

PENGABDIAN PADA MASYARAKAT

MERENCANAKAN KEGIATAN BISNIS



Oleh :

Dr. Sugeng Suroso, S.E, M.M

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2022

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil 'alamiin, Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, sehingga buku pengabdian kepada masyarakat ini dapat diselesaikan.

Dalam proses pembuatan buku ini, tanpa adanya ridho Allah SWT, semangat, kesungguhan dan kesabaran, kami tidak akan mampu untuk menyelesaikannya.

Buku ini merupakan kumpulan pemikiran untuk memberi pengetahuan kepada masyarakat, terkait dengan merencanakan kegiatan bisnis

Dengan demikian sangatlah tepat apabila buku pengabdian kepada masyarakat ini diberi judul “ **MERENCANAKAN KEGIATAN BISNIS**”

Kami mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu dalam mendukung proses penyelesaian buku ini sampai buku ini selesai dibuat. Harapan kami dengan ditulisnya buku ini dapat dijadikan acuan bagi masyarakat khususnya pengurus dan anggota koperasi.

Kiranya masukan, saran dan kritikan kami perlukan untuk perbaikan buku ini di masa depan.

Jakarta, Januari 2022

Tim Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	iii
I Pendahuluan	4
II Permasalahan.....	4
III Tujuan	5
IV Manfaat	5
V Model Pendekatan Pemecahan Masalah	5
VI Sasaran Kegiatan Pengabdian Masyarakat	5
VII Hasil	6
VIII Analisis	6
Daftar Pustaka	21

MERENCANAKAN KEGIATAN BISNIS

I. PENDAHULUAN

Rencana bisnis, pada prinsipnya, dapat dilihat sebagai dokumen yang secara komersial mengukur ide bisnis secara keseluruhan. Sebuah rencana bisnis dikatakan berhasil jika dapat menyampaikan kepada masyarakat peluang paling memungkinkan pada pertumbuhan perusahaan. Rencana bisnis harus membenarkan dan menggambarkan ide bisnis dan pengembangan bisnis lebih lanjut dengan cara yang jelas dan memadai. Seharusnya tidak hanya bertujuan untuk menekankan kekuatan perusahaan, tetapi lebih pada menyajikan potret realistis dari masalah, risiko, dan hambatannya. Selain itu, solusi yang tepat harus diusulkan dan dibahas secara rinci. Sebuah rencana bisnis dapat digunakan untuk tujuan tertentu. Salah satu target mungkin untuk mendapatkan sarana investasi baru untuk pengembangan produk atau pemasaran produk baru.

Bisnis merupakan suatu aktivitas produksi dan penjualan produk baik berupa barang maupun jasa serta memberikan manfaat bagi konsumen sehingga terjadi proses jual beli di antara penyedia barang dengan penggunaanya. Untuk itu pelaku bisnis mempunyai tujuan dalam melakukan aktivitasnya yaitu mendistribusikan produk, mencari keuntungan dan mencoba untuk memuaskan keinginan konsumen

II. MASALAH

Lapangan pekerjaan yang semakin sempit karena banyaknya pengangguran mengakibatkan manusia dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya dengan cara melakukan aktivitas bisnis. Sedangkan dalam mengelola bisnis tersebut dibutuhkan aspek modal, cara mengelola bisnis dan pengelolaannya. Oleh karena itu dibutuhkan cara untuk merencanakan dan mengelola bisnis sehingga bisnis tersebut selalu mengalami peningkatan. Selain itu dibutuhkan orang-orang yang berjiwa wiraswasta untuk membuat lapangan kerja sendiri. Untuk itu perlu adanya motivasi dalam diri untuk bangkit mewujudkan ide atau gagasan menjadi suatu kenyataan.

III. TUJUAN

Tujuan dilaksanakan program pengabdian masyarakat tentang merencanakan dan mengelola usaha adalah:

- a. Untuk memahami kiat merencanakan dan memulai bisnis;
- b. Untuk memahami jaringan bisnis;
- c. Untuk memahami manajemen pemasaran;

IV. MANFAAT

Manfaat dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan penyuluhan kepada masyarakat tentang cara merencanakan dan mengelola usaha, terutama bagi mereka yang akan memulai bisnis.

V. MODEL/PENDEKATAN PEMECAHAN MASALAH

Oleh karena pentingnya cara untuk merencanakan dan mengelola usaha, maka model/pendekatan pemecahan masalah adalah dengan melakukan penyuluhan kepada masyarakat.

VI. KHALAYAK SASARAN

Khalayak sasaran dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah Karang Taruna di Kelurahan Kalisari.

