dilaksanakan dalam BLC dan menyampaikan tujuan pembelajaran umum dan khusus dari BLC,
 - f. Menyampaikan alur proses pelatihan.yang akan dilalui selama pelatihan.
2. Kegiatan Peserta
 - a. Mempersiapkan diri dan alat tulis bila diperlukan,
 - b. Mengemukakan pendapat atas pertanyaan fasilitator,
 - c. Memperkenalkan diri dan asal institusinya.

B. Langkah 2 : Review kegiatan BLC (10 menit)

1. Kegiatan Fasilitator
 - a. Menjelaskan petunjuk kegiatan-kegiatan (games) yang akan dimainkan.
 - b. Memberikan kesempatan kepada peserta untuk menanyakan hal-hal yang masih belum jelas.
 - c. Memberikan jawaban / menjelaskan lebih detil jika ada pertanyaan yang diajukan oleh peserta
2. Kegiatan Peserta
 - a. Mendengar, mencatat dan mempersiapkan diri mengikuti games yang akan dimainkan.
 - b. Mengajukan pertanyaan kepada fasilitator bila masih ada yang belum dipahami.
 - c. Melakukan tugas yang diberikan oleh fasilitator.

C. Langkah 3 : Pendalaman kegiatan BLC. (45 menit)

1. Kegiatan Fasilitator
 - a. Meminta kelas dibagi menjadi beberapa kelompok (4 kelompok) dan setiap kelompok akan diberikan tugas diskusi kelompok, yaitu membahas harapan, kekhawatiran dan solusinya di masing-masing kelompok.
 - b. Menugaskan kelompok untuk memilih ketua, sekretaris dan penyaji.
 - c. Meminta masing-masing kelompok untuk menuliskan hasil diskusi untuk dipresentasikan.
 - d. Mengamati peserta dan memberikan bimbingan pada proses diskusi.
2. Kegiatan Peserta
 - a. Membentuk kelompok diskusi dan memilih ketua, sekretaris dan penyaji.
 - b. Mendengar, mencatat dan bertanya terhadap hal-hal yang masih belum jelas kepada fasilitator.
 - c. Melakukan proses diskusi sesuai dengan masalah yang ditugaskan oleh fasilitator dan menuliskan hasil diskusi pada kertas flipchart untuk dipresentasikan.

D. Langkah 4 : Penyajian dan pembahasan hasil diskusi kelompok (15 menit)

1. Kegiatan Fasilitator
 - a. Dari masing-masing kelompok diminta untuk melakukan presentasi dari hasil diskusi yang telah dilakukan sebelumnya.
 - b. Memimpin proses tanggapan (tanya jawab)
 - c. Memberikan masukan-masukan dari hasil diskusi.
 - d. Memberikan klarifikasi dari pertanyaan-pertanyaan yang belum dimengerti jawabannya
 - e. Merangkum hasil diskusi.
 - f. Meminta perwakilan kelas untuk menunjuk seorang ketua kelas dan sekretarisnya, yang akan memimpin proses membuat komitmen pembelajaran melalui norma-norma kelas yang disepakati bersama-sama beserta pembuatan kontrol kolektifnya.

2. Kegiatan Peserta
 - a. Mengikuti proses penyajian kelas
 - b. Berperan aktif dalam proses tanya jawab yang dipimpin oleh fasilitator
 - c. Bersama dengan fasilitator merangkum hasil presentasi dari masing – masing pokok bahasan yang telah dipresentasikan dengan baik.
 - d. Ketua dan sekretaris kelas secara bersama dengan peserta membuat kesepakatan (norma) kelas sebagai bentuk komitmen pembelajaran beserta kontrol kolektif yang disepakati bersama.

E. Langkah 5 : Rangkuman dan evaluasi hasil BLC (10 menit)

1. Kegiatan Fasilitator
 - a. Bersama peserta merangkum poin-poin penting dari hasil proses kegiatan membangun komitmen pembelajaran.
 - b. Menyimpulkan dan memperjelas norma-norma kelas yang sudah disepakati bersama peserta..
 - c. Mengakhiri kegiatan BLC dengan mengucapkan salam dan permohonan maaf serta memberikan apresiasi dengan ucapan terima kasih kepada peserta.
2. Kegiatan Peserta
 - a. Bersama fasilitator merangkum poin-poin penting dari hasil proses kegiatan membangun komitmen pembelajaran.
 - b. Mendengar dan menyepakati hasil dari norma kelas yang telah dibuat
 - c. Membalas salam fasilitator.

VII. URAIAN MATERI

A. POKOK BAHASAN 1 : PERKENALAN

Pada awal memasuki suatu pelatihan, sering para peserta menunjukkan suasana kebekuan (freezing), karena belum tentu pelatihan yang diikuti merupakan pilihan prioritas dalam kehidupannya. Mungkin saja kehadirannya di pelatihan karena terpaksa, tidak ada pilihan lain, harus menuruti ketentuan / persyaratan. Mungkin juga terjadi, pada saat pertama hadir sudah memiliki anggapan merasa sudah tahu semua yang akan dipelajari atau membayangkan kejenuhan yang akan dihadapi. Untuk mengantisipasi semua itu, perlu dilakukan suatu proses pencairan (unfreezing).

Proses BLC adalah proses melalui tahapan dari mulai saling mengenal antar pribadi, mengidentifikasi dan merumuskan harapan dari pelatihan ini, sampai terbentuknya norma kelas yang disepakati bersama serta kontrol kolektifnya. Pada proses BLC setiap peserta harus berpartisipasi aktif dan dinamis. Keberhasilan atau ketidak berhasilan proses BLC akan berpengaruh pada proses pembelajaran selanjutnya.

