**Strategi Menyusun Rencana Bisnis Yang Berkualitas**

[Share](https://www.facebook.com/sharer.php?u=https%3A%2F%2Fpengusahamuslim.com%2F2596-strategi-menyusun-rencana-1372.html)[Tweet](https://twitter.com/intent/tweet?text=Strategi%20Menyusun%20Rencana%20Bisnis%20Yang%20Berkualitas&url=https://pengusahamuslim.com/2596-strategi-menyusun-rencana-1372.html)

Oleh Helman Aris Rahmana, SE\*

Rencana bisnis ibarat merupakan peta jalan bagi wirausahawan menuju  pembangunan bisnis yang sukses dan menguntungkan. Setiap wirausahawan  yang sudah membuka usaha atau akan meluncurkan suatu usaha, membutuhkan sebuah rencana bisnis yang dibuat dengan baik dan berdasarkan fakta untuk meningkatkan peluang keberhasilan usahanya.

Selama berpuluh-puluh tahun, penelitian telah membuktikan bahwa perusahaan yang melakukan perencanaan bisnis akan mengalahkan perusahaan yang tidak melakukannya. Menurut berbagai penelitihan juga menunjukan bahwa banyak perusahaan kecil kurang teliti dalam pendekatan mereka dalam menyusun dan mengembangkan rencana bisnis.

Bahkan, tidak sedikit wirausahawan yang tidak pernah meluangkan waktu untuk menyusun dan mengembangkan rencana bisnis bagi usahanya. Pada akhirnya, berdampak tingginya tingkat kegagalan yang dialami oleh perusahaan kecil akibat lemah dan kurangnnya perencanaan bisnis yang dijalankannya.

**Apakah Rencana Bisnis itu?**

Rencana bisnis adalah ringkasan tertulis mengenai rencana pendirian perusahaan atau menjalankan usaha yang berisi rincian  gambaran kegiatan operasi dan rencana keuangan, peluang dan strategi pemasaran serta kemampuan pengelolaan. Rencana bisnis ini menguraikan arah dan tujuan perusahaan yang ingin capai, berserta strategi mencapainya sebagai peta jalan bagi wirausahawan menuju  pembangunan bisnis yang sukses.

Rencana bisnis, merupakan bukti bahwa seorang wirausahawan telah melakukan penelitihan yang diperlukan, mempelajari peluang bisnis yang memadai, dan siap untuk menjalankan usahanya dengan sebuah model bisnis yang menguntungkan.

**Apa Pentingnya Menyusun Rencana Bisnis?**

Ada dua alasan utama yang sangat penting dan fundamental mengapa setiap wirausahawan harus menyusun rencana bisnis untuk usahanya. Pertama, sebagai panduan operasi usaha, kedua, menarik pemberi pinjaman dan investor.

* **Panduan Operasi Usaha**

Rencana bisnis memberikan panduan wirausahawan dalam menjalankan operasi perusahaan, karena dengan menuliskan perencanaan yang dibuat untuk penetapan tujuan dan strategi pencapaiannya, tentu akan memudahkan wirausahawan  melakukan evaluasi, pengembangan dan mengurangi resiko terjadinya kesalahan operasional yang berakibat fatal bagi perusahaannya.

Proses penyusunan rencana bisnis ini akan menjadikan wirausahawan berubah dari “SAYA PIKIR”  menjadi “SAYA TAHU” dalam menjalankan usahanya.

Selain itu penyusunan rencana bisnis memaksa wirausahawan mengungkap gagasan mereka dalam uji kenyataan, dengan pertanyaan “ Dapatkah bisnis ini benar-benar menghasilkan laba?”.

* **Menarik Pemberi Pinjaman dan Investor**

Setiap usaha pasti membutuhkan modal yang besarnya sesuai dengan bisnis yang akan dijalankan. Modal usaha bisa bersumber dari modal sendiri, modal pinjaman atau modal dari investor.

Mengajukan pinjaman dan menarik investor tanpa disertai rencana bisnis yang memadai, sering mengalami kegagalan. Dengan kata lain, cara terbaik untuk mengamankan pemenuhan kebutuhan modal usaha adalah dengan membuat rencana bisnis yang menarik dan memadai yang memungkinkan wirausahawan menyampaikan peluang potensial atas bisnis yang akan atau telah dijalankan kepada pemberi pinjaman dan investor.

Intinya, rencana bisnis yang memadai sangatlah diperlukan oleh setiap wirausahawan, baik sebagai peta menjalankan usaha maupun sarana mencari modal dalam membangun usaha yang sukses sesuai harapan.

**Lima Kesalahan yang Sering Terjadi dalam Penyusunan Rencana Bisnis**

Berikut ini adalah lima kesalahan yang sering terjadi dalam penyusunan rencana bisnis berkenaan dengan pengajuan pinjaman dan menarik investor, yaitu :

**1. Terlalu banyak informasi**

Apakah rencana bisnis yang terdiri dari 25-50 halaman lebih baik dari 200 halaman? Jawabannya adalah” YA”.  Sebagian besar pemberi pinjaman dan investor akan fokus pada beberapa poin spesifik melihat peluang bisnis yang ditawarkan, sehingga rencana bisnis yang terlalu tebal memungkinkan tidak dibaca dan membosankan.

