



BUSINESS PLAN

Dwi Retno Andriani, SP., MP
Lab. Manajemen Analisis Agribisnis- Universitas Brawijaya
dwi.retno.ip@ub.ac.id



MODUL

5

SELF-PROPAGATING ENTREPRENEURIAL EDUCATION DEVELOPMENT

Diskripsi Modul

1. Pengantar *Business Plan*
2. Tipe usaha
3. Penerapan *Business Plan* dalam usaha

1. Deskripsi Modul

Membuka usaha baru tidak terlepas dari rencana bisnis yang harus dibuat oleh pelaku bisnis. rencana bisnis harus ada walaupun secara sederhana disajikan. Namun wirausaha baru di negara kita banyak yang tidak mau, tidak mampu atau segan menulis rencana bisnis tersebut karena berbagai macam alasan. Perencanaan yang tidak tertulis pasti sudah ada rekayasa dalam pikiran yaitu suatu rekayasa pemikiran secara sederhana tentang jawaban dari berbagai pertanyaan antara lain apakah usaha baru yang akan dibuka, mengapa memilih usaha tersebut, dimana lokasi tempat usaha, konsumen pemakai, sumber modal. Banyak wirausaha yang cenderung melaksanakan trial and error . dan apabila gagal akan beralih pada usaha yang lain.

Business Plan merupakan legitimasi dari sebuah usaha yang akan didirikan. Orang lain perlu mengetahui segala sesuatu yang berhubungan dengan perusahaan sehingga akan menarik investor untuk dilakukan kerjasama.



A. Kegiatan Belajar

Kegiatan Belajar 1 : Tipe usaha

a. Tujuan kegiatan pembelajaran

Setelah mempelajari bagian ini, Saudara diharapkan dapat:

1. Mampu menjelaskan tipe usaha yang akan dijalankan

b. Uraian materi

Pemberdayaan **usaha mikro**, kecil dan menengah (UMKM) dan **Koperasi** merupakan langkah yang strategis dalam meningkatkan dan memperkuat dasar kehidupan perekonomian dari sebagian terbesar rakyat Indonesia, **khususnya melalui penyediaan lapangan kerja dan mengurangi kesenjangan dan tingkat kemiskinan**. Dengan demikian upaya untuk memberdayakan UMKM harus terencana, sistematis dan menyeluruh baik pada tataran makro, meso dan mikro yang meliputi (1) penciptaan iklim usaha dalam rangka membuka kesempatan berusaha seluas-luasnya, serta menjamin kepastian usaha disertai adanya efisiensi ekonomi; (2) pengembangan sistem pendukung usaha bagi UMKM untuk meningkatkan akses kepada sumber daya produktif sehingga dapat memanfaatkan kesempatan yang terbuka dan potensi sumber daya, terutama sumber daya lokal yang tersedia; (3) pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif usaha kecil dan menengah (UKM); dan (4) pemberdayaan usaha skala mikro untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang bergerak dalam kegiatan usaha ekonomi di sektor informal yang berskala usaha mikro, terutama yang masih berstatus keluarga miskin. Selain itu, peningkatan kualitas koperasi untuk berkembang secara sehat sesuai dengan jati dirinya dan membangun efisiensi kolektif terutama bagi pengusaha mikro dan kecil.

Dalam perekonomian Indonesia **Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)** merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu Kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok usaha mikro, kecil dan menengah yang melibatkan banyak kelompok. **Kriteria usaha** yang termasuk dalam **Usaha Mikro Kecil dan Menengah** telah diatur dalam payung hukum berdasarkan undang-undang.

Perkembangan UMKM yang meningkat dari segi kuantitas tersebut belum diimbangi oleh meratanya peningkatan kualitas UMKM. Permasalahan klasik yang dihadapi yaitu rendahnya produktivitas. Keadaan ini disebabkan oleh masalah internal yang dihadapi UMKM yaitu: rendahnya kualitas SDM UMKM dalam manajemen, organisasi, penguasaan teknologi, dan pemasaran, lemahnya kewirausahaan dari para pelaku UMKM, dan terbatasnya akses UMKM terhadap permodalan, informasi, teknologi dan pasar, serta faktor produksi lainnya. Sedangkan masalah eksternal yang dihadapi oleh UMKM diantaranya adalah besarnya biaya transaksi akibat iklim usaha yang kurang mendukung dan kelangkaan bahan baku. Juga yang menyangkut perolehan legalitas formal yang hingga saat ini masih merupakan persoalan mendasar bagi UMKM di Indonesia, menyusul tingginya biaya yang harus dikeluarkan dalam pengurusan perizinan. Sementara itu, kurangnya pemahaman tentang koperasi sebagai badan usaha yang memiliki struktur kelembagaan (struktur organisasi, struktur kekuasaan, dan struktur insentif) yang unik/khas dibandingkan badan usaha lainnya, serta kurang memasyarakatnya informasi tentang praktek-praktek berkoperasi yang benar (*best practices*) telah menyebabkan rendahnya kualitas kelembagaan dan organisasi koperasi. Bersamaan dengan masalah tersebut, koperasi dan UMKM juga

menghadapi tantangan terutama yang ditimbulkan oleh pesatnya perkembangan globalisasi ekonomi dan liberalisasi perdagangan bersamaan dengan cepatnya tingkat kemajuan teknologi.

Berdasarkan **Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008** tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ada beberapa kriteria yang dipergunakan untuk mendefinisikan Pengertian dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pengertian-pengertian UMKM tersebut adalah

1. Usaha Mikro

Kriteria kelompok Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2. Usaha Kecil

Kriteria Usaha Kecil Adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

3. Usaha Menengah

Kriteria Usaha Menengah Adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan **Usaha Kecil** atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

1. Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Kriteria Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) menurut UU ini digolongkan berdasarkan jumlah aset dan Omzet yang dimiliki oleh sebuah usaha.

