

BAB I

MERENCANAKAN BISNIS

1.1. Membangun Mindset berbisnis

Di era globalisasi ini, sudah saatnya bangsa Indonesia memikirkan cara mencari terobosan dengan menanamkan sedini mungkin tentang nilai-nilai kewirausahaan terutama bagi kalangan terdidik, terlebih lagi bagi warga Perguruan Tinggi. Penanaman nilai-nilai kewirausahaan bagi banyak orang diharapkan bisa menumbuhkan jiwa kreatifitas untuk berbisnis atau berwirausaha sendiri dan tidak tergantung pada pencarian kerja yang semakin hari ketat persaingannya. Kreatifitas ini sangat dibutuhkan bagi orang yang berjiwa kewirausahaan agar mampu mengidentifikasi peluang usaha yang kemudian mendayagunakannya untuk menciptakan peluang usaha baru.

Nilai-nilai kewirausahaan sangat penting bagi orang yang akan memulai usaha, sehingga pengusaha akan berusaha untuk menciptakan inovasi dalam bisnis yang dijalankan sehingga produk yang dihasilkan bisa diterima dipasaran sebagai produk unggulan yang dicari konsumen.

Di era global ini, persaingan di antara sesama pebisnis atau pengusaha sangat ketat dan variatif baik persaingan di skala local, regional ,nasional maupun internasional. Maka pebisnis atau perusahaan menekankan pada inovasi yang penuh kreatifitas yang akan bisa bersaing, bertahan, unggul dan mempunyai nilai lebih. Nilai lebih tersebut yaitu wirausaha harus memiliki kemampuan dalam hal berhubungan dengan masyarakat lainnya (interaksi), kemampuan dalam hal memasarkan barang, keahlian mengatur, serta sikap terhadap uang.

Seseorang memiliki minat berwirausaha karena adanya suatu motif tertentu, yaitu motif berprestasi. Motif ini ialah suatu nilai social yang menekankan pada hasrat untuk mencapai yang terbaik guna mencapai kepuasan secara pribadi. Faktor dasarnya adalah adanya kebutuhan yang harus dipenuhi.

Menurut Drucker (1997), kewirausahaan (entrepreneurship) adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Bahkan, entrepreneurship secara sederhana sering juga diartikan sebagai prinsip kemampuan wirausaha (Soedjono, 1993 ;Meredith, 1996 ;Usman, 1997).

Zimmerer (1996) menyatakan : kewirausahaan adalah penerapan kreatifitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan upaya untuk memanfaatkan peluang yang di hadapi setiap hari. Kewirausahaan adalah merupakan gabungan antara kreatifitas, inovasi, dan keberanian menghadapi risiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru. Kreatifitas oleh Zimmerer diartikan sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan menghadapi peluang (*creativity is the ability to develop new ideas and to discover new ways of looking at problems and opportunities*). Sedangkan, inovasi diartikan sebagai kemampuan untuk menerapkan kreatifitas dalam rangka memecahkan persoalan-persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan (*innovation is the ability to apply creative solutions to those problems and opportunities to enhance or to enrich people's live*) sedangkan menurut levitt kreativitas adalah *thinking new things* (berpikir sesuatu yang baru). Sedangkan inovasi adalah *doing new things* (melakukan sesesuatu yang baru). Keberhasilan wirausaha akan tercapai apabila berfikir dan melakukan sesuatu yang baru atau sesuatu yang lama yang dilakukan dengan cara yang baru (*thinking and doing new things or old thing in new ways*).

Dengan munculnya jiwa wirausaha diharapkan akan terbentuk sebuah mindset (pola pikir) menjadi seorang pengusaha yang mampu menciptakan lapangan kerja, selain itu diharapkan seseorang akan lebih memahami potensi dirinya sehingga akan memiliki visi dan masa depan yang lebih baik, lebih cerah, lebih menyenangkan. Dengan memahami potensinya menurut Harefa, (2000) maka akan terbentuk sikap-sikap

- digerakkan oleh ide dan impian,
- lebih mengandalkan kreativitas,

- menunjukkan keberanian,
- percaya pada hoki, tapi lebih percaya pada usaha nyata,
- melihat masalah sebagai peluang,
- memilih usaha sesuai hobi dan minat,
- mulai dengan modal seadanya,
- senang mencoba hal baru,
- selalu bangkit dari kegagalan,
- tak mengandalkan gelar akademis.

1.2. Ide Bisnis

Sebuah rencana bisnis bisa datang secara tiba-tiba (ide) baik melalui pengamatan maupun pengalaman, bisa juga melalui perencanaan yang matang. Ide-ide sering sekali muncul dalam bentuk untuk menghasilkan suatu barang dan jasa baru. Ide itu sendiri bukan peluang dan tidak akan muncul bila wirausaha tidak mengadakan evaluasi dan pengamatan secara terus-menerus. Banyak ide yang betul-betul asli, tetapi sebagian besar peluang tercipta ketika wirausaha memiliki cara pandang baru terhadap ide yang lama. Menurut Suryana (2003) Sumber peluang potensial bisnis dapat digali dengan cara :

a. Menciptakan produk baru yang berbeda.

Tahapan-tahapan penting dalam pengembangan produk baru yaitu : pemunculan ide, Pemilihan ide, Pengembangan konsep dan pengujian, Strategi pemasaran, Analisa bisnis, Pengembangan produk, Pengujian pasar, Komersialisasi

b. Mengamati pintu peluang.

beberapa keadaan yang dapat menciptakan peluang, yaitu :

- Produk baru harus segera dipasarkan dalam jangka waktu yang relatif singkat.
- Kerugian teknik harus rendah
- Bila pesaing tidak begitu agresif untuk mengembangkan strategi produknya .
- Pesaing tidak memiliki teknologi canggih.

- Pesaing sejak awal tidak memiliki strategi dalam memperhatikan posisi pasarnya.
- Perusahaan baru memiliki kemampuan dan sumber-sumber untuk menghasilkan produk barunya.

c. Menganalisis produk dan proses secara mendalam.

