

## 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.

Contoh : **Bisnis Pakan Lele**



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

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

### Executive Summary

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

Contoh :

Produk yang ditawarkan dari *mycatfish* pada saat ini adalah ikan lele beserta bibitnya dan pakan ikan air tawar. *Mycatfish* berada dalam PT. Mandiri Pakan Bersinar sejak tahun 2019. Masalah/kebutuhan yang ingin diselesaikan meliputi: (1) Biaya pakan yang terlalu mahal bagi petani, karena menggunakan pakan pabrikan, membuat biaya operasional menjadi tinggi, sehingga keuntungan yang diperoleh petani lele tidak sebanding dengan biaya operasional yang dikeluarkan, (2) Adanya kelebihan pasokan bahan baku, terutama sayuran yang sudah tidak dimanfaatkan lagi oleh pedagang sayuran, (3) Petani membutuhkan pakan dengan protein tinggi dengan harga terjangkau. Jika dengan pakan pabrikan, petani mengalokasikan 1 kg pakan untuk 1 kg lele, maka produk kami cukup dialokasikan sebanyak 0,8 ons untuk 1 kg lele.

Solusi yang ditawarkan dari produk *mycatfish* adalah: (1) Meminimalisir harga pakan lele yang dirasakan petani lele cukup tinggi, di mana harga per kg pakan kompetitor adalah Rp 10.000,

sementara pakan produksi kami, dijual dengan harga Rp 8.000 per kg, (2) Memanfaatkan sisa sayuran yang tidak dimanfaatkan di pasar, sehingga mengurangi timbulan sampah yang dihasilkan, (3) Menyediakan pakan dengan protein tinggi dengan harga yang terjangkau.

PT. Mandiri Pakan Bersinar sudah melakukan pengembangan produksi dengan penambahan mesin *extruder* kapasitas 500kg/jam, pengembangan pemasaran dengan pembuatan website <https://mandirifeedbersinar.com>, serta pengembangan produk. Rencana pengembangan usaha ke depan yang akan dilakukan PT. Mandiri Pakan Bersinar adalah mengikuti pameran, pendaftaran merk dagag, SIUP, sertifikasi halal, Ijin edar, SNI dan mengikuti pelatihan-pelatihan.

## **BAB I PENDAHULUAN**

- **Latar Belakang**

Menjelaskan alasan pemilihan usaha (produk, nama usaha, bahan baku, dan segala hal yang menjadi latar belakang pemilihan usaha), serta solusi yang ditawarkan dari produk yang dihasilkan.

Contoh :

Sebagian asupan protein hewani masyarakat bisa dipenuhi dari ikan air tawar, yaitu mencapai 50% hingga 60%. Hal ini dikarenakan sebagian wilayah Indonesia adalah daratan, otomatis ada jutaan masyarakat yang menggantungkan hidup dari budidaya ikan air tawar. Kebanyakan mereka memanfaatkan lahan kosong di sekitar untuk budidaya ikan air tawar. Potensi yang dapat dimanfaatkan dari hasil budidaya air tawar Indonesia mencapai 5,12 juta ton per tahun. Jumlah tersebut jika diuangkan dapat bernilai mencapai Rp 7.200 trilyun. Betapa potensialnya hasil ikan air tawar Indonesia jika dapat dimanfaatkan secara bijak untuk kesejahteraan penduduk Indonesia.

Dengan memproduksi pakan lele buatan sendiri tentu petani akan sejahtera dikarenakan bisa meminimalisir biaya pakan yang murah dari harga pabrik per kg Rp 10.000.00 dan produksi sendiri Rp 7.000. Disamping harga pakannya yang murah, pakan buatan sendiri ini dapat menembus fcr 0,7% untuk menghasilkan daging satu kg.

Dari pemaparan penjelasan diatas, ada beberapa faktor yang melatar belakangi inovator dalam membangun usaha pembuatan pakan alternatif buatan sendiri, diantaranya adalah masih banyak bahan baku yang didapatkan di kota Medan. Dengan adanya pakan alternatif bagi petani ikan air tawar akan bisa mensejahterakan petani lainnya.

Selain karena faktor biaya pakan yang teralalu mahal bagi petani, disini kami mulai berfikir untuk menciptakan pakan yang murah dan bagus untuk ikan air tawar. Dari beberapa faktor tersebut diatas, inovator mengubah permasalahan yang ada dan kami menemukan solusinya, yaitu dengan memanfaatkan sayuran dan pakan buatan kami untuk dijadikan pakan tambahan buat ikan tersebut.

Oleh karena itu inovator membuat sebuah pakan buatan dengan memanfaatkan pakan buat sendiri yang terdiri dari campuran seperti salah satunya dedak, molase, kepala udang halus,tepung ikan dan lain lain. Kami juga sedang belajar budidaya magot untuk salah satu bahan baku yang mengandung protein diatas 20%.

Inovator sebagai petani lele merasakan dampak harga pakan terhadap biaya operasional pemeliharaan lele, dan berimbas kepada keuntungan yang diperoleh. Oleh karenanya, inovator berinisiatif membuat pakan sendiri dengan memanfaatkan beberapa campuran seperti dedak, molase, kepala udang halus,tepung ikan, sayuran dan lain lain.

Dengan adanya pakan lele produk kami ini, maka solusi yang ditawarkan meliputi:

1. Meminimalisir harga pakan lele yang dirasakan petani lele cukup tinggi, di mana harga per kg pakan kompetitor adalah Rp 10.000, sementara pakan produksi kami, dijual dengan harga Rp 7.000 per kg
2. Memanfaatkan sisa sayuran yang tidak dimanfaatkan di pasar, sehingga mengurangi timbunan sampah yang dihasilkan.
3. Menyediakan pakan dengan protein tinggi dengan harga yang terjangkau.