Perlu diingat, bahwa tujuan Anda membuat rencana bisnis bukan untuk menunjukkan pada pembaca atas luas dan dalamnya pengetahuan Anda, akan tetapi untuk menunjukan elemen kunci rencana bisnis yang memberikan harapan masa depan cerah bagi bisnis yang dimaksud.

Jika ada informasi yang tidak dapat dipisahkan dari rencana bisnis, sebaiknya disisipkan pada bagian di belakang sebagai lampiran untuk informasi pendukung pembaca.

**2. Menyembunyikan kelemahan bisnis**

Beberapa pemikiran yang diyakini oleh penulis rencana bisnis yang gagal, karena mereka sering menyembunyikan kelemahan bisnisnya. Contohnya, “ Mengapa kita menulis sesuatu yang justru akan memberikan kesan negatif” atau “setelah kita mendapatkan dana, kami dapat menangani kelemahan yang ada”.

Jika penulis rencana bisnis menyembunyikan kelemahan bisnisnya maka ia berpotensi gagal dan fatal dalam usahanya. Sementara, investor yang cerdas akan menemukan jawabannya mungkin dalam 10 menit pertama, kemudian timbul pertanyaan pada benak investor, “Apa lagi yang belum Anda sampaikan kepada saya?”

Ketika Anda telah kehilangan unsur kepercayaan, maka telah hilanglah kesempatan untuk mendapatkan dana. Cara terbaik menangani kelemahan bisnis adalah menjelaskan kelemahan yang ada dan rencana yang efektif untuk mengatasi kelemahan yang dimaksud.

**3. Saluran distribusi tidak jelas**

Rencana bisnis harus menjelaskan bagaimana produk dan jasa secara efektif sampai kepada pasar yang dituju. Ketidakjelasan sistem distribusi, mengakibatkan terhambatnya produk dan jasa sampai ke pelanggan. Pada akhirnya dapat mengancam kelangsungan bisnis.

Di bawah ini  contoh pernyataan yang menginformasikan kepada investor bahwa produk yang tidak mempunyai sistem distribusi yang jelas akan mengancam kelangsungan bisnis.

“Kami akan pasarkan produk kami melalui internet,  distributor, agen, grosir, *direct selling*, gerai ritel, *telemarketing*,”

**4. Lemahnya analisa persaingan**

Daftar nama dan alamat dari pesaing bisnis yang ada tidaklah cukup. Investor sangat tertarik untuk mengetahui apa yang  Anda ketahui tentang pesaing bisnis. Misalnya strategi bisnis, kompetensi inti, sistem distribusi, keunggulan, serta kelemahan yang mereka miliki. Mengetahui hanya sedikit tentang pesaing Anda, adalah bukti bahwa Anda tidak mempersiapkan bisnis dengan benar, termasuk melakukan persaingan bisnis.

**5. Proyeksi keuangan tidak berkualitas**

Proyeksi keuangan yang tidak didukung dengan analisa dan perkiraan yang memadai akan memberikan ketidakpercayaan kepada investor.

Rencana bisnis harus membuktikan kepada kreditor dan investor bahwa perusahaan mampu membayar kembali pinjaman dan menghasilkan pengembalian yang menarik.

**Elemen-Elemen Pokok Rencana Bisnis yang Berkualitas**

Para wirausahawan yang menginvestasikan waktu dan tenaga mereka untuk menyusun rencana bisnis, akan lebih siap menghadapi resiko dalam melakukan persaingan bisnis. Pada edisi sebelumnya kita telah membicarakan rencana bisnis sebagai peta jalan wirausahawan dan sarana mendapatkan modal dalam membangun bisnis yang sukses.

Meskipun menyusun rencana bisnis tidak menjamin 100 % kesuksesan, namun rencana ini akan meningkatkan peluang meraih kesuksesan bisnis bagi para wirausahawan. Ada banyak pendekatan dalam penyusunan rencana bisnis. Tetapi, sebuah rencana bisnis yang berkualitas sekurang-kurangnya mencantumkan delapan elemen pokok, yaitu :

1. Ringkasan eksekutif.
2. Gambaran umum usaha.
3. Rencana pemasaran.
4. Rencana produksi.
5. Analisa persaingan.
6. Rencana keuangan.
7. Rencana sumber daya manusia.
8. Resiko utama yang dihadapi.
* **Ringkasan eksekutif**

Elemen ini merupakan rangkuman secara singkat, seluruh isi rencana bisnis, baik menyangkut tujuan usaha, strategi usaha, uraian umum usaha, rencana pemasaran, rencana produksi, rencana keuangan, rencana sumberdaya manusia, dan resiko-resiko usaha di masa depan.