Analisis ini penting untuk menciptakan peluang yang baik dalam menjalankan usahanya secara efektif dan efisien antara lain :

- Menganalisa produk dan jasa yang telah ada dan yang akan ada
- Menganalisa daerah pasar yang dapat dilayani secara menguntungkan
- Mengakses kebutuhan dan keinginan konsumen yang sekarang maupun yang potensial dalam berbagai daerah pasar untuk dilayani
- Menganalisa kemampuan organisasi untuk melayani permintaan konsumen pada basis setelah penjualan.
- Menggerakkan sumber-sumber organisasi untuk memuaskan kebutuhan konsumen.
- Menganalisis struktur harga yang sesuai dengan penerimaan konsumen dan juga menyediakan pengoperasian bisnis yang aktif dalam hal keuntungan dan penghargaan pada pemilik.

d. Memperhitungkan resiko.

Dalam memperhitungkan resiko, ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu :

- Menciptakan nilai untuk pelanggan
- Pilih pasar dimana anda dapat melampaui yang lain
- Hadirkan target yang terus bergerak pada para pesaing dengan terus menerus meningkatkan posisi.
- Mendayagunakan inovasi, kualitas, pengurangan biaya.

Ide-ide yang telah kita realisir akan menciptakan peluang bisnis karena peluang bisnis itu sebenarnya ada di sekitar kita dan banyak sekali macam bisnis yang bisa diraih. Namun, untuk menangkap peluang bisnis, diperlukan keberanian, kejelian dan kreatifitas bisnis dan kita harus betul-betul memahami kebutuhan masyarakat konsumen

1.3. Merencanakan Bisnis

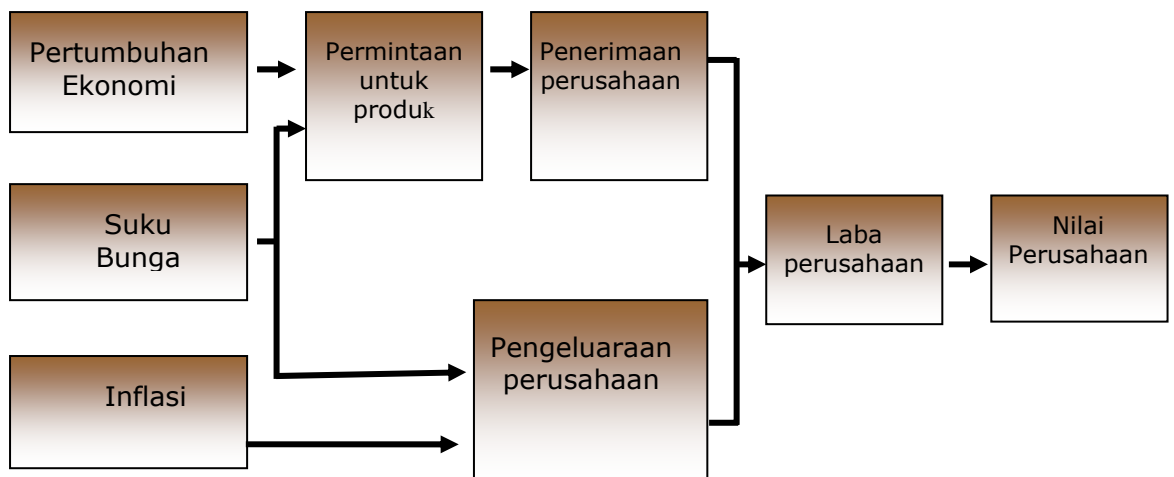
setelah menciptakan ide bisnis dan menganalisa peluang dan resiko yang akan muncul maka seseorang akan mengembangkan ide bisnisnya dalam bentuk yang lebih konkrit yaitu perencanaan bisnis. Ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menyusun rencana bisnis agar bisnis yang dijalankan akan lebih berhasil.

A. Stakeholders Bisnis

Stakeholders adalah orang-orang yang memiliki kepentingan utama dalam bisnis yang meliputi pemilik, karyawan, kreditor, pemasok, dan pelanggan. Setiap jenis pemegang kepentingan mempunyai peran kritis dalam setiap usaha.

B. Lingkungan Bisnis

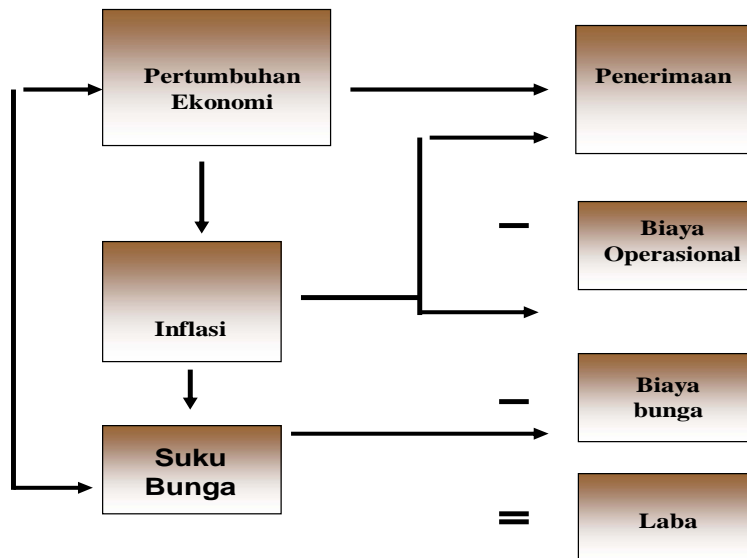
1. **Lingkungan Ekonomi** : kondisi ekonomi suatu negara akan sangat mempengaruhi kinerja bisns dalam suatu negara. Karena kondisi bisnis akan mempengaruhi penerimaan dan pengeluaran suatu bisnis. Dalam lingkungan ekonomi beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan terhadap nilai perusahaan adalah **Pertumbuhan ekonomi, tingkat suku bunga, inflasi**



Gbr 1. Faktor Ekonomi yang mempengaruhi Kinerja Bisnis
Sumber : Madura, Pengantar bisnis, 2001

