



PENYUSUNAN BUSINESS PLAN DAN BMC

Deva Primadia Almada

Capacity Building Tenant
Program Inkubasi LKST IPB

Bogor, 14 September 2021

INTRODUCTION

TTL : Jakarta , November 1977

- Pekerjaan :**
- Asisten Bidang Inkubator Bisnis, LKST IPB, Agt 2020-skg
 - Kasubdit Inkubator Bisnis (IncuBie), STP IPB, Feb 2019-skg
 - Kadiv Prog Inkubasi, Incubie, April 2018-Jan 2019
 - Manager Inkubator Bisnis IncuBie LPPM IPB 2001-2018
 - Anggota AIBI, 2009-2014
 - Pengurus AIBI, 2014-skg
 - Tim Pemeringkatan Inkubator Bisnis Teknologi, 2017-skg

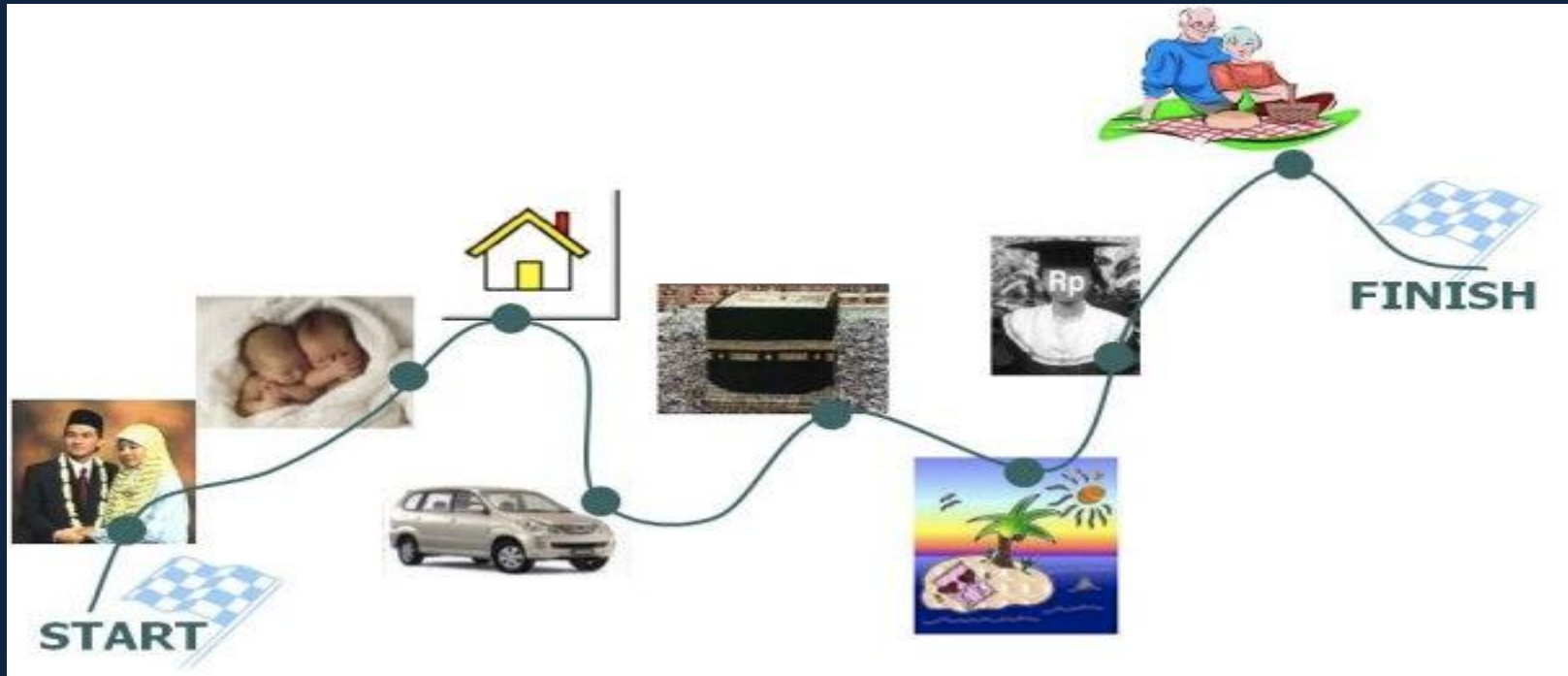
Instruktur / Narasumber/ Trainer / TA / Mentor untuk pendirian dan pengelolaan Inkubator Bisnis/STP dan inkubasi tenant di berbagai Kementerian, Pemda dan Perguruan Tinggi di Indonesia



SERTIFIKASI

Certified Trainer for Incubation Manager – infoDev World Bank, 2011

RENCANA HIDUP



RENCANA ADALAH: DOA > TERKABUL

MENGAPA MELAKUKAN PERENCANAAN BISNIS?

- *Survey Pricewaterhouse Coopers* di USA (2004):
 - Sebanak 2/3 bisnis yg sukses (berkembang cepat) di USA telah menulis *business plans* (BP)
 - Perush yg menulis BP mempunyai perkembangan penerimaan 69 % lebih cepat (pada periode 5 thn) dibanding yg tdk menulis BP

BUSINESS PLAN

- ❑ **Dokumen tertulis** yang dapat **menggambarkan dan menganalisis suatu bisnis** yang dilandasi oleh berbagai aspek (al pemasaran, teknis/produksi, SDM, organisasi dan keuangan)

- ❑ **Pedoman** untuk **mempertajam** rencana:
 - ◆ **kemana kita akan menuju** (mendorong pelaku bisnis untuk berfikir mengenai apa yg akan dikerjakan)
 - ◆ **dimana posisi kita sekarang** (menilai kondisi aktual bisnis/usaha pada jangka waktu tertentu)
 - ◆ **bagaimana kita akan mencapai tujuan tersebut** dari posisi yang sekarang
 - ◆ Perencanaan bisnis juga dapat dipakai **sbg alat untuk mencari dana dari pihak ketiga** (perbankan, investor, lembaga keuangan dll)

MANFAAT BUSINESS PLAN

- Pedoman untuk persiapan yang dibutuhkan sebelum memulai usaha
- Menguji (sekali lagi) kelayakan usaha yang akan dijalankan
- Sebagai acuan pada waktu menjalankan usaha
- **Memikat sumber pendanaan untuk pengembangan usaha**

TAKE ACTION !



