

# **BUSINESS PLAN**

# PROFIL SINGKAT BRAND/USAHA

Berisi tentang profil singkat mengenai brand yang ada, beserta nama, logo, visi dan misi, bergerak dibidang apa

# ANALISIS USAHA

Menjelaskan terkait produk apa yang akan ditawarkan ke konsumen yang meliputi jenis produk, nama produk serta karakteristik produk. Dan apa kelebihan produk tersebut dibandingkan dengan produk serupa maupun produk lain dari para kompetitor

# ANALISIS USAHA

## ANALISA SWOT

- Membuat perencanaan strategi bisnis yang terdiri dari 4 aspek yaitu:
- *Streght* (Kekuatan produk)
- *Weakness* (Kelemahan produk)
- *Opportunity* (Kesempatan/peluang produk)
- *Threat* (Ancaman produk)

## BISNIS MODEL CANVAS

- Memaparkan 9 elemen BMC

<b>Key Partners</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• toko sembako di pasar</li></ul>	<b>Key Activities</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• membuat kue</li><li>• memasarkan kue</li></ul>	<b>Value Propositions</b> <p>cita rasa yang unik dan berbeda</p>	<b>Customer Relationships</b> <p>pelayanan yang ramah melalui direct selling</p>	<b>Customer Segments</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• anak-anak</li><li>• remaja</li><li>• dewasa</li></ul>
	<b>Key Resources</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• bahan &amp; peralatan</li><li>• juru masak</li><li>• SDM</li></ul>		<b>Channels</b> <p>direct selling</p>	
<b>Cost Structure</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• bahan baku</li><li>• operasional lainnya (gas)</li></ul>			<b>Revenue Streams</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• pendapatan dari direct selling dan take away</li></ul>	

# ANALISIS PRODUK

- Bagian ini menjelaskan bagaimana produk dihasilkan, yang meliputi proses produksi produk dan target produksi.

# ANALISIS PASAR

- Bagian ini menjelaskan mengenai strategi pemasaran produk, bagaimana perusahaan akan memperoleh pelanggan, menjaga hubungan baik dengan pelanggan serta memberikan yang terbaik kepada pelanggan

# ANALISIS SUMBER DAYA MANUSIA

- Berisi tentang struktur organisasi tim kegiatan serta uraian tugas (*jobdescription*) dari masing-masing anggota tim yang terlibat dalam usaha tersebut

# ANALISIS KEUANGAN

- Pada bagian ini berisi:
  - 1) Investasi yang diperlukan (modal, biaya tetap dan biaya variabel)
  - 2) Penentuan HPP
  - 3) *Break Event Point* (BEP)
- Rencana laporan laba/rugi

## Cara menghitung BEP

Terdapat dua perhitungan BEP, yaitu:

BEP Unit

Data jumlah unit produk yang harus dicapai pada titik impas. Jika jumlah produksi berada dibawah angka BEP, maka perusahaan akan merugi, sebaliknya jika berada di atas angka BEP, maka perusahaan untung.

Rumus:

$$BEP = FC / P - VC$$

Keterangan:

BEP : Break Even Point (Titik Impas)  
FC : Fixed Cost (Biaya Tetap)

VC : Variable Cost (Biaya Variable)  
P : Price per unit (harga per unit)

BEP Rupiah

Data jumlah penjualan yang harus dicapai pada titik impas. Cara mendapat titik impas melalui hitungan terhadap berapa rupiah nilai penjualan yang harus diterima. Jika jumlah penjualan berada di bawah angka BEP, maka perusahaan merugi, begitu pula sebaliknya.

Rumus:

$$BEP = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{P}}$$

Keterangan:

BEP : Break Even Point (Titik Impas)  
FC : Fixed Cost (Biaya Tetap)

VC : Variable Cost (Biaya Variable)  
P : Price per unit (harga per unit)