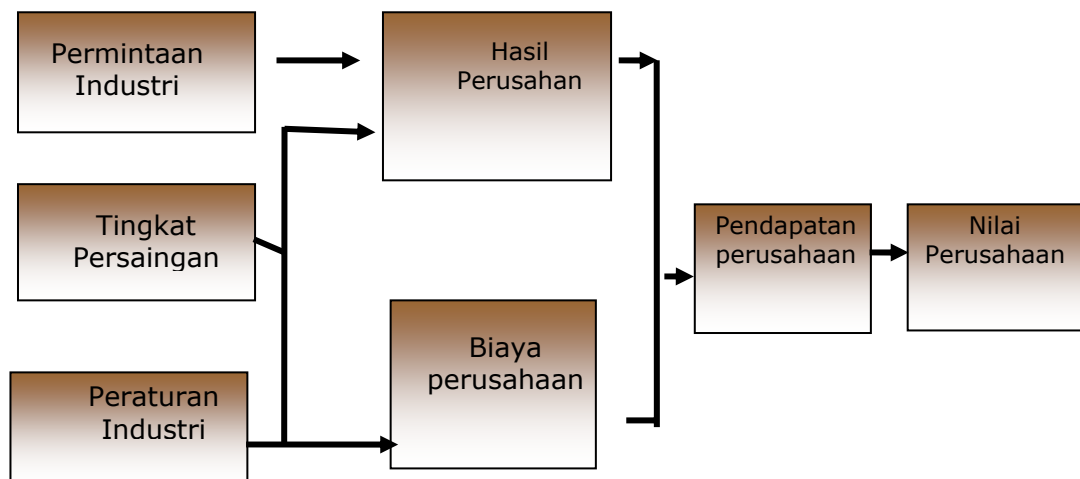
- **Pertumbuhan ekonomi** atau perubahan dalam tingkat umum dari aktivitas ekonomi. Ketika pertumbuhan ekonomi membaik maka tingkat pendapat masyarakat akan lebih membaik, sehingga permintaan masyarakat terhadap barang dan jasa akan lebih tinggi. Maka perusahaan yang menjual barang dan jasa penerimaannya akan lebih tinggi. Bandingkan ketika ekonomi Indonesia terkena krisis, maka daya beli masyarakat menjadi menurun, akibatnya perusahaan banyak yang tutup pada waktu itu. Alat untuk mengukur Indikator pertumbuhan ekonomi adalah total produksi dari barang dan jasa (PDRB) dan jumlah total pengeluaran (agrerat Pengeluaran)
- **Inflasi** . Inflasi adalah peningkatan harga umum dari barang dan jasa dalam periode waktu tertentu. Tingkat inflasi dapat diestimasi dengan mengukur persentase perubahan indeks harga konsumen (IHK) yang memberikan indikasi harga bermacam produk konsumen. Inflasi dapat mempengaruhi biaya operasi perusahaan yang menghasilkan produk karena naiknya biaya barang pasokan dan bahan baku. Gaji juga dapat dipengaruhi oleh inflasi. Tingkat inflasi yang lebih tinggi akan mengakibatkan lebih tingginya biaya operasi perusahaan. Penerimaan perusahaan mungkin lebih tinggi selama periode inflasi tinggi karena banyak perusahaan membebaskan harga yang lebih tinggi kepada konsumen sebagai kompensasi biaya perusahaan yang lebih tinggi.
- **Tingkat Suku Bunga**. Kondisi ini mewakili biaya meminjam uang. Perubahan dalam tingkat suku bunga dipasar dapat mempengaruhi biaya bunga perusahaan karena bunga pinjaman yang diminta oleh bank komersial atau kreditor berdasarkan tingkat suku bunga pasar. Karena tingkat suku bunga mempengaruhi biaya pendanaan, maka beberapa proyek yang dipandang layak pada periode suku bunga rendah, mungkin akan menjadi tidak layak pada periode suku bunga tinggi. Tingkat suku bunga mempengaruhi penerimaan perusahaan dan juga biaya bunga, sebagai ilustrasi seorang pengembang (developer) perumahan meminta pendanaan kepada bank, pada saat itu suku bunga pinjaman naik akibatnya biaya pendanaan untuk

membeli rumah baru naik, sehingga permintaan untuk rumah baru menurun dan perusahaan akan mengalami penurunan bisnis.



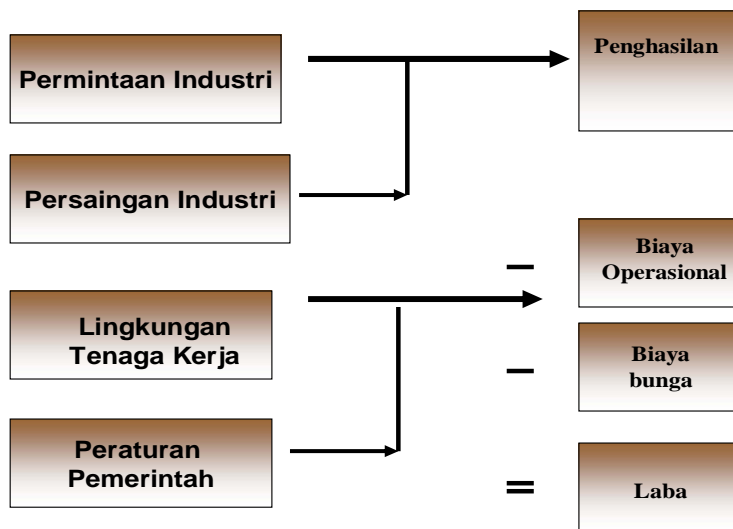
Gbr 2. Pengaruh Kebijakan Pemerintah Dalam Mempengaruhi Kinerja Bisnis, Sumber : Madura, Pengantar bisnis, 2001

2. Lingkungan Industri : Selain dipengaruhi oleh kondisi makro bisnis juga dipengaruhi oleh kondisi ekonomi mikro yang berkaitan dengan kondisi mikro. Dalam lingkungan industri beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan terhadap nilai perusahaan adalah **Permintaan industri, Tingkat persaingan industri dan Peraturan Industri.**