BUSINESS PLAN

SPECIFIC
MEASURABLE
ATTAINABLE
REALISTIC
TIMELY

dapat digunakan
untuk merencanakan
bisnis baru atau
merencanakan
pengembangan
bisnis

Outline

Ringkasan Eksekutif

Data IKM

1. Pendahuluan: Latar belakang, problem→solution, tujuan
2. Profil IKM Aspek Organisasi: Visi Misi, Struktur Organisasi, Tupoksi
3. Aspek Produksi: Deskripsi produk, manfaat dan keunggulan produk, Rencana pengembangan, dst..
4. Aspek Pasar: segmentasi, potensi, analisis kompetitor, Penetapan harga dst
5. Analisis SWOT
6. Aspek Keuangan: kebutuhan investasi, analisis arus kas (cashflow)

Data Startup

INFORMASI Start Up

- Nama Start Up :
- Pendidikan Terakhir :
- Alamat :
- Telepon :
- Email :
- Nama Badan Usaha :
- Tahun berdiri :

INFORMASI USAHA

- Bidang Usaha :
- Produk yang dihasilkan:
- Dst

Latar Belakang

Latar belakang memuat :

1. Problem yang ingin dipecahkan
Problem → solution !!!
2. Produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan
3. Rencana pengembangan

Tujuan

CONTOH

➤ **Produksi :**

Meningkatkan kualitas produk dan kapasitas produksi

→ Memakai mesin baru, kemasan dl

➤ **Finansial:**

Meningkatkan omset sebesar 500%, margin (dari 5 % ke 25 %)

➤ **Perluasan Pasar**

Dari lokal → regional → nasional → eskport

Kebutuhan dana

Profil Stratup

- **Sejarah berdirinya perusahaan**
- **Visi Misi**
- **Struktur Organisasi dan Tupoksi**
- **Award**
- **DII**

Visi Misi

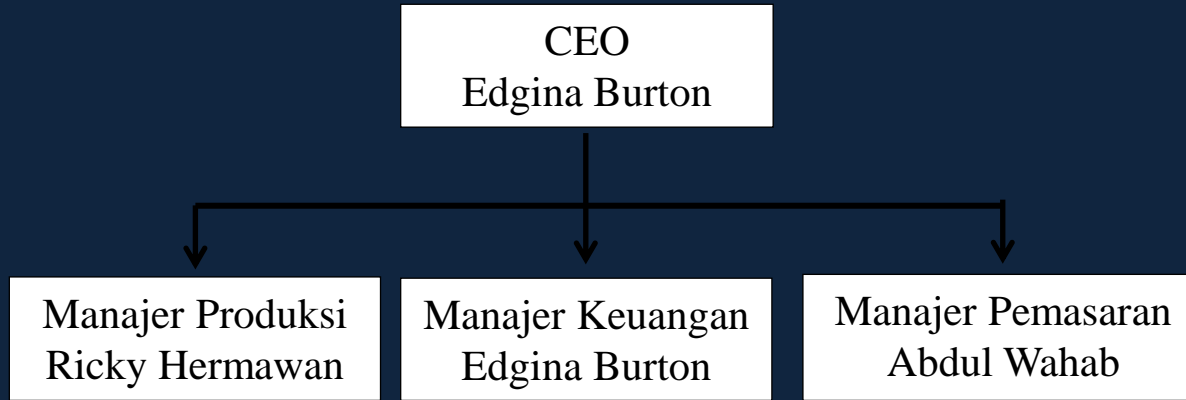
VISI: *IMPIAN/CITA2 YANG INGIN DIRAIH*
CONTOH: *MENJADI PERUSAHAAN KERIPIK DURIAN TERBESAR SE INDONESIA*

MISI: *Cara yang ditempuh untuk mencapai Visi*
→ lebih dari 1 cara !!

Contoh:

- ◆ *Mengembangkan jejaring dengan sumber bahan baku utama (petani durian) di sentra durian, bahan pendukung dan pasar*
- ◆ *Melakukan Capacity building staf dan pegawai secara berkala*
- ◆ *Menjaga kualitas produk dan harga yang terjangkau*
- ◆ *Melakukan Continuous Innovation*
- ◆ *Dst.....*

Aspek Organisasi



URAIKAN JOB DESK MASING-MASING !!!

Aspek Organisasi

JABATAN	TANGGUNG JAWAB DAN WEWENANG
CEO	<ul style="list-style-type: none">• Membuat dan menentukan kebijakan untuk mencapai visi & misi perusahaan• Menentukan target dan perencanaan kegiatan usaha secara general• Memastikan setiap divisi berjalan sesuai dengan perencanaan dan target yang telah ditetapkan• Melakukan monitoring dan evaluasi performa kerja setiap masing-masing divisi
Manager Produksi	<ul style="list-style-type: none">• Melakukan perencanaan dan pengorganisasian jadwal produksi• Memantau standar produk dan melaksanakan program kontrol kualitas• Mengawasi dan memantau proses produksi• Melakukan pemilihan, pemesanan dan bahan pembelian• Mengorganisir perbaikan dan pemeliharaan rutin peralatan produksi• Memastikan anggaran biaya produksi efektif• Mengawasi, meninjau dan memotivasi tim pekerja
Manager Keuangan	<ul style="list-style-type: none">• Melakukan perencanaan keuangan, meliputi perencanaan Arus Kas dan Rugi Laba.• Melakukan budgeting atau anggaran, perencanaan penerimaan dan pengalokasian anggaran biaya secara efisien dan memaksimalkan dana yang dimiliki.• Melakukan pengendalian keuangan dan perbaikan atas keuangan dan sistem keuangan perusahaan.• Menjalankan pemeriksaan keuangan dengan melakukan audit internal atas keuangan perusahaan yang ada agar sesuai dengan kaidah standar akuntansi dan tidak terjadi penyimpangan.• Memberikan laporan informasi tentang kondisi keuangan perusahaan dan analisa rasio laporan keuangan.
Manager Pemasaran	<ul style="list-style-type: none">• Menyusun, mengatur, menganalisis, mengimplementasi dan mengevaluasi manajemen pemasaran dan penjualan• Melakukan perencanaan strategi pemasaran dengan memperhatikan trend pasar dan sumber daya perusahaan.

Aspek Produksi

1. Deskripsi, manfaat dan keunggulan produk: **penjelasan singkat** mengenai produk/jasa sederhana mungkin tetapi cukup jelas, serta *innovation*
2. **Sustainability** of raw material
3. **Rencana pengembangan**: kualitas, kuantitas (kapasitas produksi), sarana prasarana, mesin, kemasan dll
4. **Tahapan proses produksi** dengan flow chart, disertai penjelasan
5. Foto produk/jasa yang dihasilkan
6. **Lokasi usaha dan Lay out** tempat produksi
7. Product certification,
8. Dll.....



