

DASAR-DASAR PENYUSUNAN

KELAYAKAN USAHA



Business Plan

Ahmad Ma'ruf
Inspect Yogyakarta

BUSINESS PLAN



Suatu dokumen tertulis yang menggambarkan secara sistematis suatu bisnis/usaha yang diusulkan

Kegunaan :

1. kegiatan penelitian (bisnis) yg akan dilaksanakan /sedang berjalan tetap pada jalur yg direncanakan
2. pedoman untuk mempertajam rencana-rencana yang diharapkan
3. alat untuk mencari dana dari pihak ketiga (investor, lembaga keuangan dll)

PERENCANAAN



sangatlah penting bagi kesuksesan suatu usaha

Memperlihatkan Tiga hal penting :

1. kemana kita akan menuju
2. dimana posisi kita sekarang
3. bagaimana kita akan mencapai tujuan tersebut dari posisi yang sekarang

ISI BUSINESS PLAN

1. Ringkasan Eksekutif
 2. Peluang dan tawaran
 3. Produk/jasa yang direncanakan
 4. Latar belakang organisasi
 5. Analisa kondisi /Pasar (internal dan eksternal)
 6. Formulasi strategi (rencana pemasaran, organisasi, produksi)
 7. Analisis finansial dan Analisa Resiko
 8. Rencana Tindak/Action Plan
- Lampiran : Data Pendukung dsb



RINGKASAN EKSEKUTIF

- ringkasan yang menjadi titik perhatian (*highlight*) perencanaan bisnis. ditulis setelah dokumen perencanaan bisnis selesai dibuat
- **tujuan** : memberikan gambaran perencanaan bisnis pengusul kepada 'pembaca'.
- Harus jelas, tepat dan singkat (maks 2 hal)
- Mengungkapkan :
 - mengapa direncanakan /bergelut di bidang ini
 - cara mengimplementasikan, keinginan-keinginan yang hendak kita capai

PELUANG DAN TAWARAN

- menggambarkan **peluang** yang ada dlm bisnis yg diusulkan :
 - sebutkan permasalahan yang ada pada saat ini dan gambarkan produk/jasa yang berpeluang untuk menjawab permasalahan tersebut.
- Menggambarkan **daerah kegiatan** (lokal, nasional, internasional) yang berpotensi/menjadi target disertai alasannya
- Menjelaskan apa yang **diharapkan** dari investor/mitra kerja dan apa yang **ditawarkan** pada investor/mitra kerja sebagai balasannya. Tawaran tersebut misalnya investor diberikan lisensi, dibantu untuk pemasaran, keuntungan yang dapat diperoleh dsb.

PRODUK/JASA

Deskripsi Produk :

1. Memberikan penjelasan singkat mengenai 'produk/jasa' yang ditawarkan.
2. Penjelasan sesederhana mungkin tetapi cukup jelas bagi orang awam, karena investor/mitra kerja mungkin tidak memahami produk yang ditawarkan.
3. Produk Features (Keunggulan Produk)
4. Menjelaskan keunggulan produk yang ditawarkan dibandingkan dengan yang telah ada di pasaran.

PRODUK/JASA LANJUTAN

Award and endorsement

(Penghargaan & Pengakuan)

Bukti nyata dari keunggulan produk/jasa yang ditawarkan, contoh :

- > patent
- > hasil uji coba oleh pihak 'independent' / perusahaan lain.
- > hasil pilot plant dan hasil analisisnya.

(+ LATAR BELAKANG ORGANISASI)

- Memperlihatkan organisasi yang akan menjalankan kegiatan/bisnis ini
- Memperkenalkan kapabilitas organisasi di bidang yang ditawarkan
- Konsep bisnis
 - Gambarkan secara ringkas konsep kegiatan yang akan dijalankan, apa tujuan dan sasarannya serta bagaimana mencapainya

ANALISA KONDISI/ ANALISIS PASAR

Perlu dianalisa perubahan yang terjadi di pasar, **para key players, leadership, harga dan biaya, atau kompetisi** yang terjadi dalam rencana kegiatan /bisnis ini.

Analisis yang dilakukan harus selengkap mungkin sehingga secara jelas memberikan gambaran pada pengusul sendiri / investor mengenai **potensi dan peluang pasar** (potensial market, market niche) untuk produk yang ditawarkan.

ANALISIS KONDISI ... LANJUTAN

Analisis meliputi :

- Trend (Kecenderungan): dapat dilihat dari segi sosial, teknologi, ekonomi, politik, hukum dan lingkungan
- Market need (Kebutuhan Pasar)
- Competitor Analysis (Analisa Pesaing)
- Sustainable Competitive Advantage (Keunggulan Bersaing)

ANALISA KECENDERUNGAN : ENVIRONMENTAL SCANNING

apa yg berubah dalam lingkungan sekitar?

Bagaimana perubahan ini berdampak pada rencana kegiatan/bisnis ?