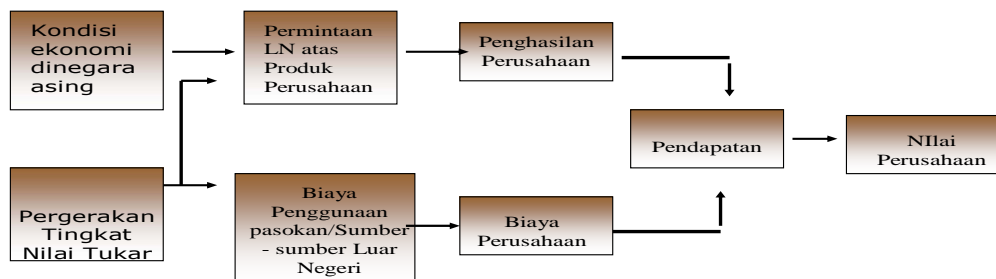
Gbr 3. Karakteristik Industri yang mempengaruhi Kinerja Bisnis Sumber : Madura, Pengantar bisnis, 2001

- **Permintaan industri.** Permintaan Industri adalah keseluruhan permintaan produk-produk dalam industri. Setiap permintaan produk dalam industri akan dipengaruhi faktor-faktor yang berbeda tergantung produknya. Bisa saja permintaan industri dipengaruhi oleh faktor ekonomi, trend, selera, musiman atau sosial politik. Permintaan Industri dapat berubah sewaktu-waktu secara mendadak karena itu perubahan harus terus memantaunya. Pemantauan secara berkala dapat dilakukan dengan survey pasar sehingga preferensi dan selera konsumen akan lebih bisa diprediksi.]
- **Persaingan Industri.** Setiap industri terdiri dari berbagai perusahaan yang bersaing satu sama lain. Tingkat persaingan bisa saja skala loka, nasional, regional ataupun global. Setiap industri memiliki tingkat persaingan yang berbeda. Ada yang ketat ada yang tidak tergantung jenis produk, teknologi yang digunakan serta kebutuhan masyarakat dan bentuk pasar. Hal ini yang mempengaruhi pangsa pasar tiap-tiap industri. Didalam persaingan yang ketat perusahaan harus benar-benar mengandalkan inovasi dan keunggulan produk agar dibeli oleh masyarakat (konsumen) sebaliknya perusahaan dapat menjual harga yang tinggi dalam jumlah yang besar jika persaingan sedikit, bentuk pasar monopoli atau trend dan selera masyarakat terhadap produk itu sedang tinggi.
- **Peraturan Industri.** Agar terjadi persaingan yang sehat antar setiap industri, maka pemerintah mengeluarkan berbagai regulasi, walaupun berbagai regulasi yang ada kadangkala malah mendistorsi pasar seperti tata niaga cengkeh (BPPC), proyek mobil nasional (MOBNAS). Sedangkan berbagai regulasi yang baik misalnya pemerintah mengeluarkan UU no 5 tahun 1999 (Undang-undang larangan Praktek Monopoli dan persaingan Usaha Tidak sehat)



Gbr 4. Pengaruh Persaingan Dalam Mempengaruhi Kinerja Bisnis,
 Sumber : Madura, Pengantar bisnis, 2001

3. Lingkungan Global. Lingkungan global sangat mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Banyak sekali contoh sukses perusahaan karena mamapu memanfaatkan potensi global seperti Coca cola company mendapatkan dua pertiga pendapatannya dari luar Amerika Serikat, atau Nokia yang menyumbang 95% pendapatannya dari luar finlandia. Berbagai hal yang mendorong perusahaan untuk bernivestasi di luar negeri adalah ; menarik permintaan asing, kapitalisasi pada teknologi, penggunaan sumber-sumber murah dan diversifikasi internasional.



Gbr 5. Pengaruh Lingkungan Global Terhadap Nilai Perusahaan

- **Menarik permintaan Asing.** Permintaan pasar didalam negeri mungkin sudah jenuh yang disebabkan berbagai faktor seperti tingkat daya beli yang menurun, tingkat persaingan yang sangat ketat atau kebutuhan konsumen terhadap produk tersebut sudah tercukupi. Sedangkan diluar negeri pangsa pasar yang potensial (*potensial market*) masih terbuka luas. Efek dari globalisasi juga membuat terbukanya ruang-ruang pasar tanpa batas, sekarang; hampir setiap hari kita lihat merek-merek raksasa milik asing (Foreign big brand) muncul di papan-papan jalan (billboard) atau di plaza-plaza baik yang membuka gerai langsung maupun franchise.
- **Kapitalisasi Teknologi.** Berkembang pesatnya teknologi, membuat banyaknya perusahaan berbasis IT, bahkan dinegara-negara yang rendah penggunaan IT nya, menjadi lahan bisnis bagi Multi National Corporation untuk membuka bisnis dinegara-negara yang kurang maju
- **Penggunaan Sumber-Sumber Murah .** bervariasinya biaya tenaga kerja dan penggunaan lahan diberbagai negara membuat negara-negara dunia ketiga menjadi incaran investasi. Misalnya negara China dan India menjadi daerah Tujuan Investasi karena memiliki tenaga kerja yang memiliki skill yang tinggi dan biaya tenaga kerja yang murah.
- **Diversifikasi Internasional.** Untuk mengurangi resiko yang muncul perusahaan dapat melakukan strategi diversifikasi mulai dari diversifikasi poduk hingga diversifikasi negara.



