

# **KEWIRAUSAHAAN DAN MANAJEMEN INOVASI**

## **PERENCANAAN BISNIS**



Untuk memenuhi tugas kelompok mata kuliah Kewirausahaan dan Manajemen Inovasi

Nama Kelompok :

Arrin Prastiwi W.P    115030200111039

Candra Yuliana        115030200111044

Luluk Latifah K.D     115030207111052

**FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

**MALANG, 2013**

## **A. Perencanaan Bisnis**

Bisnis adalah sebuah usaha, dimana setiap orang atau kelompok harus siap untung & siap rugi. bisnis tidak hanya tergantung dengan modal uang, tetapi banyak faktor yang mendukung terlaksananya sebuah bisnis, misalnya : reputasi, keahlian, ilmu, sahabat & kerabat dapat menjadi modal bisnis. Menurut Huat, T Chwee (1990), bisnis dalam arti luas adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktifitas dan institusi yang memproduksi barang & jasa dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis sebagai suatu sistem yang memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat (business is then simply a system that produces goods and service to satisfy the needs of our society).

Menurut Mahmud Machfoed, bisnis adalah usaha perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Hughes dan Kapoor mendefinisikan bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan ada dalam industri. Orang yang mengusahaan uang dan waktunya dengan menanggung resiko dalam menjalankan kegiatan bisnis disebut Entrepreneur.

Beberapa pengertian tentang business plan diungkapkan antara lain oleh Hisrich and Peters yang mengatakan bahwa : “ The business plan is a written document prepared by the entrepreneur that describe all the relevant external and internal elements involved in starting a new venture.” (Hisrich,Peter, 1995:113).

Sedangkan menurut ahli lainnya yaitu Max Coulthard, Andrea Howell, and Geoff.Clarke adalah: “Business plan is a detailed study of the organization’s activities, which highlights where the organization has been, where it is owe and where it might get to in the future, and incorporates an action program to achieve these results.” (M.Coulthard, A.Howell,G.Clarke, 1999:3).

Jadi perencanaan bisnis ini atau business plan merupakan penelitian mengenai kegiatan organisasi sekarang dan yang akan datang dan menyusun kegiatan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan yang dituangkan dalam suatu dokumen perencanaan. Perencanaan bisnis/business

plan merupakan penelitian mengenai kegiatan organisasi sekarang dan yang akan datang dan menyusun kegiatan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan yang dituangkan dalam suatu dokumen perencanaan. Perencanaan bisnis sangat erat hubungannya dengan wirausaha, sebab perencanaan bisnis ini dibuat agar hasil penciptaan usaha yang dibuat mendekati dengan kenyataannya. Diharapkan dengan perencanaan bisnis yang baik maka perencanaan dengan kenyataannya memiliki perbedaan yang cukup kecil. Karena itu perencanaan bisnis ini dapat digunakan sebagai pedoman penciptaan usaha.

Business Plan merupakan suatu dokumen yang menyatakan keyakinan akan kemampuan sebuah bisnis untuk menjual barang atau jasa dengan menghasilkan keuntungan yang memuaskan dan menarik bagi penyandang dana. Business Plan merupakan dokumen tertulis yang menjelaskan rencana perusahaan/pengusaha untuk memanfaatkan peluang-peluang usaha(business opportunities) yang terdapat di lingkungan eksternal perusahaan, menjelaskan keunggulan bersaing(competitive advantage) usaha, serta menjelaskan berbagai langkah yang harus dilakukan untuk menjadikan peluang usaha tersebut menjadi suatu bentuk usaha yang nyata.

Kesimpulannya Business Plan adalah dokumen tertulis yang disiapkan oleh wirausaha yang menggambarkan semua unsur yang relevan baik internal maupun eksternal mengenai perusahaan untuk memulai pada waktu usaha. Adapun isinya sering merupakan perencanaan terpadu menyangkut pemasaran, permodalan, operasional dan sumber daya manusia.

