

Universitas Sebelas Maret (UNS) Solo
Fakultas Teknik, Prodi PWK
MKU Kewirausahaan

Mengembangkan Ide Usaha

Sessi 5 : Analisa Swot, Rencana Bisnis & BMC

Dr. Bambang S. Pujantiyo

WAJIB :

- **Presensi**
 - **Video wajib ON, MIC menyesuaikan**
 - **Screen Shoot 3x (awal, pertengahan, akhir)**
-

OUTLINE :

- **Review Sessi ke 4**
- **Analisa SWOT**
- **Rencana Bisnis & BMC**
- **Contoh BMC di Usaha Sukses**



Analisa SWOT

- Analisa SWOT adalah alat yang sangat sederhana, yang dapat membantu **mengembangkan strategi bisnis**. Singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman)..
- Teknik Analisa ini dibuat oleh *Albert Humphrey*, yang memimpin proyek riset pada Universitas Stanford pada dasawarsa 1960-an dan 1970-an.
- Dengan melakukan analisa SWOT, maka akan dapat dipelajari strategi pekerjaan yang perlu dilakukan untuk mengembangkan bisnis.
- Cara membuat : **Tim Work**

<i>SWOT Factors</i>	<i>Postive</i>	<i>Negative</i>
Internal	Strengths (kekuatan)	Weaknesses (kelemahan)
External	Opportunities (peluang)	Threats (ancaman)



Rencana Bisnis

(Business Plan)

Definisi :

- Rencana bisnis yang merupakan dokumen atau **panduan** tertulis yang merangkum tujuan bisnis dan operasionalnya secara keseluruhan.
- Bertujuan untuk mencantumkan tujuan yang ingin diraih oleh perusahaan, serta cara untuk mencapai tujuan tersebut dengan baik.

Isi Business Plan :

1. **Visi & misi** : Latar belakang dan tujuan perusahaan, visi & misi
2. **Deskripsi Usaha** : Jenis usaha, Analisa pesaing, Strategi pemasaran, Teknologi, Jadwal pelaksanaan
3. **Keuangan** : Proyeksi arus uang tunai yang mencakup rencana pendapatan, rencana pembiayaan, dan analisa break event pointnya
4. **Pendukung** : Penjelasan tentang hal-hal yang dapat mendukung kelangsungan dan kesuksesan usaha (perjanjian, pesanan produk, kontrak, dll)

Referensi : Tim Berry, **The Book on Business Planning**, Palo Alto Software Inc. Publisher, 2006



Rencana Bisnis & BMC

1995

Business Plan

- Dokumen Uraian Bisnis **Lengkap**
- Panduan usaha
- *Hisrich, Peter* (1995) dan *Megginson* (2000)

2010

BMC : Business Model Canvas

- Ringkasan uraian bisnis singkat dlm **15-30 menit**
- Paparan strategis
- *Alexander Osterwalder* (2010)



Business Model Canvas (BMC)

Sejarah & Pengertian :

- Diperkenalkan oleh Alexander Osterwalder dalam bukunya yang berjudul Business Model Generation, 2010
- BMC adalah sebuah management strategi bisnis yang memungkinkan kita untuk **menggambarkan, mendesain kemudian mengerucutkan beberapa aspek bisnis menjadi satu strategi bisnis yang utuh**
- Tujuannya adalah **memetakan** strategi untuk membangun bisnis yang kuat, dan sukses dalam jangka panjang

Manfaat :

- **Mempercepat** mengetahui keseluruhan kekuatan dan kekurangan bisnis
- Proses analisa kebutuhan dan pendapatan dilakukan **secara cepat**
- Dapat menggambarkan **secara sistematis** bisnis yang kemudian dapat digunakan untuk pengambilan keputusan pengembangan manajemen

Referensi : Alexander Ostewalder, Business Model Generation, Elex Media Komputindo, 2012



Business Model Canvas



Referensi :

- BMC, Alexander Osterwalder (2010)



1. Value Proposition

Dapat berbentuk **pernyataan** (singkat, jelas, dan ringkas) tentang manfaat yang akan disampaikan kepada pelanggan, berisikan :

- Nilai tambah produk yang menjelaskan mengenai **manfaat** yang bisa didapatkan, dan menjadi **solusi untuk permasalahan** dari calon pelanggan
- Alasan mengapa pelanggan harus memilih produk tersebut dan apa yang **membedakannya dari pesaing**

- *Cara : riset pelanggan, swot analisis, jenis/strategi inovasi*

Referensi : Alexandra Twin, Value Proposition, Investopedia, July 2020



2. Customer Segment

Calon pelanggan (pembeli) : umur, gender, lokasi, pekerjaan, karakter, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan

3. Customer Relationship

- Menjalin ikatan dengan pelanggannya, interaksi dengan pelanggan : promosi, komplain, mempertahankan konsumen berkelanjutan
- Promosi & Pemasaran : blog online, media social, dan atau offline
- Melakukan pengawasan yang ketat agar pelanggan tidak mudah berpaling ke bisnis lain (customer service, pengaduan, dll)

Referensi : Alexandra Twin, Value Proposition, Investopedia, July 2020



4. Channel

- Cara / Sarana / media untuk menyalurkan produk kepada customer segment (on - line, off - line)
- Saluran Distribusi : cara mendistribusikan produk ke pelanggan (via distributor, toko/showroom, on-line, door-to-door).
- Dapat juga berfungsi sebagai promosi & pemasaran

5. Key Activities

Daftar Kegiatan Pokok dalam membuat produk :

- proses produksi,
- pemeliharaan website,
- promosi & pemasaran,
- pergudangan,
- angkutan barang

Referensi : Alexandra Twin, Value Proposition, Investopedia, July 2020



6. Key Partnership

Kemitraan bisnis dengan pihak lain :

- Share holder (pemegang saham) : investor, mitra kerjasama keuangan, dll
- Penyalur bahan baku
- Distributor
- Media on - line

7. Key Resources

Sumber daya yang perusahaan wajib miliki :

- SDM pengelola, karyawan
- Peralatan operasional kantor
- Peralatan pemasaran



8. Cost Structure

- Struktur Pembiayaan :
- Biaya bahan baku
- Biaya produksi
- Biaya promosi & pemasaran
- Biaya distribusi produk
- Gaji karyawan

9. Revenue Stream

Arus pendapatan dan keuntungan :

- Harga jual produk
- Keuntungan
- Break even point

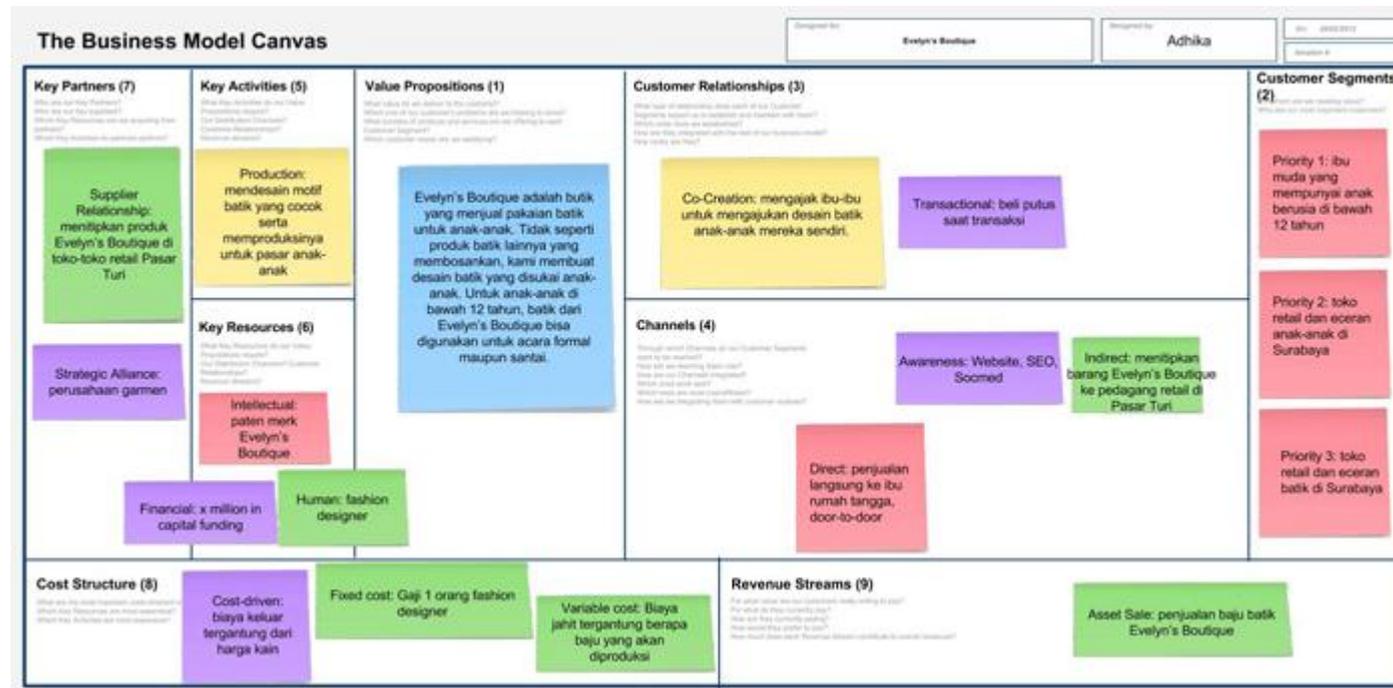


Cara Membuat :

1. Tim Work Diskusi

2. Pendalaman Substansi Bisnis :

masing2 anggota dalam tim, menempelkan ide/gagasan pada masing2 canvas, berurutan mulai dari canvas 1 - 9



Business Model: Alibaba

★ Important element

KEY PARTNERS	KEY ACTIVITIES	VALUE PROPOSITIONS	CUSTOMER RELATIONSHIPS	CUSTOMER SEGMENTS
Mybank (grants credit to customers)	Loan services (providing loans for customers; risk management)	Access to a global market	Self service: help center; user guide (Acquisition/Retention)	Risk averse online buyers (B2C & B2B) Job to get done: Safe online buy of products (at competitive prices) with worldwide delivery
Alimama (advertising partner) gives merchants a one-stop shop for buying ad to promote their wares on Alibaba	Marketing & sales (selling ads, and seek for B2B customers)	Pinpointed advertising for products and special customer segments	Community (Acquisition to build trust /Retention)	Advertisers for the various groups of customers Job to get done: Increase the sales volume with specific advertising
Alipay Cross-Border E-Payment Service is a payment solution that allows buyers to pay for goods sold on international partner merchant websites	Data management (buying behaviour, offer optimization, individual recommendation for customers) ★	Ensure a secure supply and a safe payment transactions for the online customer.		Suppliers looking for a wider range Job to get done: Provide their products online and sell them to global customers
	KEY RESOURCES		CHANNELS	
	Company brand (world's largest retailer)		Alibaba Apps	
	Online marketplace		Website	
	Customer data & algorithm (buying behaviour for pinpointed advertising)			

COST STRUCTURE	REVENUE STREAMS
Technological infrastructure	Advertising for desktop solution
	Transaction fees for products (price varies according to different sourcing requests)
	Advertising mobile app (revenue 1.7 billion U.S. dollars)

CONTOH Hasil Rangkuman Pendalaman Substansi Bisnis
(setelah diinput dalam data dan siap untuk dipresentasikan)

Catatan :

- **Analisis Swot**
- **Rencana Bisnis & BMC**

Tugas Group :

- **Diskusi Pemilihan produk awal (berbasis PWK),
buat dengan SWOT + BMC**
- **Diskusi kunjungan ke UMKM terdekat (form
lampiran dlm RPS)**