- **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 higienis, berkhasiat dalam merawat kulit sensitif.

- **Tujuan Yang Ingin Dicapai**

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

Contoh :

Adapun tujuan utama usaha *mycatfish* ini adalah untuk meningkatkan biaya efisiensi pakan dengan harga yang ekonomis dan memiliki nilai protein yang tinggi. *Mycatfish* menggunakan strategi *cost leadership* yang dapat membuat perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih besar dikarenakan perusahaan dapat menekan biaya produksi sehingga harga dapat bersaing dan laba perusahaan dapat meningkat. Dengan demikian kinerja usaha menjadi lebih baik.

## **BAB 2 ANALISIS PRODUK**

- **Karakteristik Produk**

Berisi tentang spesifikasi teknis produk, dampak sosial ekonomi, serta keunikan/keunggulan produk.

Contoh :

Adapun spesifikasi teknis produk *mycatfish* ini, antara lain adalah :

1. Untuk memproduksi 18.000 kg ikan lele dalam waktu 3 bulan, PT. Mandiri Pakan Bersinar memerlukan  $\pm$  15.000 kg pakan ikan, vitamin, serta perawatan air yang selalu dijaga kebersihannya. Harga jual ikan lele *mycatfish* ini sekitar Rp 15.000/kg.

2. Untuk memproduksi 100 kg pakan, bahan baku yang digunakan meliputi: tepung ikan 60 kg, tepung udang 10 kg, tepung tapioka 20 kg, minyak ikan 1 liter, ampas jagung 20 kg, vitamin 1 bungkus. Harga jual pakan ikan air tawar *mycatfish* sekitar Rp 8.000/kg.
3. Untuk memproduksi bibit ikan lele 100.000 ekor dalam sebulan, PT. Mandiri Pakan Bersinar memerlukan  $\pm$  100.000 cacing sutra, pengli o sebanyak 4 sak, dan vitamin.

Dampak sosial-ekonomi dari produk *mycatfish* antara lain :

1. Dapat memanfaatkan limbah ampas jagung, digunakan untuk dijadikan salah satu bahan baku pembuat pelet ikan yang bisa didapatkan di pasar. selain itu belum banyak petani ikan air tawar bahwasanya limbah di pasar bisa di jadikan salah satu bahan baku dasar pembuat pakan, seperti udang halus dan ampas jagung.
2. Membantu petani dengan menyediakan pakan dengan harga terjangkau dan berprotein tinggi.
3. Dapat menyerap tenaga kerja, jika pembesaran usaha (dilakukan penambahan kapasitas produk dan perluasan pemasaran) telah dilakukan.

Keunikan/Keunggulan (Unique Selling Proposition);

1. Menggunakan sumber daya lokal, seperti jagung lokal dan bahan baku lokal lainnya
2. Harga yang ekonomis, yaitu Rp 8.000 per kg, dibanding kompetitor Rp 10.000/kg.
3. Bernilai protein tinggi.
4. Dapat digunakan untuk pakan lele maupun ikan air tawar lainnya.
5. Produk bisa apung maupun tenggelam.

- **Keterkaitan dengan Produk Lain**

Melakukan identifikasi kompetitor produk Anda (dibuat dengan memberikan perbandingan antara produk Anda dengan produk kompetitor yang dilihat dari berbagai aspek).

Contoh :

Aspek Perbandingan	My catfish	Cargil	Hi -pro-vite
Kemasan			
Harga	Harga per kemasan netto 30 kg dengan harga Rp. 240.000 Harga per kg Rp 8000	Harga perkemasan Netto 30 kg dengan harga Rp 300.000 dengan harga per kg Rp 10.000	Harga perkemasan netto 30 kg dengan harga Rp 294.000 dengan harga per kg Rp 9.000
Pemasaran	Pemasaran dengan website, menyebarkan kartu nama, sosial media seperti facebook, instagram.	Pemasaran menggunakan sales marketing perorangan, website	Pemasaran menggunakan sales marketing perorangan, website

### BAB 3 ANALISIS PASAR

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. Contoh : segmen pasar bisnis pakan lele kami adalah para petani lele, distributor pakan lele, dan anggota komunitas peternak lele.
- **Target Pasar** merupakan sasaran khusus bagi konsumen potensial. Contoh : target pasar bisnis pakan lele kami adalah Petani pembesaran lele sebanyak 50 petani lele, Grosir/ distributor pakan ternak sebanyak 50 toko, Anggota komunitas yang berjumlah lebih kurang 90 orang, tentunya akan berkembang seiring dengan perkembangan kapasitas dan kualitas produk, yang meliputi Sumatera Utara dan seluruh Indonesia.
- **Positioning** adalah bagaimana kita menempatkan usaha kita di antara pesaing usaha yang sejenis. Contoh : kami menjual pakan ikan lele dengan harga yang lebih murah dari pesaing namun memiliki tingkat protein yang lebih tinggi dari pesaing.