Penjelasan mengenai produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan ini dapat diperinci lagi menjadi tiga bagian, yaitu penjelasan mengenai bisnis yang dijalankan, penjelasan mengenai produk atau jasa yang dihasilkan dan penjelasan mengenai lokasi bisnis yang dijalankan.

Pada umumnya penjelasan mengenai bisnis yang dijalankan meliputi :

- Aspek legalitas dari bisnis tersebut, seperti kerja sama dengan siapa, lisensi yang dimiliki atau perizinan yang telah dimiliki.
- Jenis bisnis, seperti perdagangan atau manufaktur atau jasa.
- Produk atau jasa yang dihasilkan serta spesifikasinya.

- Penjelasan tentang bisnis yang dilakukan apakah termasuk bisnis baru, pengambilalihan (takeover), perluasan, franchise, atau keagenan.
- Penjelasan mengapa bisnis yang dijalankan menguntungkan dan bagaimana peluangnya.
- Bagaimana hubungan dengan para pemasok, pihak perbankan, dan distributor.

Pada sampul depan perencanaan bisnis ini, sebaiknya memberikan informasi mengenai nama perusahaan, alamat, nomor telepon, serta semua nama prinsipal, penjelasan mengenai hal-hal yang spesifik dan unik dari bisnis yang sedang dijalankan, dan bagaimana produk atau jasa yang dihasilkan memiliki kelebihan sehingga dapat menarik konsumen untuk mencobanya. Semua informasi, termasuk misi dan tujuan mengapa ada di bisnis ini atau mengapa tertarik terjun di bisnis ini, harus disajikan secara jelas.

Pada penjelasan mengenai produk atau jasa yang dihasilkan, di jelaskan secara terperinci keunggulan produk dan jasa yang dihasilkan dari kacamata konsumen. Sukses suatu bisnis sangat tergantung pada seberapa besar pemilik bisnis tersebut mengetahui apa yang diharapkan oleh konsumen. Antisipasi atas hal ini sangat membantu menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen. Selain itu, hal ini juga membantu menciptakan strategi untuk mengalahkan pesaing sehingga dapat mempertahankan loyalitas konsumen setinggi mungkin. Bagian ini menjelaskan secara terperinci mengenai :

- Apa yang di jual
- Apakah produk atau jasa yang di dihasilkan memberikan banyak keuntungan kepada konsumen
- Produk atau jasa yang paling banyak permintaannya atau produk atau jasa yang sudah penuh di pasar.
- Keunggulan produk atau jasa yang di jual

Lokasi bisnis yang di jalankan memegang peran yang sangat penting bagi tingkat keberhasilan atau kegagalan produk atau jasa yang akan tawarkan kepada konsumen. Keputusan pemilihan lokasi tersebut mungkin berdasarkan kedekatan konsumen atau dengan bahan baku. Yang terpenting dari keputusan pemilihan lokasi ini adalah lokasi tersebut memiliki banyak keunggulan, seperti kemudahan pencapaian dan keamanan. Penjelasan secara terperinci meliputi:

- Faktor-faktor yang diperlukan berkenaan dengan lokasi yang dipilih
- Luas bangunan yang diperlukan
- Alasan mengapa lokasi tersebut dipilih, misalnya karena berada di wilayah bergengsi, mudah dicapai, aman.
- Keterangan tentang fasilitas yang ada : apakah lokasi itu dilengkapi dengan fasilitas yang memadai, seperti saluran pembuangan, di pinggir jalan utama, dilalui oleh transportasi umum.

Hal yang harus ada dalam bagian ini adalah penjelasan mengenai besarnya permintaan terhadap produk atau jasa yang dibuat oleh perusahaan. Selain itu, juga perlu menjelaskan penguasaan produk atau jasa yang akan dibuat: apakah produk atau jasa tersebut dapat menciptakan pasar (driving market) atau mengikuti pasar (market driven).

