

MODUL PELATIHAN

Penyusunan Rencana Usaha

Pemanfaatan Sumberdaya Alam Lokal Berbasis Masyarakat



Rado Puji Santoso
Mohamad Tamzil

Pengantar

Pengelolaan usaha berbasis masyarakat merupakan alternatif pengelolaan yang diharapkan mampu menjawab persoalan yang terjadi di suatu wilayah berdasarkan karakteristik sumberdaya alam dan sumberdaya manusia di wilayah tersebut. Dalam hal ini, suatu komunitas mempunyai hak untuk dilibatkan atau bahkan mempunyai kewenangan secara langsung untuk membuat sebuah perencanaan pengelolaan wilayahnya disesuaikan dengan kapasitas dan daya dukung wilayah terhadap ragam aktivitas masyarakat di sekitarnya.

COREMAP-LIPI (1997) menyebutkan bahwa tujuan umum program pengelolaan berbasis masyarakat adalah memberdayakan masyarakat agar dapat berperanserta secara aktif dan terlibat langsung dalam pengelolaan sumberdaya alam lokal. Pemberdayaan ini dilakukan untuk menjamin dan menjaga kelestarian pemanfaatan sumberdaya dan pada gilirannya dapat menjamin adanya pembangunan yang berkesinambungan di wilayah bersangkutan.

Setiap unit usaha perlu melakukan suatu perencanaan dalam setiap kegiatan organisasinya, baik perencanaan produksi, perencanaan rekrutmen karyawan baru, program penjualan produk baru, maupun perencanaan anggarannya. Perencanaan (*planning*) merupakan proses dasar bagi organisasi untuk memilih sasaran dan menetapkan bagaimana cara mencapainya. Oleh karena itu, unit usaha masyarakat harus menetapkan tujuan dan sasaran yang hendak dicapai sebelum melakukan proses-proses perencanaan.

Rencana Bisnis atau *Bussiness Plan* merupakan sebuah peta bagi wirausahawan menuju pembangunan bisnis yang sukses dan menguntungkan. Setiap wirausahawan yang sudah melakukan usaha atau akan membangun suatu usaha membutuhkan sebuah rencana bisnis yang baik dan berdasarkan fakta riil yang ada dilapangan guna meningkatkan peluang keberhasilan usahanya. Seringkali bisnis dikelola dengan hanya bermodalkan semangat, banyak orang yang ingin membangun suatu usaha tetapi tidak mau membuat rencana bisnis. Padahal tidak sedikit para pengusaha yang masih menghadapi kendala-kendala bahkan sampai gagal walaupun telah melakukan perencanaan bisnis, hal ini dikarenakan rencana bisnis yang ada tidak sepenuhnya menjadi pedoman operasi perusahaannya atau lemahnya sistem monitoring dan evaluasi selama bisnis itu berjalan.

Sejatinya rencana bisnis harus fleksibel dan tidak menutup kemungkinan mengalami revisi dan pengembangan di beberapa aspek ketika bisnis mengalami kendala dalam perjalanannya. Maka dari itu, Modul ini dibuat agar mampu menjadi pedoman untuk proses penyusunan rencana bisnis yang baik.

*Pentingnya perencanaan usaha
untuk membangun unit usaha yang
kuat dan berkelanjutan*

DAFTAR ISI

MODUL I PENDAHULUAN

- 1.1 Pembukaan Pelatihan Perencanaan Bisnis
- 1.2 Perkenalan Peserta, Fasilitator, Dan Panitia
- 1.3 Penjelasan Alur Pelatihan
- 1.4 Pre Test

MODUL II MEMBANGUN MENDSET BISNIS

- 2.1 Pentingnya Membuka Mindset Bisnis
- 2.2 Mengenal Potensi Sumberdaya Alam Lokal

MODUL III PENGERTIAN BISNIS PLAN

MODUL IV PENYUSUNAN BISNIS PLAN

LAMPIRAN *TEMPLATE BUSSINESS PLAN*

MODUL I

PENDAHULUAN

1.1 Pembukaan Pelatihan Perencanaan Bisnis

Tujuan	Peserta memahami maksud dan tujuan pelatihan, demikian juga pemilihan peserta.
Kegiatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ucapan selamat datang oleh Wakil lembaga penyelenggara training kepada peserta training 2. Penjelasan tentang latar belakang kepada peserta, maksud dan tujuan diadakannya pelatihan “Penyusunan Rencana Bisnis” 3. Penjelasan mengenai proses persiapan: peserta dan pemilihan peserta, serta lainnya
Metode	Sambutan
Waktu	15 Menit

1.2 Perkenalan Peserta, Fasilitator, Dan Panitia

Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menumbuhkan suasana tenang dan rileks di antara peserta, maupun antara peserta dengan fasilitator dan panitia 2. Adanya transfer pengalaman bisnis yang pernah dilakukan mitra sebelumnya 3. pemahaman yang sama tentang prasyarat/prinsip yang dipergunakan selama training berlangsung
Kegiatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitator menjelaskan proses perkenalan, di mana peserta menjelaskan nama, asal lembaga, kondisi lembaga, serta memaparkan sekilas pengalaman usaha yang sudah pernah dilakukan 2. Fasilitator juga membuka tanya jawab antar peserta yang hadir untuk bertanya seputar hal-hal yang menarik yang berkaitan dengan ide-ide usaha untuk membuka mainset bisnis.
Metode	Paparan penjelasan profil peserta dari setiap peserta pelatihan
Waktu	60 Menit