No	Usaha	Kriteria	
		Asset	Omzet
1	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2	Usaha Kecil	> 50 Juta – 500 Juta	> 300 Juta – 2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	> 500 Juta – 10 Miliar	> 2,5 Miliar – 50 Miliar

2. Kriteria Usaha Kecil Dan Menengah Berdasar Perkembangan

Selain berdasar Undang-undang tersebut, dari sudut pandang perkembangannya Usaha Kecil Dan Menengah dapat dikelompokkan dalam beberapa kriteria Usaha Kecil Dan Menengah yaitu:

- a. *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
- b. *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- c. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor
- d. *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

3. Kriteria Usaha Kecil Dan Menengah Berdasarkan Lembaga dan Negara Asing

Lembaga dan negara-negara asing mendefinisikan Kriteria Usaha Kecil dan Menengah bersarkan pada beberapa hal yaitu, jumlah tenaga kerja, pendapatan dan jumlah aset. Kriteria Usaha Kecil Dan Menengah tersebut sebagai berikut:

I. Kriteria Usaha Kecil Dan Menengah Menurut World Bank.

Menurut World Bank Usaha Kecil Dan Menengah dikelompokkan menjadi tiga kelompok:

1. Medium Enterprise, dengan kriteria :Jumlah karyawan maksimal 300 orang, Pendapatan setahun hingga sejumlah \$ 15 juta, jumlah aset hingga sejumlah \$ 15 juta
2. Small Enterprise, dengan kriteria : Jumlah karyawan kurang dari 30 orang, Pendapatan setahun tidak melebihi \$ 3 juta, jumlah aset tidak melebihi \$ 3 juta
3. Micro Enterprise, dengan kriteria : Jumlah karyawan kurang dari 10 orang' Pendapatan setahun tidak melebihi \$ 100 ribu, Jumlah aset tidak melebihi \$ 100 ribu

II. Kriteria Usaha Kecil Dan Menengah Negara Singapura

Singapura mendefinisikan Usaha Kecil dan Menengah sebagai usaha yang memiliki minimal 30% pemegang saham lokal serta aset produktif tetap (fixed productive asset) di bawah SG \$ 15 juta.

III. Kriteria Usaha Kecil Dan Menengah Negara Malaysia

Malaysia, menetapkan definisi UKM sebagai usaha yang memiliki jumlah karyawan yang bekerja penuh (full time worker) kurang dari 75 orang atau yang modal pemegang sahamnya kurang dari M \$ 2,5 juta. Definisi ini dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Small Industry (SI), dengan kriteria jumlah karyawan 5 – 50 orang atau jumlah modal saham sampai sejumlah M \$ 500 ribu

- b. Medium Industry (MI), dengan kriteria jumlah karyawan 50 – 75 orang atau jumlah modal saham sampai sejumlah M \$ 500 ribu – M \$ 2,5 juta.

IV. Kriteria Usaha Kecil Dan Menengah Negara Jepang

Jepang, membagi Usaha Kecil dan Menengah sebagai berikut :

1. *Mining and manufacturing*, dengan kriteria jumlah karyawan maksimal 300 orang atau jumlah modal saham sampai sejumlah US\$2,5 juta.
2. Wholesale, dengan kriteria jumlah karyawan maksimal 100 orang atau jumlah modal saham sampai US\$ 840 ribu
3. Retail, dengan kriteria jumlah karyawan maksimal 54 orang atau jumlah modal saham sampai US\$ 820 ribu
4. Service, dengan kriteria jumlah karyawan maksimal 100 orang atau jumlah modal saham sampai US\$ 420 ribu

V. Kriteria Usaha Kecil Dan Menengah Negara Korea Selatan

Korea Selatan, mendefinisikan UKM sebagai usaha yang jumlahnya di bawah 300 orang dan jumlah assetnya kurang dari US\$ 60 juta.

VI. European Commission, membagi UKM ke dalam 3 jenis, yaitu :

1. Medium-sized Enterprise, dengan kriteria :
 1. Jumlah karyawan kurang dari 250 orang
 2. Pendapatan setahun tidak melebihi \$ 50 juta
 3. Jumlah aset tidak melebihi \$ 50 juta
2. Small-sized Enterprise, dengan kriteria :
 1. Jumlah karyawan kurang dari 50 orang
 2. Pendapatan setahun tidak melebihi \$ 10 juta
 3. Jumlah aset tidak melebihi \$ 13 juta
3. Micro-sized Enterprise, dengan kriteria :
 1. Jumlah karyawan kurang dari 10 orang
 2. Pendapatan setahun tidak melebihi \$ 2 juta
 3. Jumlah aset tidak melebihi \$ 2 juta

Tugas Pembelajaran 1

1. Bagaimana perkembangan UMKM dibidang agribisnis?
2. Carilah sebuah kasus tentang entrepreneur sukses dalam bidang agribisnis, kemudian analisis:
 1. Tipe usahanya dan apa manfaat dari kegiatan bisnisnya?
 2. Bagaimana perkembangan usahanya
 3. Hambatan apa yang dihadapi
 4. Bagaimana solusi untuk mengatasi hambatan usahanya

Kegiatan Belajar 2 : Business Plan

A. Tujuan kegiatan pembelajaran

Setelah mempelajari bagian ini, Saudara diharapkan dapat:

1. Mampu membuat, mempersiapkan dan memulai bisnis baru.
2. Mampu membuat dan menerapkan *business plan*

B. Uraian materi

MENYUSUN BISNIS PLAN

Business Plan Adalah suatu dokumen tertulis yang menggambarkan secara sistematis suatu bisnis/usaha yang diusulkan.

Fungsi dari *business plan* adalah:

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

Tiga hal penting dalam perencanaan untuk suatu kesuksesan

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

Suatu *Business Plan* sebaiknya memuat hal-hal berikut:

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

Ringkasan Eksekutif

1. Ringkasan yang menjadi titik perhatian (highlight) perencanaan bisnis. Ditulis setelah dokumen perencanaan bisnis selesai dibuat
2. Tujuan : memberikan gambaran perencanaan bisnis pengusul kepada 'pembaca'.
3. Harus jelas, tepat dan singkat (maks 2 hal)
4. Mengungkapkan :
 - a. mengapa direncanakan /bergelut di bidang ini

- b. cara mengimplementasikan, keinginan-keinginan yang hendak kita capai
Peluang dan Tawaran

Produk / Jasa

Deskripsi Produk : Memberikan penjelasan singkat mengenai 'produk/jasa' yang ditawarkan. Penjelasan sesederhana mungkin tetapi cukup jelas bagi orang awam, karena investor/mitra kerja mungkin tidak memahami produk yang ditawarkan.