Intinya adalah bagaimana dapat mengenali kondisi pasar dari bisnis yang dijalankan. Kunci sukses rencana pemasaran adalah seberapa jauh dapat mengenal pelanggan, misalnya yang mereka inginkan, yang tidak mereka inginkan atau yang mereka harapkan. Dengan mengetahui semua faktor tersebut, dapat mengembangkan strategi pemasaran, sehingga seluruh kebutuhan, harapan, dan keinginan pelanggan dapat dipenuhi.

Kita dapat mengenali pelanggan dengan melakukan segmentasi, yaitu segmentasi berdasarkan umur, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan, dan lokasi tempat tinggal. Pada tahap pertama, kemungkinan target market terbatas pada pelanggan yang paling sesuai dengan produk yang mereka gunakan. Selanjutnya, apabila pelanggan semakin meluas, perlu mempertimbangkan perencanaan pemasaran dengan melibatkan pelanggan dalam skala luas.

Pengembangan perencanaan pemasaran dapat dilakukan melalui survei dengan menggunakan kuesioner. Penulisan rencana bisnis harus bebas dari emotional faktor atau emosi kepentingan pencetus ide bisnis. Tujuannya adalah untuk menghindari harapan yang terlalu berlebih-lebihan, terutama dalam memperkirakan besarnya permintaan atau besarnya potensi pasar, dan proyeksi permintaan. Penulisannya harus seobyektif mungkin sehingga pembaca mendapat kesan bahwa rencana bisnis tersebut realistis dan masuk akal. Rencana bisnis pada bagian ini setidaknya memuat hal-hal berikut :

- Profil konsumen, misalnya penjelasan mengenai siapa konsumen , siapa target pasar .
- Potensi pasar serta prospek pertumbuhannya di masa yang akan datang.
- Market share yang ada pada saat ini serta kemungkinan perubahannya di masa yang akan datang.
- Analisis kuantitatif maupun kualitatif dengan menggunakan metode statistika atau metode ilmiah lainnya, dan dengan menggunakan data serta informasi hasil riset tentang konsumen dan pesaing.
- Karakteristik konsumen serta kecenderungan perubahannya, perilakunya (mengapa dan bagaimana cara mereka membeli serta di mana mereka membeli).
- Tingkat persaingan : siapa saja yang telah bermain d industri tersebut, seberapa kuat pesaing yang ada, dan bagaimana kondisi harga dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh pesaing.
- Keunggulan kompetitif yang miliki, yang membuat yakin bahwa dapat mengalahkan pesaing.
- Strategi pemasaran harus menjelaskan strategi harga, strategi promosi, strategi penjualan, serta berbagai strategi pemasaran lainnya, termasuk strategi untuk meningkatkan citra perusahaan.
- Rencana pengembangan pemasaran di masa yang akan datang.

## **B. Komponen Dalam Perencanaan Bisnis**

Perencanaan bisnis adalah dokumen tertulis yang menggambarkan semua unsur mengenai perusahaan untuk memulai pada waktu usaha. Berikut adalah komponen-komponen dalam perencanaan bisnis :

### **1. Riwayat Singkat Usaha**

Riwayat singkay atau executive summary akan menjadi sebuah perhatian orang untuk di baca. Saat orang lain mengenal perusahaan anda, pastikan membaca executive summarydengan singkat dan benar. Mungkin akan melibatkan beberapa dokumen penting yang mencakup penamilan data dengan tujuan publik memang harus tahu. Dua alasan yang harus ada dalam penjelasan executive summary ini yaitu (jawab pertanyaan tersebut):

- Mengapa Perusahaan tertarik dengan usaha yang digeluti saat ini atau sedang berjalan.

- Bagaimana cara perusahaan atau membangun usaha tersebut dari nol sehingga implementasi dari keinginan yang ingin dicapai berhasil.

