

PERENCANAAN BISNIS BAGI BISNIS PEMULA

Heru Surya Dharma
92205018
Magister Manajemen Sistem Informasi
Sistem Informasi Bisnis
Angkatan 27
Jl. Singosari Raya No. 401 Rt 07/15 Depok II Tengah
Aria.uchiha@yahoo.com

ABSTRAK

Pembahasan perencanaan bisnis diperluas dengan membahas beberapa aspek penting seperti pembahasan tentang konsepsi perencanaan secara umum; bisnis apa yang dinilai relevan dengan kemampuan yang kita miliki. Pentingnya analisis pasar dan analisis bersaing dikaitkan dengan proses memulai penulisan perencanaan bisnis.

Kata Kunci : Perencanaan, Konsep, Bisnis.

PENDAHULUAN

Dewasa ini, persaingan di dunia bisnis sangat dinamis, semakin hari semakin kompleks dan sering terjadi perubahan arah yang sebelumnya tidak terduga sama sekali. Dalam rangka mengantisipasi sesuatu yang tidak diinginkan terjadi pada usaha yang akan dirintis serta upaya memasuki pasar yang kompetitif yang beraneka ragam karakteristiknya sehingga kompetisi pasar yang ada memberikan suatu keuntungan yang mendukung untuk mencapai tujuan dan sasaran yang diinginkan benar – benar efektif dan efisien, maka langkah – langkah yang harus dilakukan terlebih dahulu adalah melalui perencanaan bisnis.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Perencanaan Bisnis

Menurut Z. Heflin Frinces dalam “*Business Plan, Konsep dan Implementasi*“, keberhasilan dalam hal apa pun, menurut kaidah umum, tidak begitu mudah didapatkan, diperlukan kerja keras, serius, tekun, dan penuh perhitungan dengan berlandaskan pada suatu perencanaan yang matang, teliti, akurat, dan seksama. Terlebih lagi dalam meraih kesuksesan di bidang bisnis, seseorang atau perusahaan harus mempersiapkan terlebih dahulu perencanaan bisnis yang baik yang dinilai strategis dalam menjalankan dan mengendalikan bisnis yang ditekuni. Karena fungsi perencanaan bisnis atau rencana bisnis merupakan alat bantu yang diperlukan untuk semua jenis bisnis.

Pentingnya Perencanaan Bisnis

Perencanaan bisnis sangat penting bagi para wirausaha dan orang-orang yang terlibat di dalam dunia bisnis karena beberapa pertimbangan berikut:

- Meningkatkan peluang untuk sukses
- Mengembangkan misi bisnis
- Menentukan pesaing utama
- Menentukan cara yang benar dalam mengelola bisnis
- Menentukan penghalang dalam bisnis
- Sebagai alat pencapaian

Dasar-dasar Perencanaan Bisnis

Ketika kita akan melangkah untuk terjun di dalam bisnis, yang terbentang dalam benak pikiran kita adalah betapa banyak keputusan kecil yang harus dibuat dan betapa banyak faktor yang harus dipertimbangkan untuk menjadi seorang pebisnis yang tangguh atau pengusaha yang sukses. Pola pikir semacam ini akan membebani gerak langkah kita sebelum kita memulai berbisnis. Hindarkan beban pikiran semacam ini, namun kita hendaknya langsung melakukannya selangkah demi selangkah, dengan demikian kita bisa cermat dalam menimbang seluruh pilihan yang jumlahnya begitu banyak untuk dipilah kemudian dituangkan ke dalam sebuah perencanaan bisnis.

Perencanaan Bisnis Sebagai Alat Manajemen

Sebuah perencanaan bisnis bisa dijadikan suatu alat manajemen yang sangat berharga, dengan menjadikan sebagai pedoman atau panduan untuk menjalankan bisnis yang kita geluti. Sebab, perencanaan itu telah memaksa kita untuk melakukan pekerjaan rumah dengan mencurahkan semua kemampuan pikiran kita terhadap setiap area yang berhubungan dengan perusahaan kita, mulai dari struktur perusahaan, operasional, barang atau jasa yang akan diproduksi, pemasaran yang kompetitif hingga prospek masa depan perusahaan. Dan kita dituntut untuk meneliti berbagai faktor dan fungsi yang ada pada perusahaan di mana sebelumnya kita telah menuangkannya ke dalam sebuah perencanaan bisnis. Karena itu, sebuah perencanaan bisnis sebagai sebuah alat manajemen bagi organisasi bisnis dalam menjalankan mekanisme kerjanya setidaknya tidaknya memenuhi beberapa hal sebagai berikut:

- Ada perencanaan yang dijalankan
- Penemuan perencanaan
- Mematangkan filosofi hidup
- Mengembangkan visi strategis
- Mengidentifikasi peningkatan
- Mencegah kekacauan
- Menghindari kesalahpahaman

Perencanaan Bisnis dan Posisi Bisnis kita di Pasar

Setelah kita memahami target pasar kita, kita bisa mulai dengan menjelaskan bagaimana kita akan menjangkau target ini, dan pesan apa yang akan kita gunakan untuk mendapatkan pertimbangan konsumen agar membelanjakan uangnya pada bisnis kita. Dengan kata lain, kita harus menjelaskan rencana perusahaan kita, sebagai contoh; dua

rumah makan di mana masing-masing pemiliknya menggunakan pendekatan dengan cara yang sangat berbeda untuk menarik konsumen. Seseorang boleh saja memutuskan bahwa rumah makan yang didirikan untuk skala atas dengan kesan yang eksklusif, sedangkan lainnya juga boleh memutuskan bahwa konsumen yang dibidik adalah orang-orang yang menyukai suasana yang terkesan lebih formal dan beranggapan melakukan aktivitas makan malam seperti di rumahnya sendiri. Sebagai tambahan terhadap analisa yang kita lakukan terhadap konsumen kita dan apa yang mereka inginkan, maka strategi pemasaran kita setidaknya-tidaknya melibatkan empat komponen, sebagai berikut:

- Apa saja produk atau jasa kita ?
- Mengapa konsumen menginginkan produk atau jasa kita ?
- Apa yang spesial dari produk atau jasa kita ?
- Mengapa produk atau jasa kita dinilai lebih baik dari pada produk atau jasa yang serupa yang ada di pasar ?

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus (*case study*) yang bertujuan memperoleh gambaran yang lebih mendalam dari suatu objek yang diteliti. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah model questionnaire. Dimana responden adalah rekan – rekan penulis yang kebanyakan dari mereka adalah para pengusaha pemula, namun mereka sendiri tetap memiliki dasar dari usaha yang mereka lakukan. Usaha yang mereka jalankan diantaranya : Studio foto, Cafe, Production House, Advertising, Jasa pengiriman surat – surat berharga, dll. Model kuesioner tersebut telah disusun sedemikian rupa sehingga tidak ada keraguan bagi responden untuk menjawabnya. Data dan informasi yang dikumpulkan akan dikaji dengan metode perhitungan untuk melihat persentasi tertinggi hingga terendah hal – hal yang menjadi penyebab terhambatnya baik kinerja maupun peluang dari usaha yang dilakukan sehingga dapat digambarkan kekuatan dan kelemahan perusahaan.

PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dibahas hasil dari penelitian tersebut, dimana penelitian ini dilakukan di daerah Depok pada kurun waktu Juli – Desember 2009 dengan metode questionnaire. Tujuan dari daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah untuk melihat pengetahuan para pebisnis pemula tersebut terhadap produk / jasa yang mereka tawarkan, kemampuan mereka dalam menganalisis pasar, dan kemampuan mereka dalam mengukur kekuatan kompetitor. Berikut akan dipaparkan pertanyaan – pertanyaan yang diajukan oleh penulis serta nilai persentasi tertinggi hingga terendah dari pertanyaan – pertanyaan yang diajukan kepada responden.

Bahan Riset Pertanyaan		
Produk/Jasa		
Ya	Tidak	
		Apakah produk atau jasa kita adalah unik?
		Dapatkah ia dikembangkan pada periode waktu yang logis?
		Apakah biaya pengembangan menjadi penghalang?
Pasar kita		
Ya	Tidak	
		Apakah pasar kita bisa diidentifikasi secara jelas?
		Apakah pasar kita cukup besar untuk mendukung bisnis kita?
		apakah pasar kita yang terlalu besar, dan biaya untuk menjangkaunya mejadi penghalang?
		Apakah pasar kita tumbuh dan berkembang baik?
		Adakah indikator yang menjelaskan bahwa pasar kita siap untuk produk atau jasa kita?
		Apakah produk atau jasa kita terlalu baru untuk konsumen?
		Apakah konsumen mempunyai kesetiaan yang kuat terhadap produk atau jasa kita?
		Apakah produk atau jasa kita terintegrasi secara mudah dengan produk atau jasa yang ada?
Kompetisi kita		
Ya	Tidak	
		Apakah satu atau dua kompetitor mendominasi pasar?
		Apakah penguasaan pasar secara luas dibagi - bagi, untuk lebih mudah mendapatkan kedudukan?
		Adakah kompetitor yang "punya tangan besi" yang seenaknya saja mengusir kita?

