



BUKU PANDUAN PENULISAN BUSINESS PLAN 2020



@beccommunity



@beccommunity



Pengusaha Muda BSI

FORMAT PENULISAN BUSINESS PLAN 2020

1. Bentuk Business Plan adalah:
 - a. Kertas A4
 - b. Margin kiri 3 cm, atas 2,5 cm kanan 2,5 cm dan bawah 2,5 cm
 - c. Jenis huruf Times New Roman font 12
 - d. Spasi 1,5
 - e. Jumlah halaman tidak dibatasi
 - f. Dibuat sekreatif mungkin
 - g. Diupload dalam bentuk pdf

2. Power point presentasi (Pitch Deck) untuk finalis dengan format:
 - a. Problem
Menjelaskan tentang latar belakang masalah alasan mengambil bisnis tersebut
 - b. Solution
Menjelaskan tentang solusi dari latar belakang masalah yang dihadapi
 - c. Target Market
Target market merupakan sekelompok konsumen atau pelanggan yang secara khusus menjadi sasaran usaha pemasaran bagi sebuah perusahaan.
 - d. Market size
Market size merupakan salah satu ukuran apakah bisnis kamu layak dijalankan atau tidak. Semakin besar ukuran pasar yang diperoleh maka semakin layak bisnis kamu untuk dijalankan. Market Size ini bertujuan untuk memprediksi jumlah pengguna potensial dan pendapatan yang akan diperoleh nantinya. Market Size ini juga menjadi elemen yang penting ketika kamu sedang mencari investor. Biasanya mereka menanyakan hal ini kepada pemilik startup/bisnis yang akan diinvestasi.

e. Value Proposition

Value proposition adalah alasan mengapa pelanggan memilih kita dibandingkan yang lain. Salah satu value proposition yang baik adalah manfaat yang menyelesaikan permasalahan pelanggan. Setiap value proposition dirancang untuk memenuhi kebutuhan dari pelanggan.

f. Revenue Stream

Revenue Stream adalah aliran pendapatan yang masuk ke perusahaan kita. Apa yang masuk dalam bentuk pembayaran kepada perusahaan dari konsumen disebut revenue stream.

g. Go to Market Strategy

Go to Market Strategy adalah rencana tindakan yang menentukan bagaimana perusahaan akan mencapai target pelanggan dan mencapai keunggulan yang kompetitif.

h. Competitor

Competitor merupakan pesaing dalam bisnis kita.

i. Core team

Core team adalah sebuah Tim Inti yang dibangun karena memiliki visi dan misi yang sama, jiwa dan semangat yang sama, arah dan tujuan yang sama, komitmen dan dedikasi yang sama, mau bekerjasama, dan sama-sama mau bekerja mencapai tujuan bersama.

j. Advisor

Advisor adalah seseorang/tim atau perusahaan lain yang memberikan saran (penasihat) dalam bisnis kita.

k. Pencapaian

Pencapaian adalah suatu impian yang sudah dicapai dalam bisnis.

l. Milestone

Milestone merupakan suatu impian yang ingin dicapai yang dilakukan dengan usaha atau kerja keras semaksimal mungkin dengan cara mencatat fase-fase (impian) penting dalam suatu bisnis dan lebih dari itu. Contoh: bekerjasama dengan 25 brand lokal, memiliki website, mendapatkan 3300 transaksi.

3. Format Business Plan

a. Cover

Buat Cover semenarik dan sekreatif mungkin. Cover harus merepresentasikan karakter dari bisnis yang ada dalam business plan. Secara umum, salah satu fungsi Business Plan adalah sebagai proposal untuk bernegosiasi dengan pihak lain seperti Investor. Cover harus terdiri atas:

1) Logo

Logo akan merepresentasikan karakter bisnis dalam bentuk grafis. Konsultasi pada ahlinya akan memberikan kemungkinan tampilan logo yang lebih baik.

2) Nama Bisnis

Nama Bisnis juga harus disebutkan dengan jelas. Penamaan, sebaiknya dibuat sesimple mungkin hingga lebih mudah diingat dan dilafalkan.

3) Alamat Kontak

Alamat diperlukan untuk memberikan peluang bagi siapapun (calon investor) untuk menghubungi, sekaligus memberikan pernyataan pada calon investor bahwa bisnis ini memiliki kantor yang jelas dan bisa dihubungi secara resmi.

b. Overview

Berisi gambaran singkat tentang bisnis yang ada didalam Business Plan ini. Overview terdiri atas:

1) Business Background

Latar belakang mengapa bisnis ini (akan) didirikan. Atau bisa disebutkan mengapa ide bisnis ini muncul (untuk bisnis yang belum berjalan).

2) Vision & Mission Statement

Visi (cita-cita yang ingin dicapai (jangka panjang) dan Misi (langkah-langkah yang ditempuh untuk mencapai visi yang sudah ditetapkan).

3) Product Description

Deskripsi singkat tentang produk (bisnis) diperlukan untuk memberikan penjelasan singkat pada calon investor tentang bisnis ini.

4) Organization Structure

Struktur organisasi harus disebutkan hingga calon investor bisa melihat tingkat kemapanan pelaku bisnis ini secara organisasi, yang akan terlihat dari kejelasan struktur organisasi serta pengisian pos-pos dalam struktur organisasi sesuai dengan kapasitas dan tugas yang harus dikerjakan.

c. Layout Business Model Canvas

Nama Bisnis:

Dirancang Oleh:

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|---------------------------------|------------------------------|-------------------------|
| Key Partners | Key Activities | Unique Value Proposition | Customer Relationship | Customer Segment |
| | Key Resources | | Channels | |
| Cost Structure | | | Revenue Streams | |

***Bagi Peserta yang lolos wajib mencetak dengan ukuran kertas A3**

Keterangan:**a. Key Partners**

Menyebutkan siapa saja yang akan bekerja sama dengan bisnis yang akan dilakukan (*partner*) serta menjelaskan fungsi partner yang dipilih. Key Partnership digunakan untuk menguatkan dan menstabilkan bisnis agar usaha selalu stabil.

