

MAKALAH

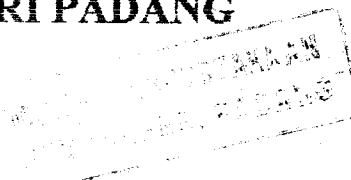
TEKNIK MENYUSUN RENCANA USAHA/BISNIS

ASLI PERPUSTAKAAN UNIV. NEGERI PADANG	
TERIMA TGL. :	10 November 2000
CURRER/HARGA :	Hadidih
KULERSI :	K.2
NO. INVENTARIS :	21563/k/2000-7, (2)
LOKASI :	650.01 Tan - 60

Oleh :

Dra. H.J. Mirna Tanjung, MS

**FAKULTAS ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
1999**



TEKNIK MENYUSUN RENCANA USAHA/BISNIS*)

Oleh : Dra. IJ. Mirna Tanjung, MS**)

A. PENDAHULUAN.

Dalam makalah ini akan dibahas, pertama mengenai format proposal usaha/bisnis. Walaupun sebenarnya tidak ada format yang baku untuk proposal usaha, namun dalam rangka untuk pendidikan dan pelatihan diperlukan pedoman yang sama. Kedua, langkah-langkah dalam merencanakan dan mengembangkan usaha/bisnis ada tujuh tahap, mulai membuat statemen misi usaha sampai dengan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan variable eksternal. Ketiga, akan dibahas mengenai aspek-aspek penting dalam penyusunan proposal usaha/bisnis yang meliputi berbagai jenis usaha dari aspek perencanaan, beberapa aspek yang perlu dinilai dan bagaimana cara penilaiannya.

Tujuan pembuatan proposal terutama bukan untuk perusahaan sendiri, tetapi justru untuk pihak lain yang kita beri proposal. Dengan mengetahui kepentingan masing-masing pihak yang kita tuju akan sangat membantu memberi warna dan bobot yang sesuai dengan kepentingan masing-masing pihak yang kita harapkan menjadi mitra kerja, pendukung dana atau mendukung dengan memberikan kemudahan.

B. FORMAT PEMBUATAN PROPOSAL

Pada dasarnya tidak ada format yang baku mengenai proposal usaha/bisnis. Lembaga-lembaga keuanganpun juga tidak menentukan secara baku dan ketat formatnya, tetapi yang justru lebih penting adalah kelengkapan informasi yang dibutuhkan dan mutu isinya sejauh mana bias dipertanggungjawabkan dan rasional. Berikut ini dibcrikan contoh format proposal usaha dan diharapkan mahasiswa memiliki pegangan minimal berbagai hal berkenaan dengan proposal usaha/bisnis :

*) Disampaikan pada Pembekalan KKK Prima Mandiri
UNP tanggal 2 Oktober 1999

**) Dosen Jurusan Ilmu Ekonomi, FIS UNP

SISTEMATIKA PROPOSAL USAHA

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

1. Gambaran umum tentang usaha yang direncanakan/dikembangkan
2. Faktor-faktor penunjang maupun hambatan terhadap yang direncanakan/dikembangkan.
3. Prospek usaha, dll

B. Tujuan

C. Kegunaan

Proposal ini dibuat untuk memperoleh bantuan dan pembinaan dalam pengembangan usaha mandiri dan kewirausahaan yang direncanakan.

BAB II: MEKANISME USAHA

A. Organisasi dan Personalia

B. Proses Produksi

C. Pengadaan Barang

1. Alat-alat/ factor-faktor produksi, bahan baku (mentah, jumlah, jenis dsb)
2. Kualitas dan Kuantitas Tenaga Kerja yang digunakan
3. Proses dan Target Produksi yang direncanakan, mingguan, bulanan, tahunan.

D. Pemasaran

1. Kondisi Industri dan Persaingan
2. Proyeksi Penjualan
3. Pengembangan Pasar
4. Program Pemasaran

BAB III: ANALISA BIAYA DAN PENDAPATAN USAHA

A. Penjualan dan Keuntungan

1. Jumlah pendapatan per minggu/bulan/tahun
2. Perkiraan pendapatan sampingan per minggu, bulan, tahun

B. Biaya

1. Biaya Produksi/Pengadaan barang
2. Biaya Administrasi dan umum/Operasional
3. Biaya Bunga Pinjaman dan Cicilan Hutang
4. Pajak

C. Keuntungan (A-B)

D. Proyeksi Cah flow

E. Kriteria Investasi

BAB IV : PENUTUP

Kesimpulan dan Harapan

MILIK PERPUSTAKAAN
UNIV. NEGERI PADANG

PETUNJUK PENYUSUNAN RENCANA USAHA

KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
PENDAHULUAN	
BAB I. LATAR BELAKANG.....	
1. JENIS USAHA.....	
2. KEGIATAN USAHA.....	
3. PENANGGUNG JAWAB USAHA.....	
4. LOKASI PERUSAHAAN.....	
5. STRUKTUR ORGANISASI.....	
BAB II. ASPEK PEMASARAN	
A. RENCANA PEMASARAN.....	
1. KEMUNGKINAN-KEMUNGKINAN MENJUAL BARANG/JASA YANG DIBUAT	
2. PENENTUAN HARGA JUAL.....	
3. JUMLAH BARANG/ JASA YANG DIJUAL.....	
4. CARA PEMASARAN.....	
5. SASARAN PEMBELI PRODUK/JASA.....	
6. SARANA PENJUALAN.....	
7. KEBIJAKSANAAN PENJUALAN.....	
B. RENCANA PEMBELIAN	
1. MACAM DAN SYARAT BAHAN/BARANG DAN JASA YANG DIBELI.....	
2. MENENTUKAN JUMLAH BAHAN/BARANG DAN JASA YANG DIBELI.....	
3. HARGA BAHAN, BARANG DAN JASA YANG DIBELI.....	
4. CARA PEMBELIAN BAHAN, BARANG DAN JASA YANG DIBELI.....	
BAB III ASPEK PRODUKSI	
1. MODEL PRODUK YANG DIBUAT.....	
2. MENENTUKAN PROSES PRODUKSI.....	
3. BESARNYA PRODUK/JASA YANG DIBUAT.....	
4. KELANGSUNGAN TERSEDIA NYA BAHAN BAKU.....	
5. MENENTUKAN MESIN DAN PERLENGKAPAN.....	
6. RENCANA BANGUNAN DAN TATA LETAK.....	
7. MENENTUKAN TENAGA KERJA.....	
BAB IV. ASPEK KEUANGAN	
1. RENCANA PEMBIAYAAN.....	
1.1. MODAL INVESTASI.....	
1.2. BIAYA TETAP.....	
1.3. BIAYA TIDAK TETAP.....	
2. PERHITUNGAN TITIK PULAN POKOK.....	
3. PERHITUNGAN RUGI LABA.....	
BAB V. ASPEK SOSIAL EKONOMI DAN PENUTUP.....	
1. MANFAAT BAGI MASYARAKAT.....	
2. PEMASUKAN PAJAK.....	
3. PENUTUP.....	

C. LANGKAH-LANGKAH DALAM MERENCANAKAN DAN MENGEMBANGKAN USAHA/BISNIS

Dalam setiap organisasi selalu membutuhkan manajemen. Perencanaan merupakan unsure pertama dari empat fungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan dan pengendalian). Tanpa perencanaan, maka fungsi manajemen yang lain tidak dapat dilaksanakan sehingga peranan perencanaan adalah sangat penting.

Ada beberapa tahap dalam melakukan perencanaan usaha/bisnis sebagai berikut :

1. Merumuskan misi
2. Mendefinisikan usaha/bisnis
3. Variabel-variabel Eksternal
4. Membuat asumsi-asumsi kritis
5. Menentukan keberhasilan usaha/bisnis
6. Identifikasi peluang/kesempatan (opportunity)
7. Menetapkan kelemahan-kelemahan utama
 - Dengan merumuskan misi, ini adalah merupakan alasan tentang keberadaan suatu bisnis dan untuk kebanyakan usaha terdapat sejumlah kemungkinan tentang keberadaannya. Bagi beberapa pengusaha suatu usaha/bisnis menunjukkan ekspresi pribadi. Jadi usaha/bisnis membutuhkan suatu tingkat psikologis
 - Definisi usaha/bisnis secara cukup luas merangsang pola pikir dan tidak membatasi daya kreatif tetap cukup terarah melengkapi melengkapi petunjuk-petunjuk bagi pimpinan dalam menjalankan usahanya.
 - Langkah berikutnya dalam menetapkan dasar untuk menulis perencanaan usaha/bisnis secara formal adalah membuat spesifikasi terhadap factor diluar kontrol dari usaha/bisnis yang akan berakibat terhadap kesuksesan usaha. Data tentang variable-variabel tersebut dikoleksi dan dianalisa.
 - Perlu sekali variable-variabel eksternal yang berarti (significant) dapat dideterminasi dan sumber-sumber yang berhubungan dari informasi dapat

ditetapkan. Karena hal tersebut dibutuhkan untuk membuat asumsi-asumsi spesifik tentang setiap variable dan proyeksi nilai-nilai untuk setiap periode dalam perencanaan,

- Langkah berikut dalam meletakkan dasar untuk menulis perencanaan usaha/bisnis yang formal adalah menentukan variable-variabel internal yang penting mempunyai dampak kesuksesan
- Sekali pengusaha telah menetapkan definisi dari misi dan usahanya, maka dia harus memastikan usaha yang diinginkannya, yang meliputi hal-hal sebagai berikut :
 - 1) Sebab musabab dibutuhkan dan usaha apa yang dapat dilakukan
 - 2) Apa keunikan lokasi sehingga digunakan
 - 3) Mengapa orang lain tidak melakukan hal yang sama seperti itu?
- Langkah terakhir sebelum membuat dokumen-dokumen perencanaan actual adalah menetapkan kelemahan-kelemahan pokok dari usaha yang mungkin menjadi alasan sehingga usaha/bisnis tidak berhasil. Dalam beberapa aspek penetapan kelemahan merupakan kebalikan dari penetapan kekuatan-kekuatan bisnis.. Apakah produk atau jasa tidak banyak perbedaannya dari pada produk-produk atau jasa lainnya di pasar. Hal ini mungkin juga merupakan kelemahan-kelemahan kunci. Apakah mustahil untuk memperoleh lokasi yang tepat dan bagi usaha/bisnis yang melakukan penjualan terhadap khalayak umum hal ini mungkin sangat menentukan.

D. ASPEK-ASPEK PENTING DALAM PENYUSUNAN PROPOSAL USAHA

Penyusunan proposal dalam rangka merencanakan dan mengembangkan usaha/bisnis biasanya disebut studi kelayakan (*feasibility studi*). Pembuatan studi kelayakan perlu mempertimbangkan berbagai aspek. Setiap jenis usaha memiliki prioritas dan tingkat kompleksitas yang tidak sama, sehingga dari beberapa aspek yang dipertimbangkan mungkin bobot dan kelengkapannya juga berbeda, sangat tergantung dari jenis usahanya, besarnya skala usaha dan kepentingan berbagai pihak yang terkait (pemerintah, pendukung dana, masyarakat sekitar, mitra kerja dan lain sebagainya).

Adapun beberapa aspek tersebut sebagai berikut :

1. Jenis usaha dari segi perencanaan
2. Aspek pasar dan pemasaran
3. Aspek Keuangan
4. Aspek manajemen dan sumber daya manusia
5. Aspek Teknik dan Produksi
6. Aspek Ekonomis dan Sosial
7. Aspek Yuridis

Ad. 1. Jenis Usaha dari segi perencanaan

Pada dasarnya dari segi perencanaan usaha dapat dibedakan menjadi :

- 1) Usaha baru, yang merupakan usaha perintis. Jenis usaha ini dapat merupakan yang baru memulai suatu usaha, artinya sebelumnya belum pernah memiliki usaha. Misalnya, seorang sarjana yang baru lulus punya niat yang kuat untuk menjadi wirausahawan dan tidak mau mencari pekerjaan dengan melamar pada perusahaan atau instansi yang telah ada, namun justru ingin membuat suatu usaha dan kemudian mengikuti diklat kewirausahaan dan setelah selesai diklat memulai suatu usaha baru.
- 2) Usaha pengembangan (ekspansi), dan dapat dibedakan lagi :
 - a) Menambah Kapasitas
Penambahan kapasitas adalah pengembangan usaha dalam rangka menaikkan kapasitas perusahaan. Hal ini dilakukan dengan menambah investasi aktiva tetap
 - b) Penambahan Produk Baru
Suatu usaha yang telah berjalan dan dalam rangka memperluas pasar atau masuk segmen pasar yang baru, maka dirasakan produk yang ada tidak cukup, sehingga perlu ditambah. Misalnya perusahaan bordir "Ana"

selama ini hanya membuat baju kurung, dan untuk perluasan pasarnya menambah dengan membuat jubah, mukenah, sprei dan lain-lain.

c) Penggantian peralatan (Aktiva Tetap)

Peralatan yang sudah usang baik karena factor teknologi, maupun karena faktor ekonomis pada saatnya perlu diganti dengan peralatan yang lebih sesuai. Jika penggantian peralatan ini sekaligus juga menambah kapasitasnya, maka penggantian ini termasuk usaha pengembangan.

d) Kombinasi

Dalam praktek sering ditemukan bahwa pengembangan usaha tidak hanya dilakukan partial seperti pengembangan yang telah dikemukakan di atas, namun bias terjadi dilakukan sekaligus. Hal ini dapat merupakan gabungan dari dua bentuk dari tiga bentuk pengembangan sebelumnya, namun juga bias dilakukan dengan melaksanakan tiga bentuk tersebut sekaligus.

Ad.2 : Aspek Pasar dan Pemasaran

Pada setiap jenis proposal usaha/bisnis penilaian aspek pasar dan pemasaran adalah sangat menentukan. Beberapa factor yang perlu dicermati dalam menilai aspek pasar dan pemasaran :

- 1) Kondisi perekonomian
- 2) Analisis Industri
- 3) Proyeksi Penjualan

Ad. 3: Aspek Keuangan.

Dalam aspek keuangan ini meliputi :

1) Kebutuhan dana

Kebutuhan dana antara lain digunakan untuk, investasi aktiva tetap, investasi modal kerja, investasi piutang, investasi persediaan barang

2) Sumber dana

Pada garis besarnya sumber dana ada dua yaitu : sumber intern dan ekstern. Sumber-sumber intern dimaksudkan dari dalam perusahaan sendiri, misalnya laba ditahan maupun cadangan investasi. Sedangkan sumber dana ekstern dapat berasal dari pemilik, pinjaman bank, pemasok, pelanggan, atau menerbitkan obligasi, modal ventura, BUMN.

3) Biaya modal

Pada prinsipnya sumber dana dari sumber manapun ada biayanya. Jika pinjaman dari bank ada biaya bunga, provisi, komisi, biaya akte notaries dan lain-lain. Artinya berapapun biaya jelas kita keuarkan.

4) Proyeksi Aliran Kas

Aliran kas ada dua jenis, yaitu aliran kas masuk dan aliran kas keluar. Aliran kas masuk dicari dengan cara menjumlahkan semua hasil penjualan kemudian dikurangi dengan harga pokok penjualan, biaya operasional, bunga dan pajak sehingga ketemu lab bersih setelah pajak. Sedangkan aliran kas keluar berupa biaya investasi baik aktiva tetap maupun aktiva lancar.

5) Kriteria investasi

Untuk menilai apakah aliran kas yang kita proyeksikan tersebut layak atau tidak, maka dipergunakan pendekatan kriteria investasi.

Ad. 4: Aspek Manajemen dan Sumber daya manusia

Dari beberapa aspek manajemen dan sumber daya manusia yang begitu banyak untuk keperluan membuat proposal usaha/bisnis ada beberapa aspek yang cukup penting untuk dimasukkan :

1) Struktur organisasi

2) Jumlah dan kualitas sumber daya manusia

- 3) Pelatihan
- 4) Kesejahteraan

Ad. 5 : Aspek Teknik dan Produksi, yang meliputi

- 1) Jumlah dan jenis, peralatan diantaranya mencakup: Kapasitas, efisiensi dan efektifitas, perawatan dan spare part, kemungkinan pengembangan.
- 2) Lokasi, sangat menentukan dalam menghitung peluang pasar
- 3) Lay Out
Lokasi yang bagus merupakan salah satu penentu awal keberhasilan, namun perlu ditunjang dengan lay out yang sesuai. Lay out tidak hanya mempertimbangkan kemudahan orang untuk bekerja, namun juga kenyamanan langganan dan karyawan bekerja.
- 4) Kemungkinan pengembangan
Beberapa usaha yang dimulai kecil sering kesulitan untuk mencari tempat baru jika usahanya kemudian berkembang, bahkan dengan pindahnya ketempat yang baru, tidak jarang mengakibatkan matinya usaha tersebut. Untuk itu perlu perencanaan lokasi usaha, sekaligus dengan mempertimbangkan pengembangannya.

Ad. 6 : Aspek Ekonomis dan Sosial

Analisis aspek ekonomi dan social terutama diperlukan oleh pemerintah maupun masyarakat. Jika perusahaan yang kita rencanakan memberikan dampak yang positif, maka kita harapkan dukungan pemerintah dan masyarakat. Aspek ekonomi dan social meliputi :

- 1) Dampak ekonomis - tumbuhnya kesempatan kerja baru sehingga akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat
- 2) Dampak social, yang meliputi analisis dampak lingkungan dan diharapkan keberadaan perusahaan tidak akan menimbulkan kerusakan lingkungan.

Ad. 7 : Aspek Yuridis

Berknaan dengan proposal usaha yang akan dibuat maka ada dua factor penting dalam aspek yuridis yang perlu diperhatikan, yaitu :

650.01
Jan.
t@

1) Perizinan

Ini merupakan izin usaha sesuai dengan usahanya. Izin diberikan oleh instansi yang berwenang.

2) Kontrak.

Kepastian jaminan hukum adalah sangat penting, walaupun secara pribadi sudah baik, tapi karena menyangkut sejumlah uang maka harus jelas hak dan kewajiban setiap pihak yang terkait.

4563/k/2000-T, (2)

MILIK PERPUSTAKAAN
UNIV. NEGERI PADANG

DAFTAR PUSTAKA

1. Hisrich, D Robert and Michel P. Peter. 1992 *Entrepreneurship Starting Developing and Managing A New Entreprises*. Richard D. Irwin. Inc. Illinois.
2. Mancuso, R. Joseph. *Businnes Plan. America's Best Selling. Businnes Book Author*. The Center For Entrepreneurial Management, NeW York.
3. Daumbach, M. Clefford. 1986. *How To Organtze and Operate A Small Businnes*. International Edition. New Jersey.
4. Siswanti, Sutoyo, 1992. *Studi Kelayakan Proyek LPPM*. JAKarta