Pada tahap perkenalan fasilitator memperkenalkan diri dan asal usul institusinya dilanjutkan dengan menyampaikan tujuan pembelajaran. Kemudian mengajak peserta untuk ikut berpartisipasi

aktif dalam proses pembelajaran. Dalam memandu peserta untuk proses perkenalan dengan menggunakan metode yaitu : dalam 5 menit pertama setiap peserta diminta berkenalan dengan peserta lain sebanyak-banyaknya. Meminta peserta yang berkenalan dengan jumlah peserta terbanyak, dan dengan jumlah peserta paling sedikit untuk memperkenalkan teman-temannya. Meminta peserta yang belum disebut namanya untuk memperkenalkan diri, sehingga seluruh peserta saling berkenalan, diikuti juga oleh panitia untuk memperkenalkan dirinya.

B. POKOK BAHASAN 2 : PENCAIRAN

Fasilitator menyiapkan kursi sejumlah peserta dan disusun melingkar. Fasilitator meminta semua peserta duduk di kursi dan satu diantaranya duduk di tengah lingkaran. Peserta yang duduk di tengah lingkaran diminta memberi aba-aba, agar peserta yang disebut identitasnya pindah duduk, misalnya dengan menyeru: "Semua peserta berbaju merah pindah" Pada keadaan tersebut akan terjadi pertukaran tempat duduk dan saling berebut antar peserta. Hal tersebut menggambarkan suasana "*storming*", atau seperti "badai" yang merupakan tahap awal dari suatu pembentukan kelompok.

Ulangi lagi, setiap peserta yang duduk di tengah lingkaran untuk menyerukan identitas yang berbeda, misalnya peserta yang berkaca mata atau yang berbaju batik dan lain-lain. Lakukan permainan tersebut selama 10 – 15 menit, tergantung situasi dan kondisi.

Fasilitator memandu peserta untuk merefleksikan perasaannya dalam permainan tersebut serta pengalaman belajar apa yang diperolehnya. Fasilitator membuat rangkuman bersama-sama peserta, agar terjadi proses yang dinamis.

C. POKOK BAHASAN 3 : HARAPAN-HARAPAN DALAM PROSES PEMBELAJARAN DAN HASIL YANG INGIN DICAPAI

Fasilitator membagi peserta dalam kelompok kecil @ 5 – 6 orang, kemudian menjelaskan tugas kelompok tersebut. Masing-masing kelompok akan menentukan harapan terhadap pelatihan ini serta kekhawatiran dalam mencapai harapan tersebut. Juga didiskusikan bagaimana solusi (pemecahan masalah) untuk mencapai harapan tersebut serta menghilangkan kekhawatiran yang akan terjadi selama pelatihan. Mula-mula secara individu, kemudian hasil setiap individu dibahas dan dilakukan kesepakatan sehingga menjadi harapan kelompok.

Setiap kelompok diminta untuk mempresentasikan hasil diskusinya. Dan peserta dari kelompok lainnya diminta untuk memberikan tanggapan dan masukan bila ada. Fasilitator memandu peserta untuk membahas harapan dan kekhawatiran dari setiap kelompok tersebut sehingga menjadi harapan kelas yang disepakati bersama. Berdasarkan hasil pemaparan diskusi seluruh kelompok maka disepakati bersama fasilitator untuk menentukan ketua kelas dan sekretaris yang akan memandu peserta secara bersama-sama untuk merumuskan norma-norma kelas yang akan disepakati bersama. Peserta difasilitasi sedemikian rupa agar semua berperan aktif dan memberikan komitmennya untuk metaati norma kelas tersebut.

Komitmen merupakan keterikatan, keterpanggilan seseorang terhadap apa yang dijanjikan atau yang menjadi tujuan dirinya atau kelompoknya yang telah disepakati dan terdorong berupaya sekuat tenaga untuk mengaktualisasinya dengan berbagai macam cara yang baik, efektif dan efisien. Komitmen belajar/pembelajaran, adalah keterpanggilan seseorang/ kelompok/ kelas (peserta pelatihan) untuk berupaya dengan penuh kesungguhan mengaktualisasikan apa yang menjadi tujuan pelatihan/pembelajaran. Keadaan ini sangat menguntungkan dalam mencapai keberhasilan individu/ kelompok/ kelas, karena dalam diri setiap orang yang memiliki komitmen tersebut akan terjadi niat baik dan tulus untuk memberikan yang terbaik kepada individu lain, kelompok dan kelas secara keseluruhan.

Dengan membangun komitmen belajar maka para peserta akan berupaya untuk mencapai harapan yang diinginkannya dalam setiap proses pembelajaran. Dalam hal ini harapan peserta adalah kehendak/ keinginan untuk memperoleh atau mencapai sesuatu. Dalam pelatihan berarti keinginan untuk memperoleh atau mencapai tujuan yang diinginkan sebagai hasil proses pembelajaran. Dalam menentukan harapan harus realistis dan rasional sehingga kemungkinan untuk mencapainya menjadi besar. Harapan jangan terlalu tinggi dan jangan terlalu rendah. Harapan juga harus menimbulkan tantangan atau dorongan untuk mencapainya, dan bukan sesuatu yang diucapkan secara asal asalan. Dengan demikian dinamika pembelajaran akan terus terpelihara sampai proses pembelajaran berakhir.