VII. HASIL

Dalam menjalankan aktivitas bisnis diperlukan ilmu-ilmu yang menunjang keberhasilan suatu usaha, maka dalam kegiatan pengabdian masyarakat ditemukan hal-hal yang penting untuk mendukung pengetahuan masyarakat tentang:

- a. Membangun sikap kewirausahaan
- b. Manajemen pemasaran

VIII. ANALISIS

1. Perencanaan Bisnis

Rencana bisnis merupakan alat kegiatan utama perusahaan . Selain itu, ini berfungsi untuk mengamankan hubungan bisnis yang ada atau yang direncanakan antara perusahaan dan pemangku kepentingan. Kebutuhan perencanaan tergantung pada jenis pembiayaan dan hubungan pemangku kepentingan, berbagai aspek dipertimbangkan dan ditangani dengan cara yang berbeda dalam rencana bisnis. Pembiayaan dengan modal ventura. Investor modal ventura dan modal swasta lainnya swasta saat ini hanya mempertimbangkan kasus bisnis yang terwakili dengan baik oleh rencana bisnis. Saat membaca rencana bisnis, investor terutama tertarik pada argumen yang baik dan relevan yang menjanjikan pertumbuhan bisnis. Selanjutnya, investor sangat mementingkan bagaimana dan dalam jangka waktu berapa pengembalian investasi akan direalisasikan, misalnya melalui laba operasi atau dengan go public atau dengan merger dan akuisisi atau melalui pembelian kembali oleh manajemen.

Untuk menjamin pengembalian investasi yang tinggi, investor sangat memperhatikan:

- keberhasilan perusahaan di pasar,
- kelayakan rencana untuk mencapai tujuan bisnisnya,
- proposisi penjualan yang unik dari produk dan jasa dan
- kualitas dan pengalaman tim manajemen.

2. Pembiayaan

Ketika memberikan kredit, bank investasi berfokus pada satu pertanyaan utama: kapan dan bagaimana pembayaran kembali kredit dan bunga akan dilakukan. Untuk meminimalkan risiko, bank biasanya meminta surat berharga. Itulah sebabnya aplikasi kredit yang ditujukan kepada bank harus menyediakan lebih dari sekadar daftar rekening tahunan saat ini dan yang lalu. Selain itu, bank juga akan menanyakan sejauh mana perusahaan siap menghadapi kemungkinan kemunduran, dan bagaimana mereka dapat mengatasi situasi kritis tersebut. Untuk alasan ini bank semakin sering menuntut rencana bisnis profesional ketika mempertimbangkan aplikasi untuk kredit. Bank mengharapkan rencana bisnis untuk

memberikan wawasan yang berkualitas ke dalam: strategi perusahaan, manajemen, organisasi, pasar, pesaing, produk dan situasi keuangan dan keuntungan saat ini dan masa depan perusahaan.

3. Kebutuhan perencanaan

Sebuah rencana bisnis juga berfungsi sebagai alat manajemen yang berharga dari sudut pandang internal perusahaan. Rencana bisnis yang dijabarkan secara sistematis dan diperbarui secara berkala, dengan wawasan mendalam tentang semua masalah bisnis, membantu manajemen untuk merencanakan pengembangan perusahaan secara efisien dan menyiapkan langkah-langkah modifikasi yang diperlukan secara terstruktur. Rencana bisnis seperti itu dapat berfungsi sebagai panduan untuk pengambilan keputusan sehari-hari dan sebagai alat kontrol dalam mengelola bisnis saat ini. Realisasi bersama dari rencana bisnis oleh tim manajemen memastikan komitmen keseluruhan untuk tujuan dan kontrol perusahaan. Mencapai komitmen pada tingkat manajemen ini adalah yang paling penting untuk keberhasilan implementasi rencana. Rencana bisnis memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan perusahaan yang memiliki cabang di lokasi yang berbeda. Dengan menggunakan rencana bisnis untuk setiap cabang, manajemen puncak di satu sisi dapat menjamin perencanaan bisnis terkait lokasi dan di sisi lain, terus-menerus mengontrol kinerja serta pencapaian tujuan bisnis. Lebih jauh lagi, tujuan jangka panjang seluruh perusahaan dapat diseimbangkan dengan indikator-indikator ini.

4. Tujuan bisnis

Di atas segalanya, penting untuk mengetahui apa tujuan bisnis itu. Tujuan bisnis secara efektif memproyeksikan target masa depan apa yang perlu dicapai ketika baru berada di fase awal. Buatlah tujuan bisnis tertentu, bukan sekadar "perlu menciptakan banyak keuntungan".

Misalnya, dapat mengajukan tujuan, misalnya, mendapatkan keuntungan keseluruhan Rp 200 juta setiap bulan dalam 2 tahun ke depan atau efektif membuka 1 toko cabang satu tahun dari sekarang.