1.3 Penjelasan Alur Pelatihan

Tujuan	Peserta memahami keseluruhan proses pelatihan dan komitmen untuk mengikuti keseluruhan proses pelatihan
Kegiatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitator menjelaskan alur pelatihan, termasuk latar belakang pilihan materi, topik-topik yang akan disampaikan dan metode-metode yang akan digunakan 2. Fasilitator membuka kesempatan bagi peserta untuk bertanya mengenai hal-hal yang ingin diketahuinya secara lebih jelas 3. Fasilitator membuka kesempatan bagi peserta untuk memberikan usulan perubahan alur, penambahan/pengurangan materi, termasuk waktu yang dialokasikan untuk satu materi.
Metode	Pembahasan alur training oleh Fasilitator dan tanya-jawab
Waktu	10 Menit
Alat	Dokumen alur pelatihan

1.4 Pre Test

Tujuan	Untuk mengetahui pemahaman awal peserta terhadap tema penyusunan rencana usaha (bisnis plan)
Kegiatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitator membagikan lembar pre test kepada peserta, dan memberitahukan waktu yang diberikan untuk mengisi lembar pre test 2. Fasilitator mengumpulkan lembar pre test
Metode	Pembagian lembar pre test kemudian peserta mengisi pre test
Waktu	10 Menit
Alat	Lembar Pre Test dan Alat Tulis

PRE TEST Penyusunan Rencana Usaha

1. Apa yang anda ketahui tentang perencanaan usaha (bisnis plan) dan gunannya dalam pelaksanaan usaha?
2. Menurut anda seperti apa unit usaha dikatakan kuat dan berkelanjutan?
Alasan
3. Sebutkan potensi yang ada di lingkungan anda yang dapat dijadikan sebagai peluang usaha? Alasan

MODUL II

MEMBANGUN MINDSET BISNIS

2.1. Pentingnya Membuka Mindset Bisnis

Tujuan	Menumbuhkan mindset bisnis bagi peserta untuk memulai merencanakan usaha komunitas berbasis sumberdaya alam lokal.
Kegiatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitator memaparkan slide materi “Membangun Mindset Bisnis” kepada peserta training 2. Fasilitator menunjukkan video “Motifasi Bisnis” untuk menumbuhkan motivasi untuk memulai berbisnis 3. Fasilitator memaparkan pengalaman bisnis (hambatan dan tantangan) dari pebisnis dunia, dan menggali pengalaman bisnis peserta
Metode	<ol style="list-style-type: none"> 1. Paparan materi oleh Fasilitator 2. Eksplorasi pengalaman peserta 3. Pengalihan pendapat peserta 4. Diskusi
Waktu	180 Menit
Alat	Kertas A4, Kertas plano/flipchart, spidol, dan LCD proyektor

Paparan Awal Fasilitator:

Ada beberapa teori menyebutkan bagaimana menumbuhkan mindset pebisnis. Mindset pada dasarnya hanyalah paradigma atau pola pikir yang terbentuk di dalam pikiran atau alam bawah sadar kita tentang sesuatu hal. Menumbuhkan **Mindset positive dalam bisnis** merupakan modal dan kunci penting untuk meraih kesuksesan dalam hidup. Pemikiran atau prinsip dan pandangan akan mempengaruhi kita dalam mengambil tindakan dan keputusan untuk keberlangsungan usaha. Dalam memulai bisnis bukanlah modal (uang) tetapi modal utama dalam berbisnis adalah IDE. Ide-ide kreatif inilah yang nantinya akan terus berkembang.

Sebelum memulai menjadi pebisnis pelajari dulu menjadi seorang pebisnis. Satu hal yang bisa kita pelajari dari tokoh besar bisnis dunia adalah mencintai apa yang mereka kerjakan. Penghambat pebisnis adalah MENUNDA, penundaan itu muncul dari mana? dari PEMIKIRAN KITA. Apakah dunia pebisnis yg keras itu menjadi penghambat? Bukan, tapi dari diri kita sendiri karena ketakutan-ketakutan yang timbul. Segala yang ada itu memang resiko pebisnis yang sudah dipikirkan oleh seorang pebisnis.

Menjadikan raja dalam pemikiran kita yang akan mempengaruhi pada emosi dan mempengaruhi gerak tubuh kita. Bagaimana merubah ketakutan menjadi kekuatan kita? serta menyiapkan mental untuk menciptakan mindset seorang pebisnis.