D. POKOK BAHASAN 4 : NORMA KELAS DALAM PEMBELAJARAN

Dalam sesi BLC, lebih banyak menggunakan metode games/ permainan, penugasan individu dan diskusi kelompok, yang pada intinya adalah untuk mendapatkan komitmen belajar, harapan, norma kelas dan kontrol kolektif. Proses BLC sendiri adalah proses melalui tahapan dari mulai saling mengenal antar pribadi, mengidentifikasi dan merumuskan harapan dari pelatihan ini, sampai terbentuknya norma kelas yang disepakati bersama serta kontrol kolektifnya. Pada proses BLC setiap peserta harus berpartisipasi aktif dan dinamis. Keberhasilan atau ketidak berhasilan proses BLC akan berpengaruh pada proses pembelajaran selanjutnya.

Pada kesempatan ini juga fasilitator akan merumuskan tujuan pembelajaran yang akan dicapai dalam kegiatan membangun komitmen belajar, sehingga dengan demikian para peserta dengan sendirinya sadar akan peran dan tanggung jawabnya dalam keberhasilan pencapaian tujuan pembelajaran yang dilaksanakan pada pelatihan tersebut.

Norma kelas merupakan nilai yang diyakini oleh suatu kelompok atau masyarakat, kemudian menjadi kebiasaan serta dipatuhi sebagai patokan dalam perilaku kehidupan sehari-hari kelompok/ masyarakat tersebut. Norma adalah gagasan, kepercayaan tentang kegiatan, instruksi, perilaku yang seharusnya dipatuhi oleh suatu kelompok. Norma dalam suatu pelatihan, adalah gagasan, kepercayaan tentang kegiatan, instruksi, perilaku yang diterima oleh kelompok pelatihan, untuk dipatuhi oleh semua anggota kelompok (peserta, pelatih/ fasilitator dan panitia).

E. POKOK BAHASAN 5 : KONTROL KOLEKTIF DALAM PELAKSANAAN NORMA KELAS

Ketua kelas dan sekretaris beserta fasilitator memandu *brainstorming* tentang sanksi apa yang harus diberlakukan bagi orang yang tidak mematuhi atau melanggar norma yang telah disepakati agar komitmen yang dibangun menjadi lebih kuat. Tuliskan hasil *brainstorming* di papan *flipchart* agar bisa dibaca oleh semua peserta. Peserta difasilitasi sedemikian rupa sehingga aktif dalam melakukan *brainstorming*, sehingga dapat dirumuskan sanksi yang disepakati kelas. Kontrol kolektif merupakan kesepakatan bersama tentang memelihara agar kesepakatan terhadap norma kelas ditaati. Biasanya ditentukan dalam bentuk sanksi apa yang harus diberlakukan apabila norma tidak ditaati atau dilanggar.

F. POKOK BAHASAN 6 : ORGANISASI KELAS

Dengan terbangunnya BLC, juga akan mendukung terwujudnya saling percaya, saling kerja sama, saling membantu, saling memberi dan menerima, sehingga tercipta suasana/ lingkungan pembelajaran yang kondusif.

Fasilitator memandu peserta membuat rangkuman dari semua proses dan hasil pembelajaran selama sesi ini. Fasilitator memberi ulasan singkat tentang materi yang terkait dengan BLC. Fasilitator meminta peserta untuk berdiri membentuk lingkaran sambil berpegangan tangan, dan mengucapkan ikrar bersama untuk mencapai harapan kelas dan mematuhi norma yang telah disepakati. Dan untuk mengakhiri sesi diminta kepada peserta secara bersama-sama untuk bertepuk tangan. Fasilitator mengucapkan salam dan mengajak semua peserta saling bersalaman.

VIII. RANGKUMAN

Dengan melakukan building learning commitment (BLC) yang didahului dengan proses perkenalan dan dilanjutkan proses pencairan (*unfreezing / ice breaking*) maka akan didapatkan komitmen peserta dalam melaksanakan proses pembelajaran selanjutnya dengan baik berdasarkan dari norma-norma kelas yang dibuat oleh peserta sendiri. Adapun untuk keberhasilan proses BLC ini diperlukan adanya partisipasi aktif dari seluruh peserta pelatihan.

IX. REFERENSI

1. Munir, Baderal, Dinamika Kelompok, Penerapannya Dalam Laboratorium Ilmu Perilaku, Jakarta: 2001.
2. Depkes RI, Pusdiklat Kesehatan, Kumpulan Games dan Energizer, Jakarta: 2004.
3. LAN dan Pusdiklat Aparatur Kemenkes RI, Buku Panduan Dinamika Kelompok, Jakarta: 2010.

X. LAMPIRAN:

Permainan untuk Perkenalan dan Pencairan Suasana

Perkenalan dan Pencairan Suasana

(Masuk kedalam dinamika kelompok untuk perkenalan)

Untuk memfasilitasi proses perkenalan dan pencairan suasana, fasilitator dapat melakukan kegiatan interaktif melalui berbagai cara, seperti pada contoh berikut:

Deskripsi singkat:

Perkenalan merupakan proses yang sangat penting dalam suasana pelatihan untuk menciptakan suasana akrab dan dinamika positif. Fasilitator harus menyiapkan suasana agar para peserta, termasuk fasilitator, dapat saling mengenal satu sama lain. Proses perkenalan yang dinamis dapat mencairkan suasana, menciptakan kondisi belajar yang mendukung dimana para peserta dapat dengan leluasa mengungkapkan gagasan, ide dan pengalamannya, serta berbagi untuk memahami masalah-masalah yang berkaitan dengan perilaku hidup bersih dan sehat dan masalah kesehatan secara umum. Proses belajar akan lebih kaya dengan pembuktian yang ada di masyarakat.

