



MODUL

PENUMBUHAN WIRAUSAHAWAN MUDA PERTANIAN (PWMP)

- Penyusunan Ide Bisnis* ■
- Kemitraan dan Networking* ■
- Penyusunan Business Plan* ■



PUSAT PENDIDIKAN PERTANIAN

BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM PERTANIAN
KEMENTERIAN PERTANIAN
TAHUN 2016



MODUL

PENUMBUHAN WIRAUSAHAWAN MUDA PERTANIAN (PWMP)

- *Penyusunan Ide Bisnis*
- *Kemitraan dan Networking*
- *Penyusunan Business Plan*

PUSAT PENDIDIKAN PERTANIAN

**BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM PERTANIAN
KEMENTERIAN PERTANIAN**

TAHUN 2016

**MODUL PENUMBUHAN WIRUSAHAWAN MUDA PERTANIAN
(PWMP)**

ISBN : ISBN : 978-602-74595-0-2 ✓

PENGARAH

Kepala Badan Penyuluhan dan Pengembangan SDM Pertanian

Ir. Pending Dadih Permana, M.Ec.Dev

PENANGGUNG JAWAB

Kepala Pusat Pendidikan Pertanian

Drs. GunawanYulianto, MM, M.Si

PENYUSUN

- Penyusunan Ide Bisnis
 - Dr. Ir. Burhanuddin, MM
 - Nia Rosiana, SP, M.Si
- Kemitraan dan Networking
 - Dr. Ir. Kartika Ekasari, M.Si
 - Ir. Nuraeni, M.Si
- Penyusunan Business Plan
 - Ir. Idris Summase, M.Si
 - Dr. Moh. Ridwan, S.Pt, M.Si ✓

TIM REDAKSI

- Ketua : Dr. Ir. Siswoyo, MP
- Sekretaris : Dra. Siti Aminah Nurwahidah
- Anggota : 1. Dr. drh. Maya Purwanti, MS
2. Dr. Ir. Teddy Rachmat Muliady, MM
3. Dra. Rosari Hadi Armadiana, M.Pd
4. Fika Artharini, S.S

**BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM PERTANIAN
KEMENTERIAN PERTANIAN RI**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga Modul Penumbuhan Wirausahawan Muda Pertanian (PWMP) selesai tersusun. Seiring tersusunnya modul PWMP ini, diucapkan terima kasih kepada Tim Penyusun Modul dan semua pihak yang terkait.

Modul PWMP merupakan acuan pemberian materi pelaksanaan *Training of Master Trainer (TOMT)*, *Training of Trainer (TOT)* bagi para pembimbing kelompok PWMP, dan Bimbingan Terknis (Bimtek) bagi peserta. Dengan demikian, Modul PWMP merupakan komponen pendukung dalam rangka mewujudkan PWMP sebagai kegiatan Kementerian Pertanian yang dirancang untuk (1) penyadaran, penumbuhan, pemandirian, dan pengembangan minat, keterampilan dan jiwa kewirausahaan generasi muda di bidang pertanian, (2) mengembangkan peluang bisnis bagi lulusan sehingga mampu menjadi *job-creator* di sektor pertanian, dan (3) mendorong pertumbuhan dan perkembangan kapasitas lembaga penyelenggara pendidikan pertanian sebagai *center of agripreneur development* berbasis inovasi agribisnis.

Disadari bahwa Modul PWMP masih jauh dari kesempurnaan, namun semoga bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, Mei 2016

Kepala Pusat Pendidikan Pertanian,



Drs. Gunawan Yulianto, MM,M.Si

NIP. 19590703 198001 1 001

DAFTAR ISI

MODUL PENYUSUNAN IDE BISNIS

I.	Pendahuluan	1
	A. Deskripsi	1
	B. Waktu	1
	C. Prasyarat	1
	D. Petunjuk Penggunaan Modul	1
	E. Tujuan Akhir	2
	F. Standar Kompetensi	2
II.	Pembelajaran	3
	A. Pembelajaran 1	3
	B. Pembelajaran 2	10
III.	Evaluasi	13
	Daftar Pustaka	14
	Glosarium	15

MODUL KEMITRAAN DAN NETWORKING

I.	Pendahuluan	17
II.	Langkah Pembelajaran	17
III.	Pembelajaran	18
	A. Pembelajaran 1	18
	B. Pembelajaran 2	33
	C. Pembelajaran 3	39
	Daftar Pustaka	42

MODUL PENYUSUNAN BUSINESS PLAN

I.	Pendahuluan	43
	A. Deskripsi Singkat	43

B. Waktu	43
C. Prasyarat	43
D. Petunjuk Penggunaan Modul	43
E. Tujuan Akhir	44
F. Standar Kompetensi	45
II. Pembelajaran	46
A. Pembelajaran 1 Pengertian, Fungsi dan Isi BP	46
B. Pembelajaran 2 Aspek Pemasaran	48
C. Pembelajaran 3 Aspek Organisasi dan Manajemen	54
D. Pembelajaran 4 Aspek Teknis Produksi	57
E. Pembelajaran 5 Aspek Keuangan	65
F. Pembelajaran 6 Aspek Sosial dan Lingkungan	75
III. Evaluasi	77
Daftar Pustaka	78
Lampiran	79
Glossarium	81

MODUL PENYUSUNAN BUSINESS PLAN

I. PENDAHULUAN

A. Deskripsi Singkat

Modul merupakan panduan menyusun business plan (BP). BP berisi rencana keseluruhan dari operasi bisnis, fungsinya sebagai instrument panduan pelaksanaan, monitoring dan evaluasi oleh pengelola dan pihak yang berkepentingan dengan bisnis. BP memuat beberapa aspek dari bisnis, yaitu: aspek pemasaran, aspek produksi, aspek keuangan, aspek organisasi, aspek sumberdaya manusia (tenaga kerja), aspek social dan lingkungan. Modul ini menekankan pada kemampuan menyusun atau membuat suatu BP. Untuk penyusunan BP pada modul ini digunakan *Business Model Canvas* (BMC).