2.2. Mengenali Potensi Sumberdaya Alam Lokal

Tujuan	Peserta mampu membaca dan menganalisa potensi wilayah yang dapat dijadikan sebagai potensi usaha
Kegiatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitator memaparkan contoh dan jenis sumber daya alam yang mampu dijadikan potensi usaha 2. Fasilitator mengajak peserta untuk menggali dan menganalisa potensi sumberdaya alam daerah 3. Fasilitator meminta setiap peserta untuk menjelaskan sumberdaya alam yang dijadikan sebuah usaha
Metode	<ol style="list-style-type: none"> 1. Paparan Fasilitator 2. Eksplorasi potensi sumber daya alam lokal 3. Diskusi
Waktu	100 Menit
Alat	Kertas A4, Kertas plano/flipchart, spidol

Paparan Awal Fasilitator:

Potensi usaha adalah potensi daerah, dan potensi ini adalah potensi bisnis. Banyak cara untuk melihat peluang yang terjadi disekitar kita. Selama masih ada kebutuhan dan keinginan, selama itu pula masih terdapat peluang yang dapat dimanfaatkan, misal:

1. Mengenali kebutuhan pasar
2. Mengembangkan produk yang telah ada dipasaran
3. Memadukan bisnis-bisnis yang ada (analisa pesaing)
4. Mengenali kecenderungan (tren) yang terjadi
5. Mewaspadaai segala kemungkinan yang awalnya terlihat sepele, yang ternyata setelah ditekuni dapat menjadi bisnis yang luar biasa.

Setelah tahu potensi daerah tentukan potensinya, lihat trend apa yang sedang berkembang sekarang, kemudian lihat kebutuhan masyarakat, baik ada disekitar daerah atau yang daerah lainnya. Berapa banyak pesaing untuk produk/jasa yang sama, itu artinya potensial. Perlu diperhatikan adalah ketersediaan bahan baku untuk membuat suatu produk atau potensi untuk membuat suatu jasa.

Ancaman bagi pelaku bisnis adalah Analisa Pesaing, bagaimana caranya kita bisa memberikan sesuatu yang berbeda dari pesaing kita, banyak orang dan biasanya pesaing hanya bermain harga. Analisa ini bisa dilihat dari kualitas, harga, segemn pasar yang dituju, kemasan, lokasi dan strategi. Perlu diketahui, lokasi usaha sangat berpengaruh pada produk yang akan dijual serta Cara menjual yang efektif adalah yang bisa menyentuh pada emosi (emosional buying).

Bisnis yang besar berawal dari mimpi yang besar, dan mimpi yang besar lahir dari orang yang besar, artinya jika kita punya mimpi yang besar berarti kita harus jadi orang yang besar

FORM IDENTIFIKASI PELUANG USAHA/BISNIS

No	Peluang Usaha	Usaha Yang Sudah Berdiri di Lingkungan Masyarakat
1		
2		
3		
4		

Mendiskusikan apa yang dimaksud dengan peluang usaha? Mengapa calon wirausaha perlu melakukan identifikasi peluang usaha?. Peserta mencoba memetakan potensi daerah masing-masing peserta yang kemudian dipresentasikan. Peluang usaha merupakan respon seseorang, sekelompok orang, atau organisasi untuk memecahkan masalah yang ada di dalam masyarakat dalam rangka memenuhi kebutuhan di lingkungan masyarakat, yang meliputi: pasar, komunitas, dan lain-lain.

Menemukan peluang usaha yang bagus adalah langkah awal untuk mengubah keinginan dan kreativitas wirausaha menjadi peluang bisnis. Peluang usaha yang bagus sangat penting untuk memulai bisnis agar dapat bersaing di kemudian hari. Bagaimanapun juga peluang bisnis yang bagus tidak hanya muncul secara kebetulan pada diri wirausaha, melainkan karena kerja keras, usaha, dan kreativitas dari wirausaha itu sendiri. Untuk mendapatkan peluang usaha terdapat beberapa sumber ide bisnis, antara lain adalah:

1. Hobi/minat
2. Ketrampilan dan pengalaman
3. Media massa (koran, majalah, TV, internet)
4. Survei potensi dan akses pasar
5. Keluhan-keluhan masyarakat/konsumen
6. Kreativitas, dll

Salah satu sumber untuk memperoleh peluang usaha adalah kreativitas. Kreativitas merupakan kemampuan untuk merancang, membentuk, membuat atau melakukan sesuatu dengan cara yang baru atau dengan cara yang berbeda. Agar memiliki daya kreativitas, Anda perlu membuka mata dan pikiran, serta jeli melihat adanya peluang usaha. Suatu peluang usaha betapapun bagusnya, pada akhirnya hanyalah sebuah sarana, sehingga harus dikembangkan dan diubah menjadi peluang usaha/bisnis yang menguntungkan. Berdasarkan hasil identifikasi peluang usaha yang Anda telah lakukan dan berdasarkan pemahaman Ada dari uraian materi di atas, coba kerjakan latihan berikut!

MODUL III

DEFINISI RENCANA BISNIS (*BUSSINESS PLAN*)

Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peserta paham pengertian bisnis plan 2. Peserta mengetahui manfaat bisnis plan 3. Peserta memahami pentingnya bisnis plan untuk pengembangan usaha dalam mendorong peningkatan dan pemberdayaan kelompok/komunitas
Kegiatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitator menyampaikan materi tentang pengertian dan pentingnya <i>Bussiness plan</i> 2. Fasilitator menanyakan pengertian dan manfaat bisnis plan kepada peserta 3. Fasilitator membagikan Template bisnis plan
Metode	<ol style="list-style-type: none"> 1. Paparan materi oleh Fasilitator 2. Pembagian kertas template bisnis plan 3. Diskusi
Waktu	30 Menit
Alat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lembar template bisnis plan 2. komputer 3. Kertas plano/flipchart, spidol, meta plan, papan tulis besar