Metode: Permainan Kreatif

Waktu: 10 menit

Tujuan

- o Mencairkan situasi kaku dan saling mengenal antar peserta sehingga mudah untuk bekerjasama
- o Terjadinya interaksi antar individu dalam kelompok secara lebih mendalam dan dinamis.
- o Terbentuknya sikap kesetiakawanan, keterbukaan dan kebersamaan antar seluruh peserta.

Alat Bantu (tergantung kepada permainan yang digunakan). Misalnya:

- a. Spidol
- b. Kertas Plano
- c. Kertas metaplan
- d. Bola Plastik/Bola yang terbuat dari kertas Koran

Langkah-langkah:

Acara perkenalan bisa dilakukan dengan beberapa cara, berikut ini 2 alternatif yang bisa digunakan:

- Alternatif 1: Bagilah seluruh partisipan (peserta, fasilitator dan panitia) menjadi beberapa kelompok (5-6 kelompok). Pada setiap kelompok, setiap individu memperkenalkan dirinya kepada anggota kelompok lainnya (nama lengkap, nama panggilan dan lembaga asalnya serta bisa ditambahkan hal-hal lain seperti: tanggal lahir, status perkawinan, jumlah anak, hobby, bintang film yang disukai, dll.). Perkenalan bisa dilanjutkan ke tingkat pleno, misalnya dengan cara meminta kesediaan perwakilan kelompok untuk memperkenalkan seluruh anggota kelompoknya. Jika seluruh anggota kelompok telah diperkenalkan, cobalah

bersama dengan seluruh partisipan untuk menghafal bersama nama seluruh partisipan pelatihan. Puncak acara perkenalan dapat dilakukan dengan menanyakan: siapa yang paling banyak hafal nama partisipan? Untuk itu, mintalah kepada partisipan yang mengatakan paling banyak hafal nama partisipan untuk membuktikan kemampuannya menghafal nama partisipan dengan cara menyebut nama dan menunjuk orangnya satu per satu.

- Alternatif 2: Mintalah partisipan berpasang-pasangan. Disarankan untuk berpasangan dengan partisipan lain yang belum/kurang dikenal dan saling memperkenalkan diri (nama lengkap, nama panggilan, lembaga asal, tanggal lahir, status perkawinan, jumlah anak, dsb.). Setelah setiap pasangan selesai saling memperkenalkan diri, mintalah mereka untuk memperkenalkan ke tingkat pleno dengan cara setiap orang memperkenalkan secara rinci tentang pasangannya. Jika seluruh pasangan telah diperkenalkan, cobalah bersama dengan seluruh partisipan untuk menghafal bersama nama seluruh partisipan pelatihan. Puncak acara perkenalan dapat dilakukan dengan menanyakan: siapa yang paling banyak hafal nama partisipan? Untuk itu, mintalah kepada partisipan yang mengatakan paling banyak hafal nama partisipan untuk membuktikan kemampuannya menghafal nama partisipan dengan cara menyebut nama dan menunjuk orangnya satu per satu.

Pencairan suasana ditujukan untuk membangun hubungan antar partisipan yang kondusif (suasana kesetaraan: tidak kaku, tidak formal, tidak ada sekat-sekat) untuk mencapai tujuan pelatihan dalam tingkat optimal. Pada akhir session ini, pastikanlah bahwa seluruh partisipan sudah saling mengenal dan memiliki hubungan yang akrab.

CATATAN:

Ada kemungkinan beberapa partisipan tidak mau terlibat dalam perkenalan dan pencairan suasana ini. Ajaklah mereka secara persuasif (dengan melibatkan partisipan lainnya) agar mereka mau terlibat. Jangan paksa mereka, tetapi jangan pula membatalkan proses karena beberapa individu tidak bersedia terlibat. Untuk mempercepat perkenalan, peserta diminta menulis nama panggilan dan asal instansi pada secarik kertas dengan spidol dan ditempelkan pada dada sebelah kiri.

Untuk membangun komitmen belajar, langkah-langkah kegiatan pembelajaran dapat juga dikombinasikan dengan langkah-langkah yang biasa digunakan dalam pelatihan-pelatihan STBM. Khusus langkah 4 (30 menit), dapat dilakukan dengan cara:

1. Fasilitator membuat gambar telapak tangan raksasa di lantai
2. Fasilitator menanyakan kepada peserta berapa besar tingkat pemahamannya terhadap materi.
3. Fasilitator meminta para peserta menempatkan dirinya pada salah satu jari yang dipilih sesuai penilaian terhadap diri sendiri terkait materi yang ditanya.

Masing-masing Jari dapat diartikan:

1. Jempol: sudah tahu CLTS dan sudah trampil dalam memicu, dan mampu untuk menularkan pengetahuan CLTS kepada orang lain.
2. Telunjuk: sudah pernah melakukan pemucuan, program STBM pendekatannya CLTS
3. Jari Tengah: Tahu tentang prinsip-prinsip CLTS, tahu tentang instrumennya, dan juga tahu tentang elemen-elemennya, dan apa saja yang membuat orang mau berubah
4. Jari manis: Tahu (dari membaca) dan pernah mendengar (dari teman), tahu prinsip-prinsipnya, tetapi tidak tahu tentang elemen-elemennya
5. Kelingking: baru dengar, tau kepanjangan, belum tahu sama sekali

KEMENKES RI

MODUL MP.2

Rencana Tindak Lanjut (RTL)

