



THE BUSSINESS ROAP MAP

*By
Bambang Hermanto,
S.Kom., M.Cs*

***Wahai orang-orang yang beriman,
mohonlah pertolongan (kepada Allah)
dengan sabar dan shalat. Sungguh, Allah
beserta orang-orang yang sabar. (2:153)***

***Atau siapakah yang dapat memberimu
rezeki jika Dia menahan rezeki-Nya?
Bahkan jika mereka terus-menerus dalam
kesombongan dan menjauhkan diri (dari
kebenaran). (Al Mulk: 21)***

THE BUSINESS ROAD MAP

Ditemukan oleh

Nama Usaha : **Datagor Jepang** Dibuat Oleh : _____

1. GOAL USAHA

Goal Tahun ini :

1,2 M Cash

2. REALITAS USAHA

Seperti apa realitas saat ini berbanding Goal anda?

Cash Tahun Lalu 300 jt

3. DEFINISI USAHA

Usaha menghasilkan cash dengan cara :

Membantu Orang untuk Memenuhi kebutuhan makan sehari

13. SUMBER DAYA

Yang harus Disedikan untuk Realisasi Kolom Kanan?

**Modal / Financial
Manusia
Tempat
Bahan Baku
Peralatan**

11. KEGIATAN UTAMA

Yang harus dilakukan untuk Realisasi Kolom Kanan?

**Database target pasar
Kerjasama dgn Pengungkit
Menganalisa Kompetitor
Promosi dan distribusi
Membangun hub pelanggan
Produksi Nilai tambah
Pengelolaan SDM
Pengelolaan Keuangan**

7. NILAI TAMBAH

Kelebihan dan Kekuatan?

**Enak, Unik, Gaul
Harga Terjangkau
Variasi menu banyak
Konsep Gaul**

8. PROMOSI & DISTRIBUSI

Konten / tag line

Enak, Unik, Gaul

Konsep

Menginfokan dor to dor

Media

Brosur dan proposal

Distribusi / Titik Sentuh

Tempat strategis,

Deleveri Order, Cabang

4. TARGET PASAR

Siapa?

Mahasiswa

Karyawan

Remaja

Demografi

Menengah bawah

Keinginan?

Enak, Unik, Gaul

14. MITRA USAHA

Mitra untuk Kolom Kanan?

**Modal > Investor
Manusia > Karyawan
Tempat > Pemilik ruko
Bahan Baku > Suplier
Peralatan > Suplier**

12. KETRAMPILAN

Keahlian untuk Kegiatan & Realisasi kolom kanan?

**Keahlian Produksi terutama memasak
Keahlian Marketing dan Promosi
Keahlian Pengelolaan SDM
Keahlian Keuangan**

6. ANALISA KOMPETITOR

Siapa? **Hokben**

Kelemahan

- Mahal
- Terbatas hanya bento
- Kurang gaul

9. HUBUNGAN PELANGAN

Usaha Untuk Menghasilkan Repeat Order?

**Kartu member
Vocher Diskon
Group Sosmed**

5. PENGUNGKIT PASAR

Yang Mempengaruhi Target Pasar secara Masif?

**Komunitas Mahasiswa
Komunitas Remaja
Organisasi Kampus
Kantor2 / Instansi**

15. SUMBER SUMBER PENGELUARAN

**Modal > Investor > Bagi hasil
Manusia > Karyawan > Gaji
Tempat > Pemilik ruko > Sewa Tempat
Bahan Baku > Suplier > COGS / HPP
Peralatan > Suplier > Penyusutan Peralatan, dll**

10. SUMBER SUMBER PEMASUKAN

**Penjualan di gerai dan cabang
Dileveri Order
Catering
Pesanan Instansi/Kantor**

4Dx BRM – Leg & Lead Measure

Ditemukan oleh

Nama Usaha : Batacor Jelutong Dibuat Oleh : _____

1. GOAL USAHA / WIG

1,2 M Cash

Goal Tahun ini : **Harga Perporsi Rp.12.000,-**
(jika Laba per Porsi Rp. 3000)
Setahun harus menjual 400.000 porsi

2. ANALISA PRIBADI

kelebihan yang harus dimiliki:

Cash Tahun Lalu 300 jt
Selisih 900 jt

3. DEFINISI USAHA

Memastikan 1.100 porsi terjual/
konsumen terbantu setiap harinya.

13. SUMBER DAYA

Memastikan adanya

Modal = 350 jt/ cabang
Manusia = 14 orang/cabang
Tempat = 3 cabang
Bahan Baku= 50% omset
Peralatan sesuai standar

11. KEGIATAN UTAMA

Memastikan .