Merumuskan ide usaha haruslah berdasar kepada beberapa aspek, yaitu potensi daerah atau wilayah, ketersediaan bahan dan analisa peluang pasar yang ada. Karena ide awal ini adalah benang merah untuk menyusun suatu business plan. Rencana bisnis adalah ringkasan tertulis mengenai rencana pendirian perusahaan atau menjalankan usaha yang berisi rincian gambaran kegiatan operasi dan rencana keuangan, peluang dan strategi pemasaran serta kemampuan pengelolaan. Rencana bisnis ini menguraikan arah dan tujuan perusahaan yang ingin capai, beserta strategi mencapainya sebagai peta jalan bagi wirausahawan menuju pembangunan bisnis yang sukses.

Apa Pentingnya Menyusun Rencana Bisnis?

Dasar dari sebuah usaha yang akan dijalankan adalah adanya business plan atau perencanaan dalam membangun sebuah usaha. Business plan/perencanaan usaha merupakan kumpulan dokumen yang menyatakan keyakinan akan kemampuan sebuah bisnis/usaha untuk menjual barang ataupun jasa dengan menghasilkan profit yang tinggi dan menarik bagi investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan kita. Pada umumnya banyak orang pada saat awal membuka usaha baru banyak mengalami kegagalan. Kegagalan ini antara lain disebabkan karena pada saat membuka usaha tidak menyusun perencanaan terlebih dahulu, sehingga apa yang dilakukan tidak didasarkan pada perhitungan awal. Membuka usaha baru tidak mungkin tanpa ada rencana sebelumnya. Rencana perlu disusun betapapun sederhananya secara tertulis. Perencanaan yang tidak tertulis pasti sudah ada rekayasa didalam pikiran seseorang yang akan membuka usaha, seperti rekayasa tentang usaha apa yang akan dipilih, tempatnya dimana, siapa konsumennya, dibutuhkan modal berapa, berapa perkiraan tentang keuntungan yang akan diperoleh.

MODUL IV

PENYUSUNAN RENCANA BISNIS (*BUSSINESS PLAN*)

Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peserta mampu memahami langkah-langkah menyusun rencana bisnis 2. Peserta dapat menyusun business plan untuk usaha yang akan dibangun 3. Meningkatkan keterampilan peserta dalam penyusunan <i>bussiness plan</i>
Kegiatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitator mengajak peserta untuk meriview ide dan gambaran umum mengenai bisnis yang akan dibangun dan cara penyusunan business plan yang baik 2. Fasilitator memandu peserta dalam penyusunan bisnis plan sesuai dengan ide usaha yang sudah peserta tentukan 3. Peserta mempresentasikan hasil perencanaan bisnis yang sudah dibuat 4. Peserta diminta untuk mengumpulkan hasil pengisian form/template bisnis plan yang sudah disusun
Metode	<ol style="list-style-type: none"> 4. Paparan Fasilitator 5. Pengisian template bisnis plan 6. Diskusi
Waktu	300 Menit
Alat	<ol style="list-style-type: none"> 4. Lembar tamplate bisnis plan 5. komputer 6. Kertas plano/flipchart, spidol, meta plan, papan tulis besar

Penyusunan business plan haruslah dilakukan secara jelas dan terperinci, dan dalam proses penyusunannya tidak selalu dilakukan secara berurutan setiap aspek nya sesuai format yang ada. Setiap aspek pada business plan diisi sesuai dengan informasi yang sudah dikumpulkan dan sesuai riil lapangan.

contohnya penetapan harga jual baru bisa diisi setelah analisa keuangan, dan ringkasan eksekutif baru diisi setelah business plan rampung.

LAMPIRAN

Tamplate Bussiness Plan

[Nama Perusahaan]

[JENIS USAHA]

[tempat dan tanggal penyusunan]

disusun oleh:
[Nama Penyusun]
[Jabatan Penyusun]

[Alamat Lengkap Perusahaan]
No. Telepon [Nomor Telepon] No. Fax [Nomor Fax]
Alamat E-mail [Alamat E-mail] Situs Web [Situs Web]

1. RINGKASAN USAHA

- [NAMA PERUSAHAAN]
- [BIDANG USAHA]
- [JENIS PRODUK / JASA]
- [NILAI PENJUALAN PER TAHUN SAAT INI]
- [NILAI KEKAYAAN PERUSAHAAN TERAKHIR]
- [PROSPEK PENGEMBANGAN USAHA]
- [RENCANA PENGEMBANGAN USAHA]
- [PROYEKSI (TARGET) NILAI PENJUALAN]
- [KEBUTUHAN DANA]
- [RENCANA PENGGUNAAN DANA]
- [JANGKA WAKTU PENGEMBALIAN]
- [AGUNAN]

2. LATAR BELAKANG PERUSAHAAN

2.1 DATA PERUSAHAAN

- | | |
|-------------------------|----------------------|
| 1. Nama Perusahaan | <input type="text"/> |
| 2. Bidang Usaha | <input type="text"/> |
| 3. Jenis Produk / Jasa | <input type="text"/> |
| 4. Alamat Perusahaan | <input type="text"/> |
| 5. Nomor Telepon/Fax | <input type="text"/> |
| 6. Alamat E-mail | <input type="text"/> |
| 7. Bank Perusahaan | <input type="text"/> |
| 8. Bentuk Badan Hukum | <input type="text"/> |
| 9. Nomor Akte Pendirian | <input type="text"/> |
| 10. N P W P | <input type="text"/> |
| 11. Mulai Berdiri | <input type="text"/> |