DESKRIPSI KEFIR KE'IF

Minuman olahan susu yang mengandung 40 jenis bakteri probiotik menyehatkan dalam kemasan botol 200 ml dengan aneka varian rasa



KEUNGGULAN

- Menggunakan biji kefir yang termodifikasi
- Mengandung lebih dari 40 jenis bakteri baik
- Memiliki ijin edar resmi dari Badan POM
- Kadar CO₂ yang rendah
- Memiliki umur simpan yang cukup panjang
- Mempunyai banyak varian rasa
- Menggunakan pewarna alami
- Menggunakan sari buah asli
- Menggunakan susu sapi segar pilihan
- Harga terjangkau

Proses Produksi Kefir



Pasteurisasi



Inokulasi



Inkubasi **36 JAM**

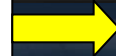


Aging

Packing



Mixing



PROSES PRODUKSI KERIPIK DURIAN

Flow Chart

- Pengisian air
- Penuangan minyak goreng
- Menyalakan pompa
- Membuka kran sirkulasi air,
- Menutup kran pelepas vakum -70 cm Hg,
- Memanaskan minyak suhu 83 C.

Persiapan Bahan

- Sortasi
- Pengupasan
- Pemisahan daging buah dari biji
- Pengirisan / pembelahan
- Pembekuan (untuk durian)

Persiapan Alat

- Bahan masukan 6-8 kg
- Pisang : Suhu 80 C, 60 menit
- Durian : Suhu 75 C, 85 menit
- Cempedak : Suhu 80 C, 100 menit
- Nangka : Suhu 80 C, 100 menit
- Pengadukan setiap 5-10 menit sekali

Penggorengan

- Penirisan
- *Deoiling* dengan *Spinner* 1400 rpm selama 5 detik

Pengatusan Minyak

Pengemasan

- Kemasan aluminium foil
- *Sealer Injak*

Flow Chart



PRODUCTION PLAN (RENCANA PENGEMBANGAN PRODUKSI)

*Memberikan penjelasan pemikiran **bagaimana** rencana pengembangan produk (dari saat ini) sampai ke tahap produksi akan dilakukan*

- ◆ Berapa frekuensi produksi
- ◆ Berapa kapasitas produksi
- ◆ Berapa pekerja
- ◆ Berapa jam kerja, dst....

KEMASAN

KAPASITAS PRODUKSI

KUALITAS PRODUK

PASAR

Produk	Bulan ke -						
	1	2	3	4	5	6	7
Ke'if	3.000	5.000	6.000	6.000	8.000	10.000	12.000

?



Aspek Pasar

- ◆ **Segmentasi pasar:** komunitas, gender, umur, kelas bawah, menengah, atas, dll
- ◆ **Potensi pasar:** berapa banyak produk dibutuhkan pasar → *data statistik !!!*
→ *market potential, market share, market value*
- ◆ **Analisa kompetitor:** Menjelaskan keunggulan produk yang ditawarkan dibandingkan dengan produk sejenis yang telah ada di pasaran
- ◆ **Penetapan Harga** → HPP, HET
- ◆ **Strategi Pemasaran** / Rencana Pemasaran / Marketing Plan

Contoh Potensi Sunmorci: Minuman sari mengkudu



- Penderita hipertensi di Indonesia sebanyak 84.6 juta (2016) → **Market Potential**

Pecinta Herbal sebanyak 23.7 juta (2007) **Total 108.3 juta** → **Market Potential**

- Asumsi target pasar

0.1% = **108.300 org** (tidak Repeat Order) → **Market Share**

- Asumsi omset pertahun

108.300 x Rp. 70.000 (harga rata-rata) = **Rp. 7.6 M** → **Market Value**



Contoh Potensi: GC helmet

- Jumlah sepeda motor di Jakarta **13,084,372 (2014)** → **Market Potential**
- Asumsi target pasar
10% = **13.084 unit** (tidak Repeat Order) → **Market Share**
- Asumsi omset pertahun
181.736 x Rp. 250.000 (harga rata-rata) = Rp. 3.27 M → **Market Value**

Analisis kompetitor

Parameter	Thaitia Noni 	Sunmorci 	Javanony 
Kandungan Alkohol	+	-	+
Harga Netto	350k-600k 1000 ml	35k-150k 350 ml dan 600 ml	150k-365k 500 ml dan 1000 ml
Kemasan	Kaca	Plastik	Kaca
Rasa	+++	+++	++
Aroma/bau	++	+	+++
Umur Simpan	2 tahun	Lebih dari 2 tahun	2 tahun

Ke'if VS Merk Lain

Analisis kompetitor

Di Market Hanya Bertahan 2 Bulan



Parameter

Ke'if (Kefir)

Merk lain (Kefir)

Cimory (Yoghurt)

Tampilan/Design

Harga per 2
botol

Harga per botol
Rp 16.000

Harga per botol
Rp 8.500

Harga

Rp 10.000

Komposisi Bakteri

Khasiat

Varian Rasa

Umur Simpan



4 Bulan

MARKETING PLAN (RENCANA PEMASARAN)

Memberikan penjelasan bagaimana rencana produk dipasarkan, tahap apa yang akan dilakukan untuk memasarkan produk

USP dan Bauran Pemasaran 4 P

- ◆ *Product*
- ◆ *Price*
- ◆ *Placement (distribusi)*
- ◆ *Promotion*

THE PRODUCT



Mengandung lebih dari 40 jenis bakteri Probiotik

Memiliki umur simpan hingga 4 Bulan

Memiliki Rasa yang Enak

Menyempurnakan metabolisme Tubuh

Dapat mengatasi beberapa penyakit



Price

- **HPP** : Harga Pokok Produksi (Modal) per unit
- **HET** : Harga Eceran Tertinggi (harga jual ke konsumen)
- **Marjin**: Keuntungan yang diperoleh = Harga Jual – Modal
- **% Marjin**: $(\text{Harga Jual} - \text{Modal}) / \text{Modal} \times 100\%$

Harga
Produksi
Total ?

Harga
Jual ?

Keuntungan ?