C. Rencana Manajemen

Rencana manajemen merupakan hal yang sangat penting dalam merencanakan sebuah bisnis. Bisnis akan gagal jika tidak didukung oleh manajemen yang baik. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam perencanaan manajemen adalah :

1. Struktur organisasi.

Struktur Organisasi mengidentifikasi peran dan tanggung jawab karyawan yang dipekerjakan oleh setiap perusahaan. Oleh karenanya setiap perusahaan akan memiliki struktur yang berbeda tergantung skala perusahaan dan jenis perusahaan. Struktur perusahaan yang baik adalah struktur yang mampu memfasilitasi orang untuk membuat kerjasama tanpa terjebak menciptakan birokrasi yang berbelit-belit. Sehingga struktur yang ada akan mengoptimalkan kelebihan dan menutupi kelemahan dari setiap bagian/individu

2. Aspek Marketing

pada aspek ini beberapa hal yang harus diperhatikan adalah :

- Analisis Pasar yang meliputi : Target pasar, kondisi persaingan
- Analisis mengenai Produk atau jasa : jenis dan Keunggulan produk

- Strategi Pemasaran yang dilakukan yang meliputi pricing strategy, distribution strategy, branding/promotion strategy dll

3. Aspek Produksi

Berbagai macam keputusan harus dibuat mengenai proses produksi, misalnya lokasi dari fasilitas produksi, tata letak mesin. Dan keputusan lokasi bisnis.

Dalam memilih lokasi bisnis yang paling utama adalah alasan apa yang menyebabkan kita harus memilih lokasi tersebut. Ada banyak alasan, seperti menemukan pasar baru atau memperluas pasar, meng-up grade fasilitas atau peralatan produksi, atau karena pertimbangan biaya dan cash flow bisnis.

Semua hal ini bisa dialami oleh orang yang baru memulai berbisnis atau orang yang mau merelokasi bisnisnya. Abdinagoro menyatakan Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan antara lain:

- Pertimbangkan karakter atau sifat daerah yang akan kita pilih untuk lokasi. Tentu saja ini terkait dan disesuaikan dengan produk atau jasa apa yang kita tawarkan pada konsumen.
- Pertimbangkan harganya tentu jika bentuknya adalah sewa atau kontrak. Biasanya ini dipengaruhi oleh letak dan bentuk tempat yang akan kita sewa.
- Perhatikan infrastruktur yang ada, seperti berapa daya listrik yang ada, bagaimana tunjangan komunikasinya, juga persediaan air yang ada.
- Analisa juga fasilitas yang disediakan tempat tersebut, seperti apakah tersedia tempat parkir yang cukup, adakah satuan pengamanan (satpam) tersedia.
- Pertimbangkan kondisi lalu lintas yang ada di daerah itu, crowded atau tidak, apakah jalan di depannya satu arah atau dua arah atau apakah konsumen juga bisa mendapatkan keperluannya dengan hanya sekali jalan.

4. Aspek SDM.

Sumber Daya Manusia merupakan hal yang yang krusial bagi berhasilnya suatu perusahaan. Pada aspek ini perusahaan harus mampu merencanakan kebutuhan SDM dan mengembangkan SDM yang ada. Karena sehebat apa pun seseorang, seberapa banyak pun pengetahuan yang dimiliki, selalu saja ada kesempatan yang bisa dilakukan untuk mengembangkan diri karena dunia berubah dengan cepat, pengetahuan berkembang, teknologi cepat berubah. Jadi, perusahaan harus terus mendorong SDM nya untuk belajar dan mengembangkan diri.

Pengembangan diri bisa dilakukan dalam berbagai cara: membaca, berdiskusi dengan sesama rekan kerja (untuk memperdalam pengetahuan dan keterampilan di bidang yang sama), dengan orang lain dari industri yang berbeda (untuk meluaskan wawasan), mengikuti pelatihan, seminar dan workshop, ataupun sekedar melakukan pengamatan lingkungan (observasi) dan riset.

5. Aspek keuangan

Aspek Keuangan harus mampu menjelaskan mengapa bisnis ini layak dan harus juga menunjukkan bagaimana bisnis ini akan didanai (berapa dana pemilik dan berapa dana dari kreditor). Untuk itu Sebelum mencari modal, tentu harus diketahui dulu berapa jumlah uang yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha.

sebagian besar uang yang diperlukan untuk memulai usaha disediakan oleh para pemikir usaha itu sendiri. Akan tetapi, anda mungkin memerlukan tambahan dana untuk meluncurkan usaha tersebut, atau untuk menopang pertumbuhan pada saat usaha telah dimulai. Dalam dunia usaha sistem akuntansi adalah hal yang sangat penting, sebelum memulai usaha, penting bahwa anda mempunyai akuntan yang kompeten untuk merancang sistem yang meberikan anda catatan akuntansi yang layak. (Bangs, 1995). Kebijakan dalam pengelolaan keuangan mutlak diperlukan bagi para wirausahawan. Kesalahan dalam mengelolanya dapat menjatuhkan usahanya walaupun

usahanya tersebut memperoleh laba yang besar tetapi wirausaha tersebut tidak mampu untuk membedakan yang mana dana untuk kepentingan pribadi, dan yang mana dana untuk kepentingan usahanya.

Ada tiga tahap yang bakal dilewati oleh setiap usaha, yaitu :

■ Tahap memulai (Start-Up Stage)

Sumber keuangan pada tahap ini yang paling mudah dan juga diutamakan adalah dari uang sendiri. Gali sumber keuangan, seperti tabungan, deposito, atau bahkan menggunakan credit card. Baru ketika ternyata dana itu masih kurang, kita dapat mengajak rekan ataupun keluarga.

■ Tahap berkembang (Growth Stage)

Umumnya pinjaman bank baru diperlukan saat bisnis memasuki tahap perkembangan dan tahap matang. Pilihlah bank yang tepat, untuk saat ini misalnya bank yang benar-benar menyediakan pinjaman Bank untuk UKM, seperti Bank Danamon, BRI, BPR tertentu dan PNM. Biasanya mereka mensyaratkan adanya perencanaan bisnis (business plan) yang baik dari usaha anda.

■ Tahap matang (Maturity Stage)

Sumber lain adalah dari perusahaan modal ventura (Venture Capitalist), seperti Sumut Ventura, atau dari perusahaan pembiayaan atau investor lainnya.