2.2 BIODATA PEMILIK / PENGURUS

1. Nama	
2. Jabatan	
3. Tempat dan Tanggal Lahir	
4. Alamat Rumah	
5. Nomor Telepon	
6. Nomor Fax	
7. Alamat E-mail	
8. Pendidikan Terakhir	
9. Pengalaman Kerja	

2.3 STRUKTUR ORGANISASI



Gambarkan alur/struktur organisasi usaha anda jalankan baik yang sudah berjalan maupun yang baru akan berjalan.

2.4 KONSULTAN PENDAMPING

- [NAMA PERUSAHAAN KONSULTAN]
- [NAMA KONSULTAN PENDAMPING]
- [BIDANG PENDAMPINGAN]
- [MULAI PENDAMPINGAN]
- [JANGKA WAKTU PENDAMPINGAN]

2.5 SUSUNAN PEMILIK / PEMEGANG SAHAM

NAMA	Jumlah Saham	Nilai Saham	Presentasi
TOTAL	0	0	0%

Keterangan : Isi siapa pemilik saham dalam usaha yang dijalankan, berapa besarnya?. Bedakan dengan badan hukum usaha anda? (PT,CV,UD, KOPERASI)

3. ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

3.1 PRODUK / JASA YANG DIHASILKAN

- Sebutkan jenis produk/jasa yang sudah produksi ataupun yang belum diproduksi
- Jelaskan karakteristik produk yang dihasilkan serta komponen/aksesoris yang memberikan nilai tambah pada produk

SISIPKAN JUGA FOTO-FOTO PRODUK.

Keunggulan Produk Yang Dimiliki

- 1.
- 2.
- 3.

Sebutkan keunggulan dari produk/jasa yang kita miliki dibanding produk/jasa milik pesaing

3.2 GAMBARAN PASAR

- Cantumkan Informasi data penjualan dari produk/jasa anda yang diproduksi (untuk usaha yang sudah berjalan).
- Kemudian lengkapi dengan Informasi/data penjualan produk/jasa sejenis dari sumber-sumber lain (referensi internet/data bps, dll dalam 3-5 tahun terakhir)

Kegiatan Pemasaran Dan Promosi Yang Sudah Dilakukan

- PERSONAL SELLING
- PAMERAN
- BROSUR
- ADVERTISING / IKLAN

Ketrangan:

- Uraikan secara lengkap kegiatan promosi yang sudah dilakukan untuk peningkatan penjualan produk/jasa milik anda.
- Bagi usaha yang akan baru dibentuk, uraikan rencana kegiatan promosi dan pemasaran yang akan dilakukan untuk penjualan produk/jasa.

3.3 TARGET ATAU SEGMENT PASAR YANG DITUJU

Gambaran Karakteristik Pembeli / Pengguna

Isi dengan Target atau rencana target pembeli/pasar yang akan disasar? Menengah/menengah bawah/menengah atas? beri alasan anda memilih target pasar tersebut.

Isi karakter pembeli produk anda? Apakah pembelinya dari industri pengolahan atau perorangan? Kelas sosial (golongan menengah ke atas atau ke bawah)? Daya beli konsumen itu berapa?

3.4 TREND PERKEMBANGAN PASAR

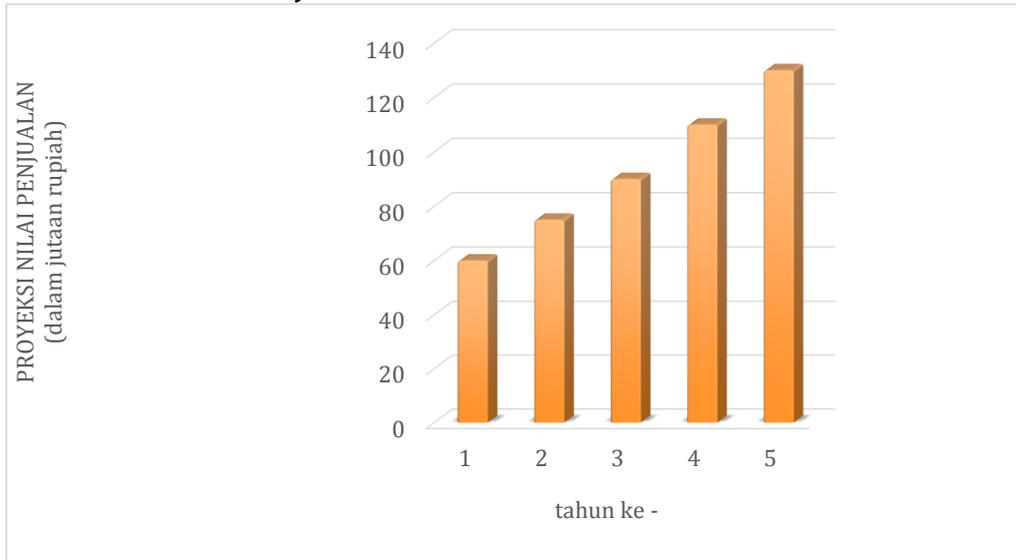
- Isi dengan Informasi/data penjualan produk/jasa yang sekarang terjadi di dalam negeri (apakah permintaan produk mengalami kenaikan atau penurunan)
- Data tersebut bisa diambil dari sumber-sumber lain (referensi internet/data bps, dll dalam 3-5 tahun terakhir).