B. Waktu yang Dibutuhkan

Untuk menyampaikan materi dibutuhkan waktu minimal 3 kali tatap muka atau setara dengan 3x90 menit.

C. Prasyarat Mempelajari Modul

Modul disusun dengan asumsi peserta telah mempelajari, mengetahui, dan memahami, sejumlah materi yang telah disampaikan pada modul-modul awal, yaitu: pertanian modern, pengembangan karakter, pengembangan produk/jasa, keterampilan manajerial, dan keterampilan bisnis. (Lihat. Daftar Materi Bimtek).

D. Petunjuk penggunaan Modul

1. Langkah-Langkah Mempelajari modul.

Untuk mempermudah proses pembelajaran dan meningkatkan partisipasi peserta, dilakukan langkah-langkah setiap tatap muka (90 menit) sebagai berikut:

Langkah 1: Pengkondisian (10 menit)

- 1) Pada tahap ini, peserta melakukan persiapan-persiapan untuk me nyusun rencana bisnis;
- 2) Peserta menyiapkan formulir-formulir dan alat bantu yang diperlukan.

Langkah 2: Pengkajian Pokok Pembahasan (65 menit)

- 1) Peserta memahami: pengertian dan pentingnya BP, serta hal-hal yang termuat dalam suatu BP.

- 2) Peserta melakukan penyusunan BP dengan metode BMC
- 3) Fasilitator memberi kesempatan kepada peserta untuk menanyakan hal-hal yang kurang jelas, dan memberikan jawaban dan klarifikasi atas pertanyaan-pertanyaan peserta.
- 4) Fasilitator memberikan kesempatan sebanyak-banyaknya sehingga antar peserta juga terjadi diskusi dan interaksi yang baik.

Langkah 3: Rangkuman (15 menit):

- 1) Peserta diminta untuk mempresentasikan rencana bisnisnya dan mendapatkan masukan dari peserta lainnya dengan menggunakan Canvas
- 2) Fasilitator memastikan kompetensi yang diharapkan dalam sesi ini telah tercapai.

2. Sarana dan Prasarana Belajar

Komputer/laptop, Bahan tayang (slide ppt), Modul, lembar kerja, spidol, papan flipchart, LCD, kain tempel, metaplan, lembar penugasan

E. Tujuan Akhir

1. Kinerja (perilaku) yang diharapkan

Setelah mengikuti bimbingan teknis, peserta diharapkan mampu:

- a. Memahami pentingnya menyusun perencanaan usaha
- b. Menyusun perencanaan usaha
- c. Mengimplementasikan perencanaan usaha (simulasi)

2. Kriteria keberhasilan

Untuk mengetahui keberhasilan penyampaian materi modul, maka beberapa kriteria yang perlu menjadi perhatian:

- a. Pemahaman akan pentingnya menyusun perencanaan usaha dalam mengawali sebuah bisnis.
- b. Kemampuan menyusun business plan atau ide bisnis yang telah diidentifikasi dan dievaluasi dengan baik.
- c. Kemampuan untuk mengimplemantasi business plan yang telah dibuat.

3. Kondisi/ atau Variabel Keberhasilan

- Sebagaimana kinerja yang diharapkan dalam penyampaian modul, maka keberhasilan modul ditentukan oleh beberapa variabel penting yang meliputi:
 - a. Prasyarat untuk mengikuti materi ini dengan baik sebagaimana disampaikan pada (poin C) di atas harus dipenuhi dengan baik.
 - b. Penyajian materi modul tidak hanya bersifat teoritis tetapi dibarengi dengan praktek langsung menyusun business plan usaha yang akan dikembangkan.

F. Standar Kompetensi

Untuk mengetahui keberhasilan penyampaian materi dalam modul ini sesuai dengan tujuan akhir penyusunan modul, maka indikator kompetensinya adalah kemampuan peserta bimbingan teknis untuk menyusun business plan dari ide bisnis yang telah diidentifikasi dalam rangkaian kegiatan bimbingan teknis ini sebagaimana telah diuraikan pada modul-modul sebelumnya.

II. PEMBELAJARAN

A. PEMBELAJARAN 1 : PENGERTIAN, FUNGSI DAN ISI BP

1. Tujuan

Setelah mengikuti pembelajaran, peserta mampu memahami pengertian, fungsi dan Informasi dalam dokumen business plan (BP).

2. Pokok Bahasan dan Sub Pokok Bahasan

- a. Pengertian BP
- b. Fungsi BP
- c. Isi dokumen Bisnis.

3. Metode Pembelajaran

Pengantar Topik (Ceramah), Curah pendapat, diskusi kelompok (Penyimpulan).

4. Uraian Materi

4.1. Pengertian BP

Business plan BP adalah dokumen tertulis yang disiapkan oleh wirausaha yang menggambarkan semua unsur yang relevan baik internal maupun eksternal mengenai operasional perusahaan untuk memulai suatu usaha.