- **Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar**

**Rencana Penjualan** adalah rencana produk yang akan dijual dalam waktu 1 s/d 3 tahun kedepan. 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:

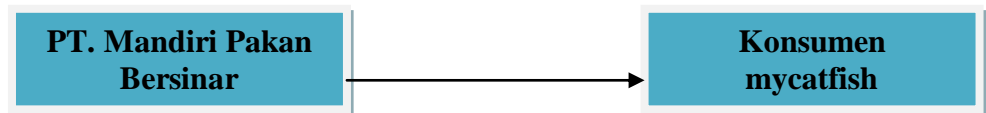
- 1) **Product** : Menjelaskan keunggulan/ kelebihan produk dibanding pesaing, berdasarkan mutu / kualitas, ukuran, desain, kemasan, dan kegunaan.
- 2) **Price** : Harga yang diberikan harus bersaing, dalam arti tidak sekedar memberikan harga murah, namun memberikan kualitas yang baik. Adanya potongan khusus untuk konsumen khusus, serta skema potongan harga yang diberikan untuk menarik konsumen.
- 3) **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.
- 4) **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. Contoh :

Untuk meningkatkan pemasaran produk *mycatfish*, PT. Mandiri Pakan Bersinar harus dapat menentukan saluran distribusi (*channels*) terlebih dahulu. Saluran distribusi terdiri dari sekumpulan orang dan perusahaan yang terlibat dalam pemindahan hak atas produk di mana produk berpindah dari produsen ke konsumen atau pemakai bisnis. Berikut ini adalah gambaran saluran distribusi untuk produk *mycatfish* :

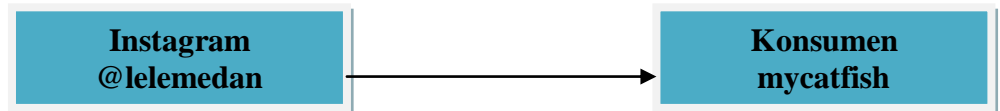
**Pedoman Rencana Bisnis & BMC**

Distribusi langsung

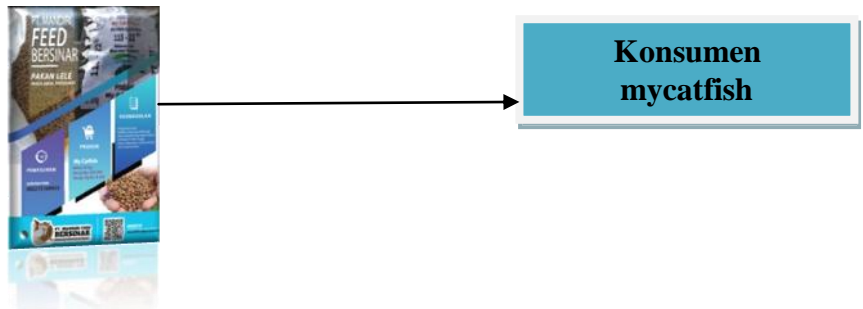
*Words of mouth*, biasanya dilakukan oleh pemilik sendiri maupun keluarga/rekan dengan menunjukkan website [www.mandirifeedbersinar.com](http://www.mandirifeedbersinar.com) maupun kontak telepon.



Sosial media : Intstagram. Pemesanan dilakukan konsumen secara langsung melalui *direct message* pada sosial media instagram. Adapaun nama akun instagram yang dimiliki adalah @lelemedan.

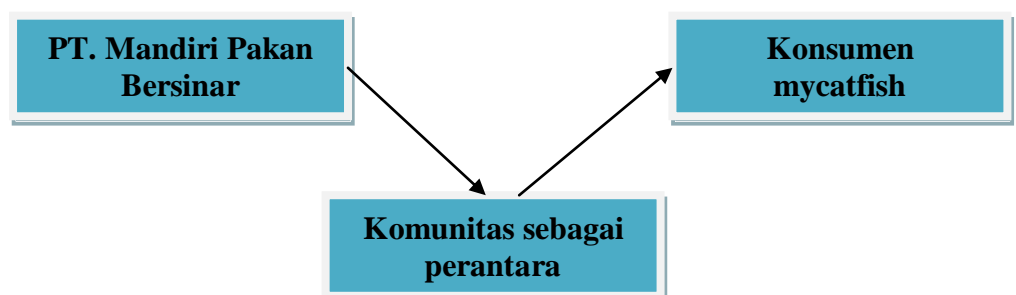


Brosur online dan offline. Brosur ini biasanya diberikan kepada calon pembeli potensial pada acara-acara tertentu seperti bussiness matching, seminar kewirausahaan, pameran, dan lainnya.



Distribusi tidak langsung

Komunitas KLS (Komunitas Lele Sumut), KPLSKB (Komunitas Peternak Lele Sukses Koclong Bersama), KPLSB (Komunitas Peternak Lele Sukses Bersama).





## BAB 4 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 :

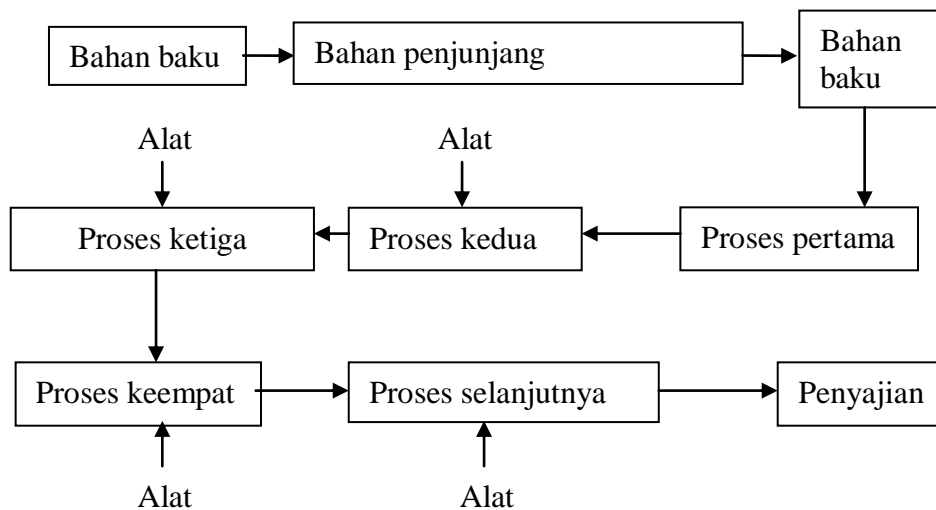


Diagram alir dipergunakan untuk mempermudah mengetahui aliran proses produksi, beserta dengan peralatan yang diperlukan, serta waktu pengerjaan, sehingga dapat diketahui kapasitas produksi yang mampu dihasilkan.