KEMENKES RI

MP.2
RENCANA TINDAK
LANJUT

MODUL MP.2 - RENCANA TINDAK LANJUT	257
I. DESKRIPSI SINGKAT	257
II. TUJUAN PEMBELAJARAN.....	257
A. Tujuan Pembelajaran Umum.....	257
B. Tujuan Pembelajaran Khusus	257
III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN.....	257
A. Pokok Bahasan 1 : RTL.....	257
a. Pengertian	257
b. Ruang Lingkup.....	257
B. Pokok Bahasan 2 : Langkah-langkah penyusunan RTL	257
C. Pokok Bahasan 3 : Penyusunan RTL dan bagan Gantt (<i>Gantt Chart</i>).....	257
D. Pokok Bahasan 4 : Evaluasi pelaksanaan STBM.....	257
IV. BAHAN BELAJAR	257
V. METODE PEMBELAJARAN	258
VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN	258
A. Langkah 1 : Pengkondisian (15 menit).....	258
B. Langkah 2: Penyampaian materi dan penyusunan RTL (30 menit).....	258
C. Langkah 3: Penyajian RTL (45 menit)	258
VII. URAIAN MATERI.....	258
A. POKOK BAHASAN 1 : RENCANA TINDAK LANJUT	258
a. Pengertian Rencana Tindak Lanjut (RTL)	259
b. Ruang Lingkup Rencana Tindak Lanjut (RTL)	259
B. POKOK BAHASAN 2. LANGKAH-LANGKAH PENYUSUNAN RENCANA TINDAK LANJUT.....	260
C. POKOK BAHASAN 3 : PENYUSUNAN RTL DAN GANTT CHART UNTUK KEGIATAN YANG AKAN DILAKUKAN	261
a. Penyusunan RTL	261
b. Gantt Chart	262
D. POKOK BAHASAN 4 : EVALUASI PELAKSANAAN STBM.....	263
VIII. REFERENSI.....	263
IX. LAMPIRAN	263
LEMBAR KERJA	263
TIM PENYUSUN KURMOD WIRAUUSAHA STBM.....	265

MODUL MP.2

RENCANA TINDAK LANJUT

I. DESKRIPSI SINGKAT

Rencana Tindak Lanjut (RTL) merupakan suatu dokumen tentang rencana yang akan dilakukan setelah mengikuti suatu kegiatan atau merupakan tindak lanjut dari kegiatan tersebut. Dalam suatu pelatihan, RTL merupakan dokumen rencana yang memuat tentang kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan setelah peserta kembali ketempat tugas untuk menerapkan hasil pelatihan.

Modul RTL ini disusun dalam rangka untuk membekali para peserta pelatihan wirausaha STBM agar mampu memahami rincian kegiatan dan dapat menyusun RTL yang akan dilaksanakan di tempat tinggalnya masing-masing.

II. TUJUAN PEMBELAJARAN

A. Tujuan Pembelajaran Umum

Setelah mengikuti materi ini, peserta mampu menyusun rencana tindak lanjut proses belajar mengajar dan mengevaluasi kegiatan STBM.

B. Tujuan Pembelajaran Khusus

Setelah mengikuti materi ini peserta mampu:

1. Menjelaskan RTL
2. Menjelaskan langkah-langkah penyusunan RTL
3. Menyusun RTL dan *Gantt Chart* untuk kegiatan yang akan dilakukan
4. Melakukan evaluasi pelaksanaan STBM

III. POKOK BAHASAN DAN SUB POKOK BAHASAN

A. Pokok Bahasan 1 : RTL

- a. Pengertian
- b. Ruang Lingkup

B. Pokok Bahasan 2 : Langkah-langkah penyusunan RTL

C. Pokok Bahasan 3 : Penyusunan RTL dan bagan Gantt (*Gantt Chart*)

D. Pokok Bahasan 4 : Evaluasi pelaksanaan STBM

IV. BAHAN BELAJAR

- Flipchart
- Spidol
- Meta plan
- Kain tempel
- LCD
- Presentasi power point
- Lembar/Format RTL.

V. METODE PEMBELAJARAN

- Ceramah Tanya Jawab
- Latihan
- Diskusi kelompok

VI. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN PEMBELAJARAN

Jumlah jam yang digunakan dalam modul ini sebanyak 2 jam pelajaran (T: 1jp; P: 1jp; PL: 0jp) @ 45 menit untuk memudahkan proses pembelajaran, dilakukan langkah-langkah kegiatan pembelajaran sebagai berikut:

A. Langkah 1 : Pengkondisian (15 menit)

1. Fasilitator memperkenalkan diri
2. Fasilitator menyampaikan tujuan umum dan tujuan khusus
3. Menggali pendapat peserta tentang pengertian dan ruang lingkup dan langkah-langkah RTL
4. Berdasarkan pendapat peserta, fasilitator menjelaskan pentingnya RTL
5. Fasilitator memberi kesempatan kepada peserta untuk menanyakan hal-hal yang kurang jelas dan fasilitator menjawab pertanyaan peserta tersebut

B. Langkah 2: Penyampaian materi dan penyusunan RTL (30 menit)

1. Peserta dibagi kelompok berdasarkan tempat kerja
2. Masing-masing kelompok menyusun RTL

C. Langkah 3: Penyajian RTL (45 menit)

1. Fasilitator memilih wakil kelompok untuk menyajikan RTLnya, diupayakan seluruh kelompok mendapatkan kesempatan untuk menyajikan RTLnya secara bergantian
2. Fasilitator memberi kesempatan kepada peserta lainnya untuk menanggapi penyajian RTL yang disajikan
3. Fasilitator menyampaikan simpulan tentang RTL yang telah disusun peserta
4. Fasilitator menutup sesi pembelajaran dengan memberikan apresiasi pada peserta