4.2. Fungsi BP

1. Panduan Bagi Peserta Program PWMP, dalam Rencana operasi bisnis
2. Jembatan antara ide dan kenyataan, serta memberikan gambaran yang jelas dari apa yang hendak dilakukan oleh sang wirausaha.
3. Bahan pertimbangan calon investor untuk mendapatkan bantuan dana.
4. Sebagai instrumen monitoring dan evaluasi oleh pengelola dan Pihak yang berkepentingan dengan Bisnis

4.3. Isi Dokumen Bisnis.

1. Latar Belakang Perusahaan : Data Perusahaan, Biodata Pemilik/ Pengurus, Struktur Organisasi, Konsultan Pendamping (Jika Ada), Susunan Pemilik / Pemegang Saham.

2. Analisis Pasar dan Pemasaran: Produk/Jasa Yang Dihasilkan, Gambaran Pasar, Target atau Segmen yang Dituju, Trend Perkembangan Pasar, Proyeksi Penjualan, Strategi Pemasaran, Analisis Pesaing, dan Saluran Distribusi.
3. Analisis Produksi: Proses Produksi, Bahan Baku dan Penggunaannya, Kapasitas Produksi, Rencana Pengembangan Produksi.
4. Analisa Sumberdaya Manusia (SDM): Analisa Kompetensi SDM, Analisa Kebutuhan dan Pengembangan SDM, Rencana Kebutuhan Pengembangan SDM.
5. Rencana Pengembangan Usaha: Rencana Pengembangan Usaha, Tahap-Tahap Pengembangan Usaha.
6. Lampiran-Lampiran : Analisis Lingkungan Bisnis (SWOT ANALISIS), Bisnis Model Canvas/BMC, Kelengkapan Perijinan, Peta Lokasi, Foto Produk, Dokumentasi Produksi.

5. Rangkuman

Business plan/BP adalah dokumen yang menggambarkan semua unsur terkait operasional perusahaan; Fungsi BP: Panduan dalam Rencana operasi bisnis, Jembatan antara ide dan kenyataan, serta memberikan gambaran yang jelas dari apa yang hendak dilakukan oleh sang wirausaha, pertimbangan calon investor untuk bantuan dana, sebagai instrumen monitoring dan evaluasi oleh pengelola dan pihak yang berkepentingan dengan bisnis; Informasi dalam BP, yaitu Latar Belakang Perusahaan, Analisis Pasar dan Pemasaran, Analisis Produksi, Analisa Sumberdaya Manusia (SDM), Rencana Pengembangan Usaha, Lampiran-Lampiran.

6. Lembaran Kerja

- 1) Peserta menjelaskan pengertian dari BP yang bersifat terapan
- 2) Peserta menjelaskan fungsi dari BP yang disusunnya.
- 3) Peserta menguraikan hal-hal yang termuat dalam BP yang disusunnya.

B. PEMBELAJARAN 2 : ASPEK PEMASARAN

1. Tujuan

Setelah mengikuti pembelajaran, peserta mampu memahami dan menyusun aspek-aspek pemasaran yang harus tergambar dalam sebuah dokumen business plan.

2. Pokok Bahasan dan Sub Pokok Bahasan

- a. Gambaran umum pasar (STP)
- b. Permintaan dan Penawaran
- c. Rencana penjualan dan Pangsa Pasar
- d. Strategi Pemasaran Perusahaan dan Pesaing

3. Metode Pembelajaran

Curah pendapat, ceramah, penugasan, diskusi kelompok.

4. Uraian Materi

4.1 Gambaran Umum Pasar (STP)

Segmentasi Pasar merupakan gambaran umum dari konsumen usaha kita berdasarkan segmen yang ada.

Target Pasar merupakan sasaran khusus bagi konsumen potensial usaha kita, berdasarkan satu atau beberapa segmen yang ada.

Positioning adalah bagaimana kita menempatkan usaha kita diantara pesaing usaha yang sejenis.

4.2 Permintaan

- Perkiraan jumlah permintaan konsumen terhadap produk.
- Proyeksikan permintaan konsumen dalam beberapa periode/ tahun mendatang seperti kenaikan x % per tahun sesuai kenaikan jumlah penduduk

Tahun	Perkiraan Permintaan (dalam Unit)

4.3. Penawaran

- Penawaran dari produk pesaing sejenis di pasar

Nama Pesaing	Kapasitas Produksi / Tahun (dalam Unit)
--------------	-----------------------------------------

- Proyeksi penawaran dalam beberapa periode / tahun mendatang. Proyeksi penawaran disesuaikan dengan permintaan seperti kenaikan x % per tahun sesuai pertumbuhan ekonomi.

Tahun	Perkiraan Penawaran (dalam Unit)
-------	----------------------------------

4.4. Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar

Rencana Penjualan adalah rencana produk yang akan dijual dalam waktu 1 tahun disesuaikan dengan kondisi permintaan dan penawaran.

Pangsa Pasar adalah bagian dari penjualan produk kita dibandingkan dengan penjualan total produk sejenis dalam industri

Tahun	Permintaan (A)	Penawaran (B)	Peluang (C = A - B)	Rencana Penjualan (D)	Pangsa Pasar (E = D x 100% / C)
-------	----------------	---------------	---------------------	-----------------------	---------------------------------

1) Strategi Pemasaran Perusahaan dan Pesaing

Strategi Pemasaran Perusahaan dilakukan berdasarkan analisa 4P+3P (lihat uraian modul Strategi Pemasaran Marketing Mix (7P)) dengan alat analisis SWOT menurut Kotler yang terdiri atas :

a. Product

Strategi mengenai bagaimana produk usaha kita dapat menarik hati konsumen untuk membelinya. Produk usaha kita dapat dibedakan berdasarkan mutu / kualitas, ukuran, desain, kemasan, dan kegunaan lebih dibandingkan pesaing.

b. Price

Strategi mengenai bagaimana produk kita lebih menarik konsumen dari segi harga dibandingkan pesaing. Umumnya konsumen lebih tertarik kepada produk dengan harga yang lebih murah. Selainnya itu dari segi harga, kita dapat membedakan produk kita berdasarkan harga satuan dan harga grosir, syarat pembayaran, diskon/potongan harga,

c. Promotion

Strategi mengenai bagaimana produk kita dapat dikenal oleh konsumen melalui beberapa cara :

- Advertising (Iklan)

Beriklan dapat dilakukan melalui media berikut :

1. Media Cetak : Brosur, spanduk, poster, iklan majalah/ koran.
2. Media TV dan Radio : Iklan TV, Jingle Iklan Radio

- Sales Promotion

Promosi melalui acara / pameran yang digelar di tempat keramaian dimana konsumen produk berada dan juga dilakukan penjualan ditempat.