PERKIRAAN JUMLAH DAN
NILAI RATA-RATA
PERMINTAAN PRODUK PER
TAHUN

Keterangan:

Untuk usaha yang sudah berjalan isi dengan nilai penjualan produk (perbulan/pertahun, mengalami peningkatan atau penurunan. Jelaskan apa penyebabnya berdasarkan analisa yang telah dilakukan)

3.5 PROYEKSI PENJUALAN



Isi dengan target penjualan produk anda di tahun 1 sampai tahun ke 3, kemudian jelaskan bagaimana anda memperoleh nilai proyeksi tersebut?

3.6 STRATEGI PEMASARAN

PENGEMBANGAN PRODUK

Apakah anda berencana melakukan pengembangan produk untuk upaya peningkatan penjualan atau untuk menarik para pembeli? alasannya

PENGEMBANGAN WILAYAH PEMASARAN

Uraikan secara rinci, wilayah mana saja yang dapat dijadikan target pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk anda dalam mencapai target penjualan di setiap tahunnya?

Rencana pengembangan wilayah (Lokal, regional, maupun nasional)

KEGIATAN PROMOSI

Uraikan secara jelas kegiatan promosi apa saja yang anda lakukan untuk meningkatkan penjualan dalam mencapai target penjualan disetiap tahunnya

STRATEGI PENETAPAN HARGA

Berapa harga menjual produk yang anda hasilkan? Kemudian beri alasan kenapa anda mematok harga tersebut

3.7 ANALISIS PESAING

PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
	1.	1.
	2.	2.
	1.	1.
	2.	2.

Keterangan:

Menganalisis para pesaing anda? Kemudian identifikasi keunggulan dan kelemahan para pesaing anda?

3.8 SALURAN DISTRIBUSI

Wilayah Pemasaran Dan Jalur Distribusi *Saat Ini*

1. Wilayah Pemasaran	<input type="checkbox"/> Lokal..... [000] % <input type="checkbox"/> Regional..... [000] % <input type="checkbox"/> Nasional..... [000] % <input type="checkbox"/> Ekspor [000] %	
2. Jalur Distribusi	<input type="checkbox"/> Individu <input type="checkbox"/> Industri <input type="checkbox"/> Pemerintah <input type="checkbox"/> Lain - Lain	<input type="checkbox"/> Distributor <input type="checkbox"/> Retailer <input type="checkbox"/> Eksportir
3. Alamat Showroom / Counter Penjualan (Milik Perusahaan)	1. 2.	

Wilayah Pemasaran Dan Jalur Distribusi *Yang Direncanakan*

1. Wilayah Pemasaran	<input type="checkbox"/> Lokal [000] % <input type="checkbox"/> Regional..... [000] % <input type="checkbox"/> Nasional..... [000] % <input type="checkbox"/> Ekspor [000] %	
2. Jalur Distribusi	<input type="checkbox"/> Individu <input type="checkbox"/> Industri <input type="checkbox"/> Pemerintah <input type="checkbox"/> Lain - Lain	<input type="checkbox"/> Distributor <input type="checkbox"/> Retailer <input type="checkbox"/> Eksportir
3. Rencana Lokasi Showroom / Counter Penjualan	1. 2.	