VII. URAIAN MATERI

A. POKOK BAHASAN 1 : RENCANA TINDAK LANJUT

Proses diklat merupakan suatu proses yang sistematis dan berkesinambungan. Kegiatan tersebut dimulai dengan Analisis Kebutuhan Pelatihan, Penentuan Tujuan Pelatihan, Rancang Bangun Program Pelatihan, Pelaksanaan Pelatihan serta Evaluasi Pelatihan. Oleh karena itu seorang pengelola (fasilitator) pelatihan dituntut memiliki kompetensi dalam bidang tersebut. Disamping itu pengelola pelatihan dituntut selalu mengembangkan organisasinya agar mencapai visi dan misi organisasi secara optimal. Untuk itu maka wawasan dan pengetahuan serta ketrampilan dalam bidang membuat perencanaan tindak lanjut perlu mendapat prioritas. Hal ini dimaksudkan agar peserta memahami dengan jelas arah dan tujuan pelatihan yang telah dijalaninya.

a. Pengertian Rencana Tindak Lanjut (RTL)

Rencana tindak lanjut (RTL) merupakan suatu dokumen yang menjelaskan tentang kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan, setibanya peserta di wilayah kerja masing-masing dengan memperhitungkan hal-hal yang telah ditetapkan berdasarkan potensi dan sumber daya yang ada.

RTL merupakan sebuah rencana kerja yang dibuat secara individual oleh peserta diklat yang berisi tentang rencana kerja yang menjadi tugas dan wewenangnya. Rencana ini dibuat setelah peserta pelatihan mengikuti seluruh mata diklat yang telah diberikan.

b. Ruang Lingkup Rencana Tindak Lanjut (RTL)

Penyusunan Rencana Tindak Lanjut ini dimaksudkan untuk mengaplikasikan terori-teori yang telah diberikan dalam pelatihan ini dengan pengalaman peserta latih. Perpaduan antara teori dan pengalaman ini merupakan salah satu metode untuk lebih meningkatkan tingkat pemahaman peserta diklat akan teori-teori yang telah diberikan selama pelatihan, sehingga tujuan pembelajaran khusus akan tercapai secara maksimal

Rencana tindak lanjut sangat diperlukan bagi Peserta pelatihan, Widyaiswara dan penyelenggara Diklat . Hal ini disebabkan Rencana Tindak Lanjut merupakan sebuah rencana kerja yang dibuat oleh individual yang berisi tentang rencana unit organisasi diklat yang menjadi tugas dan wewenangnya.

Didalam membuat rencana tindak lanjut perlu mengacu pada struktur / sistematika rencana tindak lanjut tertentu seperti yang telah disepakati dalam proses pembelajaran.

Oleh karena itu RTL memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Terarah
Setiap kegiatan yang dicantumkan dalam RTL hendaknya terarah untuk mencapai tujuan.
2. Jelas
Isi rencana mudah dimengerti dan ada pembagian tugas yang jelas antara orang-orang yang terlibat didalam masing-masing kegiatan.
3. Fleksibel
Mudah disesuaikan dengan perkembangan situasi. Oleh karena itu RTL mempunyai kurun waktu relatif singkat.

Tujuan RTL adalah agar peserta latih / institusi memiliki acuan dalam menindak lanjuti suatu kegiatan pelatihan.

Ruang lingkup Rencana Tindak lanjut (RTL) sebaiknya minimal :

1. Menetapkan kegiatan apa saja yang akan dilakukan
2. Menetapkan tujuan setiap kegiatan yang ingin dicapai
3. Menetapkan sasaran dari setiap kegiatan
4. Menetapkan metode yang akan digunakan pada setiap kegiatan
5. Menetapkan waktu dan tempat penyelenggaraan
6. Menetapkan siapa pelaksana atau penanggung jawab dari setiap kegiatan
7. Menetapkan besar biaya dan sumbernya.

B. POKOK BAHASAN 2. LANGKAH-LANGKAH PENYUSUNAN RENCANA TINDAK LANJUT

Berdasarkan hasil analisis kemudian disusun RTL dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Identifikasi dan buat perumusan yang jelas dari semua kegiatan yang akan dilaksanakan (*apa/what*). Pada saat menentukan kegiatan hendaknya *mereview* modul Pelatihan Fasilitator STBM.
2. Tentukan apa tujuan dari masing-masing kegiatan yang telah ditentukan.
3. Tentukan sasaran dari masing-masing kegiatan yang telah ditentukan.
4. Tetapkan cara atau metode yang akan digunakan dalam pelaksanaan setiap kegiatan (*bagaimana/how*).
5. Perkirakan waktu yang diperlukan untuk setiap kegiatan (*kapan/when*), dan tentukan lokasi yang akan digunakan dalam melakukan kegiatan (*tempat/where*).
6. Perkirakan besar dan sumber biaya yang diperlukan pada setiap kegiatan. (*How much*)
7. Tetapkan siapa mengerjakan apa pada setiap kegiatan dan bertanggung jawab kepada siapa (*siapa/who*).