HPP

No	Substansi	jumlah	biaya/satuan	biaya/sekali proses
1	Bahan Baku			
1.1	Bahan Baku Utama			
	a. bahan mentah			
	b. bahan tambahan pangan			
1.2	Bahan Pendukung			
	a. Bahan Kemasan			
	b. Bahan habis pakai			
2	Penyusutan peralatan			
2.1				
2.2				
3	Tenaga Kerja			
3.1	Tenaga kerja tetap			
3.2	Tenaga kerja tidak tetap			
4	Biaya lainnya			
4.1	Promosi dan pemasaran			
4.2	distribusi barang			
4.3	komunikasi			
4.4	utilitas			
5	Jumlah produk yang dihasilkan/sekali proses			
6	HPP			$(1+2+3+4)/5$

Perhitungan Penyusutan Peralatan

Harga alat awal, Rp

A

Umur ekonomis, thn

B

Penggunaan selama umur ekonomis, kali

C

Harga alat akhir sesudah umur ekonomis, Rp

D

Biaya Penyusutan

(A-D)/C

Contoh HPP

Variabel	Harga Satuan	Jumlah	Biaya per hari
Botol	Rp550	1000 pcs	Rp550.000
Sticker	Rp350	1000 pcs	Rp350.000
Susu	Rp6.000	100 L	Rp600.000
Gula	Rp13.000	25 kg	Rp325.000
Flavor			
Mangga	Rp200.000	0,7 L	Rp140.000
Strawberry	Rp150.000	0,7 L	Rp140.000
Jeruk	Rp230.000	0,35 L	Rp70.000
Anggur	Rp161.000	0,7 L	Rp140.000
Pewarna			
Anato	Rp100.000	0,2 L	Rp20.000
Kurkumin	Rp100.000	0,2 L	Rp20.000
Karmin	Rp100.000	0,2 L	Rp20.000
Antosianin	Rp100.000	0,2 L	Rp20.000
Air	Rp350	100 L	Rp35.000
Kardus	Rp2.000	42 pcs	Rp84.000
Gaji	Rp100	1000 pcs	Rp100.000
Makloon	Rp100	1000 pcs	Rp100.000
Listrik dan Gas	Rp30	1000 pcs	Rp30.000
TOTAL HPP 1000 PCS			Rp2.744.000
TOTAL HPP 1 PCS			Rp2.744
TOTAL HPP PROMO (BUY 1 GET 1)			Rp5.488
HARGA JUAL PROMO (BUY 1 GET 1)			Rp8.500
MARGIN			Rp3.012
MARGIN (%)			55%



*Biaya exclude PPN

Contoh Perhitungan HPP Keripik Nangka

Komponen Biaya	Satuan	Jumlah Fisik	Harga Satuan (Rp)	Total biaya/bln (Rp)
Biaya Tetap				
Listrik	Bulan	1	1,500,000	1,500,000
Sewa Tempat Produksi	bulan	1	1,000,000	1,000,000
Total Biaya Tetap				2,500,000
Biaya Variabel				
Nangka	Kg	2,000	5,000	10,000,000
Minyak goreng	Liter	250	8,000	2,000,000
isi Tabung gas	Buah	50	20,000	1,000,000
Kemasan	pieces	1,000	1,000	1,000,000
Upah Tenaga kerja	orang	2	1,500,000	3,000,000
Total Biaya Variabel				17,000,000
Total Biaya Variabel dan Biaya Tetap				19,500,000
Total Biaya Produksi	pcs	1,000		19,500,000
HPP	pcs	1		19,500

- **Harga Jual** **50,000**
- **HPP** **19,500**
- **Keuntungan** **30,500**
- **% Marjin** **156%**

Strategi Pemasaran

PLACEMENT / DISTRIBUSI

- Penjualan langsung / direct selling
- Distributor
- Membuka outlet
- Online
- Maklon
- Franchise
- Kontrak dengan modern market
- DII

B to C

or

B to B

Aspek Pasar

Strategi Pemasaran Kefir

HPP

Rp 2.744/botol



PROMO

**BUY 1
GET 1**

HPP

Rp 5.488/2 botol



Harga Jual End User

Rp 10.000/2 botol



Strategi pemasaran kefir

E- Marketing

Sosial Media

Go-Mart

Strategi



Kefir

PARTNERSHIP

Model Bisnis
Indirect Selling - Supermarket



FARMERS MARKET
fresh and friendly



THE FOODHALL
FRESHNESS QUALITY SERVICE

RANCH MARKET®
it's a balanced life



LOTTE Mart

Strategi Pemasaran

PROMOSI

- Pameran
- Brosur, banner
- Iklan di Media massa, radio, TV
- Talkshow
- Seminar / Workshop
- Pemberian diskon untuk jumlah order/pembelian tertentu
- Gratis antar sampai tempat
- Dll

ANALISIS SWOT



FAKTOR INTERNAL

Strenght (kekuatan)

- Produk pangan fungsional berkualitas, bernutrisi tinggi, dan rasa yang enak (tidak terlalu asam)
- Memiliki kandungan 40 jenis bakteri
- Memiliki umur simpan yang panjang (4 bulan)
- Memiliki harga yang lebih murah dengan bobot produk yang lebih banyak dari kompetitor

Weakness (kelemahan)

- Kefir baru populer di Indonesia sehingga perlu sosialisasi pengenalan produk ke masyarakat
- Sarana produksi belum lengkap

FAKTOR EKSTERNAL

Opportunities (Peluang)

- Permintaan cukup besar
- Masih sedikit perusahaan yang memproduksi Kefir
- Cakupan distribusi produk yang luas karena umur simpan yang panjang

Threat (ancaman)

- Adanya kompetitor baru yang mampu menyaingi produk
- Isu penolakan produk hewani

FINANSIAL PLAN

(RENCANA KEUANGAN)

- **Memberikan penjelasan mengenai:**
 - ✓ Biaya investasi (tanah, bangunan, alat, dan mesin)
 - ✓ Biaya operasional (tetap dan variabel)
 - ✓ biaya lain yang dibutuhkan
 - ✓ Rencana Penjualan
- **Analisis kelayakan:**
 - **cash flow**
 - **besarnya return (IRR)**
 - **NPV dari pendanaan yang akan dikeluarkan**
 - **PP**

KRITERIA KELAYAKAN

Kriteria Kelayakan Finansial	Kaidah Perhitungan Kelayakan Finansial
NPV	Jika $NPV > 0$
Net B/C	Jika $Net\ B/C > 1$
IRR	Jika $\% IRR > \% Discount\ Rate\ (DR)$
Manfaat bersih pertahun	Jika $Manfaat\ bersih\ pertahun > 0$
Payback periode (PP)	Jika $PP < umur\ usaha$

ASUMSI

CONTOH ASUMSI KEFIR

- Umur usaha adalah 5 tahun
- Persentase seluruh modal usaha yaitu 80% pinjaman dan 20% modal sendiri
- Kapasitas produksi perbulan pada tahun pertama adalah 100.000 botol
- Persentase kenaikan kapasitas produksi 200% di tahun kedua, selanjutnya 150% s/d tahun kelima
- Harga jual produk Rp 8.500,00
- Discount rate yang digunakan sebesar 12% sesuai dengan bunga pinjaman Perbankan

