

## PERTEMUAN KE : 4

# Analisis Kelayakan Bisnis dan Rencana Bisnis

Tujuan Umum : Mahasiswa memahami analisis kelayakan bisnis dan rencana bisnis

Tujuan Khusus : Setelah menyelesaikan Bab ini mahasiswa dapat memahami

- Pengertian dan manfaat analisis kelayakan bisnis.
- Manfaat rencana bisnis.
- Elemen rencana bisnis.
- Format rencana bisnis.
- Presentasi rencana bisnis.
- Bagaimana investor dan kreditur menilai rencana bisnis.

# LIPUTAN BISNIS



Sumber gambar : [www.mobile-cuisine.com](http://www.mobile-cuisine.com)

## Gaet Investor dengan "Business Plan Online"

KOMPAS.com - MEKAR Entrepreneur Network, unit bisnis dari Putera Sampoerna Foundation berupaya menaikkan kelas para wirausahawan muda Indonesia. MEKAR menjembatani wirausahawan agar bisa bertemu dengan angel investor. Salah satu caranya adalah menampilkan [business plan melalui website MEKAR](#), agar wirausahawan bisa "menjual" bisnisnya, dan angel investor bisa memilih usaha mana yang sesuai dan bisa didukungnya.

Charles Nagy, Direktur MEKAR, menjelaskan dalam business plan harus tertulis dengan jelas kebutuhan dana yang diperlukan usaha tersebut. Termasuk dana pribadi yang ditanamkan dalam rencana bisnis tersebut. Tuliskan dengan jelas catatan penjualan, keuntungan, dari bisnis tersebut. Termasuk juga jumlah karyawan, dan jumlah utang jika memang ada utang yang harus dibayarkan oleh bisnis tersebut. "Masukkan kontribusi dana dari pribadi untuk usaha tersebut. Ini menunjukkan keseriusan Anda dalam berbisnis," kata Nagy dalam acara diskusi media di Jakarta.

### Cara praktis

Jika bingung bagaimana cara menuliskan business plan yang baik, MEKAR memfasilitasi wirausahawan untuk membuatnya lebih praktis melalui template yang sudah disiapkan. Sebelumnya, daftarkan diri Anda dalam keanggotaan komunitas online MEKAR tanpa dipungut biaya. Selanjutnya Anda bisa mempromosikan business plan melalui MEKAR.

"Ada beberapa pilihan yang disediakan melalui website MEKAR. Jadi bisa membuat business plan dengan menggunakan template yang sudah ada, bisa juga mengirimkan business plan buatan sendiri ke MEKAR untuk ditampilkan di website guna menarik investor," jelas Nagy.

### Posting

Business plan dari wirausahawan bisa didaftarkan gratis melalui website MEKAR. Namun untuk mempostingnya agar investor bisa melihat dan memilih, dibutuhkan biaya Rp 1 juta untuk posting business plan melalui MEKAR.

*Penyaringan*

"Ada 11 area yang diperhatikan MEKAR dalam menyaring business plan yang dikirimkan wirausahawan. Di antaranya rencana keuangannya, keunikan produknya, pengalaman berbisnis, keuntungan dan penjualan bisnisnya, serta sejumlah faktor lain," kata Nagy menambahkan, sebaiknya jangan terlalu kompleks dalam membuat business plan.

MEKAR akan melakukan penyaringan atas business plan yang didaftarkan. Bahkan MEKAR akan memberikan saran dan rekomendasi untuk memperbaiki business plan yang dinilai kurang "menjual", dengan ketentuan tertentu.

*Coaching*

Fasilitas lain yang juga disediakan MEKAR adalah coaching membuat business plan yang baik. "MEKAR membuka kesempatan kepada

wirausahawan untuk mengikuti coaching business plan dengan biaya Rp 2 juta," tuturnya.

