

SISTEMATIKA PENULISAN PROPOSAL *BUSSINES PLAN*

1. Halaman Judul

2. Ringkasan Ekstusif

Berisi penjelasan singkat terhadap *business plan* secara keseluruhan, serta alasan umum mengapa memutuskan memilih *business plan* tersebut.

3. ISI

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mencakup penjabaran mengenai alasan mengenai pembuatan bisnis dan dasar yang digunakan dalam pembuatan bisnis

1.2 Visi dan Misi

Visi dan Misi Perusahaan Merupakan penjelasan mengenai visi dan misi perusahaan dalam jangk pendek, maupun jangka panjang

1.3 Struktur Organisasi

Merupakan susunan organisasi inti dari perusahaan tersebut, serta deskripsi tugas di setiap tingkat organisasi.

BAB II ANALISIS PRODUKSI

2.1 Proses Produksi

Merupakan penjelasan mengenai proses produksi dari produk ataupun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Dalam hal ini, proses produksi juga meliputi jumlah produksi di setiap periode, perlengkapan, serta metode yang digunakan.

2.2 SUPPLIER

Merupakan informasi perusahaan supplier atau partner yang dibutuhkan dalam melakukan proses produksi di perusahaan tersebut.

BAB III ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

3.1 Gambaran Pasar

Penjabaran mengenai gambaran pasar yang akan dituju oleh produk atau pun jasa yang dihasilkan.

3.2 Analisis SWOT

Penggambaran mengenai gambaran pasar yang akan dituju oleh produk atau pun jasa yang dihasilkan

3.3 Segmentasi dan Target Pasar

Merupakan penjelasan mengenai segmentasi serta target pasar yang akan dituju untuk memasarkan produk atau jasa yang akan dipasarkan

3.4 Strategi Pemasaran

Merupakan penjelasan mengenai strategi yang akan digunakan untuk

mencapai target pasar

3.5 Analisis Pesaing

Merupakan analisis yang dilakukan dalam melihat pesaing ditarget pasar dengan jenis produk atau pun jasa yang sama

BAB IV ANALISIS SUMBER DAYA MANUSIA

4.1 Gambaran Kebutuhan SDM

Merupakan penjelasan tentang SDM yang dibutuhkan dalam keseluruhan proses di perusahaan

4.2 Pengembangan SDM

Penjelasan mengenai kebutuhan pengembangan SDM di perusahaan untuk jangka waktu pendek maupun panjang

4.3 Rencana Pengembangan Usaha

Penjelasan mengenai kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mengembangkan usahanya ke arah yang positif di masa yang akan datang.

4.4 Analisis Keuangan (sumber modal)

Merupakan penjelasan mengenai sumber pendanaan yang akan digunakan dalam menjalankan bisnis yang bersangkutan

4.5 Rencana Arus Kas

Merupakan penggambaran mengenai rencana arus kas dengan asumsi-asumsi yang rasional

BAB V PENUTUP

5.1 Lampiran

Lampiran meliputi hal-hal yang dirasa perlu untuk dilampirkan, seperti product design, stand design, data-data statistik, dan sebagainya

PROPOSAL USAHA



“ M Y C H O C O ”

DISUSUN OLEH :

**AHMAD
FARIS
ZETSU**

**ST120150078
ST120150079
ST120150077**

**SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
STMIK WIDYA UTAMA
2018**

R I N G K A S A N E K S L U S I F

Tujuan dari Business plan ini adalah untuk mengembangkan dana sebesar 9.000.000 rupiah ke dalam sebuah bisnis minuman coklat yang berlokasi di bogor. My Choco (“nama bisnis ini”) berbentuk stand minuman yang menjual berbagai minuman unik dengan bahan dasar coklat. Usaha ini didirikan oleh Ahmad, Faris dan Zetsu.