Dari hasil penelitian ini, didapat hasil persentasi tertinggi hingga terendah faktor yang mempengaruhi perkembangan suatu usaha sebagai berikut (*Sumber: Hasil Pengolahan Data Responden, 2007*) :

- Produk atau jasa sebanyak 20 %
- Pasar kita sebanyak 50 %
- Kompetisi kita sebanyak 30 %

Dari data tersebut dapat dilihat, bahwa faktor yang paling dominan mempengaruhi perkembangan suatu usaha adalah kurangnya analisis terhadap pasar. Maka berikut akan dijelaskan bagaimana prosedur dalam berbisnis dan segala sesuatu yang berhubungan dengan hal tersebut.

Pembukaan

Dalam perencanaan bisnis yang (akan dan atau sudah) kita tulis, hendaknya memasukkan potensi pasar dan berbagai hal yang berkenaan dengannya: apa yang dimaksud dengan pasar, seberapa besar pasar tersebut, siapa saja pemain utamanya, serta bagaimana pertumbuhan dan perkembangan pasar tersebut. Untuk mendapatkan dan memberikan semua informasi ini secara detail, kita dituntut harus terbiasa dengan dinamika pasar yang sangat atraktif dan kompetitif. Bila kita tidak terjun langsung dalam kedinamikaan pasar, maka kita harus mempunyai informan atau mencari jasa konsultan untuk menjelaskannya kepada kita.

Pentingnya Analisis Pasar

Sebagaimana dijelaskan di atas bahwa potensi pasar memegang peran penting bagi kesuksesan serta pertumbuhan dan perkembangan bisnis. Sebuah organisasi bisnis yang menguasai pasar bisa dipastikan ia akan menuai banyak kesuksesan dari berbagai sudut pandang. Karena itu, organisasi bisnis dituntut melakukan riset dan analisa pasar. Riset dan analisis pasar sangat vital, dan nilai vitalnya terhadap perencanaan bisnis akan semakin menguatkan nilai-nilai yang terkandung di dalamnya. Betapa penting keberadaan pasar bagi kesuksesan yang diraih perusahaan dalam mengembangkan pertumbuhan bisnis yang digeluti. Karena itu, para pebisnis atau wirausaha dituntut selalu bisa berhubungan setiap hari dengan pasar. Bagaimana bisnis kita bisa berhubungan dengan pasar setiap hari? Ada beberapa cara yang bisa kita lakukan untuk selalu berhubungan dengan pasar:

- Membaca media cetak
- Internet
- Beradaptasi
- Berpartisipasi
- Berkunjung dan bertemu

Bagaimana Pasar Diteliti?

Seseorang yang ingin terjun di dunia bisnis dituntut memiliki gagasan atau ide bisnis yang brilian dan menyiapkan diri untuk selalu meneliti pasar, karena ide bisnis dan pasar saling berkaitan erat dan tidak bisa dipisahkan. Punya ide besar dan bernilai "emas" belum tentu bisa diimplementasikan atau diterapkan di dalam pasar. Ide besar yang muncul dalam benak pebisnis atau wirausaha harus disesuaikan dalam perkembangan pasar yang semakin hari semakin kompetitif dan atraktif. Pebisnis ulung tidak hanya berkuat cara menjalankan sebuah bisnis semata, melainkan berupaya menentukan bagaimana menghasilkan pendapatan untuk membayar gajinya dirinya sendiri yang layak, para karyawan, kebutuhan dari usaha yang dijalankan, dll, serta membangun sebuah bisnis yang sehat untuk jangka waktu yang lama. Karena itu, diperlukan selalu melakukan penelitian pasar, dan penelitian pasar harus mengkaji bidang-bidang sebagai berikut:

Gambaran Pasar Tempat Bersaing

Pasar memegang peran penting bagi kesuksesan sebuah usaha, dan di dalam pasar ini terjadi persaingan yang sangat ketat antara usaha yang satu dengan usaha yang lainnya, antara produk yang satu dengan produk yang lainnya, antar sesama produk, dan persaingan lainnya. Bagaimana kita bisa mengetahui gambaran pasar sebagai tempat kita bersaing dalam memperkenalkan dan menjual produk atau jasa yang kita tawarkan? Ada beberapa langkah yang perlu kita lakukan dan pahami untuk mengetahuinya:

- Keseluruhan pasar
- Perubahan dalam pasar
- Segmen pasar
- Target pasar dan konsumen
- Karakteristik konsumen
- Kebutuhan konsumen

Rencana Dan Ramalan Penjualan

Proses penjualan adalah sebuah upaya yang dilakukan mulai dari proses membuat produk dan jasa yang diperkenalkan dan sekaligus dijual kepada konsumen. Proses penjualan ini terkadang dilaksanakan secara langsung dan terkadang dilakukan melalui pihak ketiga. Kita tidak perlu tahu sosok atau figur siapa yang menangani masalah ini, yang pasti proses penjualan dengan keberhasilan yang diraih dengan baik dan tepat sasaran merupakan tulang punggung dari rencana keuangan kita. Di sini, kita akan membahas bagaimana rencana penjualan bisa efektif dan efisien dan bagaimana cara yang terbaik dalam melakukan komunikasi melalui perencanaan bisnis kita. Ada beberapa langkah yang perlu dilakukan oleh kita yang berharap menjadi pebisnis atau wirausaha tangguh dan tahan banting, yang berkenaan dengan rencana penjualan bisnis yang kita jalankan.

- Menjual sendiri
- Jaringan
- Menguraikan asumsi
- Mempertimbangkan jangkauan pemasaran

Menjual sendiri. Kita berupaya menjelaskan bagaimana kita akan menjual produk dan jasa yang kita miliki kepada konsumen tetap dan yang baru. Dan kepada target pendengaran kita, kita akan memperlihatkan beberapa macam ramalan pencapaian yang berdasarkan pada realita yang ada atau asumsi. Peramalan ini akan menjadi acuan laporan keuangan kita. Semakin banyak informasi yang kita miliki, semakin mungkin ramalan penjualan kita memenuhi pada target yang ingin kita capai, dan usaha kita akan mulai baik atau menjadi pemain didalam pasar untuk sekali waktu.

Jaringan. Merupakan salah satu cara terpenting bagi kita dalam memperkenalkan atau mengirim produk atau jasa milik kita kepada pasar. Dan untuk mengandalkan jenis usaha yang kita miliki, kita perlu mempunyai satu jaringan atau bahkan beberapa jaringan dan itu lebih baik.

Menguraikan asumsi. Harus jelas kriteria yang berdasarkan pada ramalan penjualan kita. Sebagai contoh, jika kita sedang berasumsi bahwa kita akan mengenal baik para tenaga penjualan dan karyawan sebagai tulang punggung peningkatan penjualan produk atau jasa kita, maka hal ini dijelaskan dengan disertai argumentsi yang rasional.

Memperimbangkan jangkauan pemasaran. Memperluas usaha pemasaran kita akan mempunyai dampak pada ramalan penjualan kita, banyaknya terget yang kita ingin capai harus diantisipasi dan dipertimbangkan apakah kita benar-benar bisa menjangkau pemasarannya. Setelah kita mempertimbangkannya, kita dapat memulai menentukan berapa banyak target yang harus kita capai dan strategi pemasaran apa yang harus kita gunakan ?

Memulai Membuat Rencana

Ketika kita menentukan perencanaan bisnis sebagai alat yang dipergunakan untuk perusahaan kita, yang terpikir dalam benak pikiran kita, "Dari mana saya memulai?", pada mulanya kita akan menemukan kesulitan yang "luar biasa", tetapi kita harus memulainya dengan yang gampang-gampang dahulu dengan menekankan ketelatenan

dan keseriusan pada diri kita serta memompa semangat dan keyakinan bahwa kita harus bisa menulis perencanaan bisnis sebagai mana yang kita inginkan. Proses penulisan perencanaan bisnis memerlukan informasi yang terperinci hampir pada masing-masing aspek dari bisnis kita yang mencakup industri, produk atau jasa pasar, operasional, personal, dan lain-lain. Proses perencanaan bisnis memerlukan lima langkah pokok, sebagai berikut:

- Mempersiapkan konsep dasar dari bisnis kita.
- Mengumpulkan data berdasarkan kelayakan dan spesifikasi untuk konsep kita.
- Memfokuskan dan menyaring konsep kita berdasarkan pada data yang kita susun.
- Menguraikan spesifikasi bisnis kita,
- Meletakkan perencanaan bisnis kita di dalam format yang baku.