Produk *Features* (Keunggulan Produk)

Menjelaskan keunggulan produk yang ditawarkan dibandingkan dengan yang telah ada di pasaran. Semisal *Award and endorsement* (Penghargaan & Pengakuan) yaitu 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

1. Memperlihatkan organisasi yang akan menjalankan kegiatan/bisnis ini.
2. Memperkenalkan kapabilitas organisasi di bidang yang ditawarkan.
3. Konsep bisnis (Gambaran 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 meliputi :

1. Kecenderungan
2. Kebutuhan Pasar
3. Analisa Pesaing
4. Keunggulan Bersaing

Analisa Kecenderungan

1. Apa yang berubah dalam lingkungan sekitar?
2. Bagaimana perubahan ini berdampak pada rencana kegiatan / bisnis?
3. Bisa dilihat dari aspek :
 - a. Politik/legalitas : Resiko politis, regulasi/ deregulasi
 - b. Teknologi : Teknologi baru di bidang-bidang terkait
 - c. Sosial : Nilai budaya, populasi dunia, usia pend. Dll

- d. Ekonomi : Pertumbuhan ekonomi, perdagangan nasional / internasional.
- e. Lingkungan : sumber daya alam, migrasi flora-fauna, pemanasan global dll

Analisa Kebutuhan Pasar

1. menggambarkan secara jelas kebutuhan pasar akan produk/jasa yang ditawarkan
2. 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/negara dibuat dll.
- Peluang Pasar : Harga lebih murah, Kualitas lebih baik, Produk baru, Delivery lebih cepat dll. sesuatu yang lebih baik, dibandingkan dengan 'produk' yang telah ada.

Competitor Analysis

1. berapa pesaing yang ada?
2. Apa kekuatan dan kelemahan mereka?
3. Apa yang mendorong kompetisi?
4. 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 menetralsi 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).

❖ Analisa Resiko

- Resiko : gambarkan resiko yang mungkin terjadi
- Penanggulangan resiko : sebutkan bagaimana resiko tersebut akan ditangani
- ❖ Rencana Tindak / Action Plan
 - a. menggambarkan secara sistematis kegiatan/usaha yang harus dilakukan (termasuk jadwal kerja dll)

- b. Harus diperhitungkan kebutuhan-kebutuhan yang perlu dipenuhi, mis :
 1. Technology, Personnel , Resource (financial, distribution, promotion,etc), External (products/ services / technology required to be purchased outside company)
 2. Apa isu-isu penting yang harus diselesaikan
- ❖ Dokumen Pendukung :
 - sebutkan dokumen-dokumen pendukung yang dibutuhkan
- ❖ Referensi
- ❖ Lampiran-lampiran

FORMAT BUSINESS PLAN

(FORMAT RENCANA USAHA)

FORMAT PROPOSAL TERTULIS

1. COVER DEPAN

1.1 Gambar dan Design menarik

Gambar dan design cover depan proposal harus dapat mewakili jenis dan karakter dari usaha yang tercerminkan dari design dan warna yang sesuai.

1.2 Logo / Lambang Usaha

Digunakan untuk mempermudah dan membedakan usaha kita di mata konsumen dalam mengingatkan usaha kita dibandingkan dengan pesaing dan nama usaha yang sama.

1.3 Informatif (nama, alamat, contact no)

Berisi informasi nama usaha, domisili / alamat tempat usaha serta nomor telepon yang dapat dihubungi apabila calon investor ataupun konsumen ingin menghubungi.

2. PENDAHULUAN

2.1 Sejarah Berdirinya Usaha

Sejarah berdirinya usaha menggambarkan kepada calon investor dasar atau landasan usaha ini berdiri apakah cukup kuat secara pengalaman dan keutuhan individu yang terlibat didalamnya.

2.2 Visi & Misi Usaha

Visi merupakan cita-cita yang ingin dicapai usaha dalam jangka panjang (*What to Be?*)

Misi merupakan cara-cara yang digunakan usaha dalam mencapai visi usaha (*How to Be?*). Misi dapat berupa pernyataan kalimat atau kata yang mengingatkan pelaku usaha untuk bekerja sesuai Misi dalam mencapai Visi.

3. ASPEK PEMASARAN

3.1 Gambaran Umum Pasar (STP)

Segmen Pasar merupakan gambaran umum dari konsumen usaha kita

Target Pasar merupakan sasaran khusus bagi konsumen potensial dari usaha kita.

Positioning adalah bagaimana kita menempatkan usaha kita diantara pesaing usaha yang sejenis.

3.2. Permintaan

- Perkiraan / prediksi jumlah permintaan konsumen terhadap produk.
- Proyeksikan permintaan konsumen dalam beberapa periode / tahun mendatang seperti kenaikan x % per tahun sesuai kenaikan jumlah penduduk

Tahun	Perkiraan Permintaan (dalam Unit)

3.3. Penawaran

- Penawaran dari produk pesaing sejenis di pasar

Nama Perusahaan Pesaing	Kapasitas Produksi / Tahun (dalam Unit)

- Proyeksi penawaran dalam beberapa periode / tahun mendatang. Proyeksi penawaran disesuaikan dengan permintaan seperti kenaikan x % per tahun sesuai pertumbuhan ekonomi.

Tahun	Perkiraan Penawaran (dalam Unit)

3.4. Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar

Rencana Penjualan adalah rencana produk yang akan dijual dalam waktu 1 tahun disesuaikan dengan kondisi permintaan dan penawaran.

Pangsa Pasar adalah bagian dari penjualan produk kita dibandingkan dengan penjualan total produk sejenis dalam industri

Tahun	Permintaan (A)	Penawaran (B)	Peluang (C = A-B)	Rencana Penjualan	Pangsa Pasar (E = DX100% /

					C)

3.5. Strategi Pemasaran Perusahaan dan Pesaing

Strategi Pemasaran Perusahaan dilakukan berdasarkan analisa 7 P dengan alat analisis SWOT menurut Kottler yang terdiri atas :

3.5.1. Product

Strategi mengenai bagaimana produk usaha kita dapat menarik hati konsumen untuk membelinya. Produk usaha kita dapat dibedakan berdasarkan mutu / kualitas, ukuran, desain, kemasan, dan kegunaan lebih dibandingkan pesaing.