(Ringkasan eksklusif berisi penjelasan singkat terhadap bussines plan secara keseluruhan, serta alasan umum mengapa memutuskan memilih bussines plan tersebut)

DAFTAR ISI

PROPOSAL USAHA	i
RINGKASAN EKSLUSIF	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Visi dan Misi.....	1
1.3 Struktur Organisasi	2
BAB 2 ANALISIS PRODUKSI	3
2.1 Proses Produksi.....	3
2.2 SUPPLIER	6
BAB 3 ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN	7
3.1 Gambaran Pasar	7
3.2 Analisis SWOT	7
3.3 Segmentasi dan Target Pasar	8
3.4 Strategi Pemasaran.....	8
3.5 Analisis Pesaing	9
BAB 4 ANALISIS SUMBER DAYA MANUSIA	10
4.1 Gambaran Kebutuhan SDM	10
4.2 Pengembangan SDM	10
4.3 Rencana Pengembangan Usaha	11
4.4. Analisis Keuangan (sumber modal).....	12
4.5 Rencana Arus Kas.....	12
BAB 5 PENUTUP	15
5.1 Lampiran	15

B A B I

P E N D A H U L U A N

1.1 Latar Belakang

(Mencakup penjabaran mengenai alasan mengenai pembuatan bisnis dan dasar yang digunakan dalam pembuatan bisnis)

Contoh :

Indonesia adalah negara beriklim tropis yang berarti cuaca panas menjadi hal biasa bagi masyarakat Indonesia. Mungkin hal tersebutlah yang menjadi sebab lahirnya berbagai jenis minuman khas Indonesia. Bahkan minuman – minuman tersebut menjadi bisnis yang sangat bisa diperhitungkan. Kita dapat lihat di sebagian daerah di Indonesia, *stand* minuman seperti Jus buah, sup buah, es buah, cendol dan lain sebagainya sudah begitu lumrah di masyarakat kita. Bisnis tersebut terus bertahan bahkan berkembang sampai sekarang karena memang didukung *needs* dan *wants* dari masyarakat Indonesia yang tinggal di daerah tropis ini, tak terkecuali di Kota Bogor. Dengan keadaan tersebut kami mencoba menangkap kesempatan yang sama tapi dengan produk berbeda. Disini kami akan mencoba untuk menyalurkan *interest* kami tentang cokelat menjadi sebuah produk minuman cokelat (*chocolate drink*) dan menyuguhkannya ke konsumen. Ditambah dengan selera masyarakat yang pada umumnya menyukai rasa cokelat, kami berharap hal-hal tersebut menjadi efek pengganda bagi bisnis kami ini.

1.2 Visi dan Misi

(Merupakan penjelasan mengenai visi dan misi perusahaan dalam jangka pendek, maupun jangka panjang)

Contoh :

Visi :

Menjadi bisnis yang bisa menyajikan kebahagiaan dari secangkir minuman coklat.

Misi :

1. Menciptakan sebuah minuman cokelat dengan berbagai variasi unik dan menarik.
2. Mengusahakan segmentasi yang lebih merakyat dengan penentuan harga yang lebih terjangkau.

3. Melestarikan Minuman Cokelat sebagai bagian dari budaya masyarakat lokal.

1.3 Struktur Organisasi

(Merupakan susunan organisasi inti dari perusahaan tersebut, serta deskripsi tugas di setiap tingkat organisasi, dapat dijabarkan melalui bagan)

Contoh :

Usaha ini akan dijalankan team management cokelat, sebagai berikut :

- a. Ketua (+ Manajer Keuangan) : Faris Azzam Shiddiqi
- b. Manajer Produksi : Zuhairi Su'ud
- c. Manajer Pemasaran (+ Manajer operasional) : Ahmad Khoirudin

Job Description :

Ketua

- Penanggung Jawab umum perusahaan
- Membuat keputusan
- Memelihara kelancaran & kualitas manajemen organisasi

Manajer Keuangan

- Mencatat transaksi keuangan
- Memproses data transaksi keuangan menjadi sebuah informasi (laporan keuangan)
- Mengkomunikasikan laporan keuangan kepada pihak terkait

Manajer Produksi

- Mengembangkan produk
- Menjaga kualitas produk
- Melatih pegawai untuk membuat produk yang berkualitas

Manajer Pemasaran

- Mengimplementasikan strategi pemasaran
- Mengatur kegiatan sales
- Melakukan promosi
- Menjaga hubungan dengan konsumen

Manajer Operasional

- Mengatur perlengkapan dan jalannya usaha

BAB 2 ANALISIS PRODUKSI

2.1 Proses Produksi

Penjelasan mengenai proses produksi dari produk ataupun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Dalam hal ini juga meliputi jumlah produksi di setiap periode, perlengkapan, serta metode yang digunakan.

