

HANDOUT

Pertemuan Ke: 6 dan 7

Mata Kuliah : BISNIS KATERING

Pokok Materi : BISNIS PLAN

- 1. Pengantar Penyusunan Bisnis Plan**
 - 2. Produk atau Jasa Yang Akan Dijual**
 - 3. Penentuan Lokasi**
 - 4. Sistematisasi Bisnis**
-

MATERI PERKULIAHAN:

PERENCANAAN BISNIS (BUSINESS PLAN)

Perencanaan bisnis harus memuat rencana bisnis secara mendetail dan jelas. Latar belakangnya setidaknya memuat hal-hal berikut :

- a. Sejarah berdirinya perusahaan
- b. Pihak yang terlibat dan yang bertanggung jawab dalam perusahaan
- c. Kondisi keuangan
- d. Rencana pengembangan

Informasi harus selengkap-lengkapya, sehingga mereka mengerti dan memahami bagaimana dan mengapa bisnis tersebut dikembangkan atau dilaksanakan. Dalam sejarah berdirinya perusahaan, pembaca memperoleh informasi mengenai kapan bisnis itu didirikan dan apa saja yang telah berhasil diperolehnya.

Untuk sebuah rencana bisnis yang baru, sejarah berdirinya perusahaan perlu menekankan faktor-faktor yang diperlukan untuk kegiatan bisnis tersebut, misi dan tujuan yang ingin dicapai, serta cara mencapai misi dan tujuan tersebut.

Penjelasan mengenai produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan ini dapat diperinci lagi menjadi tiga bagian, yaitu :

a. Penjelasan mengenai bisnis yang kita jalankan

Pada umumnya penjelasan mengenai bisnis yang kita jalankan meliputi :

- Aspek legalitas dari bisnis tersebut, seperti kerja sama dengan siapa, lisensi yang dimiliki atau perizinan yang telah dimiliki.
- Jenis bisnis, seperti perdagangan atau manufaktur atau jasa.
- Produk atau jasa yang dihasilkan serta spesifikasinya.

- Penjelasan tentang bisnis yang kita lakukan apakah termasuk bisnis baru, pengambilalihan (*takeover*), perluasan, *franchise*, atau keagenan.
- Penjelasan mengapa bisnis yang kita jalankan menguntungkan dan bagaimana peluangnya.
- Bagaimana hubungan kita dengan para pemasok, pihak perbankan, dan distributor.

Pada sampul depan perencanaan bisnis ini, kita sebaiknya memberikan informasi mengenai nama perusahaan, alamat, nomor telepon, serta semua nama prinsipal, penjelasan mengenai hal-hal yang spesifik dan unik dari bisnis yang sedang kita jalankan, dan bagaimana produk atau jasa yang kita hasilkan memiliki kelebihan sehingga dapat menarik konsumen untuk mencobanya.

Semua informasi, termasuk misi dan tujuan mengapa kita ada di bisnis ini atau mengapa kita tertarik terjun di bisnis ini, harus disajikan secara jelas.

b. Penjelasan mengenai produk atau jasa yang kita hasilkan

Jelaskan secara terperinci keunggulan produk dan jasa yang kita hasilkan dari kacamata konsumen. Sukses suatu bisnis sangat tergantung pada seberapa besar pemilik bisnis tersebut mengetahui apa yang diharapkan oleh konsumen. Antisipasi atas hal ini sangat membantu menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen. Selain itu, hal ini juga membantu menciptakan strategi untuk mengalahkan pesaing sehingga kita dapat mempertahankan loyalitas konsumen setinggi mungkin.

Bagian ini menjelaskan secara terperinci mengenai :

- Apa yang kita jual
- Apakah produk atau jasa yang kita hasilkan memberikan banyak keuntungan kepada konsumen
- Produk atau jasa yang paling banyak permintaannya atau produk atau jasa yang sudah penuh di pasar.
- Keunggulan produk atau jasa yang kita jual

c. Penjelasan mengenai lokasi bisnis yang kita jalankan

Lokasi bisnis yang kita jalankan memegang peran yang sangat penting bagi tingkat keberhasilan atau kegagalan produk atau jasa yang akan kita tawarkan kepada konsumen. Keputusan pemilihan lokasi tersebut mungkin berdasarkan kedekatan konsumen atau dengan bahan baku. Yang terpenting dari keputusan pemilihan lokasi ini adalah lokasi tersebut memiliki banyak keunggulan, seperti kemudahan pencapaian dan keamanan. Penjelasan secara terperinci meliputi :