Perlu dipahami terutama oleh pebisnis atau wirausaha pemula bahwa mengembangkan perencanaan bisnis merupakan suatu proyek bisnis yang jauh lebih pening dari pada hanya sekedar menulis perencanaan saja. Hal ini termasuk proses pengembangan diri-bukan hanya dokumen yang diproduksi-secara positif dapat mempengaruhi kesuksesan pada bisnis kita.

Menulis Perencanaan Yang Persuasi, Hebat Dan Menarik

Sebagai alat penjualan, perencanaan bisnis tidak kalah penting dibandingkan dengan alat penjualan lainnya, terutama bagi bisnis yang telah berjalan baik dan ingin dikembangkan lebih luas lagi jangkauannya. Dalam membuat perencanaan bisnis, ada beberapa hal yang perlu kita ikuti untuk dilakukan dan sebaliknya ada juga beberapa hal yang tidak perlu kita lakukan, sebagaimana termasuk dalam tabel di bawah ini:

PERLU DI LAKUKAN	TIDAK PERLU DI LALUKAN
- Mengambil pendekatan positif	- Bersikap bertahan tentang usulan solusi
-Melihat problem dari perspektif orang lain	- bergantung sepenuhnya pada logika
- Menekankan nilai dari pada biaya	- menyajikan sebuah "paket" solusi

Menulis Perencanaan Bisnis Dari Bisnis Pemula

Bagaimanapun juga penulisan perencanaan bisnis memerlukan banyak waktu, menuangkan banyak pikiran, dan berusaha keras untuk menciptakan perencanaan bisnis yang benar-benar baik. Hal ini yang diharapkan oleh banyak pemilik bisnis agar mereka mempunyai semua informasi yang valid dan solid sebelum memulai bisnis yang digeluti. Sekalipun kita tidak meminta atau mencari dana sebagai pembiayaan permulaan, kita akan selalu memperbaiki keputusan serta memahami kelemahan dan kekuatan bisnis yang kita geluti jika kita sudah melakukan suatu perencanaan bisnis. Dengan telah membuat perencanaan bisnis, kita harus berani melangkah memasuki dunia persaingan bisnis. Dan siap-siap menjalankan bisnis walaupun berskala kecil. Tindakan ini adalah lebih baik dibandingkan dengan tidak melakukan langkah-langkah apa pun.

Kegunaan Perencanaan Bisnis

Ada yang salah kaprah dikalangan pebisnis atau wirausaha dan orang-orang yang terkait di dalamnya dalam memahami kegunaan perencanaan bisnis yang sebenarnya. Perencanaan bisnis dibuat, menurut sebagian besar pemahaman mereka, hanya digunakan semata-mata untuk mendapatkan dana, baik dana pinjaman ataupun dana investasi. Begitu dana yang diinginkan sudah ada ditangan, perencanaan yang di buat dengan susah payah, banyak meluangkan waktu, mencurahkan tenaga dan pikiran, hanya menjadi lembaran arsip perusahaan yang tidak pernah dibuka lagi. Ini berarti perencanaan bisnis hanya digunakan sekali saja, dan ini merupakan sebuah fakta yang sangat menyedihkan dan sekaligus meragukan, karena strategi bisnis yang terkandung di dalamnya dibiarkan begitu saja. Perencanaan bisnis bisa dikatakan bermanfaat dan efektif bila digunakan sesuai dengan tujuan dan maksud yang terkandung di dalamnya, dan menurut pengertian yang sebenarnya. Kegunaan perencanaan bisnis di samping untuk mendapatkan dana, juga sebagai pedoman dan acuan dalam upaya meraih kesuksesan, mengendalikan operasionalisasi bisnis, menerapkan strategi sekaligus mengerahkan keputusan bisnis beberapa tahun kedepan.

Perencanaan Bisnis Yang Ideal

Perencanaan bisnis yang ideal adalah perencanaan yang diidentikan dengan kesuksesan, dan hal ini merupakan tujuan utama bisnis sebagaimana yang tertuang di dalam perencanaan bisnis. Maka perencanaan bisnis yang ideal bagi kita adalah semua hal yang bisa kita gunakan dan manfaatkan untuk membantu bisnis yang kita jalankan dalam meraih suatu keberhasilan yang maksimal dan optimal.

Apa Yang Harus Dipersiapkan?