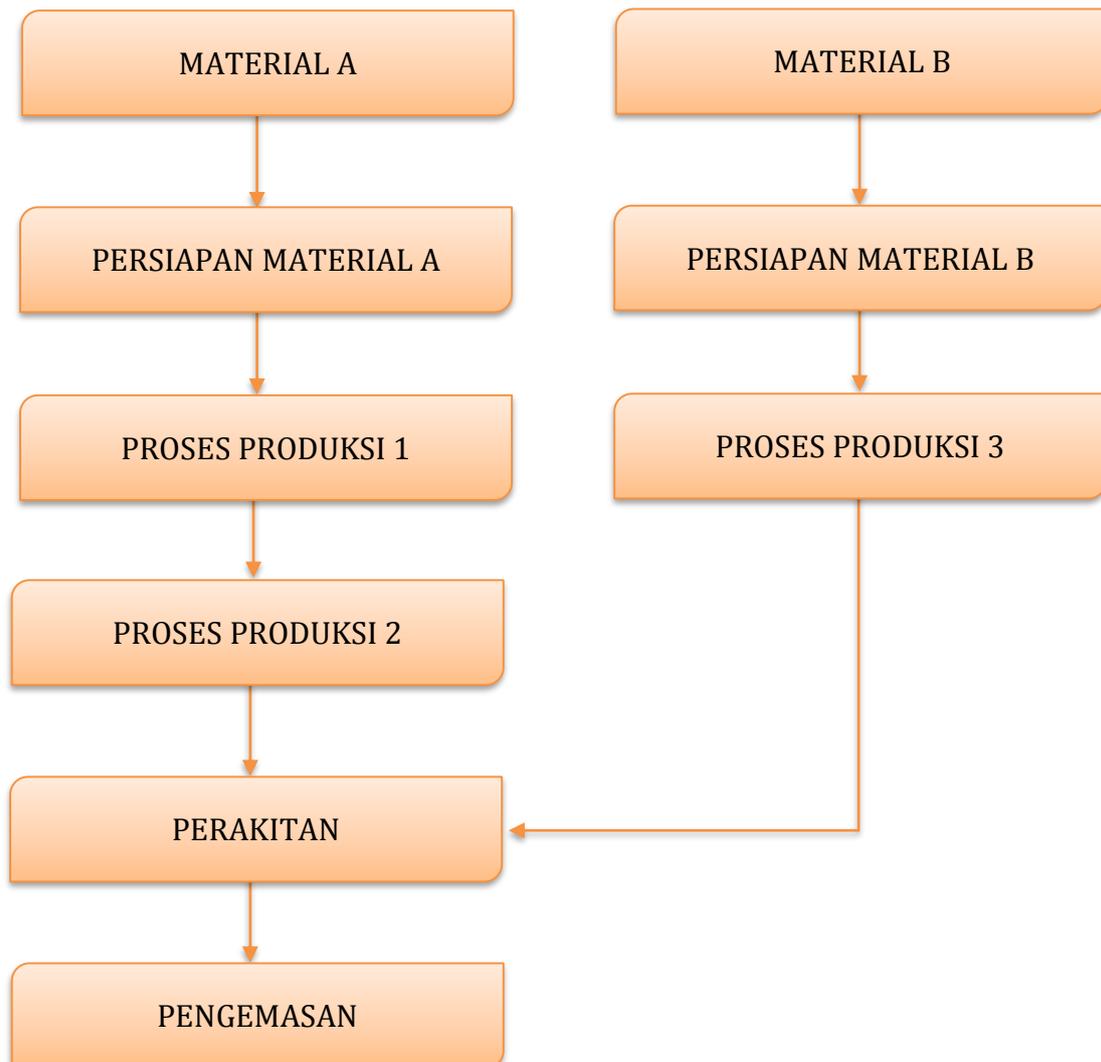
Keterangan:

Berikut merupakan peta distribusi penjualan produk anda, coba petakan sejauh mana penjualan produk yang sudah anda lakukan, dan rencana perluasan pemasaran yang direncanakan

4. ANALISIS PRODUKSI

4.1 PROSES PRODUKSI

PROSES PRODUKSI	BAHAN BAKU	TEKNOLOGI	MESIN
		Otomatis	
		Otomatis	
		Tradisional	



Keunggulan Proses Produksi Yang Dimiliki

- 1.
- 2.

Keterangan:

Tuliskan proses-proses produksi yang sudah anda lakukan ataupun proses yang akan anda lakukan secara lengkap? Kemudian tuliskan keunggulan proses produksi anda? Sertakan gambar produksi disetiap prosesnya

4.2 BAHAN BAKU DAN PENGGUNAANNYA

BAHAN BAKU	KEBUTUHAN RATA-RATA PER BULAN	HARGA	SUMBER

Keterangan:

- **Usaha yang sudah berjalan:** Tuliskan bahan baku yang dibutuhkan dalam proses produksi: berapa banyak kebutuhan bahan baku per bulan untuk produksi? Berapa harga belinya? Jika bahan baku yang dibeli merupakan bahan yang mudah susut, tuliskan berapa penyusutannya? Dan dimana bahan baku itu dibeli?
- **Usaha yang belum berjalan:** Tuliskan bahan baku apa saja yang dibutuhkan untuk membuat produk yang direncanakan. Dan analisis penyusutannya

BAHAN TAMBAHAN	KEBUTUHAN RATA-RATA PER BULAN	HARGA	SUMBER

Keterangan:

Berikut adalah tabel kebutuhan bahan tambahan untuk usaha yang sudah berjalan. Tuliskan apa saja penambahan bahan baku yang diperlukan untuk produksi? Jika anda akan melakukan pengembangan produk isi dengan bahan-bahan untuk rencana pengembangan usaha?

4.3 KAPASITAS PRODUKSI

Fasilitas Dan Mesin Produksi Yang Dimiliki

FASILITAS & MESIN PRODUKSI *)	Jumlah	Total Nilai
Total	0	0

*) tanah, bangunan, mesin dan peralatan produksi, dll

KAPASITAS PRODUKSI
RATA-RATA PER BULAN

Keterangan:

- Tuliskan alat-alat kantor, alat-alat produksi, biaya transport, biaya produksi yang sudah anda miliki saat ini dalam menjalankan usaha
- Dan yang terakhir cantumkan kapasitas produk/jasa yang sudah berjalan saat ini setiap bulannya?