Contoh :

Produk minuman coklat kami adalah berbentuk blend sehingga dalam proses pembuatan membutuhkan proses *mix* di blender. Campurannya adalah berupa buah – buahan seperti pisang dan strawberi , roti, biskuit, dan lain-lain.

Secara garis besar produk kami diproses dengan tujuh langkah sederhana berikut :

1. Penyeduhan coklat
2. Penambahan pengental seperti es batu, selai kacang atau yoghurt
3. Penambahan *add material* (campuran utama)
4. Penambahan es batu
5. *Mixing* dengan blender
6. Penambahan topping
7. Packing

Dalam proses produksi fasilitas dan perlengkapan yang kami butuhkan adalah :

1. Tempat 2 x 2 meter
2. Gerobak dan perlengkapannya
3. Blender
4. Listrik
5. Air
6. Ketel listrik
7. Kursi
8. Termos
9. Keranjang
10. Tenaga karyawan

Biaya Operasional (dalam rupiah)

Gerobak (+Dekor +lampu +Terminal)	2.000.000
Ketel Listrik	250.000
Galon (+air +Pompa)	50.000
Blender	250.000
Termos air panas	150.000
Termos es batu	100.000
Packing (gelas, sedotan, plastik, stiker)	900.000
Keranjang (tempat bahan baku)	50.000
Kursi 3 buah	90.000
Gaji Pegawai	450.000
Seragam	100.000
Sewa tempat / bulan	350.000

Pam flet x 25 lem bar	50.000
Banner (1x1) 2 buah	60.000
Total	4.790.000

Biaya Bahan Baku

A. Level 1 Chocolate (Rp. 5000)

Cokelat bubuk	1000
Add material	1200
Packing	800
Total / cup	3000

B. Level 2 Chocolate (Rp. 7000)

Cokelat bubuk	1000
Add material	2200
Packing	800
Total / cup	4000

C. Level 3 Chocolate (Rp. 9000)

Cokelat bubuk	1000
Add material	4200
Packing	800
Total / cup	6000

Total biaya bahan baku perbulan menjadi :

Level 1 x 15 cup x 30 hari	1.350.000
Level 2 x 10 cup x 30 hari	1.200.000
Level 3 x 5 cup x 30 hari	900.000
Total Biaya / Bulan	3.450.000

(Biaya Operasional & Biaya Pemasaran awal + Biaya bahan baku) = 4,79 + 3,45 = **8,24 jt**

2.2 SUPPLIER

Untuk bahan dasar, yaitu bubuk minuman coklat, kami menyuplai dari perusahaan BT Cocoa, atau dengan nama asli Bumitangerang Mesindotama. BT Cocoa didirikan pada tahun 1993. Pada tahun 2000 BT cocoa fokus dalam produksi produk coklat salah satunya adalah minuman coklat. Sedangkan untuk bahan lainnya kami akan menyuplai dari pasar lokal di sekitar Kecamatan Babakan Madang, Bogor. Untuk jauh kedepannya kami berencana akan mencoba untuk memproses sendiri coklatnya sehingga bisa memangkas biaya produksi.

B A B 3
A N A L I S I S P A S A R D A N P E M A S A R A N

3.1 Gambaran Pasar

(Penjabaran mengenai gambaran pasar yang akan dituju oleh produk atau pun jasa yang dihasilkan)

Contoh :

Pasar utama kami adalah semua orang yang menyukai rasa coklat, yang menginginkan manfaat coklat, ataupun sekedar ingin melepaskan dahaga.