Setelah perencanaan bisnis kita dinilai sudah lengkap, atau hampir lengkap, maka sudah saatnya perencanaan itu lebih dimatangkan lagi persiapannya untuk digunakan. Ada beberapa buku yang pembahasannya memfokuskan pada perencanaan bisnis yang banyak membantu kita dalam melakukan proses pengembangan perencanaan bisnis yang kita buat dan meningkatkan pemahaman yang berkenaan dengan kekuatan yang bisa mempengaruhi kesuksesan bisnis kita. Meskipun saat ini kita tidak melakukan apa-apa hanya menaruh dokumen tertulis itu pada rak buku dan tidak pernah memperhatikannya lagi, perencanaan bisnis yang kita buat itu pun masih saja memberikan manfaat pada kita. Kita harus menyadari bahwa perencanaan bisnis adalah suatu dokumen kerja, dan barangkali kita mempunyai suatu ide atau gagasan yang spesifik yang akan mengantarkan kita punya keinginan untuk memanfaatkan dan menggunakan perencanaan itu. Hampir bisa dipastikan, bahwa kita ingin menggunakan perencanaan bisnis itu sebagai:

- Alat untuk mencari dan mendapatkan dana, baik dana berupa investasi maupun pinjaman;
- Dokumen acuan internal dalam memadu pengembangan usaha kita;
- Alat perekrutan personil kunci; atau
- Ketiganya digunakan semua.

Agar bisa digunakan untuk kalangan internal dan eksternal, perencanaan bisnis kita harus dibuat sebaik mungkin, agar menarik dilihat oleh orang lain. Kita harus mempertimbangkan langkah-langkah yang diharapkan bisa mendistribusikan

perencanaan itu dengan cara yang terbaik dan berdampak maksimal dari target yang ingin dicapai dan berupaya menyelesaikan dengan menjadikannya sebagai sebuah instrumen yang sangat efektif untuk mengantarkan kita sampai pada tujuan yang diinginkan dengan keberhasilan yang optimal. Sebelum kita menyiapkan perencanaan bisnis untuk didistribusikan kepada pihak-pihak internal dan eksternal, kita harus meninjau ulang perencanaan itu untuk mengedit dan mengoreksi kesalahan ketikan, memperbaiki kalimat yang rancu untuk diganti dengan kalimat yang mengedepankan tata bahasa yang baku, jelas, ringkas dan adat. Kita boleh-boleh saja (bahkan mungkin sebaiknya) menggunakan jasa seorang penulis profesional untuk membantu menyusun kalimat dengan bahasa yang lebih sistematis dan enak dibaca, atau menggunakan seorang perancang grafis untuk membantu kita dalam men-setting dan men-lay out perencanaan bisnis hingga terkesan eksklusif serta menciptakan grafik dan tabel untuk meningkatkan kualitas isi perencanaan bisnis kita. Perencanaan bisnis yang kita persiapkan sendiri atau dibantu oleh tenaga profesional harus bisa dipastikan merupakan sebuah representasi yang baik bagi sosok pribadi kita dan perusahaan kita serta menarik secara visual. Kita harus memerhatikannya secara detail yang berkenaan dengan lay out dan grafik yang lebih mudah dibaca atau diteliti dengan cepat. Kita harus yakin dan percaya diri bahwa perencanaan bisnis yang kita buat mudah dibaca dan gampang dipahami serta secara visual sangat merangsang untuk dikaji, karena itu kita harus melakukan sentuhan akhir dan menajamkan perhatian pada beberapa elemen dasar perencanaan bisnis kita, sebagai berikut:

* Lembar sampul

Tidak sedikit pebisnis dan orang yang berkecimpung di dunia yang penuh persaingan ini yang kurang memperhatikan lembar sampul perencanaan bisnis, padahal bagian ini sangat memberi kesan pertama bagi setiap orang yang akan membaca dan mengkajinya. Lembar sampul perencanaan bisnis diupayakan tampil menarik dan tampak bagus. Tata letaknya harus rapi, mempesona, terlihat profesional dan mudah dibaca.