## 2. Latar Belakang Perusahaan

Dalam perencanaan bisnis setidaknya harus dijabarkan secara rinci, dimana beberapa hal yang minimal harus ada dalam sebuah latar belakang perusahaan yaitu;

- Sekilas Usaha atau sejarah berdirinya perusahaan, disini menggungkap bagaimana perusahaan menjelaskan sedikit tentang apa saja dan kapan perusahaan itu berdiri.
- Pihak-pihak yang Terlibat Dalam Usaha, dalam hal ini adalah siapa rekanan, tokoh, dan pendampin yang terlibat dalam bisnis anda.
- Kondisi Keuangan perusahaan, harus tergambar walaupun bukan hasil neraca keuangan sebenarnya. Intinya menunjukkan bahwa kondisi keuangan perusahaan sehat.
- Rencana Pengembangan, perlu dimasukkan dengan tujuan untuk menjelaskan arahan pengembangan usaha ini pada akhirnya berujung dimana, apakah direncanakan menjadi sebuah perusahaan multinasional atau hanya perusahaan dengan tingkat pasar lokal saja.

## 3. Produk-produk dan Jasa dari Perusahaan

Produk dan jasa apa saja yang perusahaan akan jual. Disini diperlukan bagaimana analisis sebuah produk dan apakah perusahaan sanggup menjualnya. Tidak hanya itu dibutuhkan pula gambaran detail dari produk yang akan dijual.

## 4. Kondisi Pasar Produk dan Strategi Pemasaran

Disini hal harus ada adalah analisis kondisi pasar, mengenai besarnya permintaan terhadap barang atau jasa yang dibuat oleh perusahaan. Hanya ada dua pilihan menciptakan pasar (driving market) atau mengikuti pasar (market driven), sehingga dapat mengetahui kondisi pasar dan bisnis yang sedang dijalankan.

## 5. Rencana Pemasaran

Rencana Pemasaran pada dasarnya membidik target market yang sesuai agar sasarannya tepat efektif dan efisien. Beberapa komponen yang harus diperhatikan, diantaranya adalah analisa pasar, analisa produk, strategi pemasaran dan bauran pemasaran produk, kondisi persaingan, kondisi harga, kondisi promosi dan iklan, kondisi dan strategi manajemen serta kondisi dan strategi keuangan.

### **C. Sistematika Penyusunan Business Plan**

1. Visi Misi Tujuan
2. Sejarah Berdirinya Perusahaan
3. Pihak yang Terlibat dan Bertanggungjawab dalam Perusahaan
4. Kondisi Keuangan
5. Rencana Pengembangan
6. Komponen Utama
7. Persyaratan Ruangan
8. Pedoman Luas Area
9. Pedoman Ukuran Meja dan Kursi
10. Contoh Denah Tata Ruang Perusahaan
11. Perizinan dan kerjasama
12. -Jenis bisnis
13. -Produk atau jasa, apakah termasuk bisnis baru, pengambilalihan
14. (takeover), perluasan, franchise, atau keagenan
15. Apa yang jual
16. Produk dan jasa yang akan dihasilkan
17. Produk atau jasa yang paling banyak permintaannya
18. Keunggulan produk atau jasa yang akan
19. Faktor-faktor yang akan diperlukan berkenaan dengan lokasi yang akan dipilih
20. Luas bangunan yang diperlukan
21. Alasan mengapa lokasi tersebut dipilih
22. Keterangan tentang fasilitas yang ada
23. Struktur Organisasi
24. Tugas dan Tanggung Jawab
25. Alat
26. Bahan
27. Tempat
28. Peralatan Persiapan
29. Peralatan Pengolahan
30. Peralatan Penyajian
31. Analisa Pekerjaan
32. Contoh Analisis Pekerjaan
33. Perencanaan
34. Rekrutmen
35. Seleksi
36. Penempatan
37. Diklat dan Pengembangan
38. Perencanaan Karir
39. Penilaian Prestasi
40. Penghargaan Prestasi
41. Pelepasan dan Pemensiunan
42. Buku Kas Harian/Bulanan/Tahunan
43. Buku Inventaris Alat
44. Buku Pengadaan Bahan