Mengkarakterisasi tujuan dan membuat panduan untuk mengetahui secara tepat bagaimana mencapai tujuan tersebut. Semua hal dipertimbangkan, demikian juga perlu menentukan visi dan misi bisnis.

Visi adalah perspektif yang lebih tinggi tentang apa yang perlu dicapai, sedangkan misi adalah pernyataan menyeluruh tentang bagaimana akan mencapai visi. Keuntungannya dapat memperluas semangat untuk terus berjuang mencapai target bisnis.

Dalam menentukan tujuan bisnis, ada beberapa Langkah yang perlu diperhatikan

1. Periksa situasi ekonomi

Pemeriksaan pasar adalah evaluasi subjektif dan kuantitatif dari pasar yang melihat situasi ekonomi secara lebih mendalam. Melalui investigasi pasar, cenderung lebih mudah untuk mendapatkan pembeli.

Pergi ke perusahaan perbandingan yang ada di sekitar, fokus pada barang dan layanan yang diberikan. Perhatikan setiap kekurangan dan kualitas pesaing, kemudian, juga bisa bertanya kepada penghuni sekitar.

Misalnya, untuk usaha ayam bakar, mungkin banyak penduduk yang membutuhkan variasi menu ayam bakar yang lebih enak dan tidak amis.

2. Memasukkan profil bisnis

Profil bisnis adalah gambaran singkat yang mencerminkan kualitas dan titik fokus pekerjaan bisnis. Dengan mengumpulkan profil bisnis, itu akan memberikan garis besar bisnis dan garis besar strategi yang telah teruji di lapangan.

Profil bisnis ini menggabungkan nilai, tujuan, dan menunjukkan kemampuan dan kualitas bisnis. harus memiliki profil bisnis yang layak dengan asumsi membutuhkan bisnis cukup menonjol untuk diperhatikan.

3. Catat apa yang benar-benar diinginkan dalam bisnis

Tahapan berikut dalam menyiapkan strategi yang dapat dipasarkan adalah mencatat apa yang dibutuhkan dalam bisnis. Tentukan jumlah SDM yang diinginkan, lengkapi dengan susunan organisasi yang diharapkan.

Berbagai macam organisasi, berbagai kebutuhan SDM dan peralatan. Sejalan dengan itu, persyaratan dalam bisnis harus disesuaikan dengan jenis bisnis. Misalnya, perusahaan swasta, misalnya, administrasi menjahit mungkin tidak memerlukan SDM karena mereka

dapat melakukannya tanpa bantuan orang lain. Perangkat kerasnya juga sederhana, yang utama adalah mesin jahit dan beberapa peralatan jahit lainnya.

Sementara itu, untuk membuka bisnis kafe, akan membutuhkan berbagai SDM dan perlengkapan yang berbeda.

4. Pastikan perincian modal

Modal awal adalah seberapa besar subsidi yang diberikan saat memulai usaha. Modal dasar ini terdiri dari tiga macam, antara lain:

- Modal spekulasi: memasukkan uang tunai yang digunakan untuk membeli barang dagangan modal dengan harapan uang tunai akan dikembalikan.
- Modal kerja: uang tunai untuk mendukung semua latihan bisnis agar berjalan sesuai rencana.
- Modal fungsional: kas yang harus dikeluarkan setiap bulan untuk kegiatan usaha, apakah produk tersebut laku atau tidak.

Berapa modal harus ditentukan secara matang agar usaha dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Jika memulai bisnis tanpa mempertimbangkan modal fungsional, misalnya, bisnis dapat berhenti karena tidak cukup modal.

5. Rencanakan prosedur periklanan

Prosedur periklanan adalah pekerjaan untuk memamerkan dan memperkenalkan barang kepada pembeli.

Kapasitas dari prosedur periklanan itu sendiri adalah untuk memperluas proyeksi pemasaran, menarik lebih banyak pembeli, dan menjadi referensi bagi organisasi tentang langkah-langkah berikut yang harus diambil.

Misalnya, dengan asumsi ada minat pelanggan yang tinggi, prosedur periklanan dapat melakukan koordinasi antara pembuatan dan penyampaian sehingga kebutuhan pembeli dapat terpenuhi.

6. Mengatur rencana penilaian

Menetapkan rencana penilaian bisnis sangat penting dengan tujuan agar bisnis dapat berkembang. Pertama-tama, penting untuk menilai apakah produk atau layanan yang ditawarkan memiliki nilai jual yang tidak dimiliki pesaing.

Kemudian, fokus pada minat yang sangat besar dari pasar karena terlepas dari seberapa luar biasa barang atau administrasinya, stok akan melemah dengan asumsi tidak ada pembeli.