No	Uraian		Tahun -				
			1	2	3	4	5
INFLOW			Jumlah Produksi (pcs)				
Item	Unit	Harga Satuan	100,000	200,000	300,000	450,000	675,000
Kefir Drink	100,000	Rp 8,500	Rp 850,000,000	Rp 1,700,000,000	Rp 2,550,000,000	Rp 3,825,000,000	Rp 5,737,500,000
TOTAL INFLOW			Rp 850,000,000	Rp 1,700,000,000	Rp 2,550,000,000	Rp 3,825,000,000	Rp 5,737,500,000
OUTFLOW							
BIAYA INVESTASI	Unit	Harga Satuan					
Biji Kefir	8	Rp 2,000,000	Rp 16,000,000	Rp 16,000,000	Rp 16,000,000	Rp 16,000,000	Rp 16,000,000
Molding Botol	1	Rp 15,000,000	Rp 15,000,000		Rp 15,000,000		Rp 15,000,000
Listing Supermarket:							
Lotte Mart	8	Rp 4,000,000	Rp 32,000,000				
Food Hall	8	Rp 3,000,000	Rp 24,000,000				
Ranch Market	8	Rp 3,000,000	Rp 24,000,000				
Rezeky Supermaret	8	Rp 150,000	Rp 1,200,000				
Market City	8	Rp 500,000	Rp 4,000,000				
Ada Swalayan	8	Rp 700,000	Rp 5,600,000				
Yogya	8	Rp 10,000,000		Rp 80,000,000			
Carefore	8	Rp 10,000,000			Rp 80,000,000		
Hypermart	8	Rp 10,000,000				Rp 80,000,000	
Giant Grup	8	Rp 10,000,000					Rp 80,000,000
Sertifikasi Halal	8	Rp 3,000,000	Rp 24,000,000				
Sertifikasi BPOM	8	Rp 500,000	Rp 4,000,000				
Biaya Uji Lab	8	Rp 3,500,000	Rp 28,000,000				
Promosi:			Rp -				
Support Fee Supermarket	8	Rp 2,000,000	Rp 16,000,000				
Cetak X-Banner	10	Rp 60,000	Rp 600,000				
Cetak tagline	10	Rp 50,000	Rp 500,000				
Event Desk	1	Rp 2,500,000	Rp 2,500,000				
Survey Market	2	Rp 1,500,000	Rp 3,000,000				
Mobil Cooling Box	1	Rp 155,000,000	Rp 155,000,000				
Ruangan Pendingin (Chiller)	2	Rp 30,000,000	Rp 60,000,000				
Subtotal			Rp 415,400,000	Rp 96,000,000	Rp 111,000,000	Rp 96,000,000	Rp 111,000,000

BIAYA TETAP	Unit	Harga Satuan						
Pegawai:								
Supir	12	Rp 3,000,000	Rp 36,000,000	Rp 108,000,000	Rp 108,000,000	Rp 108,000,000	Rp 108,000,000	Rp 108,000,000
Admin	12	Rp 2,500,000	Rp 30,000,000	Rp 30,000,000	Rp 30,000,000	Rp 30,000,000	Rp 30,000,000	Rp 30,000,000
Produksi	12	Rp 3,000,000	Rp 36,000,000	Rp 72,000,000	Rp 72,000,000	Rp 72,000,000	Rp 72,000,000	Rp 72,000,000
Komunikasi	12	Rp 1,500,000	Rp 18,000,000	Rp 54,000,000	Rp 54,000,000	Rp 54,000,000	Rp 54,000,000	Rp 54,000,000
Transportasi	12	Rp 3,000,000	Rp 36,000,000	Rp 180,000,000	Rp 180,000,000	Rp 180,000,000	Rp 180,000,000	Rp 180,000,000
Biaya Penyusutan	1	Rp 108,860,000	Rp 108,860,000	Rp 108,860,000	Rp 108,860,000	Rp 108,860,000	Rp 108,860,000	Rp 108,860,000
Subtotal			Rp 264,860,000	Rp 552,860,000	Rp 552,860,000	Rp 552,860,000	Rp 552,860,000	Rp 552,860,000
BIAYA VARIABEL	Unit	Harga Satuan						
Botol	200000	Rp 550	Rp 110,000,000	Rp 220,000,000	Rp 330,000,000	Rp 495,000,000	Rp 742,500,000	Rp 742,500,000
Sticker	200000	Rp 350	Rp 70,000,000	Rp 140,000,000	Rp 210,000,000	Rp 315,000,000	Rp 472,500,000	Rp 472,500,000
Susu	20000	Rp 6,000	Rp 120,000,000	Rp 240,000,000	Rp 360,000,000	Rp 540,000,000	Rp 810,000,000	Rp 810,000,000
Gula	5000	Rp 13,000	Rp 65,000,000	Rp 130,000,000	Rp 195,000,000	Rp 292,500,000	Rp 438,750,000	Rp 438,750,000
Flavor				Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Mangga	140	Rp 200,000	Rp 28,000,000	Rp 56,000,000	Rp 84,000,000	Rp 126,000,000	Rp 189,000,000	Rp 189,000,000
Strawberry	140	Rp 150,000	Rp 21,000,000	Rp 42,000,000	Rp 63,000,000	Rp 94,500,000	Rp 141,750,000	Rp 141,750,000
Jeruk	70	Rp 230,000	Rp 16,100,000	Rp 32,200,000	Rp 48,300,000	Rp 72,450,000	Rp 108,675,000	Rp 108,675,000
Anggur	140	Rp 161,000	Rp 22,540,000	Rp 45,080,000	Rp 67,620,000	Rp 101,430,000	Rp 152,145,000	Rp 152,145,000
Pewarna				Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Anato	40	Rp 100,000	Rp 4,000,000	Rp 8,000,000	Rp 12,000,000	Rp 18,000,000	Rp 27,000,000	Rp 27,000,000
Kurkumin	40	Rp 100,000	Rp 4,000,000	Rp 8,000,000	Rp 12,000,000	Rp 18,000,000	Rp 27,000,000	Rp 27,000,000
Karmin	40	Rp 100,000	Rp 4,000,000	Rp 8,000,000	Rp 12,000,000	Rp 18,000,000	Rp 27,000,000	Rp 27,000,000
Antosianin	40	Rp 100,000	Rp 4,000,000	Rp 8,000,000	Rp 12,000,000	Rp 18,000,000	Rp 27,000,000	Rp 27,000,000
Air	20000	Rp 350	Rp 7,000,000	Rp 14,000,000	Rp 21,000,000	Rp 31,500,000	Rp 47,250,000	Rp 47,250,000
Kardus	8400	Rp 2,000	Rp 16,800,000	Rp 33,600,000	Rp 50,400,000	Rp 75,600,000	Rp 113,400,000	Rp 113,400,000
Gaji	200000	Rp 100	Rp 20,000,000	Rp 40,000,000	Rp 60,000,000	Rp 90,000,000	Rp 135,000,000	Rp 135,000,000
Makloon	200000	Rp 100	Rp 20,000,000	Rp 40,000,000	Rp 60,000,000	Rp 90,000,000	Rp 135,000,000	Rp 135,000,000
Listrik dan Gas	200000	Rp 30	Rp 6,000,000	Rp 12,000,000	Rp 18,000,000	Rp 27,000,000	Rp 40,500,000	Rp 40,500,000
Pajak PPH	1%		Rp 8,500,000	Rp 17,000,000	Rp 25,500,000	Rp 38,250,000	Rp 57,375,000	Rp 57,375,000
Retur Produk	2%		Rp 10,976,000	Rp 21,952,000	Rp 32,928,000	Rp 49,392,000	Rp 74,088,000	Rp 74,088,000
Subtotal			Rp 557,916,000	Rp 1,115,832,000	Rp 1,673,748,000	Rp 2,510,622,000	Rp 3,765,933,000	Rp 3,765,933,000
TOTAL OUTFLOW			Rp 1,238,176,000	Rp 1,764,692,000	Rp 2,337,608,000	Rp 3,159,482,000	Rp 4,429,793,000	Rp 4,429,793,000