- Personal Selling

Promosi melalui penjualan langsung ke tempat konsumen berada dengan menawarkan dan mencoba produk langsung.

- Public Relation

Cara promosi ini cenderung untuk membuat image perusahaan baik dimata konsumen bukan mempromosikan produk secara langsung. Umumnya dilakukan oleh perusahaan besar.

d. Placement

Merupakan cara untuk mendistribusikan produk kita untuk sampai ke tangan konsumen. Sistem distribusi yang dilakukan dapat secara langsung ke konsumen atau melalui pedagang perantara seperti wholesaler (pedagang besar) atau retailer (pedagang kecil).

e. People

Merupakan kriteria sumber daya manusia secara umum yang dapat meningkatkan penjualan produk ke konsumen secara langsung ataupun tidak langsung.

f. Process

Proses yang ditampilkan kepada konsumen agar konsumen tertarik untuk membeli. Proses yang dapat ditampilkan seperti proses produksi yang baik ataupun proses pelayanan terhadap konsumen.

e. Physical Evidence

Penampilan fisik dari fasilitas pendukung atau sarana dalam menjual produk yang dapat dilihat langsung oleh konsumen. Seperti tempat yang menarik dan bersih untuk restoran.

4.5. Rangkuman

Aspek pemasaran dalam modul ini menggambarkan bagaimana kajian pemasaran dalam membuat sebuah business plan yang meliputi kajian mengenai gambaran umum pasar yang terdiri dari segmen pasar yang merupakan gambaran umum dari konsumen usaha kita berdasarkan segmen yang ada, serta target pasar yang merupakan sasaran khusus bagi konsumen potensial usaha kita berdasarkan satu atau beberapa segmen yang ada, serta positioning yang merupakan kajian bagaimana menempatkan usaha kita diantara pesaing usaha yang sejenis, kajian potensi permintaan dan pemasaran, rencana penjualan dan pangsa pasar serta kajian strategi pemasaran perusahaan dan pesaing berdasarkan analisa 4P+3P (lihat uraian modul Strategi Pemasaran Marketing Mix (7P)) dengan alat analisis SWOT

5. Lembar Kerja Praktik :

Analisis Pasar Dan Pemasaran

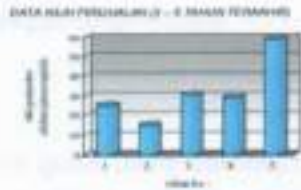
1) Produk/Jasa yang dihasilkan

Sebutkan jenis produk/ jasa yang dihasilkan satu per satu, berikut karakteristik produk serta komponen / assesoris yang memberikan nilai tambah pada produk dan sisipkan juga foto-foto produk

2) Keunggulan Produk

1.
2.
3.

3) Gambaran Pasar



Jelaskan kalau terjadi penurunan dan kenaikan yang drastis:

.....

.....

4) Kegiatan Promosi

Kegiatan Promosi yang sudah dilakukan

1. *Personil Selling* (Uraian Jenis Kegiatan yang Pernah dilakukan dan hasilnya)
.....
2. *Pemeran* (Uraian Jenis Kegiatan yang Pernah dilakukan dan hasilnya)
.....
3. *Brosur* (Uraian Jenis Kegiatan yang Pernah dilakukan dan hasilnya)
.....
4. *Advertesing/Iklan* (Uraian Jenis Kegiatan yang Pernah dilakukan dan hasilnya)
.....

5) Target atau Segmen Pasar yang Dituju

Gambaran Karakteristik Pembeli dan Pengguna (Jelaskan apakah pembeli industry atau individu, serta sebutkan juga karakteristik pembeli misalnya: Jenis Kelamin, umur, daya beli, kelas social, atau hal-hal yang khas

6) Trend Perkembangan Pasar

Perkiraan jumlah dan nilai rata-rata permintaan produk pertahun:

.....

7) **Proyeksi Penjualan**



Jelaskan tentang nilai proyeksi ilustrasi grafik disamping:

.....

8) **Strategi Pemasaran**

1. Pengembang Produk (Urutkan jenis kegiatan yang akan dilakukan dan tujuan yang ingindicapai).....

2. Pengembang Wilayah Pemasaran (Urutkan jenis kegiatan yang akan dilakukan dan tujuan yang ingin dicapai)

3. Kegiatan Promosi (urutkan jenis kegiatan yang akan dilakukan dan tujuan yang ingin dicapai)

4. Strategi Penetapan Harga (Urutkan jenis kegiatan yang akan dilakukan dan tujuan yang ingin dicapai)

9) **Analisi Pesaing**

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
1.	1.	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.