6. Aspek Teknologi Informasi

Tidak ada yang dapat memungkiri bahwa kehidupan saat ini tidak bisa lepas dari apa yang disebut teknologi. Begitu juga dengan bisnis. Meskipun kita tahu bahwa bisnis sudah ada sebelum teknologi ini muncul, tetapi kini bisnis tanpa teknologi akan berjalan lambat, seperti siput.

Bagi yang baru memulai bisnis, telepon dan faks merupakan sarana kantor yang harus ditempatkan di urutan atas list kebutuhan kantor. Sedangkan yang sudah berjalan, perlu juga dilakukan evaluasi terhadap sistem telepon yang digunakan, misalnya memanfaatkan teknologi PBX (private branch exchange). Penggunaan internet, jika

memang diperlukan juga perlu dimanfaatkan maksimal. Karena dari teknologi ini kita bisa mendapatkan pelanggan baru, membangun merek, atau juga mencari supplier-supplier. Dan lagi jangan lupa untuk juga mempersiapkan diri kita sendiri dan karyawan dalam menghadapi dan mengantisipasi teknologi yang cepat ini melalui training.

7. Rencana Bisnis

Setiap usaha ataupun organisasi memerlukan pengelolaan yang baik demi tercapainya tujuan usaha. Dalam hal pengelolaan ini menurut Suryana (2003) ada 2 aspek yang harus diperhatikan, yaitu perencanaan usaha dan pengelolaan keuangan. Agar usaha berjalan sesuai dengan sasaran maka harus dilakukan perencanaan terlebih dahulu. Perencanaan usaha adalah suatu cetak-biru tertulis (blue print) yang berisikan tentang misi usaha, usulan usaha, operasional usaha, rincian financial, strategi usaha, peluang pasar yang mungkin diperoleh, dan kemampuan serta keterampilan pengelolaannya. Perencanaan usaha sebagai persiapan awal memiliki 2 fungsi penting yaitu :

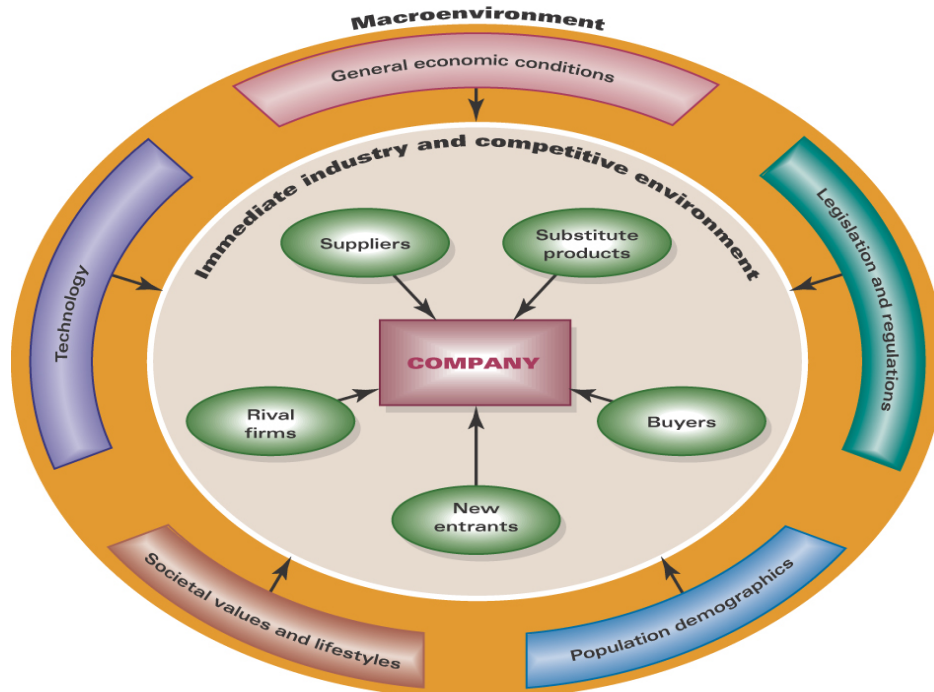
- (1) sebagai pedoman untuk mencapai keberhasilan manajemen usaha, dan
- (2) sebagai alat untuk mengajukan kebutuhan permodalan yang bersumber dari luar.

Setiap aktivitas yang berhubungan dengan usaha harus sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan dapat tercapai. Suatu perencanaan tidak dapat diremehkan. Dengan memandang secara objektif pada usaha yang dijalani seorang wirausahawan dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahannya, menunjukkan hal-hal penting yang mungkin terlewatkan, melihat kesempatan pada tahap awal, dan memulai merencanakan bagaimana wirausahawan dapat mencapai tujuan bisnis yang terbaik. Rencana usaha juga dapat membantu dalam melihat masalah-masalah sebelum masalah tersebut menjadi besar dan membantu anda mengidentifikasi sumber masalah tersebut , kemudian memberikan jalan untuk memecahkan

masalah tersebut. Rencana usaha juga memberikan informasi yang diperlukan pihak lain untuk menilai usaha seorang wirausahawan , terutama jika wirausahawan memerlukan pembiayaan dari pihak luar.

Seluruh Aspek-aspek yang ada dilakukan penggabungan yang disebut Rencana bisnis. Pada bagian ini setidaknya memuat hal-hal berikut:

- Profil konsumen.
- Potensi pasar serta prospek pertumbuhannya dimasa yang akan dating.
- Market share yang ada saat ini serta kemungkinan perubahannya dimasa yang akan datang.
- Analisis kuantitatif maupun kualitatif.
- Karakteristik konsumen serta kecenderungan perubahannya.
- Tingkat persaingan.
- Keunggulan kompetitif yang kita miliki.
- Strategi pemasaran harus menjelaskan strategi harga, strategi promosi, strategi penjualan, dan strategi lainnya.
- Rencana pengembangan pemasaran dimasa yang akan dating.