* **Gambaran umum usaha**

Elemen ini menjelaskan visi dan misi, usaha yang dijalankan beserta barang dan jasa yang dihasilkan, tujuan yang ingin dicapai, serta strategi pencapaiannya. Gambaran posisi perusahaan saat ini, dan yang akan datang, target pasar, keunggulan bersaing, lokasi usaha, menajemen inti, bentuk usaha, konsep manajemen yang dijalankan dan lain sebagainya

* **Rencana pemasaran**

Elemen ini menjelaskan pangsa pasar yang dipilih serta bauran pemasaran dan promosi yang dibuat perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, anggaran penjualan, strategi harga, strategi distribusi yang diterapkan dan lain sebagainya.

* **Analisa persaingan**

Elemen ini menjelaskan kekuatan perusahan terhadap pesaing bisnisnya, kekuatan, dan kelemahan perusahaan pesaing.

* **Rencana produksi**

Elemen inimenjelaskan proses produksi, bagaimana perusahaan menjaga kualitas produk, bagaimana perusahaan memperoleh pasokan bahan baku, barang dan jasa, pertimbangan pemilihan lokasi pabrik, anggaran produksi dan sebagainya.Uraian ini sangat penting terutama untuk perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur.

* **Rencana keuangan**

Elemen ini menjelaskan proyeksi keuangan yang menunjukan ekspektasi laba, proyeksi laporan keuangan, proyeksi arus kas, titik impas, kebutuhan modal, dan proyeksi pengembalian investasinya.

* **Rencana sumber daya manusia**

Elemen ini menjelaskan personil yang dibutuhkan baik dari segi jumlah maupun pengetahuan, keahlian dan kemampuan yang dibutuhkan dalam menjalankan perusahaan.

* **Risiko-risiko utama yang dihadapi**

Elemen ini menjelaskan resiko yang dihadapi usaha di masa depan beserta antisipasi yang dilakukan perusahaan untuk menghadapi risiko tersebut. Rencana bisnis biasanya tersusun antara 25 – 50 halaman.

Rencana bisnis yang terlalu pendek, seringkali tidak mampu memberikan gambaran bisnis yang memadai. Demikian juga yang terlalu panjang, memiliki kemungkinan tidak digunakan atau tidak dibaca. Dalam penyusunan rencana bisnis, wirausahawan harus memperhatikan elemen-elemen pokok rencana bisnis seperti yang telah disebutkan di atas sebagai titik awal untuk menyusunnya dan harus dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan berdasarkan kondisi yang ada. Sehingga rencana bisnis benar-benar dapat digunakan sebagai peta jalan menuju kesuksesan bisnis yang dibangunnya.(\*)

*\*Penulis adalah Kepala Bidang Akuntansi dan Keuangan, Pesantren Islam Al Irsyad, Semarang dan Konsultan Independen*
**[Majalah Pengusaha Muslim/Sebtember 2010]**

PERENCANAAN DAN STRATEGI BISNIS

Ada 4 tahap dasar dalam perencanaan, yaitu :

* 1. Menentukan tujuan
	2. Merumuskan keadaan sekarang
	3. Mengidentifikasikan segala kemudahan dan hambatan
	4. Mengembangkan rencana untuk pencapaian tujuan

Manfaat Rencana pemasaran, yaitu :

1. Merupakan peta situasi pasar
2. Membantu dalam kontrol manajemen dan implementasi strategi
3. Memberi informasi peran dan fungsi setiap angota baru dalam suatu perusahaan
4. Koordinasi semua sumber daya
5. Pembagian tanggung jawab, tugas dan pengaturan jadwal kegiatan
6. Mengantisipasi masalah, kesempatan, dan ancaman

Langkah-langkah dalam pembuatan rencana pemasaran , yaitu :

1. Mendefinisikan situasi bisnis
2. Mendefinisikan segmen pasar/peluang dan ancaman
3. Menganalisis kekuatan dan kelemahan
4. Penetapan tujuan dan sasaran
5. Mendefinisikan strategi pemasaran dan usaha yang dilakukan
6. Perancangan tanggung jawab implementasi
7. Penganggaran strategi pemasaran
8. Memonitor kemajuan usaha pemasaran

STRATEGI PEMASARAN

Strategi pemasaran adalah menurut W.Y. Stanton adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial.

Elemen dalam strategi pemasaran, meliputi :

1. Pemilihan pasar
2. Perencanaan produk
3. Penetapan harga
4. Sistem distribusi
5. Komunikasi pemasaran ( promosi )

**Perubahan dalam strategi pemasaran**

Faktor-faktor utama yang dapat menyebabkan terjadinya perubahan strategi pemasaran, yaitu :

1. Siklus daur hidup produk
2. tingkat persaingan perusahaan di pasar
3. Keadaan ekonomi

**Langkah-langkah penerapan strategi pemasaran**

1. Segmentasi pasar
2. Penetapan target pasar
3. Diferensiasi dan posisi pasar