10) **Saluran Distribusi**

Wilayah pemasaran dan jalur distribusi saat ini:

a) **Wilayah Pemasaran**

- Lokal.....{000}%
- Regional.....{000}%
- Nasional.....{000}%
- Ekspor.....{000}%

b) **Jalur Distribusi**

Individu	Industri	Distributor
Pemerintah	Retailer	Eksportir
Lain-lain		

c) Alamat *Showroom / Counter* Penjualan (Milik Perusahaan)

- | |
|----------------|
| 1.
2.
3. |
|----------------|

C. PEMBELAJARAN 3 : ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

Kompetensi dasar yang hendak dicapai:

1. Tujuan

Peserta mampu memahami dan menyusun uraian aspek-aspek organisasi dan manajemen yang harus tergambar dalam sebuah dokumen business plan.

2. Pokok Bahasan dan Sub Pokok Bahasan

- a. Aspek Organisasi
- b. Perijinan
- c. Pra operasi dan Jadwal Pelaksanaan
- d. Inventaris Kantor dan Supply kantor

3. Metode Pembelajaran

Curah pendapat, ceramah, penugasan, diskusi kelompok.

4. Uraian Materi

4.1 Aspek Organisasi

- Nama Perusahaan / Usaha
- Nama Pemilik / Pimpinan
- Alamat kantor dan tempat usaha
- Bentuk Badan Hukum (jika berbadan Hukum)
- Struktur Organisasi
- Jabatan, Jumlah staf, Uraian Tugas, dan Penggajian

Jabatan	Tugas	Jumlah (A)	Gaji/Bln (B)	Total (BxC)
Total Gaji / Bulan				

4.2 Perijinan

Perijinan yang perlu disiapkan sebelum usaha dimulai dan disertai dengan biaya pengurusannya. Apabila usaha kita tidak berbentuk badan hukum maka perijinan tidak kompleks tetapi hanya perlu perijinan dari wilayah sekitarnya (paling tidak sampai ijin kecamatan /kelurahan) disertai keterangan dari pihak RT/RW dimana usaha kita berada. Sedangkan bila usaha kita akan berbentuk badan hukum maka perijinan yang diperlukan adalah: ijin prinsip (dari instansi terkait), SITU (Surat Ijin Tempat Usaha), TDP (Tanda Daftar Perusahaan), Akta Pendirian Perusahaan, dll.

4.3 Kegiatan Pra Operasi dan Jadwal Pelaksanaan

Kegiatan sebelum usaha dimulai disertai dengan jadwal pelaksanaan yang diatur berdasarkan periode tertentu (mingguan atau bulanan).

1). Jadwal Pelaksanaan

KEGIATAN	JADWAL PELAKSANAAN (Dalam Mingguan)			
	1	2	3	4

2). Inventaris Kantor dan Supply Kantor

- Inventaris kantor barang yang umur produknya lebih dari 1 tahun.

Inventaris / Perangkat Kerja	Merk	Jumlah unit	Harga	Jumlah harga
Total Inventaris Kantor				

- Supply Kantor merupakan biaya untuk menunjang kegiatan administrasi seperti ATK Alat Tulis Kantor (umur ekonomis 1 tahun atau kurang)

Jenis Biaya Supply Kantor	Total Biaya per Tahun
Total Supply Kantor	

5. Rangkuman

Aspek organisasi dan manajemen dalam modul ini menggambarkan bagaimana kajian organisasi dan manajemen dalam membuat sebuah business plan yang meliputi kajian mengenai perijinan usaha yang dibutuhkan untuk mendukung legalitas usaha yang akan dikembangkan, struktur organisasi serta analisis kebutuhan dan pengembangan sumber daya manusia, penjabaran aktifitas pra operasi dan jadwal pelaksanaan, kebutuhan inventaris kantor dan supply kantor yang mendukung kegiatan produksi usaha yang akan dijalankan.

6. Lembar Kerja Praktik

Analisis Kebutuhan dan Pengembangan SDM

1. Struktur Organisasi

Gambaran Struktur Organisasi usaha anda dari level manajerial sampai level operasional, berdasarkan bentuk struktur yang Saudara pilih, disesuaikan dengan karakteristik Usaha Anda.

.....

2. Analisis Kompetensi SDM

Jabatan	Tingkat Pendidikan	Pengalaman	Keterampilan khusus
Jabatan/fungsi yang dibutuhkan, misalnya; Kepala Produksi			

3. Rencana Kebutuhan Pengembangan SDM

Jabatan	Jumlah Kebutuhan	Tenaga tersedia	Tenaga Direkrut
Jabatan/fungsi yang dibutuhkan, misalnya; Kepala Produksi			

D. PEMBELAJARAN 4 : ASPEK TEKNIS PRODUKSI

Kompetensi dasar yang hendak dicapai:

1. Tujuan

Setelah mengikuti modul ini peserta mampu memahami dan menyusun uraian aspek teknis produks yang harus tergambar dalam sebuah dokumen business plan.

2. Pokok Bahasan dan Sub Pokok Bahasan

- a. Pemilihan Lokasi
- b. Asumsi dan Koefisien Teknis
- c. Dinamika Populasi
- d. Produk
- e. Proses Produksi
- f. Kapasitas Produksi
- g. Perkandangan dan Bangunan Pendukung
- h. Sarana Penunjang
- i. Mesin dan Peralatan
- j. Bahan Baku dan Bahan Pembantu
- k. Tenaga Produksi
- l. Biaya Umum Usaha/Pabrik

3. Metode Pembelajaran

Curah pendapat, ceramah, penugasan, diskusi kelompok.

4. Uraian Materi

4.1 Pemilihan Lokasi

Uraikan lokasi tempat usaha yang akan di buat secara jelas, kemukakan alasan-alasan strategis sehingga memilih lokasi tersebut, termasuk akses jalan dan menuju ke lokasi, serta sarana dan prasarana pendukung lainnya.