Bisa dilihat dari aspek:

- **Politik/legalitas** : Resiko politis; regulasi/ deregulasi
- **Teknologi** : Teknologi baru di bidang-bidang terkait
- **Sosial** : Nilai budaya, populasi dunia, usia pend. dll
- **Ekonomi** : Pertumbuhan ekonomi; perdagangan nasional/internasional ; globalisasi dll
- **Lingkungan** : sumber daya alam; migrasi flora-fauna; pemanasan global dll

Kesemuanya merupakan faktor yang saling terkait dan berhubungan

ANALISA KEBUTUHAN PASAR

- menggambarkan secara jelas kebutuhan pasar akan produk/jasa yang ditawarkan
- menggambarkan 'market niche' dari produk/jasa yang ditawarkan

PELUANG DAN POTENSI PASAR

Potensi Pasar

Seberapa banyak produk/ nilai barang yang dibutuhkan pasar

Jumlah penduduk

Pendapatan

Daerah

Dll.

Peluang Pasar

Harga lebih murah

Kualitas lebih baik

'Produk' baru

Delivery lebih cepat

Dll.

Sesuatu yang lebih baik dibandingkan dgn 'produk' yang telah ada

COMPETITOR ANALYSIS

- Berapa pesaing yang ada?
- Apa kekuatan dan kelemahan mereka?
- Apa yang mendorong kompetisi?
- Apa yang menjadi andalan mereka ?

SWOT ANALYSIS

- mengelompokkan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap bisnis menjadi :
 - Faktor internal : Strength & Weaknesses (Kekuatan dan Kelemahan)
 - Faktor Eksternal : Opportunities & Threats (Peluang dan Tantangan)

STRENGTH

- Menidentifikasi kemampuan yang kita miliki untuk dapat mencapai tujuan
- mengidentifikasi kompetensi spesial kita (yang tidak dimiliki oleh para pesaing kita)
- mempertahankan keunggulan bersaing (terjadi jika pesaing tidak dapat meniru kompetensi spesial kita).

WEAKNESSES

- mengidentifikasi kemampuan yang belum/tidak kita miliki untuk mencapai tujuan
- mengidentifikasi kompetensi spesial para pesaing
- Cara menetralsir kekurangan :
mengoreksi, meminimalisasi atau menghindari !

OPPORTUNITIES

- mengungkapkan faktor peluang yang timbul di lingkungan eksternal
- jika peluang terlewatkan, maka besar kemungkinannya para pesaing akan memanfaatkannya

THREATS

- ★ kondisi yang ada di luar yang dapat mempengaruhi usaha
- ★ tantangan dapat dinetralisir dengan manajemen yang baik atau hindari !
- ★ jika tantangan yang ada sangat kuat mungkin perlu reorientasi kegiatan / usaha

ANALISA KEUNGGULAN BERSAING

- Elemen-elemen keunggulan bersaing
 - **potensi** keunggulan bersaing : keahlian, teknologi, sumber daya dll
 - **posisi** keunggulan bersaing : kapan, dimana dan bagaimana kita bersaing
 - **kinerja** yang dihasilkan : kepuasan, loyalitas, market share, keuntungan

FORMULASI STRATEGI

Dari hasil analisa situasi diatas, perlu diformulasikan suatu strategi yang akan dilakukan dalam bidang pemasaran, produksi dan pembiayaannya yang dijabarkan dalam Rencana Pemasaran, Rencana Produksi dan Pembiayaan

Perencanaan strategis dimulai dengan penentuan tujuan

Tujuan/sasaran menyatakan apa yang akan diraih & kapan hasil dapat diperoleh

Strategi menyatakan bagaimana hal tersebut dapat terjadi

PRODUCTION PLAN

(RENCANA PENGEMBANGAN & PRODUKSI)

Memberikan penjelasan pemikiran bagaimana rencana pengembangan produk (dari saat ini) sampai ke tahap produksi akan dilakukan.

Apakah produksi dilakukan bertahap, atau produksi melalui skala pilot (semi commercial scale) dsb.

MARKETING PLAN (RENCANA PEMASARAN)

Memberikan penjelasan bagaimana rencana produk dipasarkan, tahap apa yang akan dilakukan untuk memasarkan produk, metoda yang dipakai dsb.

- Market size dan Struktur
- Target market
- Target Audience
- Future target market and Opportunities
- Promotional Plan & objectives
- Sales Forecast

FINANCIAL PLAN

Memberikan penjelasan mengenai kebutuhan modal, biaya produksi, biaya lain yang dibutuhkan, cash flow, besarnya return (IRR), dan NPV dari pendanaan yang akan dikeluarkan.

Harus dikemukakan asumsi-asumsi yang digunakan dalam perhitungan

Perlu mempertimbangkan beberapa skenario kejadian (best, worst case, dll)

Sangat tergantung dari rencana tindak/kegiatan yang dibuat !