*Pitching*

Buat business plan yang jelas. Apalagi jika wirausahawan merepresentasikan business plan di pitching forum yang digelar rutin oleh MEKAR dengan mempertemukan wirausahawan dengan angel investor. Melalui pitching forum ini, wirausahawan berkesempatan mempresentasikan usahanya dalam waktu tiga menit di hadapan para angel investor. Agar bisa menguasai forum dalam waktu singkat, MEKAR juga menyediakan jasa coaching pitching kepada wirausahawan.

Pendaftaran anggota MEKAR:

<http://www.mekar.biz/join>

Penulis : Wardah Fazriyati

Editor :

Wawa

## Pendahuluan

Dalam ilmu manajemen, penyusunan rencana bisnis (*business plan*) merupakan bagian dari perencanaan bisnis. Hal tersebut merupakan aspek fundamental dari proses manajemen yang efektif. Perencanaan bisnis merupakan pekerjaan yang harus segera dilaksanakan dan menjadi komitmen bersama. Sebelum rencana bisnis disusun, wirausaha terlebih dahulu melaksanakan analisis kelayakan bisnis, untuk memastikan apakah bisnis yang akan dijalankan dapat berkembang dan sukses. Analisis kelayakan bisnis dan penyusunan rencana bisnis merupakan dua hal yang berkaitan dan menjadi salah satu faktor krusial yang menentukan keberhasilan usaha.

## Pengertian dan Manfaat Analisis Kelayakan Bisnis

Analisis kelayakan bisnis adalah proses yang menentukan apakah ide bisnis wirausaha dapat menjadi bisnis yang sukses (Barringer dan Ireland, 2008; Scarborough, Wilson, Zimmerer, 2009). Manfaatnya adalah untuk menentukan apakah ide bisnis wirausaha, jika hendak direalisasikan akan menjadi bisnis yang sukses. Bila berdasarkan analisis kelayakan bisnis, ide tersebut dinyatakan tidak layak untuk dikembangkan, maka wirausaha sepatutnya mengesampingkan ide bisnis tersebut dan mencari ide bisnis lain.

Analisis kelayakan bisnis dapat dikaji dari empat aspek utama yaitu produk dan jasa, industri dan pasar, organisasi dan keuangan.

### Analisis Kelayakan Produk

Analisis ini dilakukan untuk menilai seluruh tampilan produk yang akan dikembangkan. Analisis ini juga untuk menentukan daya tarik ide suatu produk bagi calon pelanggan dan mengidentifikasi berbagai sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk tersebut (Scarborough et al, 2009).

### Analisis Kelayakan Industri dan Pasar

Analisis ini dilakukan untuk menilai seluruh tampilan pasar untuk produk yang akan dikembangkan. Terdapat tiga aspek yang dikaji, yaitu: kemenarikan industri, ketepatan waktu pasar dan identifikasi ceruk pasar (Barringer dan Ireland, 2008).

### Analisis Kelayakan Organisasi

Analisis ini dilakukan untuk menentukan apakah bisnis yang akan dijalankan memiliki cukup keahlian manajemen, kompetensi organisasi dan sumber daya untuk meluncurkan bisnis secara sukses. Ada dua aspek utama dalam analisis ini yaitu kecakapan manajemen dan kecukupan sumber daya (Barringer dan Ireland, 2008).

Analisis ini merupakan tahap terakhir dari analisis kelayakan secara keseluruhan. Aspek yang dikaji dalam analisis ini adalah uang kas yang dibutuhkan untuk memulai bisnis, kinerja

keuangan dari bisnis serupa dan kemenarikan keuangan secara menyeluruh dari bisnis yang akan dikembangkan (Barringer dan Ireland, 2008).

### Pengertian Rencana Bisnis

Rencana bisnis adalah dokumen tertulis yang berisi deskripsi mengenai segala aspek internal dan eksternal ketika wirausaha hendak memulai bisnis baru. Tidak tertutup kemungkinan rencana bisnis disusun oleh wirausaha ketika hendak mengembangkan bisnis yang telah dijalankan.

### Manfaat Rencana Bisnis

Manfaat rencana bisnis dapat ditinjau dari aspek wirausaha dan investor. Bagi wirausaha rencana bisnis memiliki manfaat sebagai berikut (Frederick, Kuratko, Hodgetts, 2006):

1. Rencana bisnis sebagai pendorong wirausaha untuk melihat usahanya secara kritis dan objektif. Hal ini terkait dengan waktu, usaha, riset dan disiplin yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha.
2. Analisis persaingan, ekonomi dan keuangan yang terdapat dalam rencana bisnis, menempatkan wirausaha untuk teliti dan berhati-hati mengenai asumsi kesuksesan usahanya.
3. Seluruh aspek harus dimuat di dalam rencana bisnis, mengharuskan wirausaha mengembangkan dan menentukan strategi operasi dan hasil yang diharapkan untuk penilai luar.
4. Rencana bisnis mengkuantifikasikan sasaran, menyediakan *benchmark* yang dapat diukur untuk membandingkan hasil *forecast* dengan hasil aktual.
5. Rencana bisnis yang lengkap menyediakan wirausaha alat komunikasi untuk sumber dana dari luar

Bagi pemilik dana, rencana bisnis memiliki manfaat sebagai berikut (Frederick, Kuratko, Hodgetts, 2006):

1. Menyediakan secara rinci potensi pasar dan rencana untuk mengamankan bagian pasar.
2. Mengilustrasikan kemampuan usaha untuk memenuhi kewajiban utang dan pengembalian atas ekuitas (*ROE/Return on Equity*) yang cukup.

3. Mengidentifikasi risiko kritis dan peristiwa krusial dengan diskusi mengenai rencana kontingensi yang menyediakan kesempatan untuk keberhasilan usaha.
4. Rencana bisnis memberikan kepada pemilik dana dokumen yang jelas dan lengkap, yang memuat informasi yang dibutuhkan untuk evaluasi bisnis dan keuangan dengan menyediakan uraian yang lengkap
5. Bagi pemilik dana yang tidak memiliki pengetahuan terhadap wirausaha, rencana bisnis menyediakan panduan yang berguna untuk menilai kemampuan perencanaan dan manajerial wirausaha.

### Elemen dan Format Rencana Bisnis

Terdapat lima unsur yang harus diperhatikan dalam menyusun rencana bisnis yaitu (Frederick et al, 2006):

1. Tampilan.

Tampilan luar dari rencana bisnis harus benar-benar meyakinkan dan memberikan kesan kredibel dan profesional.

2. Panjang.

Panjang rencana bisnis tidak lebih dari 50 halaman kertas ukuran A-4 yang memuat deskripsi bisnis secara lengkap dan akurat.

3. Sampul dan halaman judul.

Halaman sampul mencantumkan nama perusahaan, alamat, nomor telepon dan bulan-tahun rencana bisnis ini dibuat. Halaman judul juga memuat hal yang sama, pengulangan dari sampul.

4. Ringkasan eksekutif.

Ringkasan eksekutif memuat ringkasan rencana bisnis. Panjang ringkasan eksekutif dua sampai tiga halaman yang mendeskripsikan secara singkat dan padat rencana bisnis yang akan dijalankan.

5. Tabel.

Uraian berupa tabel akan membuat penjelasan di dalam rencana bisnis menjadi lebih menarik dan sistematis. Tampilan tabel juga akan membuat uraian lebih mudah dimengerti.

Komponen-komponen di dalam rencana bisnis adalah sebagai berikut (Scarborough et al, 2009):

I. Ringkasan Eksekutif (tidak lebih dari tiga halaman)

- A. Nama, alamat, dan nomor telepon perusahaan.
- B. Nama, alamat dan nomor telepon seluruh orang penting dalam perusahaan.
- C. Uraian singkat mengenai perusahaan, produk dan jasa.
- D. Uraian singkat mengenai pasar bagi produk dan jasa.
- E. Uraian singkat mengenai strategi yang akan mengantarkan perusahaan menuju kesuksesan.
- F. Uraian singkat mengenai pengalaman manajemen dan pengalaman teknis orang-orang penting di perusahaan.
- G. Pernyataan singkat mengenai kebutuhan dana dan cara penggunaannya.
- H. Bagan dan tabel yang memperlihatkan pokok-pokok perkiraan keuangan.

II. Pernyataan Visi dan Misi

- A. Visi wirausaha terhadap perusahaan.
- B. Penjelasan mengenai bidang bisnis yang digeluti perusahaan.
- C. Nilai-nilai dan prinsip yang dianut perusahaan.
- D. Penjelasan mengenai keunikan perusahaan dan keunggulan kompetitifnya.

III. Sejarah Perusahaan (hanya untuk bisnis yang telah berjalan)

- A. Pendiri perusahaan.
- B. Pokok-pokok mengenai keuangan dan operasional.
- C. Prestasi yang telah dicapai.

IV. Profil Bisnis dan Industri

- A. Analisis Industri.
  - 1. Latar belakang dan tinjauan industri.

2. Tren yang penting.
  3. Tingkat pertumbuhan.
  4. Faktor kunci kesuksesan dalam industri.
- B. Pandangan untuk tahap-tahap pertumbuhan di masa depan (awal, tumbuh dan dewasa).
- C. Sasaran dan tujuan perusahaan.
1. Pemasaran.
  2. Operasional.
  3. Keuangan.
  4. Lain-lain.

#### V. Strategi Bisnis

- A. Citra dan posisi yang diinginkan di pasar.
- B. Analisis SWOT.
- C. Problem yang berpotensi muncul.
- D. Hambatan dan risiko.
- E. Perencanaan kontingensi yaitu perencanaan yang memuat tindakan alternatif untuk mengantisipasi kondisi yang di luar perkiraan.
- F. Strategi kompetitif (kepemimpinan biaya, diferensiasi, fokus).

#### VI. Produk dan Jasa Perusahaan

- A. Deskripsi.
  1. Ciri-ciri produk dan jasa.
  2. Manfaat untuk pelanggan.
  3. Jaminan.
  4. Keunikan.
- B. Perlindungan hak paten atau merek dagang.
- C. Uraian mengenai proses produksi (bila memungkinkan).
  1. Bahan baku.
  2. Biaya.



- 3. Pemasok utama.
- D. Penawaran produk atau jasa di masa yang akan datang.

## VII. Strategi Pemasaran

- A. Target pasar.
  - 1. Profil demografis lengkap.
  - 2. Karakteristik pelanggan yang penting.
- B. Motivasi pelanggan untuk membeli.
- C. Ukuran dan tren pasar.
  - 1. Ukuran pasar (berapa besarnya).
  - 2. Apakah pasar membesar atau menyusut dan seberapa cepat.
- D. Periklanan dan promosi.
  - 1. Media yang digunakan.
  - 2. Biaya media.
  - 3. Frekuensi penggunaan.
  - 4. Rencana untuk membuat publisitas.
- E. Penetapan harga.
  - 1. Struktur biaya.
    - a. Tetap.
    - b. Tidak tetap.
  - 2. Citra yang diinginkan di pasar.
  - 3. Perbandingan terhadap harga-harga pesaing.
- F. Strategi distribusi.
  - 1. Saluran distribusi yang akan digunakan.
  - 2. Teknik dan insentif penjualan.

## VIII. Lokasi dan Tata Letak

- A. Lokasi.
  - 1. Analisis demografis antara lokasi dengan profil pelanggan sasaran.
  - 2. Pergerakan lalu lintas.

3. Tarif sewa.
  4. Kebutuhan dan pasokan tenaga kerja.
  5. Tingkat upah.
- B. Tata letak.
1. Persyaratan ukuran.
  2. IMB, Amdal (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan) dan sebagainya.
  3. Masalah ergonomi.
  4. Rencana tata letak (lampiran).

#### IX. Analisis Pesaing.

- A. Pesaing yang ada.
1. Siapa mereka.
  2. Kekuatan.
  3. Kelemahan.
- B. Calon pesaing
1. Siapa mereka.
  2. Dampaknya terhadap perusahaan Anda.

#### X. Uraian Tim Manajemen.

- A. Manajer dan karyawan kunci.
1. Latar belakang mereka.
  2. Pengalaman, keahlian dan pengetahuan yang mereka bawa ke dalam perusahaan.
- B. Daftar riwayat hidup.

#### XI. Rencana Operasi.

- A. Bentuk kepemilikan yang dipilih dan alasannya.
- B. Struktur perusahaan (bagan organisasi).
- C. Kewenangan pengambilan keputusan.
- D. Paket kompensasi dan tunjangan.

## XII. Perkiraan Keuangan

- A. Laporan keuangan.
  - 1. Laporan laba rugi.
  - 2. Neraca.
  - 3. Laporan arus kas.
- B. Analisis impas.
- C. Analisis rasio (disertai perbandingan dengan rasio industri sejenis).

## XIII. Proposal Pinjaman atau Investasi.

- A. Jumlah yang diajukan.
- B. Tujuan dan penggunaan dana.
- C. Jadwal pembayaran kembali atau “pelunasan” (strategi keluar).
- D. Jadwal untuk menerapkan rencana dan meluncurkan perusahaan.

## XIV. Strategi Memanen (*Harvest Strategy*).

- A. Transfer aset.
- B. Keberlanjutan strategi bisnis.
- C. Identifikasi penerus (suksesor).

## XV. Lampiran

Dokumen-dokumen pendukung seperti: hasil riset pemasaran, bagan organisasi, laporan keuangan, daftar riwayat hidup dan lain-lain.

## Presentasi Rencana Bisnis

Beberapa faktor penting yang harus diperhatikan dalam presentasi rencana bisnis di hadapan calon pemberi pinjaman dan investor (Zimmerer, Scarborough dan Wilson, 2008):

- 1. Menunjukkan antusiasme tentang perusahaan tetapi tidak emosional.

2. Mengenali pendengar secara menyeluruh dan mengusahakan terjalin hubungan dengan mereka.
3. Memikat penanam modal dengan cepat memberikan penjelasan awal tentang perusahaan baru, peluang dan manfaatnya bagi mereka.
4. Menjelaskan garis besar, pertanyaan spesifik akan dibahas kemudian. Tidak menguraikan secara rinci di awal pertemuan dengan pemberi pinjaman dan investor.
5. Mempertahankan presentasi tetap sederhana dan membatasi menjadi dua atau tiga poin utama yang harus disampaikan kepada pendengar.
6. Menghindari penggunaan istilah teknis yang sukar dipahami oleh sebagian besar pendengar.
7. Menggunakan alat bantu visual yang bersifat mendukung dan memperkuat pesan presentasi.
8. Menutup presentasi dengan memantapkan peluang bahwa rencana bisnis akan memberikan manfaat kepada investor dan pemberi pinjaman.
9. Mempersiapkan diri terhadap pertanyaan.
10. Menindaklanjuti penanam modal yang ikut di dalam presentasi. Jangan duduk dan menunggu tetapi bersikap proaktif.

### Bagaimana Investor dan Kreditur Menilai Rencana Bisnis

Wirausaha perlu mengetahui kriteria yang digunakan investor dan pemilik modal ketika menilai rencana bisnis. Terdapat lima kriteria penilaian yaitu:

1. *Capital.*

Investor dan pemilik modal mengharapkan wirausaha telah memiliki modal investasi yang berasal dari pemilik yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan perusahaan ketika mengalami kesulitan dana.

2. *Capacity.*

Pemilik modal harus dapat diyakinkan bahwa wirausaha mampu membayar kewajiban keuangan secara reguler.

3. *Collateral.*

Collateral atau agunan meliputi harta yang diberikan wirausaha sebagai jaminan untuk membayar kembali pinjaman.

4. *Character.*

Pemilik modal harus dapat diyakinkan bahwa wirausaha memiliki integritas sebagai pemilik usaha.

5. *Condition.*

Kondisi menyangkut tingkat bunga, keadaan perekonomian nasional, tingkat pertumbuhan industri dan sebagainya. Hal tersebut mempengaruhi peluang wirausaha untuk memperoleh dana.