Oleh karena itu dalam menyusun RTL harus mencakup unsur-unsur sebagai berikut:

1. Kegiatan
yaitu uraian kegiatan yang akan dilakukan, didapat melalui identifikasi kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Agar hal ini terealisasi maka diidentifikasi kegiatan apa yang diperlukan.
2. Tujuan
adalah membuat ketetapan ketetapan yang ingin dicapai dari setiap kegiatan yang direncanakan pada unsur nomor 1. Penetapan tujuan yang baik adalah di rumuskan secara konkrit dan terukur.
3. Sasaran
yaitu seseorang atau kelompok tertentu yang menjadi target kegiatan yang direncanakan.
4. Cara/Metode
yaitu cara yang akan dilakukan dalam melakukan kegiatan agar tujuan yang telah ditentukan dapat tercapai.
5. Waktu dan Tempat
Dalam penentuan waktu sebaiknya menunjuk kan kapan suatu kegiatan dimulai sampai kapan berakhir. Apabila dimungkinkan sudah dilengkapi dengan tanggal pelaksanaan. Hal ini untuk mempermudah dalam persiapan kegiatan yang akan dilaksanakan, serta dalam melakukan evaluasi. Sedangkan dalam menetapkan tempat, seyogyanya menunjukkan lokasi atau alamat kegiatan akan dilaksanakan
6. Biaya
Agar RTL dapat dilaksanakan perlu direncanakan anggaran yang dibutuhkan untuk kegiatan tersebut. Akan tetapi perencanaan anggaran harus realistis untuk kegiatan yang

benar-benar membutuhkan dana, artinya tidak mengada-ada. Perhatikan/pertimbangkan juga kegiatan yang memerlukan dana tetapi dapat digabung pelaksanaannya dengan kegiatan lain yang dananya telah tersedia. Rencana anggaran adalah uraian tentang biaya yang diperlukan untuk pelaksanaan kegiatan, mulai dari awal sampai selesai.

7. Pelaksana / penanggung jawab
yaitu personal / tim yang akan melaksanakan kegiatan yang direncanakan. Hal ini penting karena personal/tim yang terlibat dalam kegiatan tersebut mengetahui dan melaksanakan kewajiban.
8. Indikator Keberhasilan
merupakan bentuk kegiatan/sesuatu yang menjadi tolok ukur dari keberhasilan dari pelaksanaan kegiatan.

C. POKOK BAHASAN 3 : PENYUSUNAN RTL DAN GANTT CHART UNTUK KEGIATAN YANG AKAN DILAKUKAN

a. Penyusunan RTL

Dalam menyusun RTL dapat menggunakan format isian sebagai berikut:

Format Isian Rencana Tindak Lanjut

NO	KEGIATAN	TUJUAN	SASARAN	CARA/ METODE	WAKTU & TEMPAT	BIAYA	PELAKSANA/ PENANGGUNG JAWAB	INDIKATOR KEBERHASILAN
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.								
2.								
3.								
4.								
5.								
6.								
dst								

Penjelasan cara pengisian :

Kolom 1 : Kolom nomor

Pada kolom ini dicantumkan nomor kegiatan secara berurutan, mulai dari nomor 1, 2, 3 dan seterusnya sesuai dengan jumlah kegiatan yang direncanakan berdasarkan hasil identifikasi kegiatan.

Kolom 2 : Kolom kegiatan

Pada kolom ini dicantumkan rincian kegiatan yang akan dilakukan, mulai dari persiapan, sampai seluruh pelaksanaan kegiatan penyusunan laporan selesai.

Kolom 3 : Kolom tujuan

Pada kolom ini dicantumkan tujuan dari setiap kegiatan, yaitu hasil yang ingin dicapai dari setiap kegiatan yang dilaksanakan.

Kolom 4 : Kolom sasaran

Pada kolom ini diisi dengan apa/ siapa yang menjadi sasaran atau target dari setiap kegiatan, sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Kolom 5 : Kolom cara/ metode

Pada kolom ini dicantumkan cara-cara/ metode/ teknik pelaksanaan setiap kegiatan.

Kolom 6 : Kolom waktu dan tempat

Kolom ini diisi dengan tanggal, bulan, tahun serta jam pelaksanaan kegiatan, kapan dimulai dan sampai kapan berakhir, serta dimana kegiatan tersebut dilaksanakan.

Kolom 7 : Kolom pelaksana/ penanggungjawab

Kolom ini diisi dengan nama pelaksana atau anggota tim yang ditugaskan melaksanakan kegiatan sesuai dengan keahliannya.

Kolom 8 : Kolom indikator keberhasilan

Kolom ini mencantumkan tentang apa yang menjadi tolok ukur keberhasilan dari pelaksanaan kegiatan yang dilakukan.

b. Gantt Chart

Gantt chart adalah suatu alat yang bernilai khususnya untuk kegiatan-kegiatan dengan jumlah anggota tim yang sedikit, kegiatan yang mendekati penyelesaian dan beberapa kendala kegiatan.

Karakteristik Gantt Chart

Gantt chart secara luas dikenal sebagai alat fundamental dan mudah diterapkan oleh para manajer kegiatan untuk memungkinkan seseorang melihat dengan mudah waktu dimulai dan selesainya tugas-tugas dan sub- sub tugas dari suatu kegiatan.

Semakin banyak tugas-tugas dalam kegiatan dan semakin penting urutan antara tugas-tugas maka semakin besar kecenderungan dan keinginan untuk memodifikasi *gantt chart*.

Gantt chart membantu menjawab pertanyaan-pertanyaan "*what if*" saat melihat kesempatan-kesempatan untuk membuat perubahan terlebih dahulu terhadap kebutuhan.

Keuntungan menggunakan *Gantt chart* :

- Sederhana, mudah dibuat dan dipahami, sehingga sangat bermanfaat sebagai alat komunikasi dalam penyelenggaraan proyek.