3.2 Analisis SWOT

(Penggambaran mengenai gambaran pasar yang akan dituju oleh produk atau pun jasa yang dihasilkan)

Contoh:

Strength

1. Persaingan yang masih sedikit dalam pasar
2. Segmentasi pasar yang luas
3. Konsep produk yang unik
4. Manfaat khas dari coklat

Weakness

1. Kekurang-kenalan masyarakat terhadap minuman coklat
2. Keterbatasan supplier bahan baku
3. Kurangnya pengalaman

Opportunity

1. Melestarikan minuman coklat dalam masyarakat
2. Menjadi primadona dalam bisnis minuman coklat
3. Mengembangkan bisnis dalam bentuk franchise

Threat

1. Potensi Munculnya bisnis baru yang sama
2. Potensi berkembangnya bisnis yang sama yang sudah ada

3.3 Segmentasi dan Target Pasar

Contoh:

Kami mengusahakan segmentasi pasar kami seluas mungkin. Pertama, karena sifat dari minuman itu sendiri yang dibutuhkan oleh setiap orang. Kedua, karena hampir semua orang menyukai rasa coklat. Tetapi, kami memperkirakan pembeli potensial terbanyak adalah golongan usia remaja ke bawah. Secara garis besar kami menciptakan dan menjual produk yang bersifat merakyat alias terjangkau. Tetap kami juga menyediakan satu atau beberapa varian produk yang berkualitas tinggi (dan dengan harga lebih tinggi tentunya). Tingkatan kualitas tersebut (dari bawah ke atas) kami bagi dalam beberapa level, yaitu 1 – 3, dengan harapan menjadi nilai positif bagi efek psikologis ke konsumen.

Singkatnya profil pelanggan kami adalah sebagai berikut :

Rata – rata umur	5 – 45 Tahun
Pendapatan	Menengah ke Bawah
Lokasi geografis	Kecamatan Babakan Madang (Sentul, Bogor) dan sekitarnya
Alasan Membeli	Menyukai rasa coklat, menginginkan manfaat coklat, atau sekedar menghilangkan dahaga

3.4 Strategi Pemasaran

Contoh :

Dalam mengusahakan agar produk sampai ke tangan konsumen kami menyusun strategi pemasaran sebagai berikut:

1. Membuat dan membuka stand yang *eye catching*.

2. Menyebarkan Pamflet
3. Mengiklankan di Dunia maya
4. Promosi pada waktu pembukaan dengan membagikan minuman gratis

Pada periode awal bisnis ini, kami mencoba menjadikan mahasiswa, khususnya mahasiswa STM IK Widya Utama, menjadi basis pelanggan tetap kami dengan memanfaatkan identitas dan relasi kami sebagai mahasiswa.

3.5 Analisis Pesaing

Contoh:

Dilihat lokasinya, target pasar kami belum ada yang menjalankan usaha dalam jenis yang sama dengan yang akan kami jalankan. Tetapi dalam bidang yang sama, yaitu bidang minuman, disana sudah ada usaha seperti es buah, sop buah, es kelapa, es cendol dan lain-lain. Sedangkan usaha di bidang dan jenis yang sama –walaupun belum ada di lokasi target pasar kami- sudah mulai banyak bermunculan, baik berupa franchise maupun bukan. Beberapa nama pesaing potensial yang sudah mulai terkenal dalam bidang penjualan minuman cokelat adalah :

1. Pasco Franchise
2. Choco Rich

B A B 4

A N A L I S I S S U M B E R D A Y A M A N U S I A

4.1 Gambaran Kebutuhan SDM

(Merupakan penjelasan tentang SDM yang dibutuhkan dalam keseluruhan proses di perusahaan)

C o n t o h :

Kami membagi SDM menjadi 4 fungsi dalam memenuhi kebutuhan SDM, yaitu :

1. Bagian Produksi, yaitu yang mengembangkan dan menjaga kualitas produksi.
2. Bagian Operasional, yang mengurus perlengkapan dan jalannya usaha sehari-hari.
3. Bagian Sales, mengurus penjualan produk sehari-hari, termasuk membuatnya.
4. Bagian keuangan, mencatat dan mengkomunikasikan laporan keuangan.

4.2 Pengembangan SDM

(Penjelasan mengenai kebutuhan pengembangan SDM di perusahaan untuk jangka waktu pendek maupun panjang)

C o n t o h :

Rencana Pengembangan SDM akan kami implementasikan pada 2 titik waktu, yaitu :

1. Pada awal perekrutan sales untuk stand awal kami. Pengembangannya meliputi strategi marketing dan membuat produk
2. Pada pembukaan cabang atau franchise. Pengembangannya adalah pelatihan untuk semua bagian SDM, yaitu produksi, operasional, keuangan, dan sales.