#### **D. Pertimbangan Dalam Pembuatan Perencanaan Bisnis**

Adapun pertimbangan-pertimbangan yang menyertai pembuatan perencanaan bisnis adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi dan analisis kesempatan dan peluang bisnis yang terbuka. Identifikasi potensi-potensi yang tersimpan dalam peluang dan analisis seberapa layak peluang itu dapat dimanfaatkan.
2. Dengan gambaran tentang kesempatan dan peluang yang terbuka tersebut menghasilkan interpretasi yang berbeda diantara para wirausahawan. Perbedaan tersebut akan menghasilkan ide-ide bisnis yang beragam.
3. Mengungkapkan faktor-faktor yang dibutuhkan dan terkait dengan bisnis agar bisnis yang sedang dirancang dapat berhasil, misalnya faktor pasar yang jelas, kualitas produk dan kualitas pelayanan.

#### **E. Faktor Yang Harus Dihindari Dalam Penyusunan Perencanaan Bisnis**

Faktor-faktor yang perlu dihindari dalam pembuatan business plan adalah sebagai berikut:

1. Proyeksi finansial didasarkan pada standar dan norma yang telah kadaluarsa. Harus selalu diingat bahwa standar keuangan itu bersifat dinamis, berubah-ubah dari waktu ke waktu.
2. Proyeksi bisnis yang tidak realistis dan sulit dijalankan, meskipun nampak menarik dan menjanjikan. Misalnya ide bisnis warnet di daerah yang terbatas pemakaian listriknya.
3. Membutuhkan teknologi canggih yang cukup rumit dan sulit untuk dioperasikan sehingga mempersulit keberlangsungan bisnis karena diperlukan teknik khusus dan operator trampil yang sulit disediakan.

#### **F. Tujuan Menyusun Perencanaan Bisnis**

1. Menyatakan bahwa anda merupakan pemilik dan pemegang inisiatif dalam membuka usaha baru. Anda yakin usaha itu akan berhasil dan juga harus menyakinkan orang lain bahwa ia tidak akan merugi bila bekerja sama dengan anda. Dengan adanya bantuan kerja sama dari berbagai pihak, diharapkan usaha anda akan maju dengan pesat. Bantuan yang

diharapkanitu, antara lain berupa pinjaman melalui bank atau pinjaman melalui pihak-pihak lain yang potensial.

2. Mengatur dan membentuk kerja sama yang saling menguntungkan dengan perusahaan-perusahaan yang sudah ada, misalnya dengan para perusahaan produsen (pemasok barang) perusahaankonsumen (pengguna jasa atau barang).
3. Mengundang orang-orang yang berpotensi atau mempunyai keahlian untuk bergabung bekerja sama dengan anda. Mungkin saja anda memerlukan orang-orang yang berkemampuan untuk menduduki posisi kunci dalam perusahaan, tetapi anda harus berhati-hati menerima orang-orang tertentu yang dapat pula menjerumuskan perusahaan anda yang baru berdiri.
4. Melakukan merger dan akuisisi misalnya anda menjual perusahaan ke perusahaan besar, perusahaan besar tersebut harus membaca bussiness plan anda atau mungkin juga anda ingin membeli perusahaan lain. Dengan begitu business plan yang anda susun dapat memberikan keyakinan kepada perusahaan lain yang akan diakuisisi.
5. Menjamin adanya fokus tujuan dari berbagai personel yang ada dalam perusahaan sebab sebuah perusahaan akan bertumbuh kompleks sehingga business plan menjadi komponen yang sangat penting bagi setiap orang untuk tetap berpijak pada arah yang benar.

#### **G. Alasan Menerapkan Perencanaan Bisnis**

1. Sebagai blue print yang akan dijalankan dalam pengoperasian bisnis. Hal ini menolong anda agar tetap kreatif dan berkonsentrasi pada tujuan yang ditetapkan;
2. Sebagai alat untuk mencari dana sehingga berhasil dalam bisnis;
3. Sebagai alat komunikasi untuk menarik orang lain, pemasok, konsumen, dan penyandang dana. Dengan adanya *business plan*, mereka akan memahami tujuan dan cara operasional bisnis .
4. Sebagai alat untuk manajer dalam mengetahui langkah-langkah praktis dalam menghadapi dunia persaingan dan dalam membuat promosi agar perusahaan lebih efektif;
5. Membuat pengawasan lebih mudah dalam pengoperasiannya, apakah mengikuti atau sesuai dengan rencana atau tidak.