4.2 Asumsi dan Koefisien Teknis

Uraikan dengan jelas asumsi asumsi teknis yang digunakan dalam analisis rencana usaha ini, untuk lebih jelasnya dapat diuraikan dalam bentuk tabel contoh sebagai berikut:

- **Koefisien Teknis**

Uraian	Koefisien	Satuan

- **Asumsi-Asumsi**

No	Asumsi harga	Jumlah	Satuan	Harga	Satuan

4.3. Dimanika Produksi

Uraikan dengan jelas dinamika perkembangan produksi berdasarkan variabel waktu yang dijadikan dasar perhitungan misalnya dari tahun ke tahun atau bulan ke bulan.

Uraian	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015

4.4. Produk

Perencanaan yang perlu dilakukan menyangkut produk (output), terutama pada usaha manufaktur dan industri pengolahan adalah:

- 1) Dimensi Produk

Dimensi produk berkenaan dengan sifat dan ciri-ciri produk yang meliputi bentuk, ukuran, warna serta fungsinya.

2) Nilai/Manfaat Produk

Manfaat yang dapat ditawarkan oleh produk dapat dibagi dalam 5 tingkatan, yaitu:

- a) Manfaat inti (*core benefit*): adalah manfaat yang diberikan untuk pemenuhan terhadap kebutuhan utama konsumen, misalnya kebutuhan berbicara jarak jauh.
- b) Manfaat dasar (*basic benefit*): adalah manfaat dasar yang diberikan untuk memecahkan masalah kebutuhan utama, misalnya telepon.
- c) Manfaat yang diharapkan (*expected benefit*): adalah manfaat yang diharapkan lebih dari sekedar pemenuhan kebutuhan dasar, misalnya telepon yang dapat dibawa-bawa (HP).
- d) Manfaat di atas harapan (*augmented benefit*): adalah manfaat yang dapat diberikan lebih dari yang diharapkan oleh konsumen, misalnya HP yang dapat digunakan untuk SMS.
- e) Manfaat potensial (*potential benefit*): adalah semua manfaat yang mungkin dapat diberikan lebih dari sekedar augmented benefit, misalnya HP yang dapat digunakan sebagai lampu senter, kamera, video recorder, video calling, fax, internet, dsb.

3) Kegunaan/Fungsi Produk

- a) **Produk konsumsi**, yaitu produk yang dibeli dan digunakan oleh konsumen akhir (pemakai akhir); meliputi:
 - *Convenience goods*, yaitu produk yang dibutuhkan sehari-hari dan mudah didapat, misalnya beras, gula, teh, dll.
 - *Shopping goods*, yaitu produk-produk yang dibedakan oleh konsumen berdasarkan kualitas, harga, tren, dan gaya. Contohnya adalah baju, telepon seluler, mobil, dsb.
 - *Specialty goods*, yaitu produk yang mempunyai karakteristik unik dan mempunyai merek yang sudah terkenal; misalnya mobil mewah, jam tangan mewah, dsb.
 - *Unsought goods*, adalah produk yang kurang dikenal atau dike-tahui umum tetapi kurang diminati, misalnya asuransi
- b) **Produk industri**, yaitu produk yang biasa dibeli oleh pelaku usaha produksi lainnya. Biasa dikenal dalam B to B (*business to business*). Dapat dibagi dalam 3 golongan, yaitu:
 - Bahan baku dan suku cadang: merupakan bahan mentah yang akan diproses lebih lanjut.

- Barang modal: yaitu barang-barang yang berumur lebih dari 1 tahun dan tidak untuk dijual belikan.
- Perlengkapan dan jasa bisnis, yaitu produk tidak tahan lama yang membantu operasional perusahaan.

4.5 Proses Produksi

Perencanaan proses produksi pada dasarnya menjelaskan tahapan-tahapan proses yang diperlukan untuk menghasilkan produk atau output yang dimaksud. Bentuk proses biasa digambarkan dalam lembaran skema atau diagram alur yang disertai dengan keterangan deskriptif.

4.6. Kapasitas Produksi

Perencanaan kapasitas produksi dilakukan untuk semua mesin, peralatan, dan faktor produksi lainnya sesuai dengan rencana jumlah produk akhir yang akan dihasilkan. Dengan sendirinya, kapasitas produksi sampai dengan tingkatan yang rinci semuanya akan mengacu pada hasil dari perhitungan peluang pasar atas produk yang bersangkutan. Kapasitas produksi biasa dinyatakan dalam unit per periode waktu tertentu (tahun, bulan, minggu, hari, atau jam). Untuk perencanaan strategis, proyeksi kapasitas dilakukan dalam jangka minimal 3 tahun ke depan, sesuai dengan rencana produksinya.

Tahun	Rencana produksi (dalam unit)

4.7. Bangunan Produksi dan Bangunan Pendukung

Perencanaan tanah dan bangunan berkaitan dengan lokasi untuk kantor, tempat usaha, pabrik, gudang, tempat parkir, dll. Untuk keperluan perhitungan kelayakan finansial usaha, maka perlu diperhitungkan ukuran, harga beli atau sewanya.