NET BENEFIT			Rp (388,176,000)	Rp (64,692,000)	Rp 212,392,000	Rp 665,518,000	Rp 1,307,707,000
DISCOUNT FACTOR	12%		1.00	0.89	0.80	0.71	0.64
PV/TAHUN			Rp (388,176,000.00)	Rp (57,760,714.29)	Rp 169,317,602.04	Rp 473,702,566.96	Rp 831,071,439.76
PV POSITIF							Rp 1,474,091,608.76
PV NEGATIF							Rp (445,936,714.29)
NPV							Rp500,503,521.69
IRR							45%
Net B/C							3.305607189
Manfaat Bersih per Tahun							Rp 205,630,979
PP							0.81

Kriteria Kelayakan Usaha	Nilai	Kesimpulan
Nett Present Value (NPV)	500.503.522	NPV > 0
Net B/C	3.31	Net B/C > 1
IRR (%)	45%	IRR > 12%
Manfaat bersih pertahun	205.630.979	Manfaat bersih > 0
Payback periode (PP)	0.81	PP < Umur Usaha

NPV merupakan jumlah manfaat bersih yang diperoleh oleh usaha selama usaha beroperasi (misal 5 tahun) yaitu sebesar **Rp 500,503,521**

Net B/C merupakan perbandingan antara nilai manfaat yang dihasilkan dengan satu satuan biaya (cost) yang dikeluarkan. Nilai net B/C yang dihasilkan yaitu **3,3** artinya adalah biaya yang dikeluarkan sebesar **Rp 1,00** akan menghasilkan manfaat sebesar **Rp 3,3**

IRR merupakan persentase pengembalian investasi usaha terhadap perusahaan. Nilai IRR sebesar **45%** lebih besar dari nilai discount rate yang digunakan yaitu **12%**.

Payback Periode, Masa pengembalian terhadap seluruh biaya investasi dan modal kerja tetap dan tidak tetap selama **0.81 tahun**, lebih kecil dari umur usaha yaitu selama **5 tahun**

Ringkasan Eksekutif

- ◆ **Ringkasan** yang menjadi titik perhatian (highlight) perencanaan bisnis ditulis setelah dokumen perencanaan bisnis selesai dibuat
- ◆ **Tujuan** : memberikan gambaran perencanaan bisnis pengusul kepada 'pembaca' → **terukur**
- ◆ Harus jelas, tepat dan singkat (**± 200 kata**)
- ◆ Mengungkapkan :
 - problem → solution
 - produk
 - Target output
 - cara / tahapan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan
- ◆ **Key words**

BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) IBT



**Apa itu Business Model
Canvas (BMC)...?**

BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)

- Logika yang digunakan usaha untuk berkelanjutan secara komersial
- Dengan logika ini usaha memperoleh uang untuk keberlanjutan
- Ringkasan Business Plan yang dibuat dalam **1 (satu) lembar paparan** yang lengkap Yang menggambarkan model business usaha
- Terdiri **dari 9 blok**
- Dipaparkan dalam **waktu yang singkat**

Clark, T., Osterwalder, A. And Pigneur, Y. 2012. Business Model

You. Hoboken, New Jersey, USA : John Wiley & Sons, Inc.

MANFAAT BMC

- Menarik perhatian hadirin sasaran dgn penyajian yg berlangsung singkat, padat, tidak membosankan
- Melontarkan gagasan utk memikat minat mitra dan lembaga keuangan
- Pengantar bagi dokumen business plan yang lengkap

Key Partners



Who are our Key Partners?
Who are our key suppliers?
Which Key Resources are we acquiring from partners?
Which Key Activities do partners perform?

What resources are most expensive?
Which Key Resources are most expensive?
Which Key Activities are most expensive?

Key Activities



What Key Activities do our Value Propositions require?
Our Distribution Channels?
Customer Relationships?
Revenue Streams?

What resources are most expensive?
Which Key Resources are most expensive?
Which Key Activities are most expensive?

Value Propositions



What value do we deliver to the customer?
What problem are we helping to solve?
What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment?
Which customer needs are we satisfying?

What resources are most expensive?
Which Key Resources are most expensive?
Which Key Activities are most expensive?
Which Key Partners are most important?
Which Key Channels are most important?
Which Key Relationships are most important?
Which Key Segments are most important?
Which Key Revenue Streams are most important?

Customer Relationships



What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them?
Which ones have we established?
How are they integrated with the rest of our business model?
How costly are they?

What resources are most expensive?
Which Key Resources are most expensive?
Which Key Activities are most expensive?
Which Key Partners are most important?
Which Key Channels are most important?
Which Key Relationships are most important?
Which Key Segments are most important?
Which Key Revenue Streams are most important?

Customer Segments



For whom are we creating value?
Who are our most important customers?

What resources are most expensive?
Which Key Resources are most expensive?
Which Key Activities are most expensive?

Key Resources



What Key Resources do our Value Propositions require?
Our Distribution Channels? Customer Relationships?
Revenue Streams?

What resources are most expensive?
Which Key Resources are most expensive?
Which Key Activities are most expensive?

Channels



Through which Channels do our Customer Segments want to be reached?
How are we reaching them now?
How are our Channels integrated?
Which ones work best?
Which ones are most cost-efficient?
How are we integrating them with customer routines?

What resources are most expensive?
Which Key Resources are most expensive?
Which Key Activities are most expensive?

Cost Structure

What are the most important costs inherent in our business model?
Which Key Resources are most expensive?
Which Key Activities are most expensive?

What resources are most expensive?
Which Key Resources are most expensive?
Which Key Activities are most expensive?

What resources are most expensive?
Which Key Resources are most expensive?
Which Key Activities are most expensive?



Revenue Streams

For what value are our customers really willing to pay?
For what do they currently pay?
How are they currently paying?
How would they prefer to pay?
How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?

What resources are most expensive?
Which Key Resources are most expensive?
Which Key Activities are most expensive?



BUSINESS MODEL CANVAS

NAMA TENANT:

DIBUAT TANGGAL:

Sembilan blok bangunan

7. Mitra Kunci

8. Kegiatan Kunci

2 Nilai
Tambah
Produk

4. Hubungan
dgn Pelang-
gan

1 Pelanggan

6. Sumber
Daya Kunci

3. Jalur
Hubungan

9. Biaya

5. Pendapatan

1. CUSTOMER SEGMENT

- Siapa pelanggan kita:
 - ✓ Gender
 - ✓ Usia
 - ✓ Orang berkebutuhan khusus
 - ✓ ...DII

2. VALUE PROPOSITION

➤ Nilai tambah / keunggulan yang ditawarkan kepada pelanggan:

- ✓ Kemasan
- ✓ Manfaat
- ✓ Harga
- ✓ ...DII

3. CHANNEL

- Bagaimana cara menyalurkan produk kepada pelanggan? Fungsi : membantu pelanggan menilai produk, membuat pelanggan mampu membeli, mengirimkan nilai tambah kpd pelanggan, memastikan kepuasan purna jual dgn menyiapkan dukungan bagi pelanggan
- **Online**
Website, e-market, Social Media
- **Offline**
Pameran, Brosur, banner, katalog, Promosi di majalah, Radio dan Televisi, pameran, bazar, direct selling

4. HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN

- Bagaimana berinteraksi dengan pelanggan
- Tujuan utama : memperluas jumlah pelanggan?
mempertahankan pelanggan lama ? meningkatkan pendapatan dari pelanggan yg ada?
 - ✓ Telepon & SMS, WA, Social Media
 - ✓ Memberikan bonus
 - ✓ Layanan purna jual
 - ✓ Layanan Konsultasi produk
 - ✓ ...DII

5. PENDAPATAN

- Semua income yang dihasilkan → (dalam presentase dan nilai total per tahun) Rp
- ✓ Penjualan produk.... %
- ✓ Pelatihan %
- ✓ Jasa layanan .. %
- ✓ ... DII

6. SUMBER DAYA KUNCI

- Sumberdaya utama yang dimiliki
 - ✓ SDM
 - ✓ Sarana dan Prasarana
 - ✓ Bahan baku
 - ✓ ...DII

7. MITRA KUNCI

- Siapa saja mitra utama dalam operasional
 - ✓ Koperasi...
 - ✓ Perbankan
 - ✓ Reseller
 - ✓ ...DII

8. KEGIATAN UTAMA

- Kegiatan Utama apa saja yang dilakukan :
 - ✓ Produksi
 - ✓ RnD
 - ✓ Penjualan
 - ✓ ..DII

9. COST STRUCTURE

- Apa saja Cost/Pengeluaran operasional (di kelompokkan dlm bentuk % dan nilai per tahun)

Rp

- ✓ Honor tim%
- ✓ Utilitas (listrik, air, telp)%
- ✓ ..DII

Key Point: Point 5 harus > dari point 9

Business Model Canvass

SUNMORCI

Mitra Utama:

- Petani mengkudu
- Incubie IPB
- PI2B ITI
- KIBI
- PT HWI
- Percetakan
- Toko kemasan
- Agrimart IPB

Aktifitas Utama:

- Produksi sari mengkudu
- Pengemasan
- Distribusi pemasaran
- Monitoring bahan baku

Sumber Daya Utama:

- Buah Mengkudu
- Formula produk
- Teknologi produksi
- SDM
- Sertifikasi produk

Keunggulan dan nilai tambah:

- FREE alkohol
- Memiliki Cita rasa khas dan tidak pahit
- Harga sangat terjangkau
- Khasiat sudah dibuktikan
- Sudah teruji diberbagai laboratorium
- Memiliki umur simpan yang panjang (2 tahun)

Hubungan Konsumen:

- Tersedia customer care
- Titip jual di Retail
- Membuat komunitas pencinta herbal

Saluran:

Indirect: Perusahan herbal, minimarket, reseller

Direct: Selling dengan konsumen langsung, promo menggunakan sosmed, bazar dan pameran

Segmentasi Pasar:

Prioritas II
Toko dan perusahaan herbal, Apotik, supermarket dan minimarket di Indonesia

Prioritas I
Keluarga yang ingin menjaga kesehatan

Prioritas III
Kominitas Hipertensi, Jantung, Diabetes dll

Struktur Biaya:

- Produksi produksi
- Pembelian kemasan dan biaya packaging
- Biaya transportasi
- Gaji karyawan dan uilititas

Pendapatan:

- Penjualan produk indirect
- Penjualan produk Direct
- Penjualan di Bazar

Business Model Canvass

Beras Analog "Salam"

8. Mitra Utama:

- Penyedia bahan baku Sagu, tepung jagung dan tepung beras merah
- Badan Ketahanan Pangan
- BPPT
- Kemenristekdikti
- Incubie IPB
- Smartplus
- BPOM

7. Aktifitas Utama:

- Kegiatan proses produksi: Penyiapan bahan baku, produksi, pengemasan

6. Sumber Daya Utama:

- Bahan baku sagu, tepung jagung dan tepung beras merah
- Mesin dan peralatan pengolahan beras

2. Keunggulan dan nilai tambah:

- Memiliki Indeks Glikemik (IG) rendah
- Cocok untuk penderita diabetes dan obesitas serta penganut pola hidup sehat
- Tidak memiliki efek samping

4. Hubungan Konsumen:

- Menjalin Komunikasi via Telepon / email / social media lainnya
- Meminta masukan/feedback secara berkala

3. Saluran

- Jual langsung
- Melalui restoran organik
- Komunitas
- Agen
- Rumah sakit

1. Segmentasi Pasar:

Penderita diabetes, obesitas dan komunitas penganut pola hidup sehat

9. Struktur Biaya:

- Pembelian bahan baku
- Pembelian Bahan Pendukung
- Perawatan peralatan
- Proses produksi: Gaji karyawan dan utilitas
- R n D

5. Pendapatan:

- Penjualan beras analog
- Pelatihan dan benchmark

Business Model Canvass

MOPEN R3 dengan varian MOGAS dan MOLIS

Mitra Utama:

- Viar Motor
- Kemristekdikti
- Inubator Bisnis IPB

Aktifitas Utama:

- Kegiatan produksi
 - Branding
- Dan Pemasaran di media cetak dan elektronik

Sumber Daya Utama:

- SDM tenant Inventor dari IPB
- Sarpras produksi

Keunggulan dan nilai tambah:

- Motor roda 3 untuk Transportasi masyarakat urban
- Ramah lingkungan (LPG dan atau listrik)
- Hemat energi
- Harga terjangkau

Hubungan Konsumen:

- Memberikan respon cepat kepada konsumen via telepon/sms/ email/sosial media
- menerima masukan, kritik, dan saran
- Layanan purna jual

Saluran:

- Penjualan secara langsung ke komunitas
- Penjualan secara online
- Penjualan melalui agen/ distributor

Segmentasi Pasar:

- Kampus
- Komplek perumahan dan kantor
- Lingkungan Pabrik dan perkulakan

Struktur Biaya:

- Biaya Produksi dan pendukung
 - Promosi dan Pemasaran
- Gaji Karyawan
- RnD

Pendapatan:

- Penjualan produk

8. Mitra Utama:

- Komunitas Art
- Art Land
- Sekolah PAUD TK SD SMP SMA di Bandung
- BBPPK dan PKK Lembang

7. Aktifitas Utama:

- Melaksanakan workshop
- Memproduksi dan menjual Workshop kit dan Handicraft

6. Sumber Daya Utama:

- Kit dan peralatan Workshop
- SDM Startup: Art Tutor, Marketing, Teknisi

2. Keunggulan dan nilai tambah:

- Workshop kit dgn materi **DIY (Do It Yourself)**, dilaksanakan online dan offline
- *Workshop Kit* bisa dipesan secara *online via DM IG/ WA*

4. Hubungan Konsumen:

- Menjalin Komunikasi via wa, instagram, facebook
- Meminta masukan/feedback secara berkala untuk meningkatkan kualitas layanan

3. Saluran

- Offline: Workshop
- Online: Youtube channel, Tutorial online, Instagram,

5. Pendapatan:

- Jasa Workshop
- Penjualan produk Handicraft

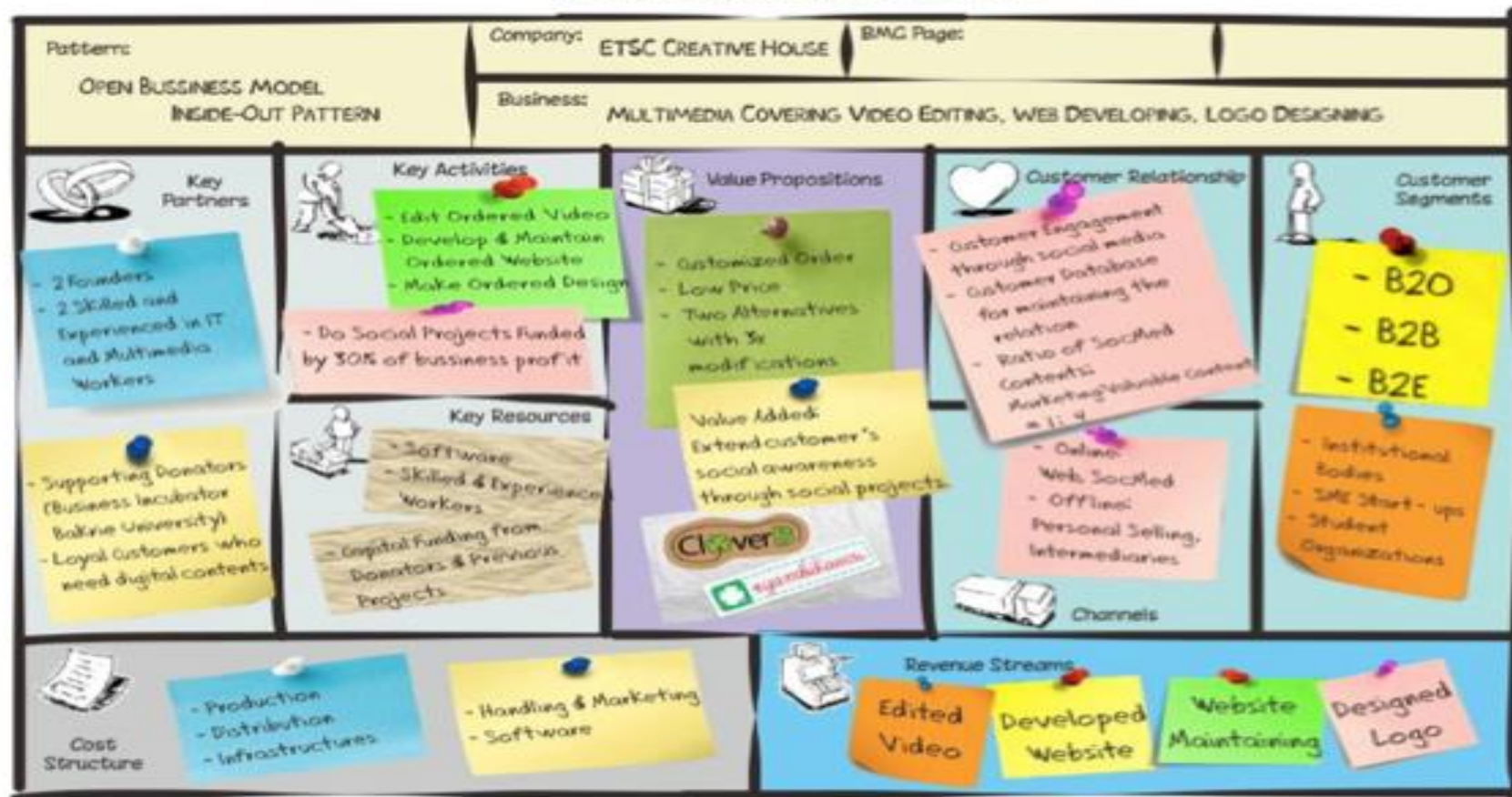
1. Segmentasi Pasar:

- Anak-anak usia sekolah : Paud, TK, SD, SMP, SMA
- Masyarakat umum

9. Struktur Biaya

- Pembelian bahan baku dan bahan pendukung workshop
- Gaji SDM: Tutor, Marketing, Teknisi
- Promosi After School

The Business Model Canvas



INKUBASI ADALAH **KERJA KERAS, KEMAUAN, KEMAMPUAN,**
PENGABDIA, TEAMWORK PASSION DAN **KESUNGGUHAN** UNTUK
MEWUJUDKAN CITA-CITA



Melalui **Inkubator Bisnis** diharapkan akan tumbuh startup yang inovatif, tangguh,
mandiri dan berdayasaing

Deva Primadia Almada HP. 0812 835 6282 / 081315399228

Email: deva.almada@gmail.com / devaprimadia@apps.ipb.ac.id

IG : [deva_primadia](#), GB. Deva Primadia