## Pojok Inspirasi



Sumber gambar : [www.technorati.com](http://www.technorati.com)

### *Bermula dari Kampus, Ivan Dkk Kibarkan Bisnis Jeans*

*Ketika generasi muda ditanya jenis bisnis yang bakal ditekuni, bisa dipastikan rata-rata bakal menjawab bisnis yang terkait hobi. Selain menyenangkan, tentu saja bidang ini sudah dikuasai betul oleh anak muda. Demikian halnya jika pertanyaan itu dilontarkan kepada Ivan Peranginangin, ia langsung memilih bisnis jeans. “Karena saya memang suka denim,” ujar lajang kelahiran 24 Mei 1987, ini.*

*Ivan mengibarkan jeans dengan merek VMJ (Vision Mission Jeans). Jangan anggap enteng merek ini. VMJ bukanlah jeans ecek-ecek kelas kaki lima. Jeans buatan Ivan khusus menyasar kelas menengah-atas. Harganya dipatok Rp 300-an ribu ke atas. “Karena kualitas kami tidak kalah dengan brand luar negeri,” katanya sambari mengaku harga VMJ sedikit di bawah Levi’s. Kini, bisnis Ivan ini masih dalam perkembangan. Meski omset masih Rp 15 juta/bulan, menurutnya VMJ punya masa depan yang cukup cerah. “Respon pasar sangat bagus,” ia mengklaim. Hingga saat ini, total 400 jeans yang sudah terjual.*

*Ihwal bisnis ini, Ivan mengaku berangkat dari tugas kuliah. Lulusan Prasetya Mulya Business School ini mengatakan VMJ bermula dari tugas kuliah. “Ketika itu kita disuruh membuat business plan. Karena saya hobi raw jeans, maka saya putuskan membuat jeans,” katanya. Bersama tiga rekannya yang lain; Raditya Dwi Putra (R&D Manager), Ahmad Irwan Fadli (Marketing Manager) dan Trihadi Pudiawan Erhan (Finance Manager) ia mulai memikirkan bisnis ini. Ivan didapuk CEO sekaligus COO oleh teman-temannya.*

*Tentu saja Ivan dan kawan-kawan tidak bisa demikian saja membuat jeans. “Kalau membuat sih gampang. Tapi, di mana bedanya dengan jeans di pasaran,” kata Ivan. Setelah riset dan putar otak, mereka menemukan sebuah konsep desain. Tercetuslah ide membuat basic jeans. “Nantinya orang juga akan balik ke basic,” ia berkilah. Menurutnya, anak-anak muda sedang merindukan jeans yang tidak njlimet dengan banyak ornamen.*

*Ternyata tidak sampai di situ saja. Sebab, Ivan dkk. juga harus memikirkan model potongan celananya. Sekadar basic jeans, dianggap tak ada pembeda dengan merek lainnya. Mereka lantas memantau perkembangan jeans di luar negeri, khususnya Jepang. Kenapa Jepang? Perkembangan jeans di Negeri Matahari Terbit cukup bagus dari segi model maupun kualitas bahannya.*

*“Kami meriset tren jeans dunia dan khususnya Indonesia,” kata Ivan yang juga terinspirasi dari Uniqlo, Skull, APC, dan Tira jeans ini. Ivan mengaku tidak mudah memadukan komposisi cutting. Meski melirik tren jeans dunia, dia tidak bisa mengadopsi mentah-mentah. “Karena ukuran mereka juga lebih besar. Penyesuaian size akhirnya mempengaruhi cutting-nya,” jelas dia. Setelah utak-atik, mereka menemukan komposisi pas untuk VMJ. Cutting VMJ yang slim, super slim, dan skinny menjadi ciri khas yang sekaligus digandrungi anak muda.*

Setelah model dan merek ada, mereka masih dihadapkan pada produksi. Karena, modal awalnya hanya Rp 100 juta (Rp 25 juta tiap orang) mereka kerepotan mencari supplier. “Kami kan quantity-nya kecil. Jadi, supplier besar tidak mau,” katanya. Ivan enggan menggandeng konveksi rumahan. “Kualitas kami jadi taruhannya,” kata Ivan lagi.