- **Produk dan Kapasitas Produksi**

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

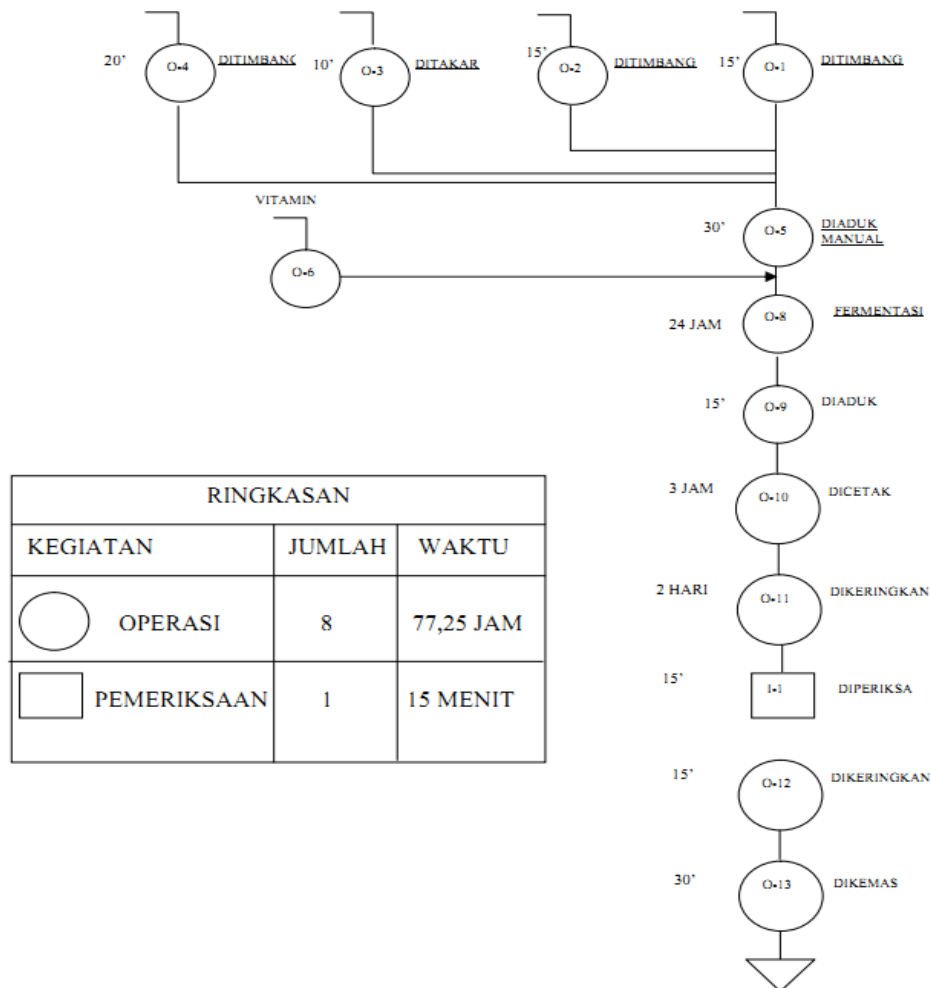
## Pedoman Rencana Bisnis & BMC

Contoh : Analisis produksi pakan lele.

Produk pakan ikan air tawar ini merupakan salah satu pengembangan produk yang dilakukan PT. Mandiri Pakan Bersinar. Pembuatan pakan ini sangat terbantu dengan adanya bantuan dana hibah PPBT (Perusahaan Pemula Berbasis Teknologi) dari Kemenristekdikti. Salah satu mesin *extruder* terbaru dibeli dengan harga Rp 45.000.000 dengan kapasitas 500 kg. Proses produksi pakan ikan air tawar ini dilakukan setiap hari dengan dibantu 2 orang tenaga kerja. Tahap-tahap produksi pakan ikan *mycatfish* antara lain:

- 1) Belanja kebutuhan bahan baku pakan
- 2) Pencampuran bahan baku
- 3) Memasukkan bahan baku yang telah dicampur ke dalam mesin *extruder* dengan kapasitas 500kg per hari.
- 4) Melakukan pengemasan pakan ikan menggunakan karung dengan berat netto 30 kg.