4.4 RENCANA PENGEMBANGAN PRODUKSI

Strategi Dan Tahap-Tahap Rencana Pengembangan Produksi

Keterangan:

- Jika anda dalam 3 tahun yang direncanakan akan melakukan pengembangan produk, coba anda tuliskan tahapan-tahapan pengembangan produk yang akan anda lakukan?
- Tuliskan strategi rencana pengembangan produksi yang akan dilakuakan

Rencana Penambahan Fasilitas Dan Mesin Produksi

FASILITAS & MESIN PRODUKSI *)	Jumlah	Harga Satuan	Total Nilai
			0
			0
			0
Total	0	0	0

*) tanah, bangunan, mesin dan peralatan produksi, dll

Keterangan:

Inventarisasi kebutuhan alat-alat produksi/fasilitas produksi apa saja yang dibutuhkan dalam pengembangan produk.

5. ANALISIS SUMBERDAYA MANUSIA (SDM)

5.1 ANALISIS KOMPETENSI SDM

TINGKAT PENDIDIKAN	Jumlah
Tidak Lulus SD	0
SD	0
SMP	0
SMU/MA	0
D1	0
D3 / Sarjana Muda	0
Sarjana	0
TOTAL	0

BAGIAN/DEPT.	Jumlah
Manajemen	0
Bagian Produksi	0
Bagian Pemasaran	0
Bagian Administrasi	0
Lain - lain	0
Total	0

Keunggulan Dan Kompetensi Sdm Lain-Lain

Keterangan:

Sebutkan keunggulan dan kopetensi di masing-masing pegawai di unit usaha anda secara rinci?

5.2 ANALISIS KEBUTUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM

JABATAN	Tingkat Pendidikan	Pengalaman (tahun)	Keterampilan Khusus

Keterangan:

Jika usaha anda membutuhkan penambahan SDM, coba anda analisis SDM apa yang anda butuhkan saat ini untuk mendukung/meningkatkan unit usaha anda? Tingkat pendidikan yang dibutuhkan (SMP, SMK, SMA, SI, S2) beserta keterampilan yang dibutuhkan.

5.3 RENCANA KEBUTUHAN PENGEMBANGAN SDM

JABATAN	Jumlah Kebutuhan	Tenaga yang Tersedia	Tenaga yang Harus Direkrut

Keterangan:

Setelah menganalisa kebutuhan SDM, maka tuliskan jumlah SDM yang harus direkrut untuk mendukung unit usaha.

6. RENCANA PENGEMBANGAN USAHA

6.1 RENCANA PENGEMBANGAN USAHA

Keterangan:

Jika anda dalam 3 tahun ingin melakukan sebuah pengembangan usaha di jenis produk (inovasi usaha baru dengan produk baru). Maka coba tuliskan sesuai dengan bab 3, 4, dan 5 (yang sudah dijelaskan sebelumnya dibagian bab 3,4, dan 5).

ISIKAN SESUAI DENGAN BAGIAN 3, 4 DAN 5.

STRATEGI PEMASARAN

Uraikan tahap demi tahap strategi yang akan dilakukan.....

STRATEGI PRODUKSI

Uraikan tahap demi tahap strategi yang akan dilakukan.....

STRATEGI ORGANISASI DAN SDM

Uraikan tahap demi tahap strategi yang akan dilakukan.....

STRATEGI KEUANGAN

Uraikan tahap demi tahap strategi yang akan dilakukan.....

6.2 TAHAP-TAHAP PENGEMBANGAN USAHA

KEGIATAN	bulan ke -												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Kegiatan-kegiatan sesuai dengan rencana pengembangan usaha.													

Keterangan:

Buat tahapan dan waktu pelaksanaan pengembangan produk anda dalam 3 tahun untuk meningkatkan kapasitas produk usaha anda?

ANALISIS DAMPAK DRESIKO USAHA

7.1 DAMPAK TERHADAP MASYARAKAT SEKITAR

Menganalisis dampak-dampak sosial yang kemungkinan terjadi akibat bisnis anda

- [Dampak produksi dan teknologi terhadap masyarakat]
- [Dampak organisasi dan SDM terhadap masyarakat]
- [Dampak pemasaran terhadap masyarakat]

7.2 DAMPAK TERHADAP LINGKUNGAN

Menganalisis dampak-dampak lingkungan yang kemungkinan terjadi akibat bisnis anda

- [Penanganan limbah yang dihasilkan akibat proses produksi.]
- [Dampak produksi dan teknologi terhadap lingkungan]

7.3 ANALISIS DAN MANAJEMEN RESIKO USAHA

Resiko	Peluang	Dampak	Strategi Antisipasi Resiko

8. ENVIRONMENTAL/INDUSTRI ANALISIS

Yang dimaksud dengan lingkungan perusahaan, sebenarnya adalah semua faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan serta hasil pelaksanaannya. Bagaimana caranya memonitor dan bahkan menganalisis faktor-faktor eksternal yang banyak dan bervariasi tersebut? Sebagai titik awal, kita harus menggunakan semacam system atau kerangka menyusun informasi tersebut. Misalkan, lingkungan eksternal bisa digolongkan menurut sumbernya menjadi

- lingkungan ekonomi
- Teknologi
- Demografi
- Social budaya
- pemerintah.

9. ANALISIS SWOT

KEKUATAN	KELEMAHAN
PELUANG	HAMBATAN

Keterangan:

Coba anda analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Hambatan yang telah terjadi di usaha anda. Baik itu di aspek kesediaan bahan baku, proses produksi, hasil produk, dan aspek pemasaran. Jelaskan secara rinci di setiap aspeknya?