4.8. Pemasangan Sarana Penunjang

Instalasi sarana penunjang berkaitan dengan tata letak (layout) yang termasuk dalam anggaran investasi. Pemasangan sarana penunjang ini meliputi listrik, air, telepon, internet, dan lain-lain.

a). Sistem Harian:

Jenis Kegiatan	Tarif/Upah per hari	Jumlah Tenaga Kerja	Jumlah Hari Kerja/Tahun	Jumlah (Rp.)
----------------	---------------------	---------------------	-------------------------	--------------

Total Upah Tenaga Produksi Sistem Harian

b). Sistem Borongan

Jenis Kegiatan	Tarif/Unit	Jumlah Produksi/Tahun	Jumlah Harga Beli
----------------	------------	-----------------------	-------------------

Total Upah Tenaga Produksi Sistem Borongan:

4.12. Biaya Umum Usaha/Pabrik

Sebagai komponen biaya modal kerja yang terakhir, perlu juga direncanakan biaya-biaya penunjang (sarana dan prasarana), misalnya sebagai berikut:

Jenis Biaya Umum Usaha/Pabrik	Jumlah Biaya/Tahun
-------------------------------	--------------------

Total Biaya Umum Usaha/Pabrik per thn:

5. Rangkuman

Aspek teknis produksi dalam modul ini menggambarkan bagaimana kajian teknis produksi dalam membuat sebuah business plan yang meliputi kajian mengenai bagaimana pemilihan lokasi usaha berdasarkan beberapa kajian yang ada, asumsi dan koefisien teknis produksi, uraian gambaran produk yang akan dikembangkan, proses produksi beserta diagram alirnya disertai alasan pemilihannya, kapasitas produksi dan potensi pengembangannya, bangunan pabrik, mesin dan peralatan produksi, kebutuhan bahan baku dan bahan pembantu, kebutuhan tenaga produksi serta biaya biaya umum usaha/pabrik untuk mendukung aktifitas usaha yang akan dikembangkan.

6. Lembar Kerja Praktik

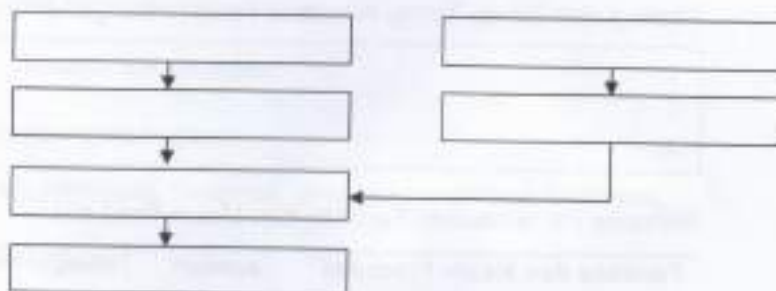
• Analisis Aspek Produksi

1) Proses Produksi

(Sisipkan Foto-Foto Proses Produksi, Teknologi dll.)

Proses Produksi	Bahan Baku	Teknologi	Mesin
		Otomatis	
		Tradisional	

2) Diagram alir Produksi



3). Keunggulan Proses yang Dimiliki

1. 2. 3.

4). Bahan Baku Dan Penggunaannya

Bahan Baku	Kebutuhan (rata-rata/bln)	Sumber
Bahan Baku Utama:		
1		
2		
Bahan Penolong:		

5). **Kapasitas Penggunaannya**

Fasilitas dan mesin produksi yang dimiliki

Fasilitas dan Mesin Produksi ^{*)}	Jumlah	Total Nilai
<hr/>		
<hr/>		
Total		

*) tanah, bangunan, mesin dan peralatan produksi

6). **Rencana Pengembangan Produksi**

Strategi dan Tahap-Tahap Rencana Pengembangan Produksi

1.
2.
3.

Rencana Penambahan Fasilitas dan Mesin Produksi

Fasilitas dan Mesin Produksi ^{*)}	Jumlah	Harga Satuan	Nilai
<hr/>			
<hr/>			
Total			

*) tanah, bangunan, mesin dan peralatan produksi

Target Kapasitas Produksi

Rata-Rata Perbulan *)

--

*) setelah penambahan mesin dan peralatan

E. PEMBELAJARAN 5 : ASPEK KEUANGAN

Kompetensi dasar yang hendak dicapai:

1. Tujuan

Setelah mengikuti modul ini peserta mampu memahami dan menyusun uraian aspek keuangan yang harus tergambar dalam sebuah dokumen business plan.

2. Pokok Bahasan dan Sub Pokok Bahasan

- a. Strategi Sumber Pendanaan Usaha
- b. Proyeksi Keuangan
- c. Analisis Kelayakan Usaha
- d. Analisis Keuntungan

3. Metode Pembelajaran

Curah pendapat, ceramah, penugasan, diskusi kelompok.

4. Uraian Materi

4.1 Strategi Sumber Pendanaan Usaha

Salah satu komponen yang mendukung pembangunan nasional adalah tersedianya lembaga intermediasi yang mempunyai fungsi menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya. Lembaga intermediasi yang ada dibedakan dalam 3 kategori yakni :

- a. Berbentuk Bank tunduk pada Undang-Undang Pokok Perbankan
- b. Berbentuk Koperasi Simpan Pinjam tunduk pada Undang-Undang Koperasi
- c. Lembaga Keuangan Mikro yang belum diatur undang-undang

Lembaga keuangan mikro yang membantu mengembangkan iklim wirausaha di Indonesia diatur dalam Surat Edaran Menteri Keuangan No. SE-31/MK/2000 tanggal 5 Mei 2000 tentang Pelaksanaan Program PUKK. Dalam hal ini Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi mengacu kepada Surat Keputusan Menteri Keuangan No.316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994 yang menggantikan Surat Keputusan Menteri BUMN/Kepala Badan Pembina BUMN No. Kep.216/M-PBUMN/1999 tanggal 28 September 1999.

Sumber pendanaan dari Program Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi (PUKK) berasal dari penyisihan laba BUMN termasuk saldo dana Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi (PUKK) tahun-tahun sebelumnya yang merupakan sumber pendanaan utama dalam merealisasikan terwujudnya pemerataan kehidupan perekonomian masyarakat melalui kemitraan dengan para pengusaha kecil dan koperasi serta lingkungan masyarakat sekitarnya.

