

## FORMAT PROPOSAL BUSINESS PLAN

Tata Cara Penulisan:

- 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

### 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 sertakan gambaran tugas yang harus dikerjakan.

### C. Layout Business Model Canvas

Nama Bisnis:

Dirancang Oleh:

<b>Key Partners</b>	<b>Key Activities</b>	<b>Unique Proposition</b>	<b>Value</b>	<b>Customer Relationship</b>	<b>Customer Segment</b>
	<b>Key Resources</b>			<b>Channels</b>	
<b>Cost Structure</b>			<b>Revenue Streams</b>		

**\*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 pengelompokan 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

### LAMPIRAN

- Desain Marketing Tools
- Dokumentasi
- Laporan Penjualan
- NIB
- Sertifikat

Contoh:

NAMA BISNIS

LOGO BISNIS

ALAMAT BISNIS DAN NO KONTAK

## BAB I OVERVIEW

### *1. Business Background*

XX  
XX  
XX  
XX  
XX  
XX  
XX  
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX.

XX  
XX  
XX  
XX  
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX.

### *2. Vision & Mission Statement*

XX  
XX  
XX  
XX  
XX  
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX.

### *3. Product Description (sertakan foto produk)*

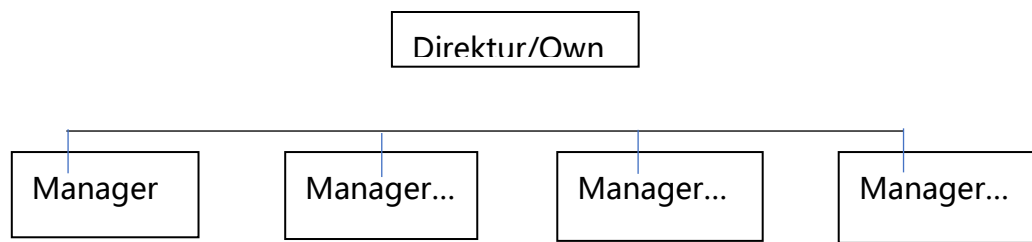
XX  
XX  
XX  
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX



Gambar I.1 . Contoh



#### 4. Organization Structure



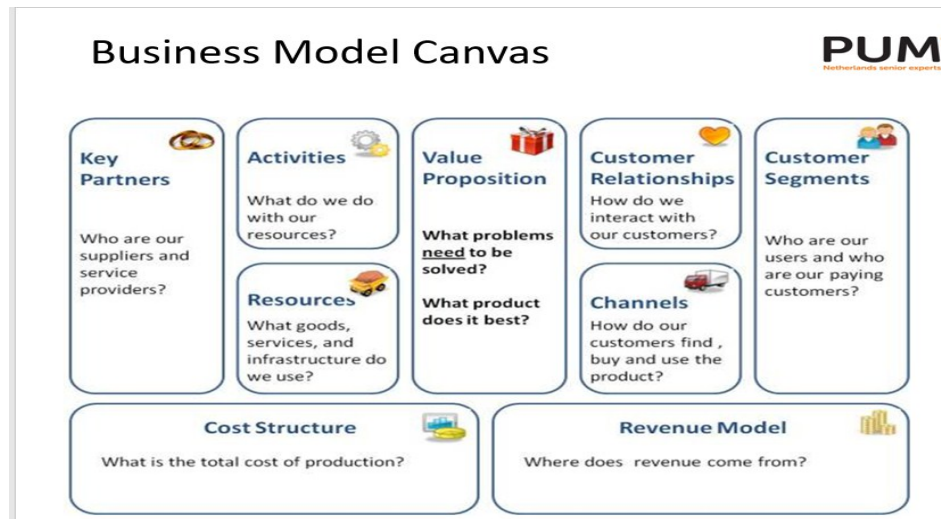
Note: jangan dibuat circle dll

Gambar I.2. Struktur Organisasi

Sertakan dengan uraian jabatannya masing-masing (*job description*)

## BAB II LAYOUT BUSINESS MODEL CANVAS

(Gambar BMC dibuat landscape)



\*Keterangan:

- 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.
- 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.
- 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:
  - Bahan baku dan alat: bahan baku alat yang digunakan dalam membuat produk yang ditawarkan. Contoh : alat yang diperlukan kompor, panci, dll
  - 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 pengelompokan 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.

### BAB III FINANCIAL PLAN

#### 1. *Business Preparation Budgets*

##### a. Biaya investasi

Tabel III.1. Biaya Investasi

No	Keterangan	kuantitas	Harga satuan	Jumlah
1	Kompas gas 1 tungku	1	150.000	150.000
2	Katrol/pengorengan	1	100.000	100.000
Dst				
			Jumlah	250.000

##### b. Biaya Tetap

Tabel III.2. Biaya Tetap

No	Keterangan	kuantitas	Harga satuan	Jumlah
1	Gaji Karyawan	5	1.000.000	5.000.000
2	Kuota	1	400.000	400.000
dst				
			jumlah	5.400.000

Note: sesuaikan dengan yang di layout BMC

##### c. Biaya variable (tergantung produknya)

Tabel III.2. Biaya Variabel

No	Keterangan	kuantitas	Harga satuan	Jumlah
1	Terigu segitiga 1 kg	1	12.000	12.000
2	Minyak goreng 1 liter	2	20.000	40.000
			Jumlah	52.000

Note: sesuaikan dengan yang di layout BMC

#### 2. *Business Execution Budgets* (biaya launching)

Tabel III.3. *Business execution budget*

No	Keterangan	kuantitas	Harga satuan	Jumlah
1	Brosur	100	100	10.000
2	Sewa kostum badut	1	200.000	200.000
			jumlah	210.000

### 3. Break Event Point

Note:

biaya tetap, ukurannya perbulan

biaya variabelnya, di samakan untuk perbulan

tentukan mau berapa kapasitas produksi, berapa harga jual dst

masukan ke dalam rumus. (slide pertemuan 4)

contoh:

Diketahui : Kapasitas produksi perbulan : pcs

Harga : Rp.5000

Penjualan (S) : kapasitas produksi x harga

FC/unit :

VC/unit :

Baru masukkan ke dalam rumus...(BEP unit dn BEP Rupiah )

### 4. Profit Revenue Sharing

Keuntungan = hasil penjualan – total biaya

= (kapasitas produksi x harga jual )- (biaya tetap+biaya variable)

= .....

Keuntungan baru di bagikan kepada investor dengan persentase (sesuai kesepakatan)

No	Keterangan	Persentase	Keuntungan	Pembagian
	Laba ditahan	20%		
1	Investor A	40 %	1000.000	
2	Investor B	40%	1000.000	
		100%	total	1.000.000

\*Catatan : penyajian tabel financial plan tidak harus sesuai contoh diatas.

## BAB IV CLOSURE

[illegible][illegible]

## Lampiran

1. Desain Marketing Tools (CP, katalog, brosur, x banner, logo, stiker dll)
2. Dokumentasi kegiatan
3. Data Penjualan (minimal 2x penjualan)
  - Lokasi
  - Waktu
  - Modal? Beserta rinciannua
  - Hasil produksinya berapa pcs
  - Terjual berapa?
  - Untung/rugi
4. NIB ---melalui OSS.go.id (syaratnya harus punya NPWP) boleh diwakilkan---  
gratis
5. Sertifikat seminar