Bunga nol menyiratkan tidak ada manfaat bagi bisnis. Oleh karena itu, buatlah jadwal penilaian untuk melihat kemajuan bisnis dan membuat perubahan penting.

5. Kiat memulai bisnis

Dengan melihat situasi bangsa Indonesia yang masih banyak terdapat pengangguran, maka dibutuhkan orang yang memiliki jiwa wiraswasta untuk membuat lapangan kerja sendiri. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam memulai bisnis adalah:

5.1. Mempersiapkan aktivitas usaha

Sebelum memulai aktivitas usaha langkah awal dan merupakan landasan penting adalah:

- a. Niat, merupakan ruh yang membentuk karakter dari aktivitas tersebut.
- b. Tingkatkan jiwa wirausaha
- c. Pilih struktur bisnis, antara modal sendiri dan kemitraan. Bila menggunakan modal sendiri maka harus mengoptimalkan apa yang dimiliki, sehingga apabila suatu ketika bangkrut tidak mempunyai beban kepada orang lain. Sedangkan dengan kemitraan diharapkan adanya ide atau gagasan dengan keikutsertaan pihak lain.
- d. Badan usaha legal, dengan melengkapi surat-surat administrasi dan perizinan, seperti NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), TDP (tanda Daftar Perusahaan), SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), SITU (Surat Izin Tempat Usaha), HO (surat Izin Gangguan).
- e. Mempersiapkan rencana bisnis, karena perencanaan merupakan faktor pendukung dana yang sangat potensial. Rencana bisnis sangat membantu dalam menjalankan usaha, karena dengan perencanaan yang lengkap akan mempermudah dalam mengendalikan dan mengukur kemajuan usaha.
- f. Memilih lokasi, antara bisnis di rumah sendiri dengan bisnis di tempat lain. Bila memutuskan bisnis di rumah sendiri, maka akan lebih banyak waktu untuk mengurus segala urusan keluarga bahwa kesempatan untuk membaca. Selain itu akan melakukan bisnis tepat waktu dan bebas dari biaya sewa tempat. Hanya saja

akan banyak kesibukan dan gangguan yang terjadi dari kesibukan rumah tangga. Beberapa langkah yang memudahkan melakukan bisnis di rumah sendiri antara lain:

- i. Ruang bekerja sebaiknya terpisah dengan rumah induk;
- ii. Buat akses tertentu untuk keluar masuk barang maupun pengiriman barang;
- iii. Usaha yang hendak dijalankan akankah menimbulkan kebisingan yang dapat mengganggu tetangga;
- iv. Bila memungkinkan daftarkan asuransi untuk bisnis tersebut;
- v. Perhatikan tempat parkir, usahakan parkir tersebut tidak mengganggu kepentingan umum;
- vi. Perlu adanya saluran telpon baru untuk telpon dan faks karena pelanggan dapat dianggap sebagai raja, maka perlu servis yang memuaskan;
- vii. Perhatikan kesan yang ditimbulkan ketika menggunakan alat-alat rumah tangga yang terlalu berlebihan.

Sedangkan bisnis di tempat lain, harus dilakukan analisis SWOT pada lokasi yang hendak didirikan suatu usaha. Beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah:

- Lokasi bisnis yang dipilih berkondisi ramai atau tidak. Hal ini menyangkut aktivitas usaha yang akan dijalankan apakah membutuhkan ketenangan atau tidak;
- Jika kondisi rumah yang akan dikontrakan dan dibeli, tidak memungkinkan untuk melakukan suatu bisnis sebaiknya mengeluarkan sedikit biaya operasional untuk memperbaiki atau merenovasi rumah tersebut agar terlihat nyaman untuk bekerja dan pelanggan akan mendapatkan kesan yang baik tentang tempay bisnis tersebut;
- Usahakan terdapat akses untuk keluar masuk barang dan kurir;
- Persiapkan fasilitas-fasilitas pendukung kerja, berarti biaya operasional bertambah;
- Akan menjadi lebih baik bila lokasi bisnis terdapat slulan telpon dan faks;
- Buatlah perjanjian kontrak;
- Analisis SWOT yang dilakukan pada lokasi bisnis akan berguna untuk melihat untuk melihat kepentingan yang paling mendesak untuk segera dilakukan
- Karena lokasi bisnis di luar rumah, maka sebaiknya mempersiapkan diri untuk menghindari kemacetan agar tepat waktu dalam memulai aktivitas bisnis;
- Persiapkan tempat parkir agar tidak mengganggu kepentingan umum.