Eksibit 1. Konsep/ Ide Powerful di Panggung Bisnis

Penggagas	Dampak bagi Dunia Bisnis	Potensi yang dikembangkan
Corporate Social Responsibility (CSR)		
<p>Dipicu kondisi Indonesia yang mengalami pertumbuhan foreign direct investmen negative sejak 1998-pada 2002 minusd US \$.1.523 juta, pemerintah menyusun UU Investasi baru. Namun, hal inii mengakibatkan banyaknya malpraktik bisnis. CSR hadir akibat desakan berbagai organisasi hak asasi manusia.</p> <p>Forum Ekonomi Dunia di Davos melalui Global Governmance Intiative mengajak kalangan bisnis memikirkan kemiskinan lewat praktik CSR. Indonesia menjadi tuan rumah Asia Forum for CSR, Januari 2005, yang memaparkan bagaimana CSR harus dipraktikan kalangan bisnis di Asia.</p>	<p>Skema Socially Responbile Investmen memotivasi komunitas bisnis menerapkan CSR.</p> <p>Masih terjadi lemahnya skema CSR pada program yang sifat-nya Voluntary initiative dan tanpa code of conduct yang jelas.</p>	<p>Diperlukan standarisasi dan verifikasi yang jelas sebagai panduan dan instrumen pengukur CSR. Saat ini Global Reporting Initiative-inisiatif multistakeholder yang didukung PBB-disebut sebagai standard laporan terbaik.</p> <p>Penggeseran pengertian CSR yang sekedar tanggung jawab sosial menjadi akuntabilitas sosial perusahaan, menuju good corporate citizen. Ini guna mencegah permainan kekuasaan dan menuju pembangunan masyarakat yang berkesinambungan.</p>
Mal High – End		
<p>Sukses Plaza Senayan sebagai pusat belanja modern dekade 1990-an menginspirasi pemain properti membangun dengan warna yang hampir sama, berupa perkawinan antara pusat bellanja elite, perkantoran dan apartemen.</p>	<p>Pesaing ketat sangat kentara, terutama disentra bisnis Jakarta. Plaza Indonesia lengkap dengan Ex-nya, Mal pondok Indah (bakal Hotel Indonesia), senan City berhadapan dengan Plaza Senayan, sehingga kawasan kelapa gading dengan La Piaza.</p> <p>Menyemangati rivalitas dunia pusat belanja modern, Singapura ikut memasukkan beberapa pemain besarnya di ritel elite.</p> <p>Pembangunan mal elite juga telah menjamur diluar Jakarta, seperti di Bandung dengan CiWalk dan Yogyakarta dengan Plaza Ambarukmo dan Trade Mall Saphire Square.</p>	<p>Dibanding dengan Singapura yang berpenduduk 4 juta jiwa dan memiliki bbanyak pusat belanja modern yang bersebelahan, Jakarta dengan penduduk 12 juta jiwa membutuhkan banyak pusat belanja, sekaligus untuk menarik pasar wisata.</p> <p>Pertumbuhannya yang menjamur di wilayah kegiatan ekonomi dan pusat kemacetan bisa berdampak pada lalu lintas Jakarta.</p>
Jaringan Radio		
<p>Kue iklan bisnis radio yang hanya 3% dari total iklan nasional sulit bertambah. Ini membuat radio yang sudah eksis membentuk jaringan</p>	<p>Stasiun-stasiun radio baru bermunculan. Stasiun radio yang eksis yang semula bersifat umum mulai mengalihkan</p>	<p>Potensi pengembangan radio di Indonesia masih terbuka lebar. Banyak kawasan dan lapisan masyarakat yang belum menikmati siaran TV dan Radio, terutama di</p>

<p>untuk membuat segmentasi pasar dan memperbesar biling iklan.</p>	<p>segmentasi pasarnya secara khusus dan membentuk jaringan radio untuk meraih semua segmen pasar. Ini penting dilakukan. Radio semakin tersegmentasi dan persaingan di bisnis ini semakin ketat. Untuk bertahan, radio memang harus membentuk jaringan. Pendapatan iklan Radio hanya 3%. Untuk memperbesar kue iklan, radio-radio besar memenerasi daerah, melalui kerjasama dengan mitra lokal, membentuk jaringan yang dikembangkan ini, radio untuk dapat menarik iklan dari daerah dan nasional dengan satu koordinasi. Pertambahan stasiun radio memberi tambahan pilihan bagi pengiklanan untuk kepentingan mereka.</p>	<p>daerah terpencil. Menurut Tito Sulistiono, Direktur Utama MNC pertumbuhan Radio tahun 2006 akan mencapai dua kali lipat dibandingkan dengan pertumbuhan tahun ini. Memungkinkan perolehan iklan biasa menyebar ke daerah, tidak terpusat di Jakarta.</p>
<p>Pelatihan Motivasi Bisnis (Industri Sukses)</p>		
<p>Motivator bisnis sebenarnya sudah sering digunakan bidang multilevel marketing. Memasuki 2000-an, ketika tingkat persaingan bisnis semakin tajam, perusahaan-perusahaan merasa membutuhkan motivator untuk meningkatkan kinerja karyawan.</p>	<p>Banyak perusahaan Klien mereka yang merasakan hasil dari peningkatan motivasi pada akhirnya meningkatkan pendapatan perusahaan secara signifikan. Selain itu, bidang motivator bisnis mkn banyak diminati. Motivator bisnis kondang saat ini antara lain, Tung Desem Waringin, James Gwee, Andrie Wongso, Jansen Sinamo, Mario Teguh dan Andrias Harefa. Sekali bicara, Tung Desem mematok tarif US\$ 7000.</p>	<p>Tingkat persaingan bisnis di Indonesia makin kompetitif dan perusahaan makin membutuhkan karyawan yang baik. Fenomena ini membuat motivator sukses makin dibutuhkan perusahaan. Motivator sukses lain dengan ciri khas masing-masing pun bermunculan.</p>
<p>PERBANKAN SYARIAH</p>		
<p>Hasil keputusan Loka Karya Alim Ulama Merekomendasikan kepada Pemerintah tentang perlunya mendirikan bank yang beroperasi tanpa bunga pada 1990 dan ditindak lanjuti oleh Majelis Ulama Indonesia dan Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia dengan mendirikan Bank Muamalat</p>	<p>Hingga Mei 2005 ada 17 unit bank syariah, tiga bank syariah penuh dan 88 BPR syariah yang beroperasi di Indonesia dengan nilai asset Rp.17,14 Triliun dan dana pihak ketiga Rp. 12,69 triliun. Konsep syariah mulai digunakan dibidang lain, yaitu asuransi, unit</p>	<p>Sebesar 90 % penduduk Indonesia yang berjumlah 220 juta jiwa lebih adalah muslim. Ini menjadikan konsep syariah sangat potensian dikembangkan. Bank syariah juga mulai masuk dalam sindikasi pembiayaan proyek skala menengah dan besar. Perbankan syariah diproyeksikan mencatat nilai aset Rp360 triliun (9,1 % dari total nilai aset bank nasional) pada</p>

