

Nama: Risty Ayu Amellya
Npm: 2113046038

No.: Business Plan

Date.:

Business plan merupakan sebuah dokumen yang memuat tujuan bisnis, data, proyeksi dan rencana untuk mencapainya.

Sembilan elemen dalam business plan:

1. Executive Summary

Pembuka sebuah business plan yang memberikan gambaran umum, singkat, jelas dari bisnis.

a. Elevator Pitch (menjelaskan produk secara singkat)

Contoh: A. "Perusahaan A menjual cupcake rendah gula yang menjaga asupan dan kesehatan anak, praktis sebagai bekal, dibuat handmade, dan bertantuk ya menarik"

B. "Perusahaan B memberikan jasa sales yang menjembatani pengrajin kayu jati dan kuningan dgn sistem pesan custom, melalui aplikasi online"

b. Mission Statement (menjelaskan lebih jauh seperti visi misi dan misi)

c. Business Values (Panduan sikap, attitude, etika perusahaan terhadap masyarakat / Internal perusahaan)

2. Company Description

Bertujuan memberikan gambaran dan informasi lengkap tentang bisnis dan perusahaan.

a. Mission and Values (menjelaskan kembali values dan misi)

Business Values → nilai-nilai yang dijunjung dalam praktik bisnis, sebagai panduan etika terhadap Shareholder, Stakeholder, ataupun konsumen.

No.:

Date.:

b. locations (letak)

c. legal structure (Perusahaan berbentuk PT / CV atau yang lain)

d. Achievements (Sejarah dan Prestasi yang diperoleh Perusahaan)

3. Services and Products

Menjelaskan tentang produk dan jasa sebagai solusi yang ditawarkan pada pasar.

IDE/passion → Produk → memiliki harga → bisnis

a. Problems to be solved

Masalah yang akan diselesaikan, menjelaskan masalah yang dialami banyak orang yang bisa menjadi peluang untuk produk.

b. Solutions

Jelaskan solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan atau menangani masalah tadi, jelaskan ^{cara} produk untuk menangani masalah tersebut.

c. Value Proposition

Menjelaskan nilai unik dari produk.

4. Market Analysis

Memberikan penjelasan dan analisa target pasar, industri, kompetisi di pasar serupa dan konsumen bisnis.

Dalam market analysis yang baik dapat membantu

1. Mengurangi risiko

2. Dasar Strategi

3. Produk yang tepat

Market Research dapat menggunakan berbagai tool online seperti Analytics, Brand 24, Trends, Survey Monkey, dan lain sebagainya.

a. Industry Description (Penggambaran bidang pasar)

b. Target Audience (target Pembelian)

c. Competitive Analysis (kompetitor)

d. Projection (Proyeksi secara umum tentang dana)

↳ Pertimbangkan ^{besar} pasar (jumlah target konsumen), konsumsi per individu, untuk menghitung proyeksi total, imbang dengan data biaya (cost) dan harga.

5. Competitors and Benchmark

Menjelaskan siapa pesaing bisnis, kenapa dan apa langkah menghadapi mereka.

a. List Competitor (list Perusahaan kompetitor dan alasan)

b. Competitive Analysis (menjelaskan secara detail kompetitive)

c. Business Benchmark (membandingkan bisnis dengan bisnis lain yang sudah ada)

↓
Proses membandingkan dua hal serupa untuk berbagai tujuan, termasuk menyorotkan kelemahan.

Contoh :

Kami produk A menemukan beberapa kompetitor dalam pasar yang serupa dan beberapa brand yang bisa menjadi Benchmark, Brand R dan Brand W. Saat ini

Menguasai X% Pasar dan Populer, memiliki beberapa keunggulan dan peluang yang dapat dimanfaatkan oleh brand & partu...

6. Marketing Plan / Strategy

Menjelaskan segala Strategi, action Plan dan Rencana untuk menjual Produk dan Jasa.

1. Positioning (gambaran yg menjadi dasar bisnis)
2. Pricing (harga)
3. Product (menjelaskan sekelas tentang produk)
4. Place (menjelaskan lokasi dan elemen bisnis)
5. Promotion (Promosi dengan strategi tertentu)

↳ Online Promosi: Sosial media, PPC Ads,

Contents,

Offline Promotion: Flyer, Posters, Events, Product tests.

7. Organization and Management

Menjelaskan dan memperbarikan semua orang yang terlibat di dalam bisnis dan organisasi. Tujuannya untuk menarik investor.

- a. Founders (Partner)
- b. Team (menjelaskan team)
- c. Structure and legality (menunjukkan profesionalitas)

8. Financial

Memberikan analisa proyeksi income dan perputaran Cashflow bisnis berdasarkan data dan asumsi.

a. Sales Projection / Sales Forecast

menampilkan beberapa blog,

1. Price Per unit (Harga jual yg didapatkan)
2. Total Per unit sold (jumlah Penjualan)
3. Sales Volume (Nilai Sales)
4. Cost Per unit (Harga jual produk)
5. Cost of Sales (biaya untuk produksi)
6. Gross Margin (margin kotor)

b. Expense Budget

Menghitung expense budget → Perhitungan Fixed cost
(biaya tetap)
dan Variable cost
(biaya perubahan)

c. Cashflow Projection

d. Assets and Liabilities

e. Break even Analysis.

2. Closing and contacts

Bagian tambahan sebagai penutup yang memuat
konklusi, tawaran, atau lampiran beserta
Contact detail.