- Faktor-faktor yang diperlukan berkenaan dengan lokasi yang dipilih
- Luas bangunan yang diperlukan
- Alasan mengapa lokasi tersebut dipilih, misalnya karena berada di wilayah bergengsi, mudah dicapai, aman.
- Keterangan tentang fasilitas yang ada : apakah lokasi itu dilengkapi dengan fasilitas yang memadai, seperti saluran pembuangan, di pinggir jalan utama, dilalui oleh transportasi umum.

Hal yang harus ada dalam bagian ini adalah penjelasan mengenai besarnya permintaan terhadap produk atau jasa yang dibuat oleh perusahaan. Selain itu, kita juga perlu menjelaskan penguasaan produk atau jasa yang akan kita buat: apakah produk atau jasa tersebut dapat menciptakan pasar (*driving market*) atau mengikuti pasar (*market driven*).

Intinya adalah bagaimana kita dapat mengenali kondisi pasar dari bisnis yang kita jalankan. Kunci sukses rencana pemasaran adalah seberapa jauh kita dapat mengenal pelanggan kita, misalnya, yang mereka inginkan, yang tidak mereka inginkan, yang mereka harapkan. Dengan mengetahui semua faktor tersebut, kita dapat mengembangkan strategi pemasaran, sehingga seluruh kebutuhan, harapan, dan keinginan pelanggan dapat kita penuhi.

Kita dapat mengenali pelanggan dengan melakukan segmentasi, yaitu segmentasi berdasarkan umur, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan, dan lokasi tempat tinggal. Pada tahap pertama, kemungkinan *target market* kita terbatas pada pelanggan yang paling sesuai dengan produk yang mereka gunakan. Selanjutnya, apabila pelanggan kita semakin meluas, kita perlu mempertimbangkan perencanaan pemasaran dengan melibatkan pelanggan dalam skala luas.

Pengembangan perencanaan pemasaran dapat kita lakukan melalui survei dengan menggunakan kuesioner.

Penulisan rencana bisnis harus bebas dari *emotional faktor* atau emosi kepentingan pencetus ide bisnis. Tujuannya adalah untuk menghindari harapan yang terlalu berlebih-lebihan, terutama dalam memperkirakan besarnya permintaan atau besarnya potensi pasar, dan proyeksi permintaan. Penulisannya harus seobyektif mungkin sehingga pembaca mendapat kesan bahwa rencana bisnis tersebut realistis dan masuk akal.

Rencana bisnis pada bagian ini setidaknya memuat hal-hal berikut :

- a. Profil konsumen, misalnya penjelasan mengenai siapa konsumen kita, siapa target pasar kita.
- b. Potensi pasar serta prospek pertumbuhannya di masa yang akan datang.
- c. *Market share* yang ada pada saat ini serta kemungkinan perubahannya di masa yang akan datang.
- d. Analisis kuantitatif maupun kualitatif dengan menggunakan metode statistika atau metode ilmiah lainnya, dan dengan menggunakan data serta informasi hasil riset tentang konsumen dan pesaing.
- e. Karakteristik konsumen serta kecenderungan perubahannya, perilakunya (mengapa dan bagaimana cara mereka membeli serta di mana mereka membeli).
- f. Tingkat persaingan : siapa saja yang telah bermain di industri tersebut, seberapa kuat pesaing yang ada, dan bagaimana kondisi harga dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh pesaing.
- g. Keunggulan kompetitif yang kita miliki, yang membuat kita yakin bahwa kita dapat mengalahkan pesaing.
- h. Strategi pemasaran harus menjelaskan strategi harga, strategi promosi, strategi penjualan, serta berbagai strategi pemasaran lainnya, termasuk strategi untuk meningkatkan citra perusahaan.
- i. Rencana pengembangan pemasaran di masa yang akan datang.

RENCANA PEMASARAN

Rencana pemasara untuk.....

I. Analisis Pasar

A. Target pasar. Siapa yang menjadi pelanggan kita ?

(1). Produk atau jasa yang kita hasilkan akan dipasarkan (terutama) ke :

- a. Sektor swasta(berapa persen.....%)
- b. Distributor(.....%)
- c. Retailer(.....%)
- d. Pemerintah(.....%)
- e. Lain-lain(.....%)

(2). Kita akan menargetkan pelanggan berdasarkan :

- a. Lini produk atau jasa. Sebutkan ...
- b. Wilayah geografis tertentu. Sebutkan....
- c. Penjualan. Besarnya target penjualan. Sebutkan ...
- d. Industri. Target industri. Sebutkan ...
- e. Lainnya. Sebutkan ...

B. Persaingan

(1). Siapa saja pesaing kita ?

(a). Nama :

Alamat :

Mulai didirikan pada :

Market share :

Strategi mengenai harga :

Produk atau jasa yang dihasilkan :

Keunggulan :

(b). Nama :

Alamat :

Mulai didirikan pada :

Market share :

Strategi mengenai harga :

Produk atau jasa yang dihasilkan :

Keunggulan :

(2). Bagaimana kondisi persaingan di pasar ?

- Persaingan sangat ketat, jelaskan.....
- Persaingan sedang-sedang saja, jelaskan.....
- Persaingan tidak ketat, jelaskan.....

(3). Jelaskan variabel-variabel kekuatan dan kelemahan perusahaan kita dibandingkan dengan perusahaan pesaing (variabel tersebut merupakan variabel yang paling dominan. Contohnya : lokasi, sumber daya yang dimiliki perusahaan, reputasi, pelayanan, keahlian

karyawan, produk atau jasa yang dihasilkan, harga, kualitas, dan sebagainya).

Variabel Kekuatan	Variabel Kelemahan
1....	1....
2...	2...
3...	3...
4...	4...
5...	5...

C. Lingkungan

1. Jelaskan faktor-faktor penting yang dapat mempengaruhi produk atau jasa yang kita hasilkan, seperti pertumbuhan ekonomi, inflasi, daya beli, pajak, kecenderungan ekonomi.
2. Jelaskan faktor legalitas yang dapat mempengaruhi produk atau jasa yang kita hasilkan, seperti (undang-undang, peraturan, keputusan pemerintah daerah, dan sebagainya).
3. Jelaskan faktor-faktor kebijakan mengenai lingkungan yang dapat mempengaruhi produk atau jasa yang kita hasilkan.

SISTEMATIKA PENYUSUNAN BUSINESS PLAN

- Visi Misi Tujuan
- Sejarah Berdirinya Perusahaan
- Pihak yang Terlibat dan Bertanggungjawab dalam Perusahaan
- Kondisi Keuangan
- Rencana Pengembangan
- Komponen Utama
- Persyaratan Ruangan
- Pedoman Luas Area
- Pedoman Ukuran Meja dan Kursi
- Contoh Denah Tata Ruang Perusahaan
- Perizinan dan kerjasama
 - Jenis bisnis
 - Produk atau jasa, apakah termasuk bisnis baru, pengambilalihan (*takeover*), perluasan, *franchise*, atau keagenan
- Apa yang kita jual
- Produk dan jasa yang akan dihasilkan
- Produk atau jasa yang paling banyak permintaannya
- Keunggulan produk atau jasa yang akan dijual

- Faktor-faktor yang akan diperlukan berkenaan dengan lokasi yang akan dipilih
- Luas bangunan yang diperlukan
- Alasan mengapa lokasi tersebut dipilih
- Keterangan tentang fasilitas yang ada
- Struktur Organisasi
- Tugas dan Tanggung Jawab
- Alat
- Bahan
- Tempat
- Peralatan Persiapan
- Peralatan Pengolahan
- Peralatan Penyajian
- Analisa Pekerjaan
- Contoh Analisis Pekerjaan
- Perencanaan
- Rekrutmen
- Seleksi
- Penempatan
- Diklat dan Pengembangan
- Perencanaan Karir
- Penilaian Prestasi
- Penghargaan Prestasi
- Pelepasan dan Pemensiunan
- Buku Kas Harian/Bulanan/Tahunan
- Buku Inventaris Alat
- Buku Pengadaan Bahan