* Daftar isi

Pada umumnya perencanaan bisnis lebih dari sepuluh halaman. Kita sebaiknya menempatkan daftar ini pada halaman setelah lembar sampul dan sebelum ringkasan eksekutif. Sebenarnya, elemen ini bukan dasar utama dalam perencanaan bisnis kita, hanya sekedar membantu menunjukkan kepada pembaca tentang informasi atau bagian perencanaan yang dimuat pada halaman-halaman selanjutnya dan memudahkan pembaca merujuk informasi yang terkandung dalam perencanaan. Tetapi, jangan sampai terjadi pada judul-judul bagian dan nomor-nomor halaman yang ditunjukkan dalam daftar isi tidak sesuai dengan yang ditulis dalam perencanaan bisnis. Karena itu kita harus mengecek dan mengoreksinya secara jeli dan hati-hati.

* Ringkasan eksekutif

dalam proses pembuatan dan pembuatan perencanaan bisnis, ringkasan eksekutif merupakan bagian yang ditulis paling akhir walaupun diletakkan dibagian depan dari perencanaan bisnis. Pembahasan dalam ringkasan eksekutif biasanya sepanjang atau dua halaman dengan menggunakan kalimat yang sangat ringkas dan padat dalam membahas deskripsi diri kita dan usaha kita, segmen dan penguasaan pasar, konsumen, produk atau jasa, asumsi dan metode penelitian yang digunakan.

* Deskripsi bisnis

Pada bagian ini dijelaskan gagasan rencana bisnis yang akan kita geluti, berkaitan dengan produk atau jasa yang dinilai prospektif dalam menatap masa depan, yang dikorelasikan dengan pemenuhan kebutuhan pasar. Dalam mendeskripsikan bisnis yang akan kita kelola dan jelaskan, kita harus menjelaskan dan menggambarkan secara tepat jenis produk atau bentuk jasa yang akan kita jual dan menganalisisnya mengapa masyarakat luas sebagai calon konsumen akan membeli produk kita atau menggunakan jasa kita. Potensi dan penguasaan pasar yang diprediksikan akan kita raih perlu juga dideskripsikan, dengan argumentasi bahwa produk kita berbeda dengan produk-produk serupa yang telah ada di pasar.

* Analisis pasar

Pada bagian analisis pasar perlu disajikan data dan informasi yang menggambarkan kebutuhan pasar terhadap produk dan jasa kita. Disini kita dituntut untuk merinci seluruh data dan informasi yang kita himpun berkenaan dengan ukuran pasar kita, jumlah konsumen potensial bagi produk kita dan klien jasa kita, serta tingkat pertumbuhan dan perkembangan pasar atau industri kita sebagai suatu keutuhan. Penyajian yang kita sodorkan pada bagian ini, kita tidak boleh hanya banyak bersandar pada referensi dan hasil riset yang kita lakukan, tetapi juga pada kemampuan dan keterampilan kita dalam memadukan data dan informasi menjadi sebuah format yang sederhana, ringkas, padat dan enak dibaca.

* Persaingan

Dunia bisnis tidak bisa terlepas dari persaingan, dan merupakan suatu kebohongan bila ada pebisnis atau wirausaha yang percaya bahwa dirinya tidak memiliki persaingan. Jika hal ini ada maka orang yang bersangkutan akan segera terpelanting dari kompetisi pasar, meskipun ia memiliki produk yang dianggap sangat revolusioner. Karena akan selalu ada orang yang mau dan tidak sabar ingin menantang suatu bisnis dengan ide-ide baru dan menguntungkan. Jadi, kita perlu mengidentifikasi beberapa usaha yang mapan, sebagai pesaing kita, yang telah menjual produk atau jasa serupa dengan milik kita, dan bagaimana reaksi mereka terhadap usaha kita. Persaingan di dunia bisnis tidak hanya melibatkan usaha - usaha yang sudah mapan dan eksis, kita perlu mengantisipasi juga terhadap kemunculan usaha - usaha baru dan agresif dalam melakukan manuver-manneuver yang akan memberikan keuntungan pada mereka. Dan kita harus selalu menyadari bahwa semua usaha memiliki ide atau gagasan segar untuk menghasilkan sebuah produk unik dan penuh keunggulan. Karena itu, kita tidak boleh semata-mata

bersandar pada opini tentang ide dan gagasan kita yang dianggap unik, melainkan lebih memprioritaskan data pasar yang kita kumpulkan.

* Strategi pemasaran

Pada bagian ini, kita tidak boleh terlalu percaya diri dalam menggambarkan bahwa produk kita sangat mengagumkan dan terbaik di antara yang ada sehingga konsumen tidak bisa memilih produk lain kecuali produk kita. Sebenarnya, kita hanya dituntut menjelaskan, strategi apa yang akan kita jalankan untuk menarik konsumen membeli produk atau menggunakan jasa kita. Kita juga perlu mempublikasikan usaha kita melalui sejumlah metode pemasaran yang kita pelajari baik lewat buku maupun pengalaman, dan menjelaskan pendekatan penjualan kita.

