

KONSEP BUSINESS PLAN AND MERK

Presented By

MARIA PUTRI SARI UTAMI, M.KEP

STIKES NOTOKUSUMO
YOGYAKARTA
2025



TOPIC OF THE DAY :

1. Aspek-aspek business plan
2. Kerangka rencana usaha
3. Konsep Bisnis Aspek Produksi, Pemasaran, Keuangan dan SDM
4. Pembuatan merk/brand



BUSINESS PLAN



Dokumen tertulis yang disiapkan oleh wirausaha yang menggambarkan semua unsur yang relevan baik internal maupun eksternal mengenai perusahaan untuk memulai usaha. Perencanaan bisnis menyangkut pemasaran, permodalan, operasional dan sumber daya manusia.



Perencanaan seorang wirausaha yg membuat impian & harapan, yg memotivasi wirausaha untuk mencoba mendirikan bisnis.

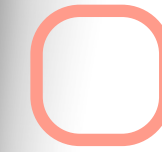
Manfaatnya, sbg jembatan antara ide & kenyataannya, menyediakan gambaran yg jelas dari apa yg hendak dilakukan oleh wirausaha.



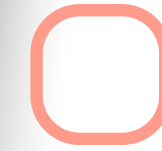
CAKUPAN PERENCANAAN BISNIS



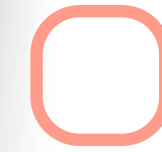
Manajerial perusahaan, kejelasan dalam tatanan kinerja perusahaan



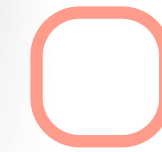
Keadaan fisik bangunan yang kita tempati



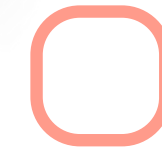
Pegawai, tenaga kerja staf



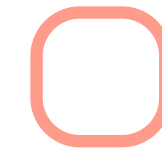
Produk yang kita hasilkan



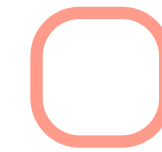
Sistem informasi mengenai market perusahaan



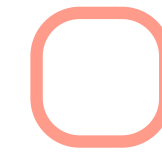
Rincian rugi/laba



Perhitungan neraca



Prediksi cash flow untuk 2 tahun ke depan



Strategi yang digunakan perusahaan dalam pencapaian tujuan perusahaan



TAHAPAN RENCANA BISNIS



Tahapan riset dan survey lapangan

seperti perilaku konsumen, perilaku pasar, tingkat permintaan, tren, dan arah perubahan persaingan (change driver)



Tahapan evaluasi data dan pengelolaan data

metode-metode statistik atau metode-metode analisa yang lain



Tahapan pengumpulan data

Internal dan eksternal



Tahapan penyelesaian hasil riset dan survei

untuk memastikan bahwa data dan informasi itu sudah akurat dan benar



TAHAPAN RENCANA BISNIS



Tahapan perencanaan

analisa pemilihan strategi perusahaan atas hasil riset



Tahapan persiapan, pembuatan, dan penyusunan rencana bisnis



Manfaat Business Plan



1

Dapat mendekati asumsi
kebenaran

2

Membandingkan hasil dengan
rencana

3

Alat komunikasi untuk
meyakinkan pihak lain

4

Wirausaha dapat berpikir kritis
dan objektif



KONSEP BUSINESS PLAN

ASPEK PEMASARAN



> PRODUK

Desain Logo

> PRICE

Produksi, Karyawan, Listrik, Makan, dll

> PLACE

Ketersediaan lahan dan produk

> PROMOTION

Advertising, Internet Marketing, Point



KONSEP BUSINESS PLAN

ASPEK PRODUKSI



- **Pemilihan Lokasi**
- **Rencana tata letak**
- **Proses Produksi**
- **Bahan baku**
- **Tenaga**
- **Tanah, gedung, mesin dan peralatan** **////**

KONSEP BUSINESS PLAN

ASPEK MANAGEMENT



Organisasi & SDM

Perijinan, Ijin SITU, Harus punya tempat dulu

Kegiatan pra operasional & jadwal pelaksanaan

inventaris & Suplly kantor, bahan baku dan peralatan produksi





ASPEK KEUANGAN

1

SUMBER PENDANAAN

2

KEBUTUHAN MODAL

3

ANALISIS KEUNTUNGAN



Kerangka Rencana Bisnis

“Nama Perusahaan”



Short, simpel, mudah di eja, mudah diingat, enak dibaca, tidak ada kata sambung, tidak ketinggalan jaman, ada hubungannya dengan barang dagangan, bila dieksport murah dipahami oleh mancanegara, tidak menyinggung kelompok lain



Kerangka Rencana Bisnis

“Lokasi”



•Backward Linkage = pertalian kebelakang, bagaimana sumberdaya (Resourches) yang akan digunakan, bahan baku, tenaga kerja, suasana dan kondisi masyarakat setempat.

•Fordward Linkage = Pertalian kedepan yaitu berupa daerah pemasaran hasil produksi, tersedianya konsumen yang cukup untuk menyerap hasil prodiksi.



Kerangka Rencana Bisnis

“Konsumen yang dituju”

Prospek konsumen didasarkan atas bentuk usaha dan jenis usahanya.



Jika jenis usaha yang dijalankan adalah berbentuk industry maka jangkauannya lebih luas, tetapi apabila jenis usaha yang dijalankan berbentuk pertokoan maka jangkauannya mengandalkan konsumen disekitar pertokoan



Kerangka Rencana Bisnis

“Pasar uang yang dimasuki”



Sebuah perusahaan yang akan memasuki pasar akan menempatkan perusahaannya sebagai pemimpin pasar (market leader), penantang pasar (market challenger), pengikut pasar (market follower, atau perelung pasar (market nicher)

Kerangka Rencana Bisnis

“Partner yang akan diajak kerjasama”

General Partnership



Semua anggota ikut secara aktif mengoperasikan bisnis dan sama-sama bertanggung jawab terhadap permasalahan dalam perusahaan.

Limited Partnership

Memiliki minimal 1 anggota yang bertanggung jawab tidak terbatas dan anggota lain yang bertanggung jawab terbatas.

Kerangka Rencana Bisnis

“Personil yang dipercaya”



Memilih personil dengan mempertimbangkan kejujuran seseorang

Kerangka Rencana Bisnis

“Modal yang tersedia”



- Modal utama dalam sebuah bisnis adalah semangat dan kejujuran
- Modal bisa didapat dari Tabungan, harta benda, pinjaman.
- Jika modalnya kecil à dilakukan Kerjasama dengan partner yang masing-masing bisa menyetorkan modalnya

Kerangka Rencana Bisnis

“Peralatan yang dibutuhkan”



Memilih peralatan dalam memulai usaha adalah peralatan yang dibutuhkan dalam usaha tersebut. Sehingga harus mempertimbangkan aspek Aspek ekonomis dan prestis

Kerangka Rencana Bisnis

“Promosi”

Element-elemen promosi :



1. Advertising : Berbagai iklan diberbagai media
2. Personal Selling : tenaga penjual yang disiapkan di toko-toko (pramuniaga), atau berkunjung dirumah-rumah (salles)
3. Sales Promotor : Daya Tarik konsumen dalam bentuk korting, diskon, obral, hadiah, kupon.

BRAND PRODUCT “MERK”

Tanda yg berupa gambar, nama kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tsb, yg memiliki daya pembeda & digunakan dalam kegiatan perdagangan barang/jasa.

*Empowering Your Brand,
Driving Your Success.*





Moell
Calmme Natural Essential Oil



Membantu menenangkan
dan memberikan rasa
nyaman pada bayi

Membantu meredakan demam
menghindari kejang karena
tubuh tinggi pada



Hal-hal yang dihindari dalam membuat Merk

- Kata-kata/Hal-hal Umum Misalkan: Produk kursi, dg merk “KURSI”/Produk kentang, dg merk “Kentang Goreng/Kentang Rebus”
- Hal-hal yg bersifat menerangkan/kata keterangan Misalkan : Produk coklat, dg merk “Manis”/Produk Kendaraan, dg merk “Cepat/Terbaik”
- Merk-merk yg membingungkan Misalkan : Produk margarin, dg logo sapi/Produk mentega, dg logo tumbuhan/Klinik Wound Care, dg logo makanan/baju
- Merk yg dianggap bertentangan dg kebiasaan masyarakat/moral
- Bendera/Lambang-lambang resmi/Lambang Negara/Organisasi Internasional

BRANDING

PRODUK ANDALAN

**MEDIA
KOMUNIKASI**



**KONTEN
KOMUNIKASI**





thank you

**Empowering Your Brand,
Driving Your Success.**