4.3 Rencana Pengembangan Usaha

(Penjelasan mengenai kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mengembangkan usahanya ke arah yang positif di masa yang akan datang)

Contoh :

Bisnis plan cafe

1. Aktivitas dan Penjadwalan

Satu periode akuntansi kami adalah sebulan atau setara dengan 30 hari. Adapun kegiatan-kegiatan kami bila dibagi berdasarkan waktu adalah sebagai berikut :

1. Satu hari (setiap hari)

1. Penjualan (7 hari dalam seminggu)

2. Pencatatan keuangan

2. Seminggu

1. Evaluasi operasional

2. Pemenuhan suplai

3. Sebulan

1. Pembentukan laporan keuangan bulanan

2. Evaluasi perform a bisnis

4. Setahun

1. Pembentukan laporan keuangan tahunan

2. Evaluasi perform a bisnis

4.4. Analisis Keuangan (sumber modal)

(Merupakan penjelasan mengenai sumber pendanaan yang akan digunakan dalam menjalankan bisnis yang bersangkutan)

Contoh :

Kami akan menerima modal baik berupa pinjaman atau investasi dari :

1. Milik sendiri
2. Keluarga
3. Teman / Kenalan
4. Lembaga keuangan
5. Hadiah kompetisi business plan DINAR Tazkia

Kami membutuhkan modal awal sebesar Rp 8.500.000 untuk kegiatan operasional, pemasaran, dan bahan baku.

4.5 Rencana Arus Kas

(Merupakan penggambaran mengenai rencana arus kas dengan asumsi-asumsi yang rasional)

Contoh :

Total Biaya Awal

(Biaya Operasional & Biaya Pemasaran awal + Biaya bahan baku) = 4,79 + 3,45 = 8,24

jt. Jika ternyata terdapat sisa dari investasi awal maka akan dialokasikan ke biaya cadangan

Biaya per Bulan

A. Fixed cost	
Sewa Tempat	350.000
Gaji Pegawai	450.000
Total Fixed Cost	800.000

B. Variable Cost

Level 1 x 15 cup x 30 hari	1.350.000
Level 2 x 10 cup x 30 hari	1.200.000
Level 3 x 5 cup x 30 hari	900.000
Total / Bulan	3.450.000

Jadi total cost per bulan : FC + VC = 3450000 + 800000 = 4250000

Analisis Break Even Point

Investasi Awal : 8,5 juta

Total Revenue per bulan

Level 1 (Rp. 5000) x 15 cup x 30 hari	2.250.000
Level 2 (Rp. 7000) x 10 cup x 30 hari	2.100.000
Level 3 (Rp. 9.000) x 5 cup x 30 hari	1.350.000
Total / Bulan	5.700.000

Net Income = R - TC = 5.700.000 - 4.250.000 = 1.450.000

Net pada awal bulan (pembukaan)

Investasi Awal (total cost bulan pertama)	8.500.000
Penjualan bulan awal	5.700.000
Net Loss periode awal (biaya - penjualan)	2.800.000

Net Loss periode awal = Sisa Investasi Awal

Break Even Point (balik modal)