## H. Rencana Bisnis

Rencana bisnis adalah pernyataan formal atas tujuan berdirinya sebuah bisnis, serta alasan mengapa pendirinya yakin bahwa tujuan tersebut dapat dicapai, serta rencana-rencana yang akan dijalankan untuk memenuhi tujuan tersebut. Rencana bisnis juga dapat mengandung informasi tentang latar belakang organisasi atau tim yang bertanggung jawab memenuhi tujuan itu. Rencana bisnis adalah suatu dokumen tertulis yang menggambarkan secara sistematis suatu bisnis/usaha yang diusulkan. Kegunaan dari rencana bisnis adalah kegiatan penelitian (bisnis) yg akan dilaksanakan /sedang berjalan tetap pada jalur yang direncanakan, pedoman untuk mempertajam rencana-rencana yang diharapkan dan sebagai alat untuk mencari dana dari pihak ketiga (investor, lembaga keuangan dll).

Perbedaan rencana bisnis dan perencanaan bisnis seperti berikut :

DIMENSI	RENCANA BISNIS (BUSINESS PLAN)	PERENCANAAN BISNIS (BUSINESS PLANNING)
Waktu	Pembentukan organisasi baru (organisasi, produk, ataupun jasa)	Pengembangan organisasi, produk, ataupun jasa yang dimiliki
Komplek-sitas	Sederhana	Sangat kompleks dan holistik
Struktur	Fokus pada 3 hal utama: ide bisnis, pemasaran dan keuangan (sumber modal)	Menyeluruh, mencakup pengembangan semua struktur dan fungsi organisasi
Jangka Waktu	Perencanaan jangka pendek (3-7 tahun)	Perencanaan strategis jangka panjang (lebih dari 10 tahun)

## I. Format Perencanaan Bisnis

### 1. Ringkasan Eksekutif

Berisi mengenai nama, alamat, dan nomor telepon perusahaan serta orang-orang penting dalam perusahaan. Menjelaskan uraian singkat mengenai perusahaan, produk dan

jasanya, serta masalah pelanggan yang mereka pecahkan. Menjelaskan uraian singkat mengenai pasar bagi produk dan jasa serta strategi yang akan mengantarkan perusahaan menuju kesuksesan. Menjelaskan uraian singkat mengenai pengalaman manajemen dan pengalaman teknis orang-orang penting di perusahaan. Berisi pernyataan singkat mengenai kebutuhan dana dan cara penggunaannya dan bagan serta tabel yang memperlihatkan pokok-pokok perkiraan keuangan

## 2. Pernyataan Visi dan Misi

Berisi visi wirausahawan terhadap perusahaan dan nilai-nilai dan prinsip apa yang dianut perusahaan.

## 3. Sejarah Perusahaan

Menjelaskan sejarah perusahaan dari siapa pendiri perusahaan, pokok-pokok mengenai keuangan dan operasional serta prestasi yang telah dicapai.

## 4. Profil Bisnis dan Industri

Profil bisnis membahas mengenai analisis industri seperti latar belakang dan tinjauan industry, tren yang penting, tingkat pertumbuhan, dan faktor kunci kesuksesan dalam industry. Membahas pandangan untuk tahap-tahap pertumbuhan di masa depan (awal, tumbuh, dewasa) dan sasaran dan tujuan perusahaan seperti operasional dan keuangan.

## 5. Strategi Bisnis

Strategi bisnis menjelaskan mengenai citra dan posisi yang diinginkan dalam pasar, penggunaan analisis SWOT (Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang) dan Threats (ancaman)). Menjelaskan pula mengenai strategi kompetitif seperti operasional dan keuangan.