- Dapat menggambarkan jadwal suatu kegiatan dan kenyataan kemajuan sesungguhnya pada saat pelaporan
- Bila digabungkan dengan metoda lain dapat dipakai pada saat pelaporan

Kelemahan *Gantt Chart* :

- Tidak menunjukkan secara spesifik hubungan ketergantungan antara satu kegiatan dan kegiatan yang lain, sehingga sulit untuk mengetahui dampak yang diakibatkan oleh keterlambatan satu kegiatan terhadap jadwal keseluruhan kegiatan.
- Sulit mengadakan penyesuaian atau perbaikan/pembaharuan bila diperlukan, karena pada umumnya ini berarti membuat bagan balok baru.

D. POKOK BAHASAN 4 : EVALUASI PELAKSANAAN STBM

Pelaksanaan kegiatan STBM oleh para pelaksana STBM harus dilakukan evaluasi untuk melihat seberapa jauh kegiatan tersebut memiliki dampak yang berarti bagi kesehatan masyarakat khususnya dibidang sanitasi.

Pelaksanaan evaluasi kegiatan STBM perlu dilakukan dalam waktu 6 bulan sekali untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

VIII. REFERENSI

1. Kemenkes RI, Pusdiklat Aparatur, Rencana Tindak Lanjut, Kurmod *Surveillance*, Jakarta: 2008.
2. BPPSDM Kesehatan, Rencana Tindak Lanjut, Modul TOT NAPZA, Jakarta: 2009.
3. Kemenkes RI, Pedoman Umum Pengembangan Desa dan Kelurahan Siaga Aktif, Jakarta: 2010,
4. Kemenkes RI, *Second Decentralized Health Services Project*, Model Pelatihan Pemberdayaan Masyarakat Bagi Petugas Puskesmas, Jakarta: 2010.

IX. LAMPIRAN

LEMBAR KERJA

1. Pedoman Penyusunan RTL

Peserta dibagi kelompok menurut asal tempat tugas masing-masing

Masing-masing kelompok menyusun RTL, yang mencakup aspek:

- a. Jenis kegiatan
- b. Tujuan
- c. Sasaran (orang dan lokasi)
- d. Cara / metode
- e. Waktu dan tempat
- f. Sumber dana
- g. Penanggung Jawab
- h. Indikator keberhasilan

Penyusunan RTL dapat menggunakan format sebagai berikut:

Format Isian Rencana Tindak Lanjut

NO	KEGIATAN	TUJUAN	SASARAN	CARA/ METODE	WAKTU & TEMPAT	SUMBER DANA / BIAYA	PELAKSANA/ PENANGGUNG JAWAB	INDIKATOR KEBERHASILAN
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.								
2.								
3.								
4.								
5.								
6.								
dst								

KEMENKES RI

TIM PENYUSUN KURMOD WIRAUSAHA STBM

Kementerian Kesehatan

Direktorat Penyehatan Lingkungan, Ditjen PP dan PL :

- ❖ F. Eko Saputro, SKM, MKM - Kasubdit PASD
- ❖ Siti Nur Ayu - Kasie Standarisasi PASD
- ❖ Kristin Darundiyah - Kasie Bimbingan dan Evaluasi PASD
- ❖ Yulita Suprihatin, SKM, M.Kes - Staf PASD
(Koordinator Sekretariat STBM Nasional)
- ❖ Nugroho - Staf PASD
- ❖ Indah Hidayat - Staf PASD
- ❖ Zakiah Diana - Staf PASD
- ❖ Dewi Mulyani - Staf PASD

Sekretariat STBM Nasional

- ❖ Catur Adi Nugroho - Asisten Staf Ahli Bidang Capacity Building
- ❖ Paramita Dau - Asisten Staf Ahli Bidang Knowledge Management
- ❖ Rani Rahmafuri - Sekretaris Bilingual
- ❖ Rahma - Asisten Staf Bidang Pengembangan Media Edukasi Air dan Sanitasi

Badan Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia

- ❖ Dra. Oos fatimah Rosyati, M.Kes - Kabid. II, Pusdiklatnakes
- ❖ Eka Jusuf Singka, Dr, M.Sc, - Kabid. III, Pusdiklat Aparatur
- ❖ Vermona Marbun, SKP, MKM - Kasubbit Pelatihan, Pusdiklatnakes
- ❖ Haryati Rahman, SKM - Staf Subbit Pelatihan, Pusdiklatnakes
- ❖ Mujayanto, SKM, MKM - Staf Subbit Pelatihan, Pusdiklatnakes
- ❖ Yan Bani Luza Prima Wangsa, Dr, MKM - Widyaiswara BBPK Ciloto

Mitra STBM

- ❖ I Nyoman Oka - Water and Sanitation Program, Bank Dunia
- ❖ Rahmi Kasri - Water and Sanitation Program, Bank Dunia
- ❖ Koen Irianto Uripin - Water and Sanitation Program, Bank Dunia
- ❖ Lantip Trisunarno - Water and Sanitation Program, Bank Dunia
- ❖ Muhammad Jefi Nur Cahyono - Water and Sanitation Program, Bank Dunia
- ❖ Nur Apriatman - Waspola
- ❖ Tethy Tafuli - Plan Indonesia
- ❖ Kuwat Karyadi - IUWASH
- ❖ Asep M. Mulyana - High Five

KEMENKES RI

KEMENKES RI

KURIKULUM DAN MODUL
PELATIHAN WIRAUSAHA

STBM

SANTIAI TOTAL BERBASIS MASYARAKAT
DI INDONESIA

KEMENTERIAN KESRI

KEMENKES RI



PERPUSTAKAAN
KEMENTERIAN KESEHATAN
REPUBLIK INDONESIA



002018533