ANALISA RESIKO

- Resiko : gambarkan resiko yang mungkin terjadi
- Penanggulangan resiko : sebutkan bagaimana resiko tersebut akan ditangani

RENCANA TINDAK/ACTION PLAN

- menggambarkan secara sistematis kegiatan/usaha yang harus dilakukan (termasuk jadwal kerja dll)
- Harus diperhitungkan kebutuhan-kebutuhan yang perlu dipenuhi, mis :
 - Technology; Personnel ; Resource (financial, distribution, promotion,etc); External (products/ services / technology required to be purchased outside company)
 - Apa isu-isu penting yang harus diselesaikan

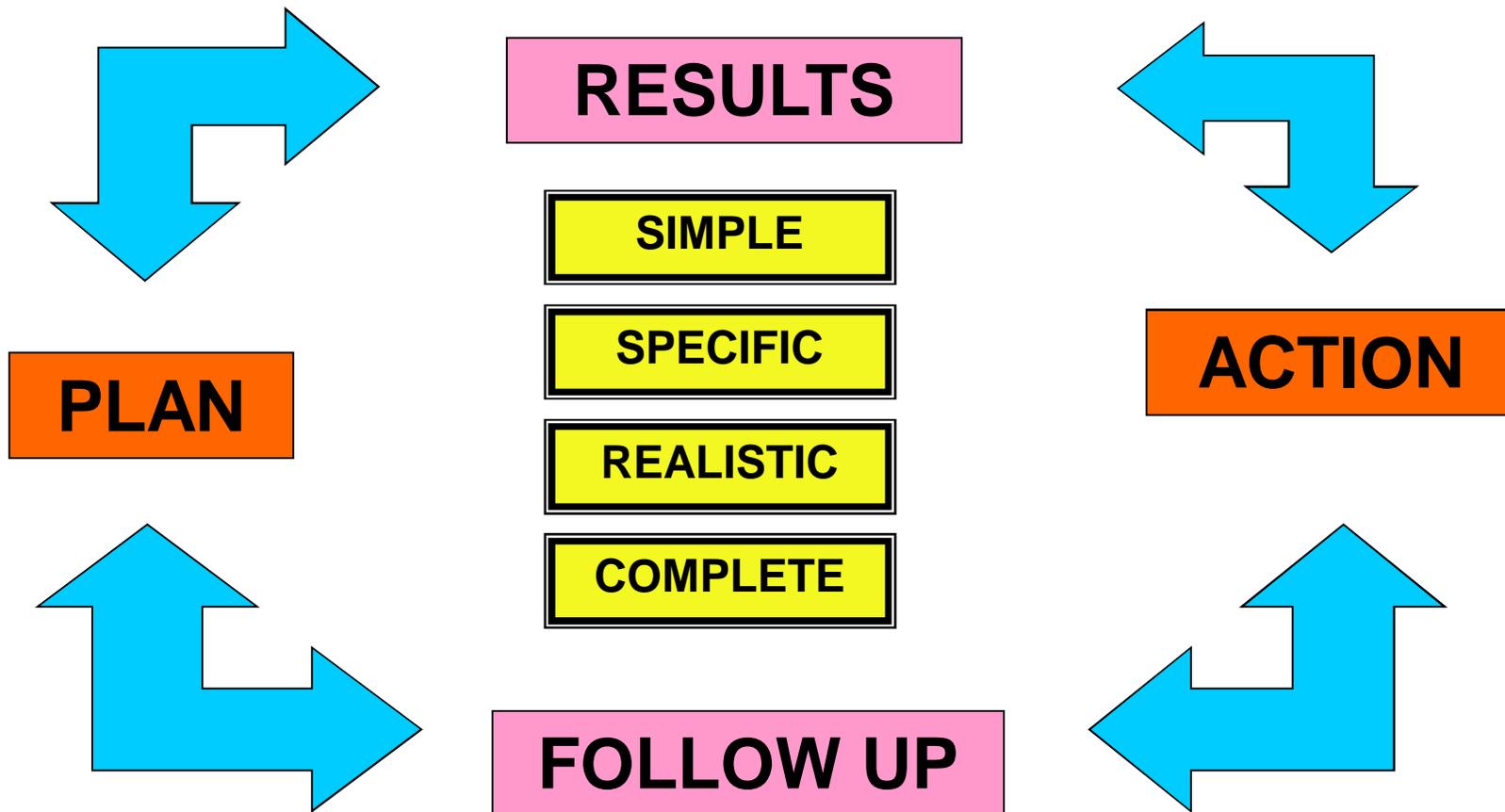
DOKUMEN PENDUKUNG :

- sebutkan dokumen-dokumen pendukung yang dibutuhkan
- Referensi
- Lampiran-lampiran

HAL YANG HARUS DIHINDARI DALAM MENYUSUN BP:

- tujuan dan sasaran tidak realistis
- kegagalan untuk mengantisipasi masalah yang mungkin timbul
- tidak adanya komitmen dari para pelaku/pembuat keputusan
- tidak adanya 'market niche'

PERENCANAAN ADALAH PROSES



RENCANA

SPECIFIC

MEASURABLE

ATTAINABLE

RELEVANT

TIMELY

5 W + 1 H

Why What Who When Where How

PENUTUP

GUNAKAN SESUAI DENGAN
KEBUTUHAN

Terima Kasih



08164260015
MACROV_JOGJA@ YAHOO.COM
AHMAD MARUF