## 6. Produk dan Jasa Perusahaan

Produk dan jasa perusahaan mendeskripsikan mengenai ciri-ciri produk dan jasa, manfaat untuk pelanggan dan konsumen, jaminan dan keunikan produk. Menjelaskan pula mengenai perlindungan hak paten atau merek dagang. Menguraikan mengenai proses produksi (bila memungkinkan) seperti bahan baku, biaya dan pemasok utama. Serta menjelaskan penawaran produk dan jasa di masa yang akan datang

## 7. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran meliputi target pasar seperti profil demografis lengkap dan karakteristik lain pelanggan yang penting. Motivasi pelanggan untuk membeli serta

ukuran dan tren pasar. Strategi melalui periklanan dan promosi seperti media yang digunakan – profil pembaca, pemirsa, pendengar, biaya media, frekuensi penggunaan, dan rencana untuk membuat publisitas

Menjelaskan juga mengenai penetapan harga berdasarkan struktur biaya, citra yang diinginkan di dalam pasar, perbandingan terhadap harga-harga pesaing. Strategi distribusi menjelaskan mengenai saluran distribusi yang digunakan serta teknik dan insentif penjualan.

#### 8. Lokasi dan Tata Letak

Menjelaskan mengenai lokasi berdasarkan analisis demografis antara lokasi dengan profil pelanggan sasaran, jumlah lalu lintas, tingkat sewa, kebutuhan dan pasokan tenaga kerja serta tingkat upah. Tata letak menjelaskan tentang persyaratan ukuran, IMB, Amdal, dan sebagainya, masalah ergonomis dan rencana tata letak (sesuai lampiran).

#### 9. Analisis Pesaing

Memberikan penjelasan mengenai pesaing yang ada, siapa mereka dan menciptakan matriks profil persaingan, kekuatan pesaing dan kelemahannya. Serta membahas pula calon pesaing atau perusahaan yang mungkin memasuki pasar dan dampaknya pada perusahaan bila mereka masuk.

#### 10. Uraian Tim Manajemen

Menyebutkan manajer dan karyawan kunci beserta latar belakang mereka, pengalaman, keahlian, dan pengetahuan yang mereka bawa ke dalam perusahaan. Menjelaskan pula daftar riwayat hidup dari manajer dan karyawan (sesuai untuk lampiran).

#### 11. Rencana Operasi

Menjelaskan mengenai bentuk kepemilikan yang dipilih dan alasannya, struktur perusahaan (bagan organisasi), kewenangan pengambilan keputusan, dan paket kompensasi dan tunjangan

#### 12. Perkiraan Keuangan

Menunjukkan laporan keuangan seperti laporan laba-rugi, neraca dan laporan arus kas. Menjelaskan analisis impas dan analisis rasio dengan membandingkannya dengan standar-standar industri (dapat diterapkan pada perusahaan yang telah ada).

### 13. Proposal Pinjaman atau Investasi

Proposal pinjaman atau investasi berisi mengenai jumlah yang diajukan, tujuan penggunaan dana, jadwal pembayaran kembali atau “pelunasan” (strategi keluar) dan jadwal untuk menerapkan rencana dan meluncurkan perusahaan.

## **J. Model Bisnis**

Suatu model bisnis menggambarkan pemikiran tentang bagaimana sebuah organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai-nilai baik itu ekonomi, sosial, ataupun bentuk-bentuk nilai lainnya. Istilah model bisnis, karena itu, dipakai untuk ruang lingkup luas dalam konteks formal dan informal untuk menunjukkan aspek inti suatu bisnis, termasuk mencakup maksud dan tujuan, apa-yang-ditawarkan, strategi, infrastruktur, struktur organisasi, praktik-praktik niaga, serta kebijakan-kebijakan dan proses-proses operasional. Model bisnis adalah sebuah alat yang berguna untuk memahami bagaimana mekanika perusahaan bekerja, terutama untuk menggambarkan apa nilai (values) yang dihasilkan perusahaan, bagaimana cara perusahaan memperoleh penghasilan (revenue) dan bagaimana perusahaan beroperasi.