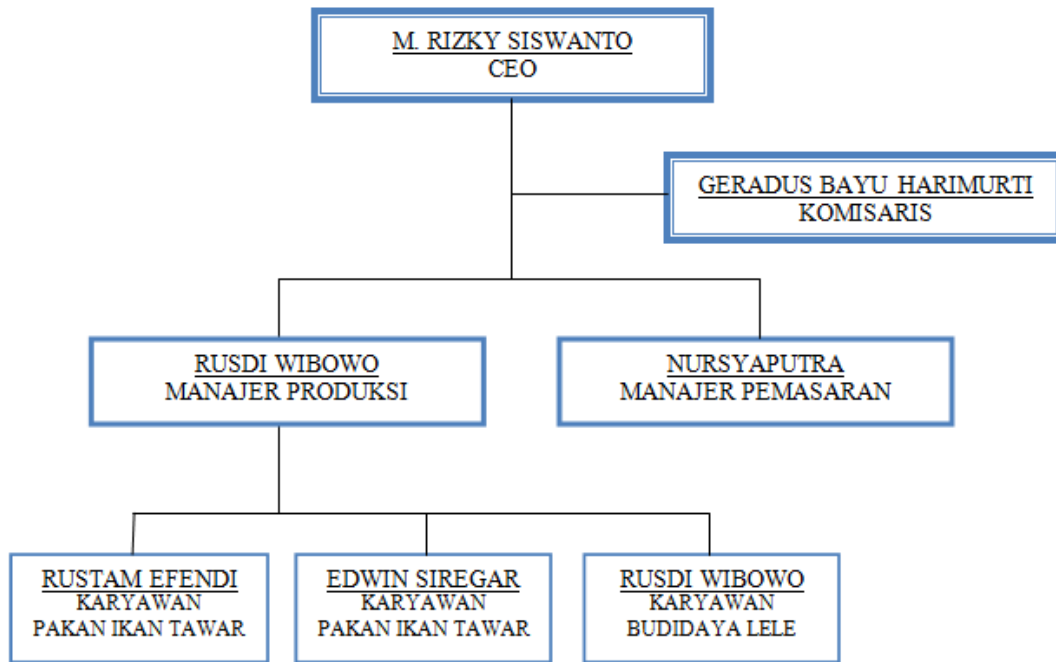
Untuk lebih jelasnya, berikut ini adalah peta operasi dari proses produksi pakan ikan *mycatfish*:



**BAB 5 Analisis Sumber Daya Manusia**

Dalam analisis sumber daya manusia, Anda diminta untuk menggambarkan struktur organisasi sesuai dengan kondisi eksisting dari bisnis Anda. Kemudian Anda diminta untuk menjelaskan apa-apa saja yang menjadi tugas (deskripsi jabatan) dari setiap bagian yang Anda gambarkan dalam struktur organisasi.

Contoh :



Deskripsi Jabatan atau *Job Description* adalah uraian yang mencakup pekerjaan dasar suatu jabatan yang termasuk tugas, wewenang, tanggung jawab dan informasi-informasi penting lainnya yang melekat pada jabatan tersebut.

Adapun deskripsi jabatan yang ada pada PT. Mandiri Pakan Bersinar adalah : CEO (Chief Executive Officer) bertindak sebagai pemilik utama dari PT. Mandiri Pakan Bersinar yang memiliki persentase kepemilikan sebesar 65% dari modal usaha. Adapun deskripsi jabatan CEO dalam perusahaan ini antara lain :

- Sebagai sumber pemodal usaha
- Merencanakan, mengelola, dan menganalisis segala aktivitas fungsional bisnis seperti operasional, sumber daya manusia, keuangan, dan pemasaran.
- Mengidentifikasi dan meningkatkan performa operasional perusahaan dengan cara memotivasi berbagai divisi di perusahaan.
- Membuat kebijakan, prosedur, dan standar pada organisasi perusahaan.

Untuk jabatan lainnya seperti komisaris, manajer produksi, manajer pemasaran, karyawan, dan lainnya juga dijelaskan dalam bab ini.

## **BAB 6 Aspek Keuangan**

Aspek keuangan menjelaskan kondisi keuangan perusahaan secara sederhana, pertama lakukan terlebih dahulu pemisahan biaya.

**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, equipmen dan organisasi pokok atau kepemilikan aktiva tetap.

Contoh biaya tetap:

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

## Pedoman Rencana Bisnis & BMC

Secara ringkas, dapat diberikan format sederhana perhitungan kelayakan usaha secara finansial sebagai berikut:

### A. Sumber Pendanaan

Uraian	Jumlah (Rp)
1. Modal Sendiri	50.000.000
2. Pinjaman	100.000.000
3. Lainnya	-
Jumlah (1+2+3)	150.000.000

### B. Total Biaya Tetap

Uraian	Banyaknya (1)	Harga/Unit (2)	Jumlah (3 = 1 x 2)
a. Sewa Lahan	1	8.000.000	8.000.000
b. Bangunan	-	-	-
c. Mesin	1	45.000.000	45.000.000
d. Peralatan produksi	1 paket	10.000.000	10.000.000
e. Peralatan Kantor	1 paket	5.000.000	5.000.000
f. Alat angkut (pick up second)	1	30.000.000	30.000.000
g. dll	-	-	-
Jumlah			98.000.000

### C. Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi yang digunakan dalam bisnis plan ini adalah variabel costing. Variabel costing adalah Metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya-biaya produksi yang bersifat variabel kedalam harga pokok produksi. Atau secara keseluruhan dapat didefinisikan penentuan harga pokok yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel.

#### Variable Costing :

Harga Pokok Produksi :

Biaya bahan baku	Rp. xxx.xxx
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. xxx.xxx
Biaya overhead pabrik variabel	<u>Rp. xxx.xxx</u>
Harga Pokok Produk	<u>Rp. xxx.xxx</u>

Harga Pokok Produksi (Ikan Lele)

Uraian	Banyaknya (1)	Harga/Unit (2)	Jumlah (3 = 1 x 2)
a. Biaya Bahan Baku (Pakan & Vitamin)	1 Paket/bln	46.000.000	46.000.000
b. Biaya Tenaga Kerja Langsung	1 orang	1.800.000	1.800.000
c. Biaya Overhead (listrik, air, dll)	1 paket/bln	2.328.000	2.328.000
Jumlah	-	-	50.128.000
Total Produksi Per Bulan	6000 kg		
Harga Pokok Produksi (ikan lele per Kg)			50.128.000/6.000 = Rp 8.355/Kg

Harga Pokok Produksi (Pakan Ikan Lele)