* Rencana operasional

Pada bagian ini harus dideskripsikan prosedur-prosedur operasional, dan hal – hal yang dibutuhkan untuk mendukung suatu operasional

* Tim manajemen

Bagian ini merupakan salah satu elemen yang menjadi sorotan dan kajian tersendiri. Orang – orang yang terpilih dan berada pada suatu tim manajemen, haruslah orang – orang yang memiliki kapasitas dibidangnya. Karena, tim manajemen memiliki andil yang besar dalam keberhasilan suatu usaha.

* Tinjauan keuangan dan kebutuhan pendanaan

Garis dasar perencanaan bisnis adalah tinjauan keuangan dan kebutuhan pendanaan. Semua pembahasan di atas merupakan penunjang dan landasan bagi analisis keuangan. Pada bagian ini harus dinyatakan dengan jelas jumlah dana yang dibutuhkan untuk memulai aktivitas kinerja suatu usaha, serta kapan dan bagaimana aktivitas bisnis yang dilakukan akan mendatangkan cukup uang untuk mengembalikannya. Kita perlu mendefinisikan jumlah investasi awal (atau jumlah pinjaman) dan berapa banyak dana yang akan kita butuhkan di masa mendatang berdasarkan proyeksi-proyeksi operasional dan penjualan produk atau jasa. Pendefinisian ini sangat penting karena menentukan seberapa banyak dana yang akan diinvestasikan, seberapa banyak hasil yang bisa diharapkan, dan dalam jangka waktu berapa lama bisa memetik hasilnya.

* Ringkasan dan analisis kesimpulan

Pada bagian ini, kita bisa menyatukan perencanaan ke dalam sebuah kemasan yang rapi untuk memudahkan dalam mendapatkan ringkasan isi perencanaan bisnis dan kesimpulan yang diharapkan bisa diambil dari suatu perencanaan bisnis.

* Lampiran-lampiran

Bagian lampiran biasanya dijadikan rujukan atau referensi di sepanjang perencanaan bisnis yang di letakkan di bagian akhir. Beberapa hal yang dinilai penting disertakan dalam lampiran meliputi diagram, grafik, resume, dan penggalan-penggalan literatur yang dibutuhkan untuk meyakinkan bahwa kita menulis perencanaan bisnis dan akan mengelola dengan serius. Kegunaan lampiran

memudahkan dan menjaga kelancaran perencanaan bisnis tanpa terhambat oleh rincian yang terlalu banyak dan membosankan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya diambil kesimpulan bahwa, perkembangan bisnis atau usaha saat ini begitu pesat. Seiring dengan hal tersebut, banyak bermunculan bisnis atau usaha – usaha baru yang beraneka ragam. Namun, dari sekian banyak itu, tidak sedikit pula bisnis atau usaha yang harus gulung tikar. Padahal, pada kenyataannya tidak sedikit dari usaha – usaha yang tutup tersebut memiliki potensi yang cukup bagus untuk dikembangkan. Beberapa penyebab kegagalan usaha – usaha tersebut adalah:

- Kurangnya pemahaman terhadap segmentasi pasar yang ingin dikelola,
- Dilihat dari sisi keuangan, banyak dari usaha – usaha tersebut tidak dapat berkembang hingga pada akhirnya tutup disebabkan oleh kurangnya sokongan dana.
- Dan, kurang matangnya dalam hal perencanaan bisnis itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

Adams, Rondha. 2003. "The Successful Business Plan", The Planning Shop, California, USA.

Bangs, Jr. D.H. 1992. "The Business Planning Guide", Upstart Publishing Co, USA.

Craig, James C and Grant Robert M. 1996. "Strategic Management (Manajemen Strategi)", Edisi bahasa Indonesia, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Frinces, Z. Heflin. 2005. "Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis", Penerbit Darussalam, Jogjakarta.

Rangkuti, Freddy. 1997. "Analisis SWOT Tehnik Membedah Kasus Bisnis", Binarupa Aksara, Jakarta.

Thompson, Jr., Arthur A. And Strickland, A.J. 1999. "Strategic Management: Concept and Cases", Irwin McGraw-Hill, Singapore.

Utton, Patricia. 2001. "Bussiness Plan", USA.