Model bisnis terdiri dari sembilan blok dasar pembangun model bisnis, yaitu :

1. Customer segments : Kelompok konsumen yang berbeda karakteristik.
2. Value Proposition: sekumpulan produk dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan tiap segmen konsumen.
3. Distribution Channel: serangkaian saluran komunikasi dimana perusahaan dapat menyampaikan nilai (value) kepada segmen konsumen.
4. Customer Relationship: tipe relasi yang kita butuhkan untuk tiap segmen konsumen.
5. Revenue Stream: Aliran dimana pendapatan diperoleh dari konsumen.
6. Key Resources: Sumber daya kunci dimana model bisnis dibangun.
7. Key Activities : aktivitas2 kunci untuk menjalankan bisnis
8. Partner network : mitra kerja dan supplier
9. Cost structure : biaya-biaya yang diperlukan untuk menjalankan sebuah model bisnis.

## **Contoh model bisnis**

### **1. Model bisnis bata dan semen**

Model bisnis yang mana suatu perusahaan mengintegrasikan kehadiran offline (bata) dan online (semen). Contoh model bata-dan-semen adalah ketika toko memfasilitasi pembelian secara online, namun produk bisa diambil di toko lokal.

### **2. Model bisnis kolektif**

Organisasi atau asosiasi bisnis pada umumnya dibentuk oleh sejumlah besar bisnis, pedagang atau profesional di bidang yang sama atau berkaitan, yang menyatukan sumberdaya bersama-sama, berbagi informasi atau menyediakan layanan lain bagi anggotanya.

### **3. Model potong rantai pasok**

Yakni dengan menghilangkan pihak perantara dalam rantai pasok, yang dalam hal ini semisal adalah distributor, agen, atau broker. Perusahaan dalam hal ini langsung berinteraksi dengan pelanggan, semisal melalui internet. Model ini sangat erat hubungannya dengan penjualan langsung

### **4. Waralaba**

Apa yang disebut dengan model bisnis waralaba adalah menggunakan kesuksesan model bisnis dari perusahaan lain telah sukses. Dalam hal ini kesuksesan pemilik waralaba menjadi kesuksesan juga bagi sang pewaralaba.

## DAFTAR PUSTAKA

<http://parapepetualangmimpi.blogspot.com/2012/01/perencanaan-bisnis.html>

[http://file.upi.edu/Direktori/FPTK/JUR. PEND. KESEJAHTERAAN KELUARGA/196305211993012-TATI SETIAWATI/BK/HO-BK Pertmuan ke-6,7.pdf](http://file.upi.edu/Direktori/FPTK/JUR._PEND._KESEJAHTERAAN_KELUARGA/196305211993012-TATI_SETIAWATI/BK/HO-BK_Pertmuan_ke-6,7.pdf)

<http://manabisnis.wordpress.com/2013/06/23/beberapa-hal-tentang-perencanaan-bisnis/>

<http://www.promagmulia.com/konsultasi/detail/687/bagaimana-mendapatkan-peluang-bisnis-yang-baik-di-tengah-persaingan-usaha-yang-cukup-ketat-seperti-sekarang-ini>

[http://id.wikipedia.org/wiki/Rencana\\_bisnis](http://id.wikipedia.org/wiki/Rencana_bisnis)

<http://kutubuku.web.id/700/komponen-utama-rencana-bisnis-yang-lengkap>

[http://id.wikipedia.org/wiki/Model\\_bisnis](http://id.wikipedia.org/wiki/Model_bisnis)

[http://www.entrepreneurmuda.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=239:pengertian-business-plan&catid=78:business-plan-making&Itemid=73](http://www.entrepreneurmuda.com/index.php?option=com_content&view=article&id=239:pengertian-business-plan&catid=78:business-plan-making&Itemid=73)

<http://herina-br.blogspot.com/2011/10/pengertian-bisnis-menurut-para-ahli.html>