Uraian	Banyaknya (1)	Harga/Unit (2)	Jumlah (3 = 1 x 2)
a. Biaya Bahan Baku	1 Paket/bln	65.000.000	65.000.000
b. Biaya Kemasan (karung, benang, sablon)	1 Paket/bln	1.865.000	1.865.000
c. Biaya Tenaga Kerja Langsung	2 orang	1.300.000	2.600.000
d. Biaya Overhead (listrik, air, dll)	1 paket/bln	2.328.000	2.328.000
Jumlah	-	-	71.793.000
Total Produksi Per Bulan	13.000 kg		
Harga Pokok Produksi (pakan ikan lele per Kg)			71.793.000/13.000 = Rp 5.523/Kg

Harga Pokok Produksi (Bibit Ikan Lele)

Uraian	Banyaknya (1)	Harga/Unit (2)	Jumlah (3 = 1 x 2)
a. Biaya Bahan Baku (Cacing sutera, pengli o, vitamin)	1 Paket/bln	3.800.000	3.800.000
b. Biaya Tenaga Kerja Langsung	-	-	-
c. Biaya Overhead (listrik, air, dll)	1 paket/bln	2.328.000	2.328.000
Jumlah	-	-	6.128.000
Total Produksi Per Bulan	100.000 ekor		
Harga Pokok Produksi (bibit ikan lele per ekor)			6.128.000/100.000 = Rp 62/ekor

D. Analisa Break Event Point

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 terse-but perusahaan tidak mengalami keuntungan maupun kerugian

Analisa BEP dalam **unit** dihitung dengan formula sebagai berikut:

$$BEP = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual/unit} - \text{Biaya Variabel/unit}}$$

atau analisa BEP dalam **Rp** dapat juga dituliskan sebagai:

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

Contoh : pada bisnis lele diatas, ada 3 jenis produk yang dihasilkan. Maka Break Event Point untuk masing-masing produk yang terdiri dari ikan lele, pakan ikan lele, dan bibit ikan lele adalah sebagai berikut :

- Ikan lele (BEP dalam unit)  
 Karena total biaya tetap untuk ketiga produk adalah 98.000.000 maka biaya tetap untuk masing-masing produk dibagi 3 menjadi 32.666.667

$$\text{BEP} = \frac{32.666.667}{15.000 - 8.355} = 4.916 \text{ unit}$$

Agar bisnis ini tidak rugi, maka ikan lele yang harus dijual minimal 4.916 kg atau harus terjual sebanyak Rp 73.740.000

- Pakan Ikan lele (BEP dalam unit)  
 Karena total biaya tetap untuk ketiga produk adalah 98.000.000 maka biaya tetap untuk masing-masing produk dibagi 3 menjadi 32.666.667

$$\text{BEP} = \frac{32.666.667}{13.000 - 5.523} = 4.369 \text{ unit}$$

Agar bisnis ini tidak rugi, maka pakan ikan lele yang harus dijual minimal 4.369 kg atau harus terjual sebanyak Rp 56.797.000

- Bibit Ikan lele (BEP dalam unit)  
 Karena total biaya tetap untuk ketiga produk adalah 98.000.000 maka biaya tetap untuk masing-masing produk dibagi 3 menjadi 32.666.667

$$\text{BEP} = \frac{32.666.667}{100 - 62} = 859.649 \text{ unit}$$

Agar bisnis ini tidak rugi, maka bibit ikan lele yang harus dijual minimal 859.649 ekor atau harus terjual sebanyak Rp 85.964.900



E. Laporan Laba Rugi

Di dalam laporan ini terdapat informasi ringkas mengenai jumlah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk operasional suatu perusahaan serta laba yang didapatkan selama perusahaan tersebut beroperasi. Laporan ini diperlukan untuk mengetahui apakah memperoleh laba selama menjalankan usaha atau merugi.

PT. Mandiri Pakan Bersinar			
Laporan Laba Rugi			
Periode Juni 2019			
<b>Penjualan</b>			
Ikan Lele	6000 kg	x Rp 15.000	90.000.000
Pakan Ikan Air Tawar	13.000 kg	x Rp 8.000	104.000.000
	100.000		
Bibit Ikan Lele	ekor	x Rp 100	10.000.000
<b>Total Penjualan</b>			204.000.000 204.000.000
<b>Beban-Beban</b>			
<b>Ikan Lele :</b>			
biaya pakan	5000 kg	x Rp 8.000	40.000.000
vitamin			6.000.000
gaji	(1 orang)		1.800.000
Total Beban Ikan Lele			47.800.000
<b>Pakan Ikan Air Tawar :</b>			
Bahan Baku	13.000 kg	x Rp 5.000	65.000.000
Kemasan			1.040.000
gaji	(2 orang)		2.600.000
Benang Karung			325.000
Cetak Sablon			500.000
Total Beban Pakan Ikan Air Tawar			69.465.000
<b>Bibit Ikan Lele :</b>			
	100.000		
Cacing Sutera	ekor		2.000.000
Pengli O	4 sak		800.000
Vitamin			1.000.000
Total Beban Bibit Ikan Lele			3.800.000
<b>Beban Lainnya</b>			
Listrik/Air			1.800.000
Transport			1.500.000
Sewa Tempat			835.000
Gaji Manajer (2 orang)	(2 orang)		3.600.000
Total Beban lainnya			7.735.000
			-
<b>Total Pengeluaran</b>			128.800.000 128.800.000
<b>Pendapatan Bersih</b>			75.200.000

F. Analisa Payback Period

*Payback Period* adalah periode atau jumlah tahun yang diperlukan untuk mengembalikan nilai investasi yang telah dikeluarkan. *Payback Period* dalam bahasa Indonesia dapat disebut juga dengan Periode Pengembalian Modal. Para Investor atau Pengusaha sering menggunakan *Payback Period* (PP) atau Periode Pengembalian Modal ini sebagai penentu dalam mengambil keputusan Investasi yaitu keputusan yang menentukan apakah akan menginvestasikan modalnya ke suatu proyek atau tidak. Suatu proyek yang periode pengembaliannya sangat lama tentunya kurang menarik bagi sebagian besar investor.