Contoh : Penjual bahan baku, penjual alat, distributor, dll.

b. Key Activities

Menuliskan dan menjelaskan aktivitas penting dalam menjalankan bisnis. Key Activities merupakan kegiatan-kegiatan yang menunjang keberhasilan perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnis.

Contoh: bagaimana cara agar proses produksi terus berjalan, membina hubungan, dan menyampaikan produk ke tangan konsumen.

c. Key Resource

Menyebutkan dan menjelaskan sumber daya yang penting yang dibutuhkan agar bisnis dapat berjalan. Key resources dapat berupa benda fisik, finansial, intelektual, maupun manusia. Key resources dapat dimiliki oleh perusahaan maupun kerjasama dengan key partners. Key resources dapat dikelompokkan menjadi: 1. Bahan baku dan alat: bahan baku alat yang digunakan dalam membuat produk yang ditawarkan.

Contoh : alat yang diperlukan kompor, panci, dll 2. Tenaga kerja : analisis sumber daya manusia yang digunakan dalam keberlangsungan proses produksi, distribusi, dan pemasaran.

d. Value propositions

Value propositions (nilai tambah yang diberikan kepada para pelanggan) terdiri dari produk dan jasa yang dapat menambah nilai tambah kepada segmentasi yang spesifik. Bagi pelanggan, value propositions terwujud dalam bentuk pemecahan masalah yang dihadapi atau terpenuhinya kebutuhan konsumen. Value propositions berisi kelebihan suatu produk/jasa yang menjadikan alasan mengapa pelanggan lebih memilih produk atau jasa yang ditawarkan daripada produk/jasa lain. Value

propositions bersifat inovatif yang menawarkan hal yang baru ataupun modifikasi dari produk/jasa yang sudah berada dipasaran.

e. Customer Relationship

Menjelaskan bagaimana perusahaan berkomunikasi (berhubungan), membina hubungan, dan membangun loyalitas dengan konsumen. Customer relationship juga membantu konsumen dalam memperoleh produk/jasa yang ditawarkan.

Contoh: penjualan menggunakan mobil berjalan, membuka stand di pameran, dan lain-lain.

f. Channels

Channels termasuk semua entitas yang dapat digunakan untuk mengirimkan Value propositions anda kepada customer segment yang telah ditentukan. Atau dengan kata lain cara anda bagaimana mengantarkan produk atau jasa kepada konsumen.

Contoh : mendirikan outlet, promosi melalui media sosial, dll.

Channels terdiri dari:

1. Awareness Channel Menjelaskan bagaimana konsumen mengetahui produk anda dan alasan memilihnya.
2. Purchasing Menjelaskan bagaimana konsumen dapat membeli produk anda dan alasan pemilihan channel

g. Customer Segment

Menjelaskan karakteristik segmentasi pasar yang akan menjadi target penjualan produk atau jasa. Segmentasi merupakan pengelompokkan individu menjadi beberapa kelompok atau kategori yang memiliki ciri-ciri, perilaku, atau karakteristik yang relatif sama jika dibandingkan dengan yang lainnya. Customer Segments berisi pihak yang menggunakan/membeli barang (produk)/jasa dari perusahaan yang dijalankan atau pihak yang berkontribusi dalam memberikan income kepada perusahaan. Hal ini akan mempermudah dalam melakukan analisis lebih lanjut guna menentukan segmen pasar yang tepat.

Contoh : Customer Segments dari kripik talas yakni mahasiswa, ibu rumah tangga, dll.

h. Cost Structures

Menuliskan dan menjelaskan hal-hal apa saja yang menjadi biaya atau beban utama bagi perusahaan. Selain itu, cost structure berisi semua rincian biaya yang muncul atau dikeluarkan untuk menjalankan model bisnis ini.

Contoh : biaya riset, biaya operasional, promosi, gaji pegawai, dll.

i. Revenue Streams

Revenue streams menggambarkan bagaimana perusahaan akan mendapatkan pemasukan dari segment pasar yang telah ditetapkan. Seberapa banyak saluran pendapatan yang bisa dimanfaatkan dan bagaimana mekanisme pendapatan tercipta.

Contoh : franchise, sewa, berlangganan, cash, credit, dan sebagainya.

d. Financial Plan

a. Business Preparation Budgets

Item-item yang harus ditampilkan:

Fixed Cost meliputi:

Sewa Tempat (jangka waktu ditentukan sendiri), Pembelian Peralatan, Renovasi Tempat Usaha, Perijinan

Overhead Cost meliputi:

Belanja Bahan baku dan stok, Upah Karyawan, Cost Production, marketing cost.

b. Business Execution Budgets

Biaya untuk proses pembukaan bisnis, seperti launching (jika ada)

c. Break Event Point

Pada bagian ini Anda akan memberi gambaran pada calon investor kapan bisnis ini akan mencapai titik Impas (BEP), hingga calon investor memiliki gambaran tentang perkembangan bisnis ini ke depan.

d. Profit/Revenue Sharing

Bagian ini akan memberikan informasi kepada calon investor tentang mekanisme investasi yang akan mereka lakukan ini. Anda bisa mengajukan berbagai macam jenis persetujuan, namun pada akhirnya akan tergantung pada kesepakatan bersama.

e. Closure

Penutup