pada 1991	link, reksa dana pembiayaan, unit gadai sampai biro iklan. Kini ada dua konsultan bidang syariah: Tazkia Institute dan Karim Consulting.	tahun 2011.
Relity Show / Variety Show		
Ditayangkan di televisi Indonesia sejak kehadiran stasiun-stasiun TV swasta. Triwarsana mulai memproduksi program Asal (1999) dan Mimpi kali yeee (2000), tetapi baru pada 2001, setelah Katakan Cinta ditayangkan di RCTI, Program reality show mulai melejit.	Sampai akhir 2005 ada 144 judul program reality show lokal dan asing yang ditayangkan di televisi dengan durasi 774 jam. Rating tertinggi reality show saat ini adalah Kontak Jodoh, 6,3%, dengan TV share 21% dan jumlah audiens 2,35 juta orang. Pamor reality show meningkat sehingga bermunculan bintang-bintang baru dan rumah produksi baru. Tahun ini Triwarsana menjadi rumah produksi yang paling banyak memproduksi reality show di Indonesia. Stasiun TV dan distributor atau lisensor juga kecipratan rezeki dari perolehan iklan. Dari satu acara reality show lokal berdurasi 60 menit pada prime time, stasiun TV mampu meraup iklan Rp 360-450 juta (iklan memotong acara, belum termasuk iklan logo, teks berjalan dan sponsor yang disebutkan pembawa acara). Adapun distributor reality show, seperti Fremantle mendapat fee Rp 20-40 juta/episode dari kerja sama penayangan program reality show asing.	Masih berpotensi dikembangkan, tetapi tren ke depan adalah reality show dengan tema yang menginspirasi dan membuat orang berani berusaha (empowering : konsepnya adalah mampu bertahan hidup asal berusaha, semacam Survivor dan The Apprentice). Sejumlah negara, seperti Malaysia dan India, sudah melirik beberapa program reality show Indonesia, dan ingin mendapatkan izin produksinya.
Transportasi Alternatif		
Bus Trans Jakarta adalah transportasi alternatif, salah satu ide Gubernur DKI Jakarta untuk mengurangi tingkat kemacetan lalu lintas di Jakarta, dengan mengambil dua jalur jalan. Konsep awal, direncanakan 15 koridor bus Trans Jakarta di Jakarta. Saat ini telah beroperasi satu koridor rute Blok M-Kota, yang disusul dua	Koridor 1 dengan rute Blok M-Kota yang mulai beroperasi Februari 2004 berhasil mengurangi angka kemacetan dengan memindahkan pengguna mobil pribadi ke bus Trans Jakarta sebanyak 14% Daya angkut 70 ribu orang/hari (tertinggi 83.574 orang pada September 2005) dengan	Dengan daya beli mobil masyarakat Jakarta sebanyak 138 unit/hari, diharapkan pembangunan dua jalur bus Trans Jakarta berikutnya mampu menjadi salah satu solusi masalah transportasi.

<p>koridor berikutnya : rute Pulogadung-Monas dan Monas-Kalideres.</p>	<p>bus yang beroperasi 75 unit perhari. Terhitung dari Januari hingga 20 November 2005 ada 17.514.398 orang yang diangkut. Stagnasi pembangunan koridor II dan III diakibatkan lemahnya perencanaan yang berimbas pada angka kemacetan yang meningkat dan infra struktur yang mubajir</p>	
Waralaba		
<p>Konsep waralaba ada di Indonesia sejak akhir 1970-an melalui SPBU, tetapi pengusaha yang pertama kali mewaralabakan bisnisnya adalah Sukyatno Nugroho lewat Es teler 77 pada 1987. Ketika itu, ia belum menyadari bahwa pola yang digunakan untuk mengembangkan gerai Es Teler 77 adalah waralaba.</p>	<p>Industri waralaba makin marak di Indonesia. Semakin banyak pengusaha - dari bidang makanan, jasa, sampai broker perusahaan berani mewaralabakan bisnisnya. Konsultan waralaba makin banyak, dan bisnis waralaba mampu meraup omset sekitar Rp 150 triliun/tahun dengan serapan tenaga kerja 4 juta orang. Sampai akhir 2004 di Indonesia terdapat 62 perusahaan waralaba lokal dan 270 waralaba asing dengan pertumbuhan lokal 14,2% dan asing 9,5%. Sementara jumlah gerai waralaba mencapai 1.978 (1.647 lokal). Walau masih sedikit, lembaga keuangan mulai menyalurkan kredit untuk bisnis ini.</p>	<p>Jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 220 juta jiwa lebih menjadi pasar potensial bagi waralaba asing mengembangkan usahanya disini. Menurut konsultan waralaba Amir Karamoy, beberapa waralaba dari Negara-Negara Asean dan Australia akan masuk ke Indonesia tetapi masih menunggu situasi ekonomi negeri ini, terutama terkait dengan fluktuasi nilai tukar rupiah. Bisnis waralaba merupakan peluang usaha yang dinilai akan banyak dilirik orang di masa depan. Para pemilik modal juga ingin menginvestasikan modalnya untuk berbisnis dengan konsep dan sistem yang sudah ada, desain dan merek sudah dikenal, dan diberi pelatiha</p>

Sumber : SWA 25/XXI / 8-18 Desember 2005, Hal 80-82