***Rumus Payback Period = Nilai Investasi / Kas Masuk Bersih***

Contoh : *Payback Period Bisnis Lele*

$$\text{Payback Period} = \frac{98.000.0000}{75.200.000} = 1,3$$

*Bisnis lele diatas, periode pengembalian modal sangat cepat yaitu 1 bulan tiga minggu.*

**BAB 7 Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah sebuah bentuk perencanaan strategi bisnis yang diambil dari 4 sisi utamanya, SWOT, Strength (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunity (Kesempatan/Peluang) dan Threat (Ancaman).

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, faktor analisis ini dibagi menjadi 2 yaitu Faktor Internal dan Faktor Eksternal. Faktor Internal terdiri dari Strength (Kekuatan) dan Weakness (Kelemahan) sedangkan Faktor Internal terdiri dari Opportunity (Kesempatan/Peluang) dan Threat (Ancaman).

Beberapa faktor internal yang dapat digunakan untuk analisis ini dari sisi Strength (Kekuatan) dan Weakness (Kelemahan) adalah kondisi keuangan, sumber daya manusia, masalah internal, pencapaian perusahaan ataupun hal penting di perusahaan, inti dari faktor internal ini adalah segala hal yang datang langsung dari dalam perusahaan, bukan dari luar.

Sedangkan faktor eksternal yang dapat digunakan dapat disederhanakan menjadi PESTEL yaitu *Politic* (Politik), *Economic* (Ekonomi), *Social* (Sosial), *Technology* (Teknologi), *Environment* (Lingkungan) dan *Legal* (Peraturan/Hukum). Sebaliknya, faktor eksternal ini haruslah berasal dari luar perusahaan, segala hal diatas dapat dibedakan menjadi *Opportunity* (kesempatan) maupun *Threat* (Ancaman).

## Pedoman Rencana Bisnis & BMC

Contoh : Analisis SWOT Batik Az-Zahra Medan Deli

No	Strenght (Kekuatan)	Skor
1	Modal yang sudah cukup memadai	5
2	Variasi produk yang cukup banyak	5
3	Fasilitas produksi yang sudah standar	5
4	(sebutkan kekuatan lain yang Anda miliki)	-
5	(sebutkan kekuatan lain yang Anda miliki)	-
Jumlah Skor Strength		15

Beri skor dengan skala 5 (semakin tinggi) sampai 1 (semakin rendah).

No	Weakness (Kelemahan)	Skor
1	Usaha yang jauh dari bahan baku	5
2	Promosi yang masih kurang	3
3	Manajemen perusahaan yang kurang baik	4
4	Serta Keahlian operasional karyawan yang kurang memadai	4
5	(sebutkan kelemahan lain yang Anda miliki)	-
Jumlah Skor Weakness		16

Beri skor dengan skala 5 (semakin tinggi) sampai 1 (semakin rendah).

No	Opportunity (Kesempatan)	Skor
1	Permintaan produk tinggi	5
2	Pesaing dalam Kota Medan yang belum banyak	3
3	Adanya bantuan CSR dari perusahaan khususnya BUMN di Kota Medan	3
4	(sebutkan kesempatan lain yang Anda miliki)	-
5	(sebutkan kesempatan lain yang Anda miliki)	-
Jumlah Skor Opportunity		11

Beri skor dengan skala 5 (semakin tinggi) sampai 1 (semakin rendah).

No	Threat (Ancaman)	Skor
1	<b>Faktor cuaca</b>	2
2	<b>Kebijakan Pemerintah Daerah yang belum optimal</b>	3
3	<b>Kemajuan teknologi digital</b>	3
4	<b>Harga bahan baku yang mahal</b>	2
5	(sebutkan ancaman lain yang Anda miliki)	-
Jumlah Skor Threat		10

## Pedoman Rencana Bisnis & BMC

Setelah semua tabel diatas terisi, pindahkan ke dalam matriks SWOT seperti dibawah ini :

**Tabel Matriks SWOT Batik Azzahra**

	<p><b>Kekuatan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Modal yang sudah cukup memadai</li> <li>Variasi produk yang cukup banyak</li> <li>Fasilitas produksi yang sudah standar</li> </ol>	<p><b>Kelemahan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Usaha yang jauh dari bahan baku</li> <li>Promosi yang masih kurang</li> <li>Manajemen perusahaan yang kurang baik</li> <li>Keahlian operasional karyawan yang kurang memadai.</li> </ol>
<p><b>Peluang</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Permintaan produk,</li> <li>Pesaing dalam Kota Medan yang belum banyak,</li> <li>Adanya bantuan CSR dari perusahaan khususnya BUMN di Kota Medan.</li> </ol>	<p><b>Strategi S-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Mengembangkan pemasaran berbasis internet untuk memperluas pangsa pasar tidak hanya di Kota Medan tetapi juga diluar Kota Medan</li> <li>Memperkenalkan berbagai macam variasi produk dengan membuat hak paten produk dan logo batik Azzahra.</li> <li>Bekerjasama dengan beberapa universitas untuk mengembangkan UMKM berbasis web portal dan pertukaran mahasiswa untuk magang atau PKL (Praktik Kerja Lapangan).</li> </ol>	<p><b>Strategi W-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Perusahaan mencari bahan baku alternatif dikarenakan permintaan bahan baku batik yang meningkat sejalan dengan permintaan produk yang meningkat.</li> <li>Perusahaan mencari pelanggan atau distributor pareto untuk meningkatkan promosi dan penjualan batik Azzahra.</li> <li>Memanfaatkan pelatihan yang diadakan BUMN untuk meningkatkan keterampilan dan keahlian manajemen dan karyawan batik Azzahra.</li> </ol>
<p><b>Ancaman</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Faktor cuaca,</li> <li>Kebijakan Pemerintah Daerah yang belum optimal,</li> <li>Kemajuan teknologi digital,</li> <li>Harga bahan baku yang mahal.</li> </ol>	<p><b>Strategi S-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Menyediakan ruang khusus untuk meminimalisir faktor cuaca (hujan) ketika menjemur kain batik.</li> <li>Merekrut karyawan baru yang ahli dalam bidang IT.</li> </ol>	<p><b>Strategi W-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Bekerjasama dengan Desperindag Kota Yogyakarta agar dapat mendaftarkan karyawannya dalam pelatihan batik.</li> <li>Bergabung dengan lembaga atau wadah industri kecil yang ada di Kota Medan agar pelaku ukm memiliki kesamaan standar untuk dapat bersaing di tingkat yang lebih luas.</li> </ol>

## Pedoman Rencana Bisnis & BMC

---

Rekapitulasi Jumlah Skor :

Jumlah Skor Strength	: 15
Jumlah Skor Weakness	: 16
Jumlah Skor Opportunity	: 11
Jumlah Skor Threat	: 10

Internal : Strength – Weakness

Internal :  $15 - 16 = -1$

Eksternal : Opportunity – Threat

Eksternal :  $11 - 10 = 2$

Maka strategi yang dipilih adalah **WO**

### BUSSINESS MODEL CANVAS

Suatu kerangka kerja yang membahas model bisnis dengan disajikan dalam bentuk visual berupa kanvas lukisan, agar dapat dimengerti dan dipahami dengan mudah. Model ini digunakan untuk menjelaskan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah suatu model bisnis, agar mampu menghasilkan kinerja yang lebih optimal.

BMC dapat digunakan untuk semua lini bisnis tanpa terbatas sektor usahanya. BMC sangat membantu untuk mempercepat proses analisis kekuatan dan kekurangan bisnis. Dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan, maka analisis kebutuhan dan profit dapat dilakukan dengan cepat.

9 elemen yang ada dalam bisnis model canvass adalah :

1. Customer segment :

Elemen pertama yang harus Anda miliki dalam memulai bisnis model kanvas ini adalah menentukan segmen pelanggan mana yang akan menjadi target bisnis.

2. Value proposition :

Ini adalah sekat yang merupakan keunggulan produk, apa saja sesungguhnya poin-poin yang dapat mendatangkan manfaat yang ditawarkan perusahaan bagi *customer segment*-nya. Hal ini menjadi kesempatan bagi Anda untuk menjabarkan kekuatan dan keunggulan yang membedakan bisnis Anda dengan bisnis yang lain.

3. Channels :

Melalui penggunaan *channels* (saluran distribusi) yang tepat, Anda baru bisa menyampaikan *value propositions* kepada *customer segments*. Jadi, cobalah pikirkan *channels* yang ingin Anda gunakan dengan baik.

4. Revenue Stream :

*Revenue stream* merupakan bagian yang paling vital, di mana organisasi memperoleh pendapatan dari pelanggan. Elemen ini harus dikelola semaksimal mungkin untuk meningkatkan pendapatan bisnis. Jangan sampai ada bahan baku, produk, atau kinerja yang tidak dimanfaatkan secara maksimal.

5. Key Resources :

*Key resource* adalah sekat dalam bisnis model kanvas yang berisikan daftar sumber daya yang sebaiknya direncanakan dan dimiliki perusahaan untuk mewujudkan *value proposition* mereka. Semua jenis sumber daya, mulai dari pengelolaan bahan baku, penataan sumber daya manusia, dan penataan proses operasional menjadi perhatian dalam membuat model bisnis.

6. Customer Relationship :

Ini merupakan elemen di mana perusahaan menjalin ikatan dengan pelanggannya. Perlu pengawasan yang ketat dan intensif agar pelanggan tidak mudah berpaling ke bisnis yang lain hanya karena jalinan hubungan yang kurang baik.

7. Key Activities :

*Key activities* adalah semua aktivitas yang berhubungan dengan produktivitas bisnis yang berkaitan dengan sebuah produk, di mana kegiatan utamanya adalah menghasilkan proposisi nilai.

8. Key Partnership :

Elemen ini berfungsi untuk pengorganisasian aliran suatu barang atau layanan lainnya. Posisi-posisi *partner* kunci tersebut bermanfaat untuk efisiensi dan efektivitas dari *key activities* yang telah dibuat. Tak ada salahnya menjalin hubungan baik untuk menciptakan siklus bisnis sesuai dengan ekspektasi.

9. Cost Structure :

Elemen terakhir yang tak kalah pentingnya dengan kedelapan elemen lainnya adalah struktur pembiayaan bisnis. Mengelola biaya secara efisien akan membuat bisnis yang dijalani menjadi lebih hemat dan bisa meminimalkan risiko kerugian. Hal ini juga dapat menentukan proposisi nilai yang tepat untuk pelanggan.

Berikut ini adalah contoh “**Bussiness Model Canvas**” dari **Bisnis Lele** :

## Pedoman Rencana Bisnis & BMC