Biasanya wirausahawan yang baik akan melakukan hubungan bisnis sebagai jaringan pendukung baik di dalam perusahaan termasuk pelanggan atau kolega sejawat. Pebisnis yang berhasil sanggup membangun sebuah sistem dari elemen-elemen yang saling berkaitan, berinteraksi, bekerja sama untuk mencapai tujuan serta berani mengambil risiko dan percaya diri untuk berkompetisi demi perkembangan usahanya.

5.2. Pengenalan produk

Dalam upaya membuka sebuah hubungan dengan pelanggan perlu adanya suatu konsep yang nantinya akan digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam memasarkan sebuah produk.

- a. Analisis pasar yaitu dengan cara melakukan pengamatan, membuat sampel produk yang nantinya akan ditawarkan, akan tetapi produk dibuat dengan jumlah sedikit serta selalu bertanya kepada kolega yang lebih berpengalaman, atau mencari masukan dari karyawan sendiri yang setiap hari mengetahui kondisi lapangan.
- b. Tentukan kekuatan dan kelemahan dari produk tersebut serta tetapkan apakah produk yang dipasarkan sudah tepat pada segmen pasar yang tepat pula
- c. Dari hasil analisis pasar dapat diramalkan kapasitas daya beli konsumen pada lokasi tersebut, sehingga perlu adanya penyesuaian antara jumlah produk yang ditawarkan dengan kebutuhan pasar
- d. Alokasikan sumber daya manusia pada posisi yang tepat.
- e. Buat rencana ke depan

Adapun cara dalam mempublikasikan produk antara lain sebagai berikut:

- a). Membuat kartu nama yang akan memperkenalkan nama, alamat perusahaan, no. telepon atau HP yang dapat dihubungi serta menginformasikan jenis bidang usaha.
- b). Mencari informasi dari rekan, keluarga atau instansi terkait
- c). Dengan informasi bersambung artinya dapat menggunakan referensi dari pelanggan baru
- d). Memberikan informasi dari rumah ke rumah
- e). Menjadi anggota dari suatu organisasi yang sekiranya banyak konsumen atau pendukung produk potensial
- f). Mengikuti pertemuan-pertemuan atau pameran yang memungkinkan untuk publikasi produk

- g). Memasang iklan baik media cetak maupun televise
- h). Dengan metode jemput bola artinya mendatangi konsumen secara langsung atau tempat lain yang memungkinkan

5.3. Menawarkan gagasan

Dalam melakukan aktivitas penawaran, beberapa hal yang harus diperhatikan:

- a. Kemampuan dalam menjelaskan produk secara detail informasi produk yang ditawarkan dengan metode 2W2H dalam menyampaikan:
 - a. *What* yaitu produk atau jasa apa yang ditawarkan
 - b. *Why* yaitu kenapa harus memakai produk tersebut. Pertanyaan ini mengharuskan untuk disampaikannya keunggulan dari produk kemudian dibandingkan dengan kompetitor.
 - c. *How* yaitu bagaimana menggunakan produk tersebut, berarti harus diterangkan cara pemakaian serta kelebihan produk tersebut.
 - d. *Who* yaitu siapa yang memproduksinya. Sampaikan perusahaan yang memproduksi produk tersebut agar konsumen yakin akan produk tersebut.
 - e. *Whom* yaitu siapa konsumen-konsumen yang layak menggunakannya dengan mengetahui segmen pasar dari produk yang ditawarkan

5.4. Mempunyai motivasi tinggi untuk meraih target yang direncanakan

5.5. Gigih dan pantang menyerah dengan memecahkan masalah dengan sabar dan terus mencoba.

5.6. Sikap dalam menawarkan produk perlu diperhatikan (*attitude*)

5.7. Percaya diri merupakan modal penting dalam berhubungan dengan pihak lain, kepercayaan diri yang tinggi akan membawa pengaruh bagi konsumen.

5.8. Komitmen, ketika melakukan kesepakatan dengan pihak lain dan berusaha untuk menepati agar dipercaya oleh pihak yang bersangkutan

5.9. Kreativitas yang tinggi akan membantu dalam memecahkan permasalahan yang muncul.

5.10. Membangun kredibilitas

5.11. Pelajari seluk beluk produk dan perusahaan.

5.12. Lakukan perencanaan yang matang mengingat:

- a. Waktu yang dimiliki konsumen terbatas
- b. Antisipasi kemungkinan penolakan birokrasi