3.5.2. Price

Strategi mengenai bagaimana produk kita lebih menarik konsumen dari segi harga dibandingkan pesaing. Umumnya konsumen lebih tertarik kepada produk dengan harga yang lebih murah. Selainnya itu dari segi harga, kita dapat membedakan produk kita berdasarkan harga satuan dan harga grosir, syarat pembayaran, diskon/potongan harga,

3.5.3. Promotion

Strategi mengenai bagaimana produk kita dapat dikenal oleh konsumen melalui beberapa cara :

- **Advertising (Iklan)**

Beriklan dapat dilakukan melalui media berikut :

- Media Cetak : Brosur, spanduk, poster, iklan majalah/koran.
- Media TV dan Radio : Iklan TV, Jingle Iklan Radio

- **Sales Promotion**

Promosi melalui acara / pameran yang digelar di tempat keramaian dimana konsumen produk berada dan juga dilakukan penjualan ditempat.

- **Personal Selling**

Promosi melalui penjualan langsung ke tempat konsumen berada dengan menawarkan dan mencoba produk langsung.

- **Public Relation**

Cara promosi ini cenderung untuk membuat image perusahaan baik dimata konsumen bukan mempromosikan produk secara langsung. Umumnya dilakukan oleh perusahaan besar.

3.5.4. Placement

Merupakan cara untuk mendistribusikan produk kita untuk sampai ke tangan konsumen. Sistem distribusi yang dilakukan dapat secara langsung ke konsumen atau melalui pedagang perantara seperti *wholesaler* (pedagang besar) atau *retailer* (pedagang kecil).

3.5.5. People

Merupakan kriteria sumber daya manusia secara umum yang dapat meningkatkan penjualan produk ke konsumen secara langsung ataupun tidak langsung.

3.5.6. Process

Proses yang ditampilkan kepada konsumen agar konsumen tertarik untuk membeli. Proses yang dapat ditampilkan seperti proses produksi yang baik ataupun proses pelayanan terhadap konsumen.

3.5.7. Physical Evidence

Penampilan fisik dari fasilitas pendukung atau sarana dalam menjual produk yang dapat dilihat langsung oleh konsumen. Seperti tempat yang menarik dan bersih untuk restoran.

Note :

- Semua strategi pemasaran yang dibuat berdasarkan 7 P diatas haruslah dibandingkan dengan strategi pemasaran yang diterapkan oleh pesaing. Strategi pemasaran yang kita buat harus berbeda dan lebih unggul dalam menarik konsumen.
- Semua strategi pemasaran yang dibuat pastilah mempunyai anggaran / biaya sehingga perlu dicatat biaya yang dikeluarkan per bagian P.

4. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

4.1 Aspek Organisasi

- Nama Perusahaan / Usaha
- Nama Pemilik / Pimpinan
- Alamat kantor dan tempat usaha
- Bentuk Badan Hukum (Kalo berbentuk Badan Hukum)
- Struktur Organisasi
- Jabatan, Jumlah staf, Uraian Tugas, dan Penggajian

Jabatan	Uraian Tugas (A)	Jumlah (B)	Gaji / Bulan (C)	Total (BxC)
Pimpinan				
1. Direksi				
Staf				
1. Bag. Pemasaran				
2. Bag. Produksi				
3. Bag. Keuangan				
Total Gaji / Bulan				

4.2. Perijinan

Perijinan yang perlu disiapkan sebelum usaha dimulai dan disertai dengan biaya pengurusannya. Apabila usaha kita tidak berbentuk badan hukum maka perijinan tidak kompleks tetapi hanya perlu perijinan dari wilayah sekitarnya (paling tidak sampai ijin kecamatan / kelurahan) disertai keterangan dari pihak RT / RW dimana usaha kita berada.

Sedangkan bila usaha kita akan berbentuk badan hukum maka perijinan yang diperlukan adalah : ijin prinsip (dari instansi terkait), SITU (Surat Ijin Tempat Usaha), TDP (Tanda Daftar Perusahaan), Akta Pendirian Perusahaan, dll. Semua biaya diatas berkisar antara 5-7 jt untuk berbentuk PT (Perseroan Terbatas) tergantung wilayah usaha dan dikerjakan semuanya oleh NOTARIS.

4.3 Kegiatan Pra Operasi dan Jadwal Pelaksanaan

Kegiatan sebelum usaha dimulai disertai dengan jadwal pelaksanaan yang diatur

KEGIATAN	JADWAL PELAKSANAAN (Dalam Mingguan)			
	1	2	3	4
1. Survey Pasar				
2. Menyusun Rencana Usaha				
3. Perijinan				
4. Survai tempat usaha				
5. Survai Mesin / Peralatan				
6. Pemasangan Sarana Penunjang				
7. Mencari tempat kerja				
8. Uji Coba Produksi				
9. Operasional				

berdasarkan periode tertentu (mingguan atau bulanan).

4.4 Inventaris Kantor dan Supply Kantor

Inventaris kantor untuk barang yang umur produknya lebih dari 1 tahun

Inventaris / Perangkat Kerja	Merk	Jumlah unit	Harga	Jumlah harga
Total Inventaris Kantor				

Supply Kantor merupakan biaya untuk menunjang kegiatan administrasi seperti ATK Alat Tulis Kantor (umur ekonomis 1 tahun atau kurang)

Jenis Biaya Supply Kantor	Total Biaya per Tahun
Total Supply Kantor	

5. ASPEK PRODUKSI

5.1. Produk

Perencanaan yang perlu dilakukan menyangkut produk (output), terutama pada usaha manufaktur dan industri pengolahan adalah:

A. Dimensi Produk

Dimensi produk berkenaan dengan sifat dan ciri-ciri produk yang meliputi bentuk, ukuran, warna serta fungsinya.

B. Nilai/Manfaat Produk

Manfaat yang dapat ditawarkan oleh produk dapat dibagi dalam 5 tingkatan, yaitu:

- **Manfaat inti** (*core benefit*): adalah manfaat yang diberikan untuk pemenuhan terhadap kebutuhan utama konsumen, misalnya kebutuhan berbicara jarak jauh.
- **Manfaat dasar** (*basic benefit*): adalah manfaat dasar yang diberikan untuk memecahkan masalah kebutuhan utama, misalnya telepon.
- **Manfaat yang diharapkan** (*expected benefit*): adalah manfaat yang diharapkan lebih dari sekedar pemenuhan kebutuhan dasar, misalnya telepon yang dapat dibawa-bawa (HP).
- **Manfaat di atas harapan** (*augmented benefit*): adalah manfaat yang dapat diberikan lebih dari yang diharapkan oleh konsumen, misalnya HP yang dapat digunakan untuk SMS.
- **Manfaat potensial** (*potential benefit*): adalah semua manfaat yang mungkin dapat diberikan lebih dari sekedar augmented benefit, misalnya HP yang dapat digunakan sebagai lampu senter, kamera, *video recorder*, *video calling*, fax, internet, dsb.

C. Kegunaan/Fungsi Produk

- **Produk konsumsi**, yaitu produk yang dibeli dan digunakan oleh konsumen akhir (pemakai akhir); meliputi:
 - *Convenience goods*, yaitu produk yang dibutuhkan sehari-hari dan mudah didapat, misalnya beras, gula, teh, permen, dll.
 - *Shopping goods*, yaitu produk-produk yang dibedakan oleh konsumen berdasarkan kualitas, harga, tren, dan gaya. Contohnya adalah baju, telepon seluler, mobil, dsb.
 - *Specialty goods*, yaitu produk yang mempunyai karakteristik unik dan mempunyai merek yang sudah terkenal; misalnya mobil mewah, jam tangan mewah, dsb.
 - *Unsought goods*, adalah produk yang kurang dikenal atau dike-tahui umum tetapi kurang diminati, misalnya asuransi
- **Produk industri**, yaitu produk yang biasa dibeli oleh pelaku usaha produksi lainnya. Biasa dikenal dalam B to B (*business to business*). Dapat dibagi dalam 3 golongan, yaitu:

- Bahan baku dan suku cadang: merupakan bahan mentah yang akan diproses lebih lanjut.
- Barang modal: yaitu barang-barang yang berumur lebih dari 1 tahun dan tidak untuk dijual belikan.
- Perlengkapan dan jasa bisnis, yaitu produk tidak tahan lama yang membantu operasional perusahaan.

5.2. Proses Produksi

Perencanaan proses produksi pada dasarnya menjelaskan tahapan-tahapan proses yang diperlukan untuk menghasilkan produk atau output yang dimaksud. Bentuk proses biasa digambarkan dalam lembaran skema atau diagram alur yang disertai dengan keterangan deskriptif.

5.3. Kapasitas Produksi

Perencanaan kapasitas produksi dilakukan untuk semua mesin, peralatan, dan faktor produksi lainnya sesuai dengan rencana jumlah produk akhir yang akan dihasilkan. Dengan sendirinya, kapasitas produksi sampai dengan tingkatan yang rinci semuanya akan mengacu pada hasil dari perhitungan peluang pasar atas produk yang bersangkutan. Kapasitas produksi biasa dinyatakan dalam unit per periode waktu tertentu (tahun, bulan, minggu, hari, atau jam). Untuk perencanaan strategis, proyeksi kapasitas dilakukan dalam jangka minimal 3 tahun ke depan, sesuai dengan rencana produksinya.

Tahun	Rencana produksi (dalam unit)

5.4. Tanah dan Bangunan

Perencanaan tanah dan bangunan berkaitan dengan lokasi untuk kan-tor, tempat usaha, pabrik, gudang, tempat parkir, dll. Untuk keperluan perhitungan kelayakan finansial usaha, maka perlu diperhitungkan ukuran, harga beli atau sewanya.

5.5. Pemasangan Sarana Penunjang

Instalasi sarana penunjang berkaitan dengan tata letak (*lay-out*) yang termasuk dalam anggaran investasi. Pemasangan sarana penunjang ini meliputi listrik, air, telepon, internet, dan lain-lain.

Jenis Biaya	Jumlah Biaya
1. Pemasangan instalasi listrik	
2. Pemasangan instalasi air (PAM)	
3. Pemasangan instalasi telepon	
4. Pemasangan instalasi internet	
5. Dan lain-lain	
Total Biaya Pemasangan Sarana Penunjang :	

5.6. Mesin dan Peralatan

Baik untuk skenario pembelian ataupun sewa, daftar mesin dan peralatan juga harus dirinci sedetail mungkin proyeksinya. Perencanaan ini tetap selalu berkaitan dengan kapasitas dan kompetensi teknis wirausahawan.

Nama Mesin/Peralatan	Merk	Jumlah Unit	Harga	Jumlah Harga
1.				
2.				
3.				

Nama Bahan Baku	Merk	Jumlah Unit	Harga	Jumlah Harga
1.				
2.				
3.				
Total Pembelian Bahan Baku				
Total Pembelian Mesin/Peralatan				

5.7. Bahan Baku dan Bahan Pembantu

Perencanaan baku dan bahan pembantu merupakan bagian utama untuk perhitungan kebutuhan modal kerja. Hal-hal yang perlu diperhatikan adalah supplier, kuantitas, harga beli, persyaratan pembelian, ketersediaan, dan persediaan.

5.8. Tenaga Produksi (Tenaga Kerja Langsung)

Perencanaan tenaga kerja langsung (TKL), juga perlu memperhatikan hal-hal mengenai kualifikasi, tarif upah, jumlah tenaga yang dibutuhkan, dan persyaratan kerja.

A. Sistem Harian:

Jenis Kegiatan	Tarif/Upah per hari	Jumlah Tenaga Kerja	Jumlah Hari Kerja/Tahun	Jumlah (Rp.)
1.				
2.				
3.				
Total Upah Tenaga Produksi Sistem Harian				

Jenis Biaya Umum Usaha/Pabrik	Jumlah Biaya/Tahun
1. Pemeliharaan mesin dan peralatan	
2. Suku cadang, bahan bakar, oli, dsb.	
3. Rekening listrik, air, telepon.	
4. Pemeliharaan bangunan	
Total Biaya Umum Usaha/Pabrik per tahun:	

B. Sistem Borongan

Jenis Kegiatan	Tarif/Unit	Jumlah Produksi/Tahun	Jumlah Beli	Harga
1.				
2.				
3.				
Total Upah Tenaga Produksi Sistem Borongan:				

5.9. Biaya Umum Usaha/Pabrik

Sebagai komponen biaya modal kerja yang terakhir, perlu juga direncanakan biaya-biaya penunjang (sarana dan prasarana), misalnya sebagai berikut:

6. ASPEK KEUANGAN

6.1. Strategi Sumber Pendanaan Usaha

Salah satu komponen yang mendukung pembangunan nasional adalah tersedianya lembaga intermediasi yang mempunyai fungsi mengimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya. Lembaga intermediasi yang ada dibedakan dalam 3 kategori yakni :

- Berbentuk Bank tunduk pada Undang-Undang Pokok Perbankan
- Berbentuk Koperasi Simpan Pinjam tunduk pada Undang-Undang Koperasi
- Lembaga Keuangan Mikro lainnya yang belum diatur undang-undang

Lembaga keuangan mikro yang membantu mengembangkan iklim wirausaha di Indonesia diatur dalam Surat Edaran Menteri Keuangan No. SE-31/MK/2000 tanggal 5 Mei 2000 tentang Pelaksanaan Program PUKK. Dalam hal ini Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi mengacu kepada Surat Keputusan Menteri Keuangan No.316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994 yang menggantikan Surat Keputusan

Menteri BUMN/Kepala Badan Pembina BUMN No. Kep.216/M-PBUMN/1999 tanggal 28 September 1999.

Sumber pendanaan dari Program Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi (PUKK) berasal dari penyisihan laba BUMN termasuk saldo dana Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi (PUKK) tahun-tahun sebelumnya yang merupakan sumber pendanaan utama dalam merealisasikan terwujudnya pemerataan kehidupan perekonomian masyarakat melalui kemitraan dengan para pengusaha kecil dan koperasi serta lingkungan masyarakat sekitarnya.

Pelaksanaan Program Pembinaan Usaha Kecil, Koperasi (PUKK) dan Bina Lingkungan dilaksanakan di dalam lingkup masyarakat yang bertujuan untuk mendorong tercapainya pertumbuhan ekonomi rakyat, melalui pemerataan di sektor ekonomi dimana anggota masyarakat golongan pengusaha kecil dan koperasi diberi kesempatan untuk melakukan perluasan usahanya, berdasarkan bantuan pinjaman untuk modal kerja / pinjaman lunak yang berasal dari penyisihan laba BUMN.

6.2. Proyeksi Keuangan

Aspek finansial dari proposal bisnis harus dapat memperlihatkan potensi dana yang dimiliki, kebutuhan dana eksternal, perhitungan kelayakan usaha, termasuk di dalamnya 3 perfoema laporan keuangan: neraca, rugi-laba, dan *cash flow*. Secara ringkas, dapat diberikan format sederhana perhitungan kelayakan usaha secara finansial sebagai berikut:

A. Sumber Pendanaan

Uraian	Persentase (%)		Jumlah (c = a + b)
	(a)	(b)	
1. Modal Sendiri			
2. Pinjaman			
Jumlah (1+2)			

B. Kebutuhan Pembiayaan/Modal Investasi

Uraian	Banyaknya (1)	Harga/Unit (2)	Jumlah (3 = 1 x 2)
a. Tanah			
b. Bangunan			
c. Mesin/Peralatan			
d. Peralatan Kantor			
e. Alat angkut			
f. Infrastruktur			
g. Biaya pra operasi			
Jumlah			

C. Kebutuhan Pembiayaan/Modal Kerja

Uraian	Banyaknya (1)	Harga/Unit (2)	Jumlah (3 = 1 x 2)
a. Bahan Baku			
b. Persediaan Bahan			
c. Produk dalam proses			
d. Piutang			
e. Uang Kas			
Jumlah			

D. Analisa Biaya Tetap

Uraian	Banyaknya (1)	Harga/Unit (3)	Jumlah (3 = 1 x 2)
a. Gaji			
b. Penyusutan			
c. Bunga Pinjaman			
d. Biaya Pemasaran			
e. Biaya Lainnya			
Jumlah			

E. Analisa Biaya Tidak Tetap

Uraian	Banyaknya (1)	Harga/Unit (2)	Jumlah (3 = 1 x 2)
a. Upah			
b. Biaya Bahan			
Jumlah			

F. Proyeksi Aliran Kas Usaha

Uraian	Tahun				
	1	2	3	4	5
a. Sumber dana (<i>in flow</i>)					
b. Penggunaan dana (<i>out flow</i>)					
c. Arus kas bersih (<i>net flow</i> = a - b)					
d. Keadaan kas awal					
e. Keadaan kas akhir (c + d)					

6.3. Analisa Kelayakan Usaha

Analisis investasi digunakan untuk mengukur nilai uang atau tingkat pengembalian dari investasi yang ditanamkan dalam suatu usaha pada masa yang akan datang. Hal ini sangat penting dilakukan sebelum implementasi investasi yang sering mempertaruhkan dana yang sangat besar. Dengan melakukan berbagai macam simulasi tersebut, akan diketahui besarnya faktor-faktor resiko yang akan dihadapi, dan yang mempengaruhi layak atau tidaknya suatu rencana investasi. Beberapa metode analisa yang dapat dipergunakan adalah :

A. Metode Non-Discounted Cash Flow

Non-Discounted Cash Flow adalah metode pengukuran investasi dengan melihat kekuatan pengembalian modal tanpa mempertimbangkan nilai waktu terhadap uang (*time value of money*). Metode yang dipergunakan adalah Pay Back Period (PBP) Method, dengan formula umum sbb:

$$\text{Pay Back Period} = \frac{\text{Total Investasi}}{\text{Net Income} + \text{Depreciation}} \times 1 \text{ tahun}$$

Metode PBP merupakan alat ukur yang sangat sederhana, mudah dimengerti dan berfungsi sebagai tahapan paling awal bagi penilaian suatu investasi. Model ini umum digunakan untuk pemilihan alter-natif-alternatif usaha yang mempunyai resiko tinggi, karena modal yang telah ditanamkan harus segera dapat diterima kembali secepat mungkin. Kelemahan utama dari metode PBP ini adalah:

- Tidak dapat menganalisa penghasilan usaha setelah modal kembali.
- Tidak mempertimbangkan nilai waktu uang

B. Metode Discounted Cash Flow

Discounted Cash Flow adalah metode pengukuran investasi dengan melihat nilai waktu uang (*time value of money*) dalam menghitung tingkat pengembalian modal pada masa yang akan datang.

1. Net Present Value (NPV)

NPV didefinisikan sebagai selisih antara investasi sekarang dengan nilai sekarang (*present value*) dari proyeksi hasil-hasil bersih masa datang yang diharapkan. Dengan demikian, NPV dapat dirumuskan:

NPV = PV of Benefit – PV of Capital Cost atau karena $PV = (C / (1+i)^n)$, maka:

$$NPV = \sum \frac{C}{(1 + i)^n} + \sum \frac{- C}{(1 + i)^n}$$

- di mana: i = bunga tiap periode
 N = periode (tahun, bulan)
 $- C$ = modal (*capital*)
 C = hasil bersih (*proceed*)

Kriteria yang dipergunakan dalam penilaian NPV adalah sbb:

- 1). Jika $NPV = 0$ (nol), maka hasil investasi (return) usaha akan sama dengan tingkat bunga yang dipakai dalam analisis, atau dengan kata lain usaha tidak untung maupun rugi (impas).
- 2). Jika $NPV = -$ (negatif), maka investasi tersebut rugi atau hasilnya (return) di bawah tingkat bunga yang dipakai.
- 3). Jika $NPV = +$ (positif), maka investasi tersebut menguntungkan atau hasilnya (return) melebihi tingkat bunga yang dipakai.

Kelemahan utama dari metode NPV ini adalah bahwa ia tidak menganalisis pemilihan alternatif usaha-usaha dengan jumlah investasi yang berbeda.

2. Profitability Index (PI)

Metode analisa PI sangat mirip dengan analisa NPV, karena keduanya menggunakan komponen perhitungan nilai-nilai sekarang (*present value*). Perbedaannya adalah bahwa satuan yang dipakai dalam NPV adalah nilai uang, sedangkan dalam PI adalah indeks. Rumus perhitungan PI adalah sebagai berikut:

$$\text{Profitability Index} = \frac{\text{PV of Benefit}}{\text{PV of Capital Cost}}$$

Kriteria penilaian investasi dengan menggunakan PI juga mirip dengan NPV, yaitu sebagai berikut:

- Jika $PI > 1$, maka investasi dikatakan layak
- Jika $PI < 1$, maka investasi dikatakan tidak layak
- Jika $PI = 1$, maka investasi dikatakan BEP

3. Internal Rate of Return (IRR)

Internal Rate of Return didefinisikan sebagai besarnya suku bunga yang menyamakan nilai sekarang (*present value*) dari investasi dengan hasil-hasil bersih yang diharapkan selama usaha berjalan. Patokan yang dipakai sebagai acuan baik tidaknya IRR biasanya adalah suku bunga pinjaman bank yang sedang berlaku, atau suku bunga deposito jika usaha tersebut dibiayai sendiri.

Perhitungan IRR secara manual cukup kompleks, karena harus menggunakan beberapa kali simulasi atau melakukan pola *try and error*. Namun demikian, untuk skenario dua nilai NPV yang telah diketahui sebelumnya, IRR dapat dirumuskan sebagai:

$$\text{IRR} = i_1 + (i_2 - i_1) \times \frac{\text{NPV}_1}{(\text{NPV}_1 - \text{NPV}_2)} \times 100\%$$

di mana: NPV_1 harus di atas 0 ($\text{NPV}_1 > 0$)

NPV_2 harus di bawah 0 ($\text{NPV}_2 < 0$)

6.4. Analisa Keuntungan

Analisa keuntungan ditujukan terhadap rencana keuntungan (pene-tapan keuntungan) dengan menyesuaikan atau set-up harga dan volu-me penjualan yang dapat diserap oleh pasar dengan mempertimbang-kan kebijaksanaan dari pesaing. Analisa keuntungan ini harus selalu dilakukan dalam atau dengan acuan periode tertentu.

1. Break Even Point (BEP)

Analisa BEP atau titik impas atau titik pulang pokok adalah suatu metode yang mempelajari hubungan antara biaya, keuntungan, dan volume penjualan/produksi. Analisa yang juga dikenal dengan isti-lah CPV (*Cost-Profit-Volume*) ini dilakukan untuk mengetahui tingkat keuntungan minimal yang harus dicapai, di mana pada tingkat terse-but perusahaan tidak mengalami keuntungan maupun kerugian.

Dalam analisa BEP, faktor-faktor biaya dibedakan menjadi:

- **Biaya semi variabel,**

yaitu biaya yang akan ikut berubah jum-lahnya dengan perubahan volume penjualan atau produksi, namun tidak secara proporsional. Biaya ini sebagian akan dibe-bankan pada pos biaya tetap, dan sebagian lagi akan dibeban-kan pada pos biaya variabel.

- **Biaya variabel,**

adalah biaya yang akan ikut berubah secara pro-porsional dengan perubahan volume penjualan atau produksi.

- **Biaya tetap,**

adalah biaya yang tidak akan ikut berubah dengan perubahan volume penjualan atau produksi.

Analisa BEP dihitung dengan formula sebagai berikut:

$$\text{BEP} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Hasil Penjualan} - \text{Biaya Variabel}} \times 100\%$$

atau dapat juga dituliskan sebagai:

$$\text{BEP} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Hasil Penjualan}}}$$

2. Kontribusi Margin

Kontribusi margin adalah selisih antara hasil penjualan dengan biaya variabel. Tujuan utama dari pengukuran kontribusi margin ini adalah analisa penentuan keuntungan maksimum atau kerugian mini-mum. Yang pertama perlu diketahui adalah rasio kontribusi margin, yaitu rasio antara biaya variabel dengan hasil penjualan. Lebih jelasnya, dapat dilihat dari rumusan berikut:

$$\text{Rasio kontribusi margin} = 1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Hasil Penjualan}}$$

Dengan demikian, rumusan untuk menetapkan penjualan minimal dari keuntungan yang telah ditetapkan adalah sebagai berikut:

$$\text{Minimal Penjualan} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Hasil Penjualan}}}$$

Pada saat menyajikan rencana usaha kepada para investor maupun para kreditor, hal-hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan/pengusaha adalah sebagai berikut :

1. Usahakan rencana bisnis yang disusun tidak terlalu tebal tetapi lengkap, artinya mencakup berbagai informasi yang dibutuhkan oleh evaluator baik dari pihak investor maupun kreditor untuk melakukan pengambilan keputusan. Uraian lebih rinci sebaiknya dibuat dalam bentuk lampiran. Kuratko dan Hodgetts (2004) menyarankan agar tebal rencana bisnis tidak lebih dari 50 halaman.
2. Penampilan rencana bisnis harus dibuat menarik karena investor dan kreditor akan memperoleh kesan pertama terhadap perusahaan yang sedang mencari pendanaan dari penampilan rencana bisnis yang diajukan kepada mereka.
3. Sampul depan rencana bisnis harus memuat nama perusahaan, alamat, nomor telpon perusahaan, dan bulan serta tahun rencana bisnis dikeluarkan. Hal tersebut untuk memudahkan calon investor atau kreditor melakukan komunikasi dengan perusahaan atau pada saat mereka memberikan jawaban balasan terhadap rencana bisnis yang disampaikan perusahaan. Pada bagian dalam dari sampul, harus dituliskan jumlah salinan/copy bisnis yang diedarkan. Hal ini akan memberi kesan kepada calon investor maupun kreditor bahwa mereka adalah pihak yang diprioritaskan oleh perusahaan dalam memperoleh penawaran rencana bisnis.
4. Rencana bisnis yang baik harus mencantumkan ringkasan eksekutif (*executive summary*) yang dapat disampaikan dalam 2-3 halaman yang memuat penjelasan mengenai keadaan usaha saat ini. Ringkasan tersebut dapat berisi produk dan jasa yang dihasilkan, manfaat produk bagi pelanggan, ramalan keuangan, tujuan perusahaan dalam jangka panjang (lebih dari lima tahun), jumlah dana yang dibutuhkan, serta manfaat yang akan diterima oleh investor.
5. Penyusunan rencana bisnis harus diorganisasikan dengan baik.

Rencana usaha yang baik akan mencantumkan risiko utama dari suatu bisnis yang akan dijalankan

Tugas Pembelajaran 2

1. Deskripsikan apa yang anda ketahui tentang perencanaan usaha khususnya dalam bidang agribisnis. Berikan aplikasi dengan mengambil contoh dalam bidang agribisnis!
2. Sebutkan dan jelaskan manfaat perencanaan usaha pada pengusaha agribisnis, pemerintah dan lembaga keuangan.
3. Buatlah lay out tentang bisnis plan usaha perusahaan agribisnis yang anda kelola
 - Lakukan kunjungan untuk mengetahui:
 - Business plan ,Perencanaan pendirian dan pengembangan bisnis, mulai dari aspek produksi dan Pemasaran/penjualan dari awal usaha dimulai sampai dengan berhasil,
 - Informasi yang terkait dengan *Business plan* yang menurut saudara penting
 - Observasi:
 - Pengetahuan & Riset
 - Pengalaman
 - Intangible factors
 - Laporan & Diskusi/Presentasi di Kelas
 - Berisikan saran strategis saudara untuk meningkatkan usaha entrepreneur dalam suatu presentasi yang diikuti oleh para entrepreneur terpilih yang menjadi obyek.

PROPAGASI

1. URAIAN TUGAS :

- a. Obyek garapan : *Business Plan*

- b. Tujuan:
 - 1. Mahasiswa mempunyai pengetahuan mengenai perencanaan bisnis (*business plan*)
 - 2. Mahasiswa mampu memotivasi jiwa wirausaha
 - 3. Mahasiswa mempunyai pengetahuan dan ketrampilan dalam membuat perencanaan bisnis usaha sendiri
- c. Uraian Tugas
 - 1. Tugas dikerjakan secara individu
 - 2. Lakukan kunjungan untuk mengetahui:
 - i. Business plan ,Perencanaan pendirian dan pengembangan bisnis, mulai dari aspek produksi dan Pemasaran/penjualan dari awal usaha dimulai sampai dengan berhasil,
 - ii. Informasi yang terkait dengan *Business plan* yang menurut saudara penting
 - b. Observasi:
 - i. Pengetahuan & Riset
 - ii. Pengalaman
 - iii. Intangible factors
 - c. Laporan & Diskusi/Presentasi di Kelas
 - i. Berisikan dokumen perencanaan bisnis saudara/individu

3. KRITERIA PENILAIAN :

- a. Kelengkapan dan kebenaran jawaban
- b. Kreativitas tampilan *power point* (hanya menyajikan *pointers*)
- c. Kejelasan logika yang dipresentasikan
- b. Kemampuan menjawab pertanyaan/sanggahan atau tanggapan dari *audiences*
- c. Penilaian aspek kognitif & afektif dari mahasiswa bukan kelompok penyaji didasarkan pada partisipasi aktif dalam memberikan tanggapan, kritik dan pertanyaan).

REFERENSI**DAFTAR PUSTAKA**

- Bygrave, William D.1994. *The Portable MBA in Entrepreneurship*.John Willey & Sons, Inc. New York
- Carol, Kinsey Goman,1999. *Kreativitas Dalam Bisnis*. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Drucker, Peter F.1996. *Inovasi dan Kewirausahaan*. Erlangga. Jakarta
- Danuhadimedjo, R. Djatmiko.1998.*Kewiraswastaan dan Pembangunan*. Alfabeta. Bandung
- GeoffreyG,.Meredith, et all.2000. *Kewirausahaan. Teori dan Praktek*. Pustaka Binaman Pressindo. Jakarta
- Hakim, rusman. 1998. *Dengan Wirausaha Menepis Krisis (Konsep Membangun Masyarakat Intrepreneur Indonesia)*. PT Elex media Komputindo Gramedia.Jakarta.
- Harefa, Andreas. *Inovasi Kewirausahaan (kecerdasan Emosi Wirausaha)*.
<http://www.ekafood.com>
- Hisrich, Robert.D., Peter M.P. 1995. *Entrepreneurship*. Irwin Chichago.
- Soemanto, Wasty.1984. *Pendidikan Wirausaha (Sekuncup Ide Profesional)*. Bina aksara. Malang
- Tedjasutisna, Ating.2004. *Memahami Kewirausahaan*. Amico. Bandung.
- Wijandi, Soesarsono.1998.*Pengantar Kewiraswastaan*. Sinar Baru Bandung.
- Zimmerer, Thomas W., Norman Scarborough.1996. *Entrepreneurship The New Venture Formation*. Prentice- Hall International, Inc