- Ada 1.100 konsumen
datang setiap hari.
- Ada 200 DO Setiap hari
- 300 Porsi tersaji perhari di
3 cabang. Atao 1.100 porsi
perhari di semua cabang.
- SDM Profesional melayani
- Keuangan rapi tercatat
dan tersimpan

7. NILAI TAMBAH

Memastikan :

Menyajikan 1.100 porsi
makanan yang Enak,
Unik, Gaul
Harga Terjangkau
Variasi menu banyak
Konsep Gaul

8. PROMOSI & DISTRIBUSI

Memastikan penyebaran
Media Promosi

10.000 Brosur perbulan
100 Proposal perbulan
Distribusi / Titik Sentuh
200 porsi Deleveri Order,
3 Cabang dengan masing
menjual 300 porsi
perhari

4. TARGET PASAR

Membuat database Calon
konsumen dan

Memastikan
Mahasiswa 550 Porsi/hari
Karyawan 330 Porsi/hari
Remaja lain 220 porsi/hari

14. MITRA USAHA

Memastia kn

Investor Senang
Karyawan puas
Pemilik tempat bisa di
perpanjang
Punya lebih dari satu
Suplier

12. KETRAMPILAN

Memastikan

Karyawan bekerja dengan
efesien dan produktif.

6. ANALISA KOMPETITOR

*Siapa? **Hokben***

Memastikan
ditemukannya SWOT
kompetitor dan solusinya

9. HUBUNGAN PELANGAN

Membuat database
konsumen dan memastikan

40% konsumen kembali
dan mereferensikan

5. PENGUNGKIT PASAR

Membuat database
Pengungkit pasar dan
memastian kerjasama dengan

100 Komunitas Mahasiswa
200 Organisasi Kampus
80 Komunitas Remaja
50 Kantor2 / Instansi

15. SUMBER SUMBER PENGELUARAN

HPP : Rp 6.000,- **HPP Setahun Rp. 2,4 M**
OPEX : Rp 3.000,- **OPEX pertahun Rp. 1,2 M**
Margin Bersih : Rp. 3.000 **Cash Setahun Rp. 1,2 M**

10. SUMBER SUMBER PEMASUKAN

Penjualan gerai : 82% **Gerai Setahun Rp. 3,936 M**
Penjualan Delivery : 18% **DO pertahun Rp. 864 jt**
Harga per porsi Rp. 12.000,- **Omset setahun Rp. 4,8 M**

THE BUSINESS ROAD MAP

Ditemukan oleh

Barangkaji, Jepang - Cahaya Malang

Nama Usaha : _____

Dibuat Oleh : _____

Yusufina DN

1. GOAL USAHA

Goal Tahun ini :

2. REALITAS USAHA

Seperti apa realitas saat ini berbanding Goal anda?

3. DEFINISI USAHA

Usaha menghasilkan cash dengan cara :

13. SUMBER DAYA

Yang harus Disedikan untuk Realisasi Kolom Kanan?

11. KEGIATAN UTAMA

Yang harus dilakukan untuk Realisasi Kolom Kanan?

7. NILAI TAMBAH

Kelebihan dan Kekuatan?

8. PROMOSI & DISTRIBUSI

Konten / tag line

Konsep

Media

Distribusi / Titik Sentuh

4. TARGET PASAR

Siapa?

Demografi

Keinginan?

14. MITRA USAHA

Mitra untuk Kolom Kanan?

12. KETRAMPILAN

Keahlian untuk Kegiatan & Realisasi kolom kanan?

6. ANALISA KOMPETITOR

Siapa?__

9. HUBUNGAN PELANGAN

Usaha Untuk Menghasilkan Repeat Order?

5. PENGUNGKIT PASAR

Yang Mempengaruhi Target Pasar secara Masif?

15. SUMBER SUMBER PENGELUARAN

10. SUMBER SUMBER PEMASUKAN

4Dx BRM – Leg & Lead Measure

Ditemukan oleh

Barang Jepang – Cahaya Malang

Nama Usaha : _____

Dibuat Oleh : _____

Yusufina DN

1. GOAL USAHA

Goal Tahun ini :

2. ANALISA PRIBADI

Kelebihan yang harus di miliki

3. DEFINISI USAHA

Usaha menghasilkan cash dengan cara :

13. SUMBER DAYA

Yang harus Disedikan untuk
Realisasi Kolom Kanan?

11. KEGIATAN UTAMA

Yang harus dilakukan untuk
Realisasi Kolom Kanan?

7. NILAI TAMBAH

Kelebihan dan Kekuatan?

8. PROMOSI & DISTRIBUSI

Konten / tag line

Konsep

Media

Distribusi / Titik Sentuh

4. TARGET PASAR

Siapa?

Demografi

Keinginan?

14. MITRA USAHA

Mitra untuk Kolom Kanan?

12. KETRAMPILAN

Keahlian untuk Kegiatan &
Realisasi kolom kanan?

6. ANALISA KOMPETITOR

Siapa?__

9. HUBUNGAN PELANGAN

Usaha Untuk Menghasilkan
Repeat Order?

5. PENGUNGKIT PASAR

Yang Mempengaruhi
Target Pasar secara Masif?

15. SUMBER SUMBER PENGELUARAN

10. SUMBER SUMBER PEMASUKAN

ALHAMDULILLAH

...