- c. Tentukan urutan kunjungan yang tepat
 - d. Lakukan monitoring terhadap prestasi yang sudah dilakukan
- 5.13. Berpikir cepat dalam mengambil keputusan agar dapat dilakukan suatu tindakan
- 5.14. Penampilan dalam menawarkan produk berupa,
- a. Bawakan produk dengan sikap kepribadian yang baik
 - b. Empati terhadap produk dan pelanggan
 - c. Sampaikan produk dengan tampilan yang paling baik
 - d. Informasikan secara efektif
- 5.15. Berikan kesempatan kepada konsumen atau pelanggan untuk mengajukan pertanyaan maupun saran
- 5.16. Persiapkan segala sesuatu dengan baik seperti data statistik sebagai hasil uji, profil produk dan bawa produk tersebut untuk dilakukan uji coba.
- 5.17. Arahkan konsumen untuk membeli produk atau memberikan PO (*purchase order*)
- 5.18. Lakukan pembinaan terhadap hubungan yang telah terjalin agar konsumen setia pada produk tersebut, dengan kiat-kiat sebagai berikut:
- a. Berikan layanan purna jual dapat berupa garansi maupun bonus
 - b. Berikan konsultasi gratis tentang penggunaan dan peningkatan nilai tambah produk
 - c. Memantau produk yang telah beredar agar dapat memperkirakan kapan produk tersebut mengalami penurunan, sehingga dapat dilakukan inovasi dan promosi atau mengganti produk tersebut dengan produk yang baru

3. Proyeksi akan pelanggan

Cara-cara untuk mendapatkan pelanggan baru adalah sebagai berikut:

- a). Menggunakan telepon atau mendatangi rumah ke rumah untuk menemukan prospek
- b). Melakukan pengamatan terhadap perkembangan di lapangan.
- c). Meminta teman, keluarga atau rekan bisnis bila ada petunjuk bahwa ada konsumen yang membutuhkan produk tersebut.
- d). Mengirim informasi tentang produk kepada calon pelanggan potensial dan meminta tanggapannya.

- e). Untuk mengembangkan hubungan social yang sekiranya terdapat banyak pelanggan yang potensial.
- f). Tanyakan kepada pelanggan yang puas dengan produk tersebut, kemudian sebaiknya meminta nama orang yang berminat dan membutuhkan produk tersebut

Alat bantu yang sering digunakan untuk membantu dalam menawarkan produk agar calon pelanggan tertarik dan mengerti *product knowlede* (pengetahuan produk) yang ditawarkan melalui:

- Brosur
- Grafik
- Potert
- Sampel produk
- Video
- *Overhead slides*
- Kunjungan pabrik
- Referensi dari pengakuan pelanggan yang merasa puas terhadap produk tersebut
- Presentasi dengan komputer

4. Mengukur produktivitas

Ada beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja termasuk salah satunya sebagai berikut:

- a). Volume penjualan dari produk yang terjual
- b). Penjualan periode sekarang dibanding dengan periode lalu
- c). Keuntungan dari prosentase penjualan
- d). Penambahan jumlah karyawan
- e). Pengeluaran sebagai biaya operasional
- f). Perputaran persediaan
- g). Perkembangan pasar dengan melihat penambahan pelanggan baru
- h). Jumlah pelanggan yang hilang
- i). Jumlah penawaran baru yang selanjutnya ditindaklanjuti
- j). *Repeat order* (permintaan ulang) atas produk
- k). Jumlah ketidakpuasan pelanggan

- l). Absensi dari karyawan
- m). Waktu yang diperlukan untuk membayar tagihan
- n). Keuntungan yang diinvestasikan ke bisnis
- o). Waktu yang diperlukan dalam memproses pesanan
- p). Tingkat produktivitas
- q). *Branch marking* yaitu membandingkan usaha dengan bisnis lain yang sejenis
- r). Frekuensi kunjungan

5. Menyikapi pesaing

Persaingan tidak lagi diartikan sebagai musuh yang harus dimusnahkan akan tetapi berikanlah usaha yang terbaik dari usaha bisnis. Beberapa keunggulan produk yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah:

- a). Produk merupakan hasil dari aktivitas bisnis. Dengan kualitas yang baik dan spesifikasi yang sesuai dengan keinginan konsumen, diharapkan produk dapat bersaing di pasar
- b). Harga produk yang kompetitif termasuk faktor penting dari persaingan produk
- c). Pemberian diskon terhadap produk tersebut
- d). Tempat usaha yang strategis, bersih, sehat dan nyaman. Tempat yang baik dapat menjadikan pertimbangan bagi konsumen
- e). Pelayanan yang baik dan memuaskan merupakan servis yang sebaiknya dilakukan sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan yang terkait dengan produk
- f). Layanan purna jual diberikan untuk membina hubungan terhadap konsumen sebagai servis.