4.2 Proyeksi Keuangan

Aspek finansial dari proposal bisnis harus dapat memperlihatkan potensi dana yang dimiliki, kebutuhan dana eksternal, perhitungan kelayakan usaha, termasuk di dalamnya 3 perfoema laporan keuangan: neraca, rugi-laba, dan cash flow. Secara ringkas, dapat diberikan format sederhana perhitungan kelayakan usaha secara finansial sebagai berikut:

a) Sumber Pendanaan

Uraian	Persentase (%)		Jumlah (c = a + b)
	(a)	(b)	
1. Modal Sendiri			
2. Pinjaman			
Jumlah (1+2)			

b) Kebutuhan Pembiayaan/Modal Investasi

Uraian	Banyaknya	Harga/Unit	Jumlah
	(1)	(2)	(3 = 1 x 2)
a. Tanah			
b. Bangunan			
c. Mesin/Peralatan			
d.			
Jumlah			

c) Kebutuhan Pembiayaan/Modal Kerja

Uraian	Banyaknya	Harga/Unit	Jumlah
	(1)	(2)	(3 = 1 x 2)
a. Bahan Baku			
b. Persediaan Bahan			
c. Produk dlm proses			
d. Piutang			
e. Uang Kas			
Jumlah			

d) Analisa Biaya Tetap

Uraian	Banyaknya	Harga/Unit	Jumlah
	(1)	(3)	(3 = 1 x 2)
a. Gaji			
b. Penyusutan			
c. Bunga Pinjaman			
d. Biaya Pemasaran			
e. Biaya Lainnya			
Jumlah			

e) Analisa Biaya Tidak Tetap

Uraian	Banyaknya	Harga/Unit	Jumlah
	(1)	(2)	(3 = 1 x 2)
a. Upah			
b. Biaya Bahan			
Jumlah			

f) Proyeksi Aliran Kas Usaha

Uraian	Tahun				
	1	2	3	4	5
a. Sumber dana (<i>in flow</i>)					
b. Penggunaan dana (<i>out flow</i>)					
c. Arus kas bersih (<i>net flow = a - b</i>)					
d. Keadaan kas awal					
e. Keadaan kas akhir (<i>c + d</i>)					

4.3. Analisa Kelayakan Usaha

Analisis investasi digunakan untuk mengukur nilai uang atau tingkat pengembalian dari investasi yang ditanamkan dalam suatu usaha pada masa yang akan datang. Hal ini sangat penting dilakukan sebelum implementasi investasi yang sering mempertaruhkan dana yang sangat besar. Dengan melakukan berbagai macam simulasi tersebut, akan diketahui besarnya faktor-faktor resiko yang akan dihadapi, dan yang mempengaruhi layak atau tidaknya suatu rencana investasi. Beberapa metode analisa yang dapat dipergunakan adalah:

a). *Metode Non-Discounted Cash Flow*

Non-Discounted Cash Flow adalah metode pengukuran investasi dengan melihat kekuatan pengembalian modal tanpa mempertimbangkan nilai waktu terhadap uang (*time value of money*). Metode yang dipergunakan adalah Pay Back Period (PBP) Method, dengan formula umum sbb:

$$\text{Pay Back Period} = \frac{\text{Total Investasi}}{\text{Net Income} + \text{Depreciation}} \times 1 \text{ tahun}$$

Metode PBP merupakan alat ukur yang sangat sederhana, mudah dimengerti dan berfungsi sebagai tahapan paling awal bagi penilaian suatu investasi. Model ini umum digunakan untuk pemilihan alter-natif-alternatif usaha yang mempunyai resiko tinggi, karena modal yang telah ditanamkan harus segera dapat diterima kembali secepat mungkin. Kelemahan utama dari metode PBP ini adalah:

- Tidak dapat menganalisa penghasilan usaha setelah modal kembali.
- Tidak mempertimbangkan nilai waktu uang

b). *Metode Discounted Cash Flow*

Discounted Cash Flow adalah metode pengukuran investasi dengan melihat nilai waktu uang (*time value of money*) dalam menghitung tingkat pengembalian modal pada masa yang akan datang.

1. *Net Present Value (NPV)*

NPV didefinisikan sebagai selisih antara investasi sekarang dengan nilai sekarang (present value) dari proyeksi hasil-hasil bersih masa datang yang diharapkan. Dengan demikian, NPV dapat dirumuskan:

NPV = PV of Benefit – PV of Capital Cost atau karena $PV = (C / (1+i)^n)$, maka:

$$NPV = \sum \frac{C}{(1+i)^n} + \sum \frac{-C}{(1+i)^n}$$

di mana: i = bunga tiap periode
 N = periode (tahun, bulan)
 $-C$ = modal (capital)
 C = hasil bersih (*proceed*)

Kriteria yang dipergunakan dalam penilaian NPV adalah sbb:

- 1). Jika NPV = 0 (nol), maka hasil investasi (return) usaha akan sama dengan tingkat bunga yang dipakai dalam analisis, atau dengan kata lain usaha tidak untung maupun rugi (impas).
- 2). Jika NPV = - (negatif), maka investasi tersebut rugi atau hasilnya (return) di bawah tingkat bunga yang dipakai.
- 3). Jika NPV = + (positif), maka investasi tersebut menguntungkan atau hasilnya (return) melebihi tingkat bunga yang dipakai.

Kelemahan utama dari metode NPV ini adalah bahwa ia tidak menganalisis pemilihan alternatif usaha-usaha dengan jumlah investasi yang berbeda.

2. *Profitability Index (PI)*

Metode analisa PI sangat mirip dengan analisa NPV, karena kedua-anya menggunakan komponen perhitