

Perencanaan Usaha (Business Plan)

Hanifa Turrahmah

Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang

Email:hanifazhantyfha@gmail.com

Abstrak: Kemampuan untuk memasukkan ide-ide inovatif, kreatif, dan cemerlang serta ide-ide dengan nilai ekonomi dan komersial yang tinggi ke dalam rencana bisnis yang matang dan realistis adalah salah satu kunci keberhasilan memulai bisnis. Apapun jenis perusahaan yang akan kita jalankan. Terlebih lagi jika Anda menindaklanjuti dengan menuliskan ide-ide tersebut sehingga dapat dibagikan kepada pihak lain. Rencana apa yang akan dilakukan sebuah bisnis di masa depan meliputi bagaimana mengalokasikan sumber daya, memperhatikan faktor-faktor penting, dan menangani masalah. dan peluang. Rencana bisnis umumnya mencakup Ringkasan, Pernyataan Misi, Faktor Kunci, Analisis Pasar, Produksi, Manajemen, dan Analisis Keuangan, termasuk analisis Break Event, antara lain. Jika kita akan menjalankan bisnis, rencana bisnis adalah mutlak diperlukan karena berfungsi sebagai bisnis yang setara dengan peta dan kompas. Kita dapat mengidentifikasi tujuan bisnis utama kita, memprioritaskan tugas, dan memperkirakan arus kas dengan bantuan sebuah rencana. Sementara itu, jika kita memiliki rencana bisnis yang baik, peluang keberhasilan kita akan lebih tinggi. Proses perencanaan bisnis yang baik lebih dari sekedar rencana. Contoh perencanaan bisnis yang baik adalah: mudah digunakan (dengan fitur yang praktis dan nyaman); Spesifik (spesifik dalam hal waktu, personel, dan anggaran); Lengkap (lengkap dengan semua komponen) dan Realistis (dalam hal tujuan, anggaran, dan target waktu).

Kata kunci: Perencanaan, Usaha

Abstract: The ability to incorporate innovative, creative, and bright ideas—as well as ideas with high economic and commercial value—into a mature and realistic business plan is one of the keys to business startup success. whatever kind of company we'll run. This is even more true if you follow up by writing down these ideas so that they can be shared with other parties. Plans for what a business will do in the future include how to allocate resources, pay attention to important factors, and deal with problems and opportunities. A business plan generally includes the Summary, Mission Statement, Key Factors, Market Analysis, Production, Management, and Financial Analysis, including Break Event analysis, among other things. If we are going to run a business, a business plan is absolutely necessary because it serves as a business's equivalent of a map and compass. We can identify our primary business objectives, prioritize tasks, and estimate cash flow with the help of a plan. In the meantime, if we have a sound business plan, our chances of success will be higher. The process of good business planning is more than just a plan. Examples of good business planning are: easy to use (with features that are both practical and convenient); Specific (specific in terms of time, personnel, and budget); Complete (complete with all components) and Realistic (in terms of goals, budget, and time targets).

Keywords: Planning, Effort

1. PENDAHULUAN

Banyak orang percaya bahwa “gagasan atau ide” membutuhkan banyak uang. Tentu, bukan sembarang ide, tetapi ide yang memiliki nilai komersial dan dituangkan dalam rencana bisnis. Faktanya, terlepas dari kenyataan bahwa banyak orang memiliki ide cemerlang yang hebat dan memiliki nilai komersial

yang tinggi, gagasan hebat itu tidak pernah ditulis, dikomunikasikan kepada pihak lain, atau diimplementasikan.

Membuat rencana bisnis/bisnis yang matang dan dapat dicapai adalah salah satu kunci untuk memulai bisnis dengan sukses. Apa pun jenis perusahaan yang akan kita jalankan. Tujuan dari

makalah ini adalah untuk memandu Anda melalui proses pembuatan rencana bisnis. Hal ini sangat berguna untuk menggunakan perencanaan bisnis/ bisnis untuk menentukan apakah bisnis/ bisnis yang ingin kita kejar layak, menguntungkan, dan jangka panjang/prospektif. Jika kita ingin mengundang mitra bisnis, investor, atau calon kreditur untuk membantu kita mewujudkan impian kita, perencanaan bisnis/ bisnis yang cermat juga sangat membantu.

2. PEMBAHASAN

A. Mengapa Pentingnya Perencanaan Usaha atau Business Plan.

Ketika Anda berbicara tentang bisnis, Anda juga berbicara tentang strategi. Rencana bisnis sangat penting untuk bisnis besar dan kecil ketika memulai usaha baru. Rencana strategis yang akan diterapkan untuk mencapai tujuan adalah rencana bisnis. Kemampuan untuk menciptakan rencana bisnis yang solid dan melakukannya sesuai dengan latar belakang seseorang yang sebenarnya dapat menjadi tolok ukur siap atau tidaknya seseorang memasuki dunia bisnis dan siap menghadapi persaingan yang menantang dan berisiko.

Karena dunia bisnis penuh dengan risiko, tidak dapat dipungkiri bahwa modal utama dalam bisnis adalah keberanian mengambil risiko. Namun, dengan kemampuan dan kecerdasan untuk menganalisa dan membaca peluang, risiko dapat diminimalisir atau dihilangkan ketika mengambil keputusan dan kebijakan. Tanpa kemampuan ini, risiko tetap sama baru saja memasuki pintu kegagalan.

Ketika Anda berbicara tentang bisnis, Anda tidak hanya berbicara tentang keuntungan; Sebaliknya, Anda juga berbicara tentang strategi— sebuah rencana untuk menciptakan sistem manajemen yang baik sehingga perusahaan dapat menjadi kuat dan sulit untuk diguncang. Tidak mungkin sebuah bisnis dapat maju dan berkembang dengan baik jika hanya berfokus pada uang dan mengejar keuntungan tanpa mempersiapkan sistem

dan strategi manajemen yang baik. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan bisnis yang matang sebelum memulai bisnis agar siap menghadapi segala risiko di masa depan.

Karena merupakan alat untuk memproyeksikan dan menganalisis pengambilan keputusan dan pembuat kebijakan di masa depan, maka *business plan* merupakan bagian penting dari kesuksesan sebuah perusahaan. Dalam rangka mempertajam rencana yang diantisipasi dalam menentukan arah tujuan dan cara mencapai tujuan yang diinginkan, rencana bisnis berubah menjadi pedoman strategis.

Membuat rencana bisnis sebelum memulai bisnis memiliki banyak keuntungan, antara lain:

1. Kejelasan rencana strategi bisnis dalam mengidentifikasi poin terpenting perusahaan
2. Karena kejelasan tujuan, visi, dan misi bisnis, ada potensi besar untuk sukses.
3. Persiapan yang lebih matang untuk menghadapi risiko dan masalah di masa depan
4. Pengetahuan tentang potensi dan peluang pasar.
5. Dapat ditetapkan prioritas untuk sumber daya yang diperlukan
6. Sebagai dasar atau pegangan untuk fungsi pengendalian, antara lain.

Ada empat alasan bagus untuk memiliki rencana bisnis:

- 1) Memahami persyaratan untuk menjalankan bisnis
Rencana bisnis menguraikan berbagai persyaratan, termasuk jumlah modal yang dibutuhkan, jumlah karyawan, pemasok, dan biaya operasional, antara lain. Semuanya ditulis secara lengkap, sehingga Anda dapat mengetahuinya keluaran semua yang Anda inginkan untuk membangun bisnis, dan tentukan metodologi tentang metode yang paling efektif untuk mengatasi masalah tersebut.

- 2) Berkonsentrasi pada tujuan Visi, misi, dan daftar tujuan tertentu harus dimasukkan dalam rencana bisnis untuk membantu dalam merencanakan bagaimana dan kapan tujuan ini akan dicapai. Manajemen akan dipaksa untuk tetap fokus dan secara konsisten mengambil tindakan untuk mencapai tujuan mereka. tujuan sebagai hasilnya.
- 3) Analisis pemasaran berupa kekuatan (Strength), peluang (Opportunity), kelemahan (Weakness), dan tantangan bisnis (Threat) digunakan sebagai dasar untuk membuat strategi pemasaran yang baik yang juga fleksibel dalam pelaksanaannya. Ini juga membantu Anda menghadapi persaingan dari pesaing. Untuk mengatasi masalah eksternal yang dapat berdampak pada bisnis, rencana bisnis harus diperbarui secara berkala dan disesuaikan dengan iklim ekonomi dan kondisi industri saat ini.
- 4) Rencana bisnis mutlak diperlukan bagi bisnis yang membutuhkan investor untuk mendanai operasinya. perhitungan berapa lama modal akan kembali serta deskripsi kebutuhan modal, biaya operasional, dan target penjualan akan menjadi fokus pertimbangan calon investor ketika memutuskan untuk berinvestasi di perusahaan atau tidak.

Business plan Adalah mungkin untuk meyakinkan calon investor bahwa Anda memiliki kendali yang cukup atas bisnis dan itu dapat menjadi investasi potensial bagi mereka jika rencana bisnis Anda mencakup perhitungan yang akurat dan penelitian yang baik.

Rencana usaha tetap dapat digunakan untuk merencanakan masa depan perusahaan Anda bahkan jika Anda tidak berniat untuk menambah modal. Anda dapat mengembangkan strategi yang komprehensif untuk mengatasi berbagai tantangan dan hambatan dengan menuliskan ide di atas kertas. Di sinilah arah perusahaan Anda dapat ditemukan dalam rencana bisnis.

Berikut ini adalah garis besar elemen yang harus dimasukkan dalam rencana bisnis:

- 1) Summary (*Executive Summary*) Uraian singkat kurang lebih satu sampai dua halaman yang membahas tentang latar belakang proyek, inisiator, target pasar, manajemen proyek, dan kelayakan finansial proyek secara umum.
- 2) Deskripsi Perusahaan Memberikan gambaran singkat tentang profil perusahaan yang akan melaksanakan proyek, seperti aspek hukum dan peraturan dari jenis badan usaha apa? Sejarah perusahaan, tujuan, visi, misi, kepemilikan perusahaan, dan hal-hal lain
- 3) Barang atau jasa yang diproduksi atau dipasarkan Bagian ini mencakup uraian tentang barang atau jasa yang akan diproduksi atau dipasarkan, tujuannya, dan keuntungan yang diperoleh konsumen atau pelanggan dari penggunaannya.
- 4) Analisis Aspek Pasar memberikan ringkasan tentang:
 - a) **sebuah. Bisnis Pintu Terbuka yang Menakutkan dan Kemungkinannya, hal-hal yang harus dicermati dalam potensi bisnis pintu terbuka antara lain:**
 1. Bagaimana kita bisa melanjutkan?
 2. Apa yang dibutuhkan oleh pasar?
 3. *The Need to Create Consumer Needs* (Model Terbaru): Agar Perusahaan Kita Ada, Kita Harus Mampu Menciptakan Pasar
 4. Mempertimbangkan itu, apakah masih ada peluang?
 5. Apakah kita mengejar kemungkinan ini?
 - b) **Kondisi Persaingan: Uraian pembicara tentang jenis dan kondisi persaingan pasar yang akan kita hadapi antara lain:**
 1. Pasar tetap atau captive; misalnya, kami memproduksi berdasarkan pesanan; alhasil, kita tidak perlu mempertimbangkan apakah barang yang kita hasilkan laku atau tidak laku?

2. Pasar Pembeli/Pembeli menentukan pasar (jika pembeli menguasai pasar, posisi kita sebagai produsen akan semakin sulit karena kita harus bersaing ketat untuk mendapatkan pelanggan).

a) Posisi Pasar Bisnis

Hal-hal berikut harus didiskusikan: Pasar mana yang ingin Anda kuasai atau targetkan?, Bagaimana Anda memosisikan diri Anda di pasar—sebagai pemimpin (pemimpin pasar), pengikut (pengikut), atau ceruk (pengisi ceruk pasar))? Apa upaya periklanan?

- b) Jika kita sudah memiliki target pasar**, target tersebut harus didukung oleh upaya pemasaran agar dapat dicapai. Bauran Pemasaran, yang mencakup empat P, dapat dimanfaatkan oleh satu jenis upaya pemasaran: Harga, produk, lokasi, dan promosi Masalah dengan Siklus Hidup Produk, di sisi lain (produk akan melalui tahapan berikut: pengenalan, pematangan, saturasi, dan kematian) juga harus diperhitungkan.

A. Prinsip perencanaan usaha

Prinsip perencanaan bisnis adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan bisnis perlu diterima oleh semua orang.
2. Perencanaan bisnis harus dapat beradaptasi dan dapat dicapai.
3. Setiap aspek operasi perusahaan harus dimasukkan dalam perencanaan bisnis.
4. Strategi operasional bisnis harus dikembangkan melalui perencanaan bisnis.

B. Format Umum Perencanaan Usaha

Format umum Rencana Bisnis

- a) Latar Belakang.**
Latar itu sendiri memuat alasan-alasan memulai suatu usaha. Selain itu, latar belakang meliputi

persaingan, peluang usaha, fasilitas yang dimiliki, dan prospek usaha ke depan.

b) Identitas Pemilik

Menurut namanya, identitas pemilik mencakup semua informasi tentang pemilik usaha, termasuk nama pemilik, tempat lahir, alamat rumah, nomor telepon, jenis kelamin, status perkawinan, pendidikan terakhir, pengalaman kerja, dan informasi tentang pernah bersekolah. beberapa pelatihan. Anda juga harus menyertakan tingkat pendidikan Anda sebelumnya.

c) Informasi Perusahaan

Dalam hal ini, informasi perusahaan meliputi nama, alamat, nomor telepon, bidang usaha, jenis badan usaha, tanggal pendirian, dan susunan kepengurusan. Terdiri dari uraian singkat mengenai profil perusahaan yang akan melaksanakan proyek. seperti aspek hukum dan lainnya dari badan usaha apa? Sejarah perusahaan, tujuan, visi, misi, kepemilikan perusahaan, dan hal-hal lain

d) Aspek Produksi

Aspek Produksi meliputi segala sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan produksi. Contohnya meliputi jumlah mesin, kapasitas produksi harian atau bulanan, rata-rata bulanan, sumber bahan baku, jenis barang yang dijual, sumber barang, Dan seterusnya. Berisi ringkasan tentang:

1. Lokasi (Apakah bahan mentah atau konsumen berada di dekat Anda?)
2. Layout (Line Layout jika mesin atau peralatan dikelompokkan menurut urutan proses produksi, atau Function Layout jika mesin atau peralatan dikelompokkan berdasarkan fungsi yang sama?)
3. Skala atau Area Produksi (Dapatkah Keuntungan Maksimum atau Biaya Rata-rata Terendah Dipertimbangkan?)
4. Memilih mesin atau teknologi yang akan digunakan (intensif pada teknologi atau tenaga kerja/pekerjaan?).

e) Aspek Pemasaran
Penjelasan tentang sistem distribusi, sistem pembayaran pembeli, target konsumen, wilayah pemasaran, penguasaan pasar, segmentasi pasar, dan rata-rata keuntungan penjualan termasuk dalam aspek pemasaran.

f) Aspek Keuangan
mencakup ringkasan dari sebuah.

1. Kebutuhan Dana: Hal ini dapat dijelaskan dalam hal (1) Pembiayaan Aset Tetap dan (2) Modal Kerja dengan menghitung jumlah total dana yang dibutuhkan untuk membiayai rencana bisnis. Di sisi Aset Neraca, Anda dapat melihat ini.

2. Pendanaan: Pendanaan untuk rencana bisnis dapat berasal dari salah satu dari dua sumber:
(1) Hutang, yang dapat berupa hutang jangka pendek atau hutang jangka panjang;
(2) Ekuitas atau Modal Sendiri Dapat dilihat dari sisi kewajiban c saldo lembaran.

3. Menggunakan rencana bisnis untuk menghitung arus kas dan arus kas, arus kas dapat dibagi ke dalam kategori berikut:

a. Cash Out Flow/COF adalah pengelompokan pertama untuk cash flow, yang mewakili cash out flow dengan tanda negatif dan Cash In Flow/CIF mewakili cash inflow dengan tanda positif.

b. Kategori kedua, arus kas, dipecah menjadi tiga bagian:

a) Arus Kas Awal: Karena dana yang dikeluarkan di awal proyek berupa dana keluar, arus kas atau dana tersebut ditandai negatif.

b) Arus Kas Operasional adalah aliran dana pada saat suatu proyek sedang beroperasi atau berjalan. Ketika proyek berjalan, dana dikeluarkan sebagai biaya operasional, tetapi pendapatan operasional juga diambil. Karena pendapatan operasional idealnya harus lebih besar daripada biaya operasional, arus kas operasional untuk

proyek komersial biasanya positif;

(c) Arus Kas Terminal adalah arus kas pada akhir proyek. Akan ada dua arus kas—Return on Working Capital dan Residual Value/Residual Value—keduanya akan selalu berupa arus kas masuk, sehingga menghasilkan arus kas Positif pada penyelesaian proyek.

D. Strategi Presentasi Rencana Usaha

a) Strategi untuk mempresentasikan rencana bisnis
Salah satu keterampilan penting seorang wirausahawan adalah kemampuan untuk mempresentasikan rencana bisnis. Faktanya, presentasi bisnis sangat mirip dengan aktivitas untuk presentasi tentang topik lain. Satu-satunya perbedaan adalah bahwa presentasi bisnis membutuhkan lebih banyak semangat kewirausahaan untuk meyakinkan audiens bahwa perusahaan yang Anda kelola memang menjanjikan keuntungan yang signifikan. Saat melakukan kegiatan yang berkaitan dengan presentasi bisnis, berikut ini adalah beberapa pertimbangan penting yang perlu diperhatikan:

a. Menyajikan konsep proyek keuangan dan rencana bisnis yang solid

Konsep, rencana bisnis, dan konsep keuangan adalah faktor utama yang dipertimbangkan pemberi dana dan investor ketika memutuskan apakah akan menyediakan dana untuk operasi perusahaan Anda yang sedang berjalan. Hal terpenting yang dapat Anda lakukan untuk berkinerja baik saat memberikan presentasi bisnis adalah menyajikan detail keuangan proyek dan detail rencana bisnis sejelas mungkin. Anda akan dapat mengantisipasi munculnya produk pesaing dan manajer bisnis baru, antara lain, jika Anda memiliki pemahaman yang kuat tentang rencana bisnis yang akan Anda jalankan. Anda juga akan dapat memprediksi bagaimana bisnis Anda akan beroperasi di masa depan, upaya apa yang sedang dipersiapkan untuk melakukan kegiatan penjualan dan pemasaran, dan sebagainya.

Sedangkan presentasi perencanaan keuangan akan memberikan gambaran tentang peredaran keuangan perusahaan, Ketika uraian ini dimasukkan dalam presentasi bisnis singkat akan menanamkan kepercayaan pada pihak-pihak yang terlibat, menumbuhkan kepercayaan mereka pada perusahaan Anda.

a. Namun demikian, dalam presentasi, teknik berbicara akan menjadi fokus perhatian. Berbicaralah seperti pebisnis sukses. Saat memberikan presentasi bisnis, berbicaralah secara persuasif dan optimis dalam menjalankan bisnis dan menghasilkan keuntungan. Jangan pesimis untuk itu. Tunjukkan bahwa Anda dapat menyelesaikan berbagai masalah bisnis dengan kreativitas dan inovasi.

b. .Menunjukkan keunggulan produk perusahaan Kepercayaan diri dibangun dengan menyediakan konten yang berkualitas dan menarik. Oleh karena itu, soroti setiap keunggulan produk atau layanan perusahaan Anda. Juga, jujur dan proporsional tentang kekurangan dan kekurangannya, lalu tawarkan alternatif solusi .Anda dapat meningkatkan kepercayaan diri dalam menyampaikan presentasi bisnis dengan mengutip berbagai kata bijak dari para profesional bisnis untuk mendukung isi presentasi. Alih-alih menulis kalimat-kalimat ini di slide, Anda harus berbicara langsung kepada audiens

a) Presentasi Rencana Bisnis

Saat mempresentasikan perusahaan Anda kepada investor, pemasok, atau mitra bisnis potensial lainnya, kita membutuhkan saluran komunikasi yang efektif. PowerPoint adalah salah satu platform yang paling banyak digunakan untuk presentasi profil perusahaan atau bisnis, tetapi platform lain juga dapat digunakan. berikut adalah manfaat mempresentasikan perusahaan Anda dalam format Power Point: Informasi disajikan secara berurutan, dapat diilustrasikan untuk memperkuat pesan, dan disajikan berdasarkan poin-poin terpenting. Ini digunakan oleh individu dan bisnis.

Isi untuk presentasi bisnis:

1. Latar Belakang: masalah yang menyebabkan munculnya ide bisnis.
2. Argumen yang kuat: mengapa perusahaan Anda adalah jawabannya.
3. Model bisnis: bagaimana Anda menghasilkan pendapatan?
4. Nilai tambah: apa yang membedakan perusahaan atau produk Anda?
5. Ukuran pasar: seberapa besar potensinya dan siapa target pasarnya?
6. Perhitungan keuangan: Bagaimana proyeksi keuntungannya?
7. Kondisi perusahaan Anda saat ini Persyaratan bisnis Anda saat ini (Karinov)

c) Revisi dan Penyempurnaan

Rencana Bisnis Perusahaan Rencana bisnis yang lengkap dan kompleks merupakan hasil dari revisi dan penyempurnaan.

1. Jelaskan keseluruhan rencana bisnis dalam ringkasan eksekutif.
Tujuan kerjasama bisnis Anda harus diringkas dalam esensinya (intisari) dalam ringkasan ringkasan eksekutif.
2. Perusahaan
Jelaskan sejarah perusahaan, pertumbuhan dan keuangan, aspek hukum dan kepemilikan, lokasi dan fasilitas, dan rencana keuangan untuk perusahaan.
3. Analisis Pasar.
Suatu industri, pasar sasaran, profil konsumen, segmentasi pasar, pesaing utama, proyeksi pertumbuhan pasar, dan pangsa pasar sasaran semuanya diperiksa dalam analisis pasar.

4. Produk positioning, strategi harga, tempat dan rencana distribusi, strategi promosi, dan menjangkau dan mempertahankan pelanggan adalah semua komponen pemasaran.
5. Ringkasan produk, keunikan, deskripsi produk, perbandingan dan pengembangan, paten dan merek dagang, kapasitas produksi terpasang, proses produksi, kontrol kualitas, dan tenaga kerja adalah semua aspek produksi dan operasi.
6. Anggota tim, struktur organisasi, dan kepemilikan saham penting semuanya dibahas dalam Manajemen dan Organisasi.
7. Analisis keuangan, proyeksi laba rugi historis, proyeksi arus kas, proyeksi neraca, rencana investasi dan pra-operasional, prakiraan penjualan, biaya langsung, biaya operasional, dan proyeksi arus kas semuanya dijelaskan di bidang keuangan.

E. Langkah-langkah yang Diambil Untuk Memastikan Keberhasilan Penyusunan Rencana Bisnis.

a. Komponen perencanaan bisnis

Saat membuat rencana bisnis atau business plan, ada tiga aspek penting yang perlu diingat:

1. Konsep bisnis adalah ide tertulis untuk bisnis yang menggambarkan visi, misi, dan nilai perusahaan dari produk atau layanan yang akan ditawarkan kepada pelanggan. Alasan mengapa bisnis begitu mahir menawarkan juga dijelaskan oleh konsep bisnis.
2. Pelanggan, saingan, prosedur distribusi, dan promosi adalah bagian dari analisis pasar/pasar. Untuk situasi ini, penting untuk membuat rencana pemasaran yang dikembangkan yang membingkai rencana promosi yang akan diselesaikan untuk memenangkan oposisi, dan mencapai tujuan yang telah

ditentukan sebelumnya. Kondisi pasar saat ini, evaluasi pesaing, strategi pemasaran dan penetapan harga semuanya termasuk dalam Rencana Pemasaran. Tingkat permintaan untuk produk atau layanan yang ditawarkan, baik secara keseluruhan atau berdasarkan segmen, ditunjukkan oleh kondisi pasar saat ini. Seberapa baik bisnis dapat mengenal calon pelanggan, apa yang mereka butuhkan, tidak inginkan, dan apa yang mereka harapkan sangat penting bagi keberhasilan awal rencana pemasaran.

3. Laporan laba rugi (atau laporan laba rugi), neraca (jika bisnis sudah beroperasi), proyeksi laba rugi, dan arus kas adalah bagian dari penjelasan situasi keuangan.

Untuk memberikan gambaran metodis dari langkah-langkah yang perlu diambil untuk mencapai profitabilitas yang diantisipasi, rencana bisnis harus mencakup analisis keuangan dan strategi. Jumlah aktual dana yang dibutuhkan untuk memulai kegiatan bisnis dan dana yang dibutuhkan untuk kegiatan operasional perusahaan ditentukan sebelum Rencana Keuangan disiapkan. Rencana bisnis dapat berupa jangka pendek atau jangka panjang, dan pertama kali diikuti selama tiga tahun berturut-turut. Rencana perjalanan atau peta jalan pengusaha adalah rencana bisnis. Rencana bisnis tampaknya memiliki respons berikut: Apa yang telah saya menjadi? Ke mana saya akan pergi? Bagaimana saya akan sampai di sana?

b. Analisis SWOT

Analisis Kelemahan Strategis, Peluang, dan Ancaman (atau Ancaman) (Analisis SWOT) adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan (atau Kekuatan), kelemahan (atau Kelemahan), peluang (atau Peluang), dan ancaman (atau Ancaman) yang mungkin timbul dalam mengejar tujuan oleh proyek, bisnis, lembaga, atau organisasi lain dalam skala yang lebih besar. Untuk mencapai hal ini, perlu untuk

menyelidiki faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi pola strategi yang digunakan oleh bisnis dan institusi untuk mencapai tujuannya.

Dalam dunia bisnis, analisis SWOT sering digunakan untuk menentukan aspek-aspek perencanaan strategis terkait implementasi. Evaluasi terhadap kondisi saat ini dan perspektif masa depan yang mempengaruhi proses pencapaian tujuan perusahaan diperlukan untuk proses perencanaan bisnis. Berdasarkan yang dilakukan analisis lingkungan internal dan eksternal, karakteristik kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor netral, kelemahan utama, dan kelemahan tambahan akan diturunkan dari analisis SWOT. Masing-masing analisis SWOT dijelaskan sebagai berikut:

1. Kekuatan (S)

Situasi atau kondisi yang mengidentifikasi kekuatan organisasi atau perusahaan saat ini adalah subjek dari analisis kekuatan. Perusahaan harus mengevaluasi keunggulannya dalam kaitannya dengan para pesaingnya. Misalnya, jika perusahaan memiliki keunggulan dalam teknologi, itu dapat menggunakan keuntungan itu untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan teknologi yang lebih maju. Investigasi kekuatan harus dimungkinkan dengan menjawab pertanyaan, misalnya.

- a. Manfaat apa yang diberikan perusahaan?
- b. Apa yang membedakan satu organisasi dari yang lain?
- c. Apa yang membuat organisasi menonjol?
- d. Apa yang mendorong penjualan kami?
- e. Keuntungan apa yang dirasakan klien kami?

2. Kelemahan (W)

Analisis kelemahan adalah situasi atau keadaan yang mengidentifikasi kelemahan perusahaan atau organisasi saat ini. Kelemahan perusahaan atau organisasi harus diperiksa jika menjadi penghalang yang signifikan untuk kemajuannya. Anda dapat melakukan analisis kelemahan dengan menjawab pertanyaan

- a. Aspek organisasi apa yang dapat ditingkatkan?
- b. Apa yang harus dihindari oleh bisnis?
- c. Apa yang menyebabkan penjualan turun?
- d. Aspek apa dari bisnis kita yang dianggap s sebagai kelemahan oleh klien kita?
- e. Apa yang dilakukan pesaing kita untuk membedakan diri mereka dari kita?

2. Opportunity (O):

studi tentang situasi, peluang, atau kondisi yang berada di luar organisasi atau perusahaan dan menawarkan peluang pertumbuhan masa depan bagi organisasi. Pendekatan ini melibatkan pencarian terobosan atau peluang yang akan memungkinkan perusahaan atau organisasi tumbuh dalam masa depan. Anda dapat melakukan analisis peluang dengan menjawab pertanyaan seperti:

- a. Kemungkinan apa yang kita rasakan?
- b. Tren perkembangan apa yang konsisten dengan bisnis kita?

3. Ancaman (T),

khususnya, analisis ancaman—proses dimana perusahaan atau organisasi harus menghadapi berbagai faktor lingkungan yang tidak menguntungkan yang menyebabkan kemunduran agar berhasil. Ancaman akan menjadi penghalang bagi bisnis yang bersangkutan sekarang dan di masa depan. masa depan jika tidak segera diatasi. Anda dapat melakukan analisis ancaman dengan menjawab pertanyaan seperti:

- a. Tantangan apa yang kita hadapi saat ini?
- b. Apa saja aktivitas pesaing perusahaan?
- c. Kemajuan teknologi mana yang menjadi ancaman bagi organisasi?
- d. Apakah ada perubahan peraturan pemerintah yang dapat membahayakan pertumbuhan organisasi?

Perusahaan dapat menggunakan informasi dari analisis SWOT untuk mengetahui bagaimana menggunakan kekuatan (strengths) mereka untuk memanfaatkan peluang yang ada (opportunities),

bagaimana mengatasi kelemahan (weaknesses) yang menghalangi mereka untuk memanfaatkan peluang yang ada (opportunities), bagaimana menggunakan kekuatan (strengths) untuk menghadapi ancaman yang ada, dan terakhir, bagaimana mengatasi kelemahan (weaknesses) yang berpotensi membuat ancaman menjadi nyata atau menciptakan ancaman baru.

Sebagian besar waktu, hasil analisis SWOT datang dalam bentuk arahan atau saran untuk menjaga kekuatan dan keuntungan dari peluang yang ada, mengurangi kelemahan, dan menghindari ancaman. Analisis ini akan membantu mengungkap aspek-aspek yang selama ini diabaikan atau diabaikan. titik jika diterapkan dengan benar. Kelemahan perusahaan atau organisasi dapat diminimalkan dengan menggunakan analisis ini, demikian juga konsekuensi dari setiap ancaman yang harus dihadapi.

3. PENUTUP

Kesimpulan

Ternyata dalam membuat rencana bisnis dan mewujudkannya menjadi tindakan menghadapi banyak tantangan di dunia nyata. Menemukan konsep yang dapat dimanfaatkan sebagai proyek bisnis yang menguntungkan seringkali menjadi tantangan ketika membuat rencana bisnis. Kita sendiri seringkali kurang menyadari bahwa ide adalah hasil dari proses bawah sadar, artinya tidak akan sering hadir, yang menyebabkan kendala lahirnya ide-ide kreatif yang bernilai ekonomis sering terjadi. peluang dan kepekaan kita terhadap lingkungan seringkali menghasilkan ide-ide kreatif, inovatif, dan bernilai ekonomis, kita seringkali kurang memiliki kesadaran lingkungan dan mudah menyerah ketika menghadapi tantangan.

Dengan sedikit kecerdikan dan keberanian mengambil risiko—ciri khas seorang wirausahawan—mereka mampu melahirkan wirausahawan yang handal dan terpercaya. Banyak pengusaha sukses yang percaya bahwa modal utama

untuk memulai bisnis adalah ide cemerlang, relasi, atau mimpi tinggi yang mungkin dianggap tidak masuk akal oleh orang lain. Sukses. Penulis berharap setelah membaca artikel ini, pembaca akan tertarik untuk mengembangkan rencana bisnis yang layak. untuk diterapkan, menguntungkan, dan memiliki prospek yang menjanjikan untuk menghasilkan wirausahawan yang sukses.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Edisi 14*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- [2] Rangkuti, F. (2005). *BUSINESS PLAN Teknik Membuat Perencanaan di Perusahaan Edisi 1*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [3] Rufaidah, P. (2013). *Manajemen Strategik*. Bandung: Humaniora.