6. Manajemen Pemasaran

1. Riset Pasar dan Promosi

7. Tetapkan sasaran pemasaran, yaitu:

- i. Jumlah produk sesuaikan dengan kebutuhan konsumen
- ii. Lokasi geografis dari konsumen

- iii. Pengguna produk pada golongan usia anak, muda, dewasa dan tua, jenis kelamin laki-laki atau perempuan, tingkat pendapatan dan selera konsumen
 - iv. Siklus produk harus diperhatikan
8. Harga produk hendaknya:
- Harga sama dengan kompetitor atau dengan memberikan diskon agar harga lebih murah
 - Ada penambahan biaya untuk memberikan kualitas produk yang lebih baik dari kompetitor
9. Mengetahui potensi konsumen yang potensial:
- Apa yang mereka beli
 - Kenapa mereka membeli
 - Di mana mereka membeli
 - Seberapa besar pasar potensial tersebut
 - Seberapa besar pangsa pasar yang dapat diraih
 - Berapa frekuensi mereka membeli
 - Apakah mereka mau berurusan dengan pimpinan
 - Apakah dapat ditunjukkan manfaat dari produk tersebut
 - Apakah ini pasar yang tumbuh
 - Sebaiknya diketahui harapan dari konsumen dalam hal pelayanan sebelum dan purna jual
10. Apakah yang ditawarkan kepada konsumen lebih baik atautkah dengan tampilan yang berbeda
11. Analisis SWOT bagi produk tersebut untuk memperbaiki dan mengetahui kelemahannya
12. Apakah yang menarik dari bisnis tersebut
13. Sebaiknya diketahui BEP atau titik impas dari produk tersebut
14. Promosi dilakukan melalui:
- Televisi, cetak radio, dan iklan luar ruang
 - Lakukan presentasi kepada calon pelanggan

- Usahakan untuk memperoleh ekspos di media masa secara cuma-cuma

Hal penting yang harus diperhatikan :

1. Layanan Bermutu

Dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, sebaiknya memberikan pelayanan yang terbaik. Beberapa hal yang dapat meningkatkan mutu dari pelayanan terhadap pelanggan adalah:

- Pelayanan yang dapat dipercaya artinya segala sesuatu yang berhubungan dengan pelanggan harus ditepati dan konsisten terhadap apa yang telah menjadi komitmen bersama
- Cepat dan tanggap untuk segera memberikan pelayanan
- Mempunyai ketrampilan dan pengetahuan tentang produk (product knowledge) agar pelanggan yakin akan produk tersebut
- Akses dan mudah dalam berhubungan
- Attitude* yang baik merupakan modal penting dalam menghadapi pelanggan
- Melakukan komunikasi yang efektif terhadap pelanggan, membuka diri untuk mau mendengarkan segala keluhan dan saran dari pelanggan
- Menjaga kredibilitas yaitu untuk selalu berlaku jujur dan dapat dipercaya
- Memberikan rasa aman akan keragu-raguan
- Menghargai kebutuhan pelanggan
- Memfokuskan diri pada pelanggan

2. Jaringan Distribusi

Produk setelah diproduksi secara massal, perlu segera ditentukan jaringan distribusinya agar produk dapat terserap pasar. Untuk itu dapat dipilih jaringan distribusi sebagai berikut:

- Produsen \longrightarrow Konsumen

Saluran distribusi ini paling pendek mengingat produsen memproduksi langsung dapat diterima oleh konsumen atau pelanggan

b). Produsen → ritel → konsumen

Produk dibeli dalam jumlah besar kemudian diedarkan secara eceran

c). Produsen → grosir → ritel konsumen

Produsen mendistribusikan produknya kepada pedagang besar kemudian para pengecer mengambil produk tersebut padanya untuk dijual kepada pelanggan

d). Produsen → agen → ritel konsumen

Biasanya produsen menggunakan jasa agen untuk memudahkan pemasarannya yang kemudian didistribusikan ke pengecer untuk dijual ke pelanggan

e). Produsen → agen → grosir → ritel → konsumen

Produk dapat didistribusikan oleh jasa agen kepada pedagang besar yang kemudian disalurkan kembali kepada pengecer

f). Produsen → distributor → grosir → ritel → konsumen

Produsen menggunakan jasa distributor untuk melakukan pemasaran mengingat biasanya distributor mempunyai jaringan agen yang luas. Setelah dialihkan ke agen kemudian dijual ke pengecer.

3. Analisis Perubahan Pasar

Beberapa pemikiran yang sebaiknya diperhatikan dalam menyikapi perubahan:

- a). Jadikan perubahan pasar sebagai peluang untuk berkembang
- b). Pikirkan kembali beberapa masalah di sekitar bisnis dan arah usaha, fokuskan pada bisnis utama
- c). Ikuti pasar atau jika memungkinkan ciptakan pangsa pasar
- d). Perhatikan manajemen yang telah diterapkan
- e). Mengetahui kebutuhan pasar sangatlah penting mengingat pasar mempunyai fluktuasi (perubahan) yang tinggi
- f). Memungkinkan kehilangan obyek aktivitas
- g). Menanggapi perubahan berarti mengubah segalanya
- h). Lakukan metode *fish bond* atau SWOT untuk mengidentifikasi masalah dan lakukan perencanaan untuk mencari solusi terhadap masalah tersebut.