Untung kendala ini tidak berjalan lama. Putra bontot pasangan Pulung Peranginangin dan Mumun Munarsih ini memanfaatkan jaringan bisnis sang ayah. “Akhirnya kami mendapat supplier yang juga memproduksi celana untuk Wrangler,” akunya.

Soal penjualan, tentu internet menjadi tempat terindah bagi produsen berkantong cekak. Ivan pun sadar akan hal itu. Makanya dia lantas membuat situs [www.visionmissionjkt.com](http://www.visionmissionjkt.com) untuk menjual produknya. Website ini disesuaikan dengan karakter brand yang misterius dan simple. Mereka juga membuat iklan visual yang ditayangkan di Youtube.

VMJ resmi meluncur di pasaran pada Februari 2009. Dengan mengusung tema The Grand sebagai peluncuran perdananya. Tentu jangan dibayangkan peluncuran dengan acara megah. Meski demikian, VMJ bukan tidak melakukan promosi sama sekali. Justru mereka berani menjadi sponsorship untuk event Wall of Fades. Ini acara denim exhibition yang, konon, terbesar di Asia Tenggara. “Dari situ, selain order kita naik, brand juga terangkat,” katanya sambil menjelaskan segmen VMJ adalah anak muda 18-23 tahun. VMJ juga mensupport komunitas Lowrider dan juga group musik Soul Five.

Langkah ini terhitung cukup berani. Pasalnya, dengan modal minim, mereka nekat. “Karena untuk kekuatan brand VMJ sendiri,” katanya. Meski kantornya hanya berukuran 5 x 4 meter, Ivan berkeinginan menjadikan VMJ sebagai brand internasional. “Kualitas bahan dan model VMJ bagus dan kami mau brand ini kuat,” katanya sambil mengatakan dari garment, stitching, leather patch hingga jadi semuanya lokal. (EVA)

## INTISARI

- Analisis kelayakan bisnis adalah proses yang menentukan apakah ide bisnis wirausaha dapat menjadi bisnis yang sukses.
- Analisis kelayakan bisnis terdiri atas analisis terhadap kelayakan produk, kelayakan industri dan pasar serta kelayakan organisasi.
- Rencana bisnis adalah dokumen tertulis yang berisi deskripsi segala aspek internal dan eksternal ketika wirausaha hendak memulai bisnis baru.
- Rencana bisnis memberikan manfaat bagi wirausaha dan pemilik dana (investor).
- Elemen dari rencana bisnis terdiri atas tampilan, panjang, sampul dan halaman judul, ringkasan eksekutif dan tabel.

- Komponen-komponen rencana bisnis terdiri atas: ringkasan eksekutif, pernyataan visi dan misi, sejarah perusahaan, profil bisnis dan industri, strategi bisnis, produk dan jasa perusahaan, strategi pemasaran, lokasi dan tata letak, analisis pesaing, uraian tim manajemen, rencana operasi, perkiraan keuangan, proposal pinjaman, strategi memanen dan lampiran.
- Lima kriteria penilaian yang digunakan investor dalam menilai rencana bisnis terdiri atas: *capital*, *capacity*, *collateral*, *character* dan *condition*.

## TUGAS

1. Kunjungilah *link* <http://www.youtube.com/watch?v=kN1wgKosS8A&NR=1&feature=endscreen>. Diskusikanlah dalam kelompok, adakah perbedaan elemen penyusunan rencana bisnis yang dibahas dalam *link* tersebut dengan elemen yang dibahas dalam bab ini!
2. Susunlah sebuah rencana bisnis sederhana yang ingin Anda jalankan di dalam kelompok! Rencana bisnis sederhana yang Anda buat, harus mengikuti komponen-komponen utama sebagaimana telah di jelaskan pada bab ini.