$$BEP = (\text{Sisa Investasi Awal} / \text{Net Income per bulan}) + 1$$

$$= (2.800.000 / 1.450.000) + 1 = 2,93$$

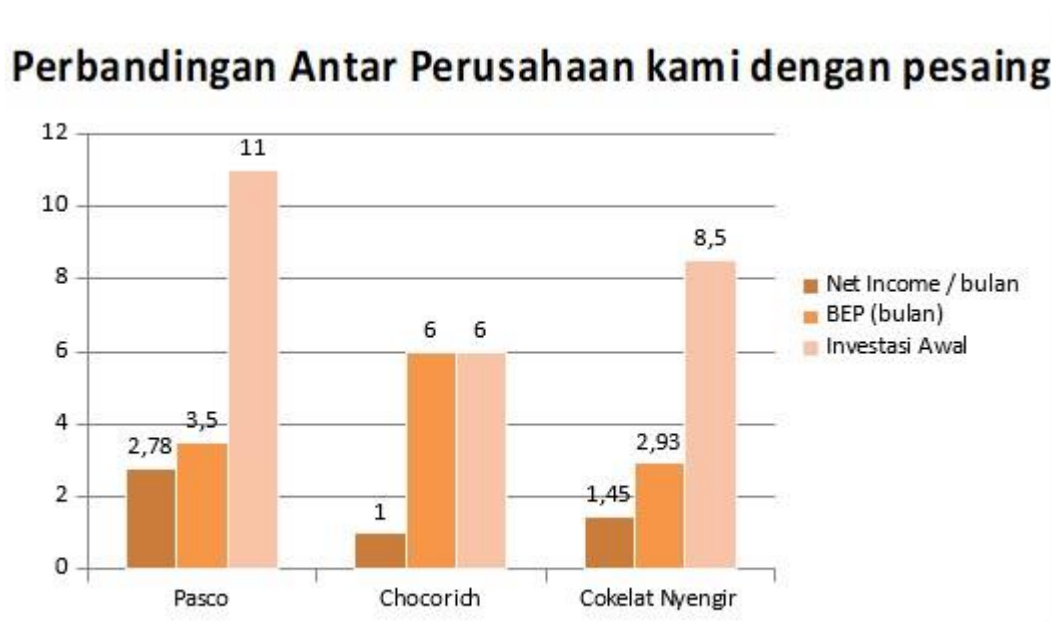
Berarti waktu untuk balik modal sekitar 2 - 3 bulan

B A B 5
P E N U T U P

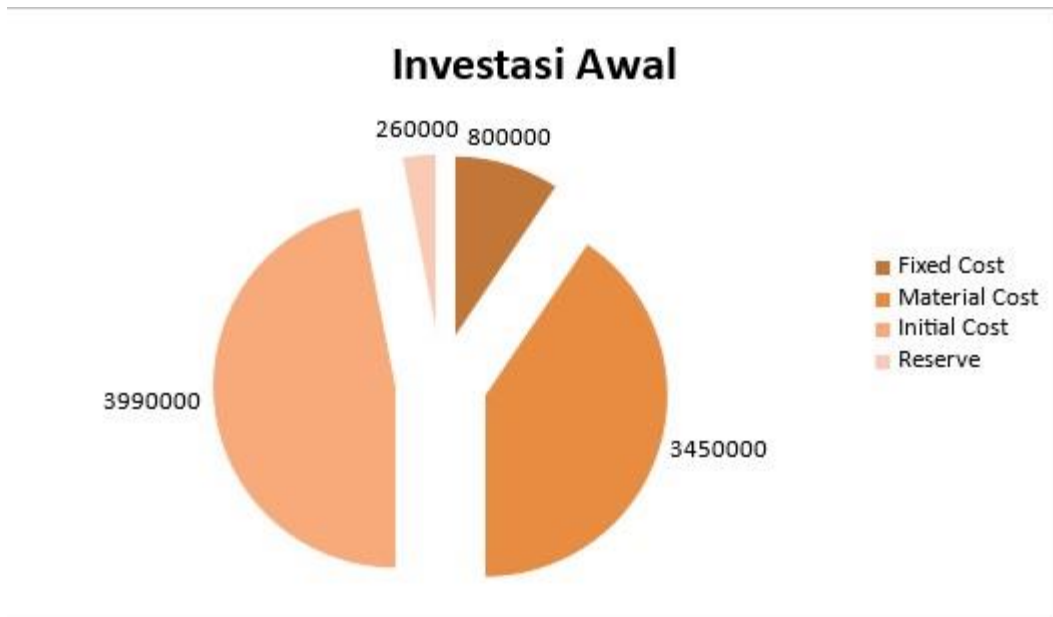
5.1 L a m p i r a n

(Lampiran meliputi hal-hal yang dirasa perlu untuk dilampirkan, seperti product design, foto product, dll)

L a m p i r a n



Grafik 1 – Perbandingan dengan pesaing



Grafik 2 – Investasi Awal



Grafik 3 – Rincian Keuangan



Gambar 1. Foto Produk My Choco