

FORMAT BUSINESS PLAN (FORMAT RENCANA USAHA)

COVER DEPAN

- **Gambar dan Design (Logo Usaha)**

Gambar dan design cover depan proposal harus dapat mewakili jenis dan karakteristik dari usaha, yang tercerminkan dari design.

- **Informasi Usaha (nama, alamat, no telephone aktif)**

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

Executive Summary

Berisikan uraian singkat dari keseluruhan konsep/isi proposal (1-2 halaman)

BAB I PENDAHULUAN

- **Latar Belakang**

Menjelaskan alasan pemilihan usaha (produk, nama usaha, bahan baku, dan segala hal yang menjadi latar belakang pemilihan usaha). Disertai dengan struktur organisasi dari usaha yang didirikan, anggota yang terlibat, peran dan tanggung jawabnya masing-masing.

Misal: penanggung jawab pemasaran, produksi, dll

- **Visi & Misi Usaha**

Visi merupakan cita-cita yang ingin dicapai usaha dalam jangka panjang (What to Be?) Perumusan visi menyertakan target waktu pencapaian secara jelas

Misi merupakan cara-cara yang digunakan usaha dalam mencapai visi usaha (How to Be?). Misi setidaknya berisi beberapa hal berikut: Konsumen (pasar sasaran), Produk/ jasa (menawarkan dan menyediakan nilai bagi konsumen), Pasar geografis (ketika perusahaan memetakan konsumen), Technology (teknologi yang digunakan untuk memproduksi dan memasarkan), Memperhatikan pertumbuhan/ keuntungan dan ketahanan, Filosofi (nilai-nilai, etika dan kepercayaan dalam organisasi), *Public Image* (kontribusi yang diberikan perusahaan kepada masyarakat), Karyawan, Kompetensi yang berbeda dari competitor

Misal: menyediakan produk sabun cair yang hieginis, berkhasiat dalam merawat kulit sensitif.

- **Tujuan Yang Ingin Dicapai**

Kemukakan tujuan yang ingin dicapai dengan melakukan bisnis ini, baik bagi diri sendiri maupun masyarakat

BAB 2 ASPEK PEMASARAN

Analisis pemasaran dari produk yang dihasilkan, menjelaskan bagaimana pengusaha merumuskan STP (segmen, target dan positioning) dari produk yang dihasilkan

Segmen Pasar merupakan gambaran umum dari konsumen yang menjadi sasaran

Target Pasar merupakan sasaran khusus bagi konsumen potensial.

Positioning adalah bagaimana kita menempatkan usaha kita di antara pesaing usaha yang sejenis.

Misal: ingin memproduksi pakaian anak-anak muslimah

segmen pasar adalah balita (bawah lima tahun) perempuan, dari kelas menengah ke bawah

Target pasar adalah balita perempuan muslimah, dengan jenis produk adalah rok

Positioning: produk merupakan usaha yang telah berdiri selama 7 bulan, dengan pesaing utama adalah merk X, dengan harga Rp xxx,000

- Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar

Rencana Penjualan adalah rencana produk yang akan dijual dalam waktu 1 s/d 3 tahun. Hal ini disesuaikan dengan kondisi permintaan dan penawaran, serta adanya produk pesaing yang sejenis

Pangsa Pasar adalah bagian dari penjualan produk kita dibandingkan dengan penjualan total produk sejenis dalam industri. Pengusaha harus mengenali produk pesaing apa saja yang beredar di pasar.

- Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran yang akan diimplementasikan, di samping itu pengusaha juga sudah mengetahui produk sejenis yang ada di pasar, sehingga dapat mengantisipasinya. Strategi pemasaran disusun berdasarkan analisa 4 P yang meliputi:

Product

Menjelaskan keunggulan/ kelebihan produk dibanding pesaing, berdasarkan mutu / kualitas, ukuran, desain, kemasan, dan kegunaan.

Price

Harga yang diberikan harus bersaing, dalam arti tidak sekedar memberikan harga murah, namun memberikan kualitas yang baik. Adanya potongan khusus untuk konsumen khusus, serta skema potongan harga yang diberikan untuk menarik konsumen

Pedoman Penyusunan Rencana Bisnis

Promotion

Menjelaskan bagaimana cara promosi yang dilakukan sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk kita. Kombinasi cara-cara konvensional dan modern berbasis teknologi informasi merupakan cara yang ampuh untuk melakukan promosi. Bila perlu sertakan desain brosur maupun alat promosi yang dipergunakan.

Placement

Menjelaskan bagaimana cara perusahaan mendistribusikan produk sehingga sampai ke tangan konsumen dengan baik, tidak ada kerusakan dalam proses pengiriman. Misalnya dapat menggandeng distributor besar, serta cara-cara yang lain

BAB 3 ASPEK PRODUKSI/ OPERASIONAL

- Proses Produksi

Menjelaskan bagaimana proses produksi dalam kegiatan produksi. Pada bagian ini dijelaskan tahapan-tahapan proses yang diperlukan untuk menghasilkan produk atau output yang dimaksud. Bentuk proses biasa digambarkan dalam lembaran skema atau diagram alir yang disertai dengan keterangan deskriptif, sehingga mudah dipahami.

Contoh diagram alir:

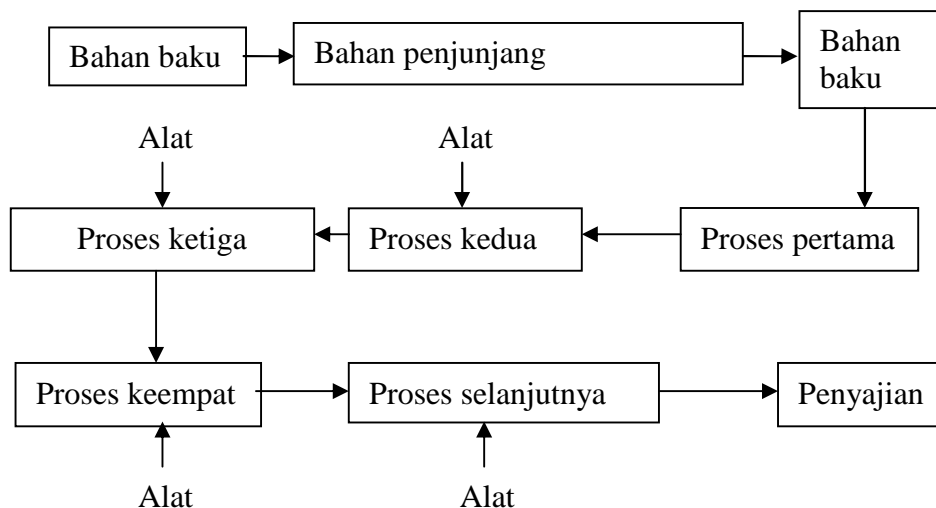


Diagram alir dipergunakan untuk mempermudah mengetahui aliran proses produksi, beserta dengan peralatan yang diperlukan, serta waktu pengerjaan, sehingga dapat diketahui kapasitas produksi yang mampu dihasilkan

- Produk dan Kapasitas Produksi

Menjelaskan tentang bagaimana memperoleh bahan baku, misal dengan membentuk kerjasama dengan pemasok, dengan kriteria harga dan kualitas

Pedoman Penyusunan Rencana Bisnis

bahan baku. Dijelaskan pula bagaimana ketersediaan bahan baku tersebut, apakah jika supplier hanya dari satu pemasok mencukupi kebutuhan produksi. Perencanaan kapasitas produksi dilakukan mulai dari jumlah mesin, peralatan, dan faktor produksi lainnya (manusia, listrik, air) yang diperlukan, sesuai dengan rencana jumlah kapasitas produksi yang direncanakan.

- Sumber Daya Manusia

Supaya kegiatan operasional berjalan lancar, kemukakan bagaimana sdm yang diperlukan untuk kegiatan produksi. Jelaskan pula tentang uraian tugas (*job description*) sehingga tidak adanya tumpang tindih pekerjaan, dan memperoleh pemanfaatan waktu yang efisien. Untuk itu pula direncanakan sebuah skema sistem kompensasi (kalau ada pekerja), namun jika hanya pemilik yang bekerja sendiri, tetap dirumuskan bagaimana kompensasinya, karena merupakan bagian dari biaya produksi yang harus dikeluarkan dan dipergunakan dalam penetapan harga jual produk.

BAB 4 Aspek Keuangan

Aspek keuangan menjelaskan kondisi keuangan perusahaan, yang meliputi : investasi yang dibutuhkan (kebutuhan modal kerja dan modal investasi), laporan arus kas, penentuan harga pokok penjualan, perhitungan kriteria kelayakan investasi (*npv*, *irr* dan *bep*), proyeksi neraca dan proyeksi laporan laba/rugi selama 3 (tiga) tahun.

Semua biaya yang dikeluarkan akan diperhitungkan, seperti kompensasi karyawan, walaupun pengusaha bertindak sebagai karyawan.

Biaya, berdasarkan aktivitas volume dapat digolongkan kepada biaya tetap, biaya variabel dan biaya Semi Variabel (biaya campuran). Walaupun pada akhirnya biaya ini hanya digolongkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel saja. Menurut Ilmu Ekonomi, dalam jangka panjang semua biaya adalah bersifat variabel; karena biaya tetap itu akan berubah disebabkan oleh perkembangan teknologi, perubahan kondisi perusahaan dan perubahan strategi manajemen. Berikut penjelasan untuk masing-masing biaya:

1. Biaya Tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam jumlah perubahan volume kegiatan tertentu. Biaya tetap timbul akibat adanya pengambilan keputusan dan kebijakan manajemen misalnya keputusan dalam kepemilikan pabrik, peralatan dan organisasi pokok atau kepemilikan aktiva tetap.

Contoh biaya tetap:

- a. gaji karyawan utama
- b. biaya asuransi
- c. beban pajak Bumi dan Bangunan

Pedoman Penyusunan Rencana Bisnis

- d. biaya penyusutan mesin pabrik
 - e. biaya iklan, dll
2. Biaya Variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubahnya sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya variabel per unit konstan (tetap) dengan adanya perubahan volume kegiatan. Biaya bahan baku merupakan contoh biaya variabel yang berubah sebanding dengan perubahan volume produksi.

Contoh biaya variabel :

- a. Biaya bahan baku langsung
 - b. Biaya bahan penolong
 - c. Biaya tenaga kerja langsung
3. Biaya semi variabel adalah : biaya yang memiliki unsur biaya tetap dan biaya variabel didalamnya. Unsur biaya yang tetap merupakan jumlah biaya minimum untuk menyediakan jasa sedangkan unsur variabel merupakan bagian dari biaya semi variabel yang dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan.

Contoh biaya variabel :

- a. Biaya pemakaian listrik
- b. Biaya pemakaian air
- c. Biaya pemakaian telepon dll

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			

Pedoman Penyusunan Rencana Bisnis

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			
d. Bunga Pinjaman			
e. Biaya Pemasaran			
f. 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 = a - b</i>)					
d. Keadaan kas awal					
e. Keadaan kas akhir (c + d)					

Pedoman Penyusunan Rencana Bisnis

- 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 :

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:

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

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. 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:

Pedoman Penyusunan Rencana Bisnis

$$IRR = i_1 + (i_2 - i_1) \times \frac{NPV_1}{(NPV_1 - NPV_2)} \times 100\%$$

di mana: NPV_1 harus di atas 0 ($NPV_1 > 0$)

NPV_2 harus di bawah 0 ($NPV_2 < 0$)

- Analisa Keuntungan

Analisa keuntungan ditujukan terhadap rencana keuntungan (penetapan keuntungan) dengan menyesuaikan atau set-up harga dan volume penjualan yang dapat diserap oleh pasar dengan mempertimbangkan 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 istilah CPV (*Cost-Profit-Volume*) ini dilakukan untuk mengetahui tingkat keuntungan minimal yang harus dicapai, di mana pada tingkat tersebut perusahaan tidak mengalami keuntungan maupun kerugian.

Dalam analisa BEP, faktor-faktor biaya dibedakan menjadi:

-) **Biaya semi variabel**, yaitu biaya yang akan ikut berubah jumlahnya dengan perubahan volume penjualan atau produksi, namun tidak secara proporsional. Biaya ini sebagian akan dibebankan pada pos biaya tetap, dan sebagian lagi akan dibebankan pada pos biaya variabel.
-) **Biaya variabel**, adalah biaya yang akan ikut berubah secara proporsional 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:

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

atau dapat juga dituliskan sebagai:

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

Pedoman Penyusunan Rencana Bisnis

- Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah suatu laporan yang berguna untuk menyampaikan informasi keuangan yang dapat dipercaya kepada pihak yang berkepentingan. Laporan keuangan merupakan hasil akhir dari proses akuntansi. Laporan ini mengiktisarkan data transaksi dalam bentuk yang berguna bagi pengambilan keputusan. Secara umum laporan keuangan yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Neraca (*Balance Sheet*)

Contoh Neraca

USAHA HALIMA NERACA 31 JANUARI 2017

Aset		
Aset Lancar		
Kas		450.000
Piutang		250.000
Persediaan barang jadi		38.000
Persediaan barang dalam proses		35.000
Persediaan bahan baku		110.000
Perlengkapan		<u>210.000</u>
Total Aset Lancar		1.093.000
Aset Tetap		
Tanah		500.000
Bangunan	750.000	
Akm. Penyusutan (150.000)		600.000
Peralatan toko	300.000	
Akm. Penyusutan (50.000)		<u>250.000</u>
Sub total aset tetap		<u>1.350.000</u>
Total Aset		2.443.000
Kewajiban		
Utang Usaha		443.000
Utang Bank		<u>1.000.000</u>
Total utang		1.443.000
Ekuitas		
Modal Halima		1.000.000 <u> </u>
Total Ekuitas		2.443.000

Pedoman Penyusunan Rencana Bisnis

2. Laporan Laba/ Rugi (*Income Statement*)

Contoh Laporan Laba/ Rugi

USAHA HALIMA LAPORAN LABA/ RUGI

Untuk Bulan Yang Berakhir 31 Januari 2017

PENDAPATAN	
Penjualan	1.250.000
Retur penjualan & potongan harga	50.000 -
<i>Penjualan Bersih</i>	1.200.000
<i>Beban pokok penjualan</i>	
	(242.500)
Laba Kotor	957.500
Beban Operasional	
Beban penjualan	75.000
Beban gaji	175.000
Beban perlengkapan	57.500
Beban listrik, telp, air	150.000 +
Total beban operasional	(457.500)
<i>Laba sebelum pajak</i>	500.000
Pajak penghasilan	(-----)
Laba bersih setelah pajak	500.000

Penutup

Pada saat menyajikan rencana usaha, hal-hal yang perlu diperhatikan oleh pengusaha adalah sebagai berikut :

1. Usahakan rencana bisnis yang disusun tidak terlalu tebal tetapi lengkap, artinya mencakup berbagai informasi yang dibutuhkan oleh pembaca/evaluator 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. Sampul depan rencana bisnis harus memuat nama usaha/nama produk, jenis usaha, alamat, nomor telpon, dan tahun rencana bisnis dikeluarkan.
3. Rencana bisnis yang baik harus mencantumkan ringkasan eksekutif (*executive summary*) yang dapat disampaikan dalam 1-2 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.
4. Penyusunan rencana bisnis harus diorganisasikan dengan baik.