Tips penting:

- Sediakan waktu setiap hari untuk aktivitas-aktivitas tertentu seperti rapat, menelpon, negosiasi dsb
- Untuk selaku proaktif terhadap segala sesuatu yang terjadi. Terapkan prinsip penyelesaian masalah tanpa masalah
- Prioritaskan segala aktivitas untuk segera diselesaikan
- Jangan biarkan waktu berlalu tanpa menghasilkan sesuatu yang tidak berguna
- Jangan menunda pekerjaan yang bisa diselesaikan sekarang
- Buatlah sistem kerja yang efektif dengan perencanaan, pengorganisasian dan pengendalian
- Meminimalkan aktivitas yang tidak produktif
- Diskusikan apa yang menjadi prioritas utama
- Tekankan nilai kejujuran dalam kehidupan usaha atau bisnis
- Pasang mata dan telinga untuk mengamati perkembangan disekitar agar dalam melangkah lebih cerdas. Kelola informasi untuk merencanakan strategi
- Bekerjalah dengan pengetahuan yang benar
- Kembangkan kemampuan karyawan atas solusi yang telah dibuat

6. PENUTUP

Sesungguhnya yang terpenting dari kehidupan bisnis atau usaha adalah pribadi masing-masing yang menjalankannya. Secerdas apapun jika itikadnya jelek justru menimbulkan malapetaka. Kebencian-kebencian yang tumbuh dalam hati akan mengakibatkan produktivitas menurun karena waktu yang seharusnya dipakai untuk melakukan aktivitas bisnis, mengembangkan ketrampilan, mencari informasi-informasi yang akan diolah untuk menyusun strategi atau untuk mendapatkan ide justru dipakai untuk berpikir negatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Anatomy of a Business Plan: A Step-by-Step Guide to Building a Business and Securing Your Company's Future (Anatomy of a Business Plan) (Paperback) by Linda Pinson ; 304 pages; Kaplan Business; 6 edition (November 1, 2004); ISBN-10: 0793191920; ISBN-13: 9780793191925.
- Building A Successful Business Plan: Advice From The Experts (Socrates Answers) (Paperback) by Socrates Media (Editor); 272 pages; Socrates Media; Bk&CD-Rom edition (September 30, 2005); ISBN10: 1595462430; ISBN-13: 978-1595462435.
- Business Plans Handbook: A Compilation Of Actual Business Plans Developed By Business Throughout North America (Business Plans Handbook) (Hardcover) by Lynne Pearce (Editor); 459 pages; Thomson Gale (November 4, 2005); ISBN-10: 0787666815; ISBN13: 978-0787666811.
- The Business Plan Workbook (Sunday Times Business Enterprise Guide) (Paperback) by Colin Barrow , Paul Barrow , Robert Brown ; 398 pages; Kogan Page; 5 edition (July 1, 2005); ISBN-10: 0749443464; ISBN-13: 978-0749443467.
- The Instant Business Plan 3rd Edition, Twelve Quick and Easy Steps to a Successful Business; Includes free downloadable MACINTOSH/ WINDOWS business plan software (Paperback) by Paul Kirschner ; 144 pages; Puma Publishing; 3rd edition (March 15, 2000); ISBN10: 0940673428; ISBN-13: 978-0940673427.
- The Prentice Hall Encyclopedia of Model Business Plans (Paperback) by Wilbur Cross , Alice M. Richey ; 448 pages; Prentice Hall Press; Bk&CD Rom edition (September 30, 1998); ISBN-10: 0735200246; ISBN-13: 978-0735200241. 168 Further reading
- The Rule Book of Business Plans for Startups (Psi Successful Business Library) (Paperback) by Roger C. Rule ; 336 pages; Entrepreneur Press; 1 edition (January 1, 2000); ISBN-10: 1555715192; ISBN-13: 978-1555715199.
- Writing a Convincing Business Plan (Paperback) by Arthur R. DeThomas Ph.D., Lin Gensing-Pophal; 272 pages; Barron's Educational Series; 2 edition (January 1, 2001); ISBN-10: 0764113992; ISBN-13: 978-0764113994.

Writing Business Plans That Get Results (Paperback) by Michael O'Donnell; 160 pages; McGraw-Hill; 1 edition (April 1, 1991); ISBN-10: 0809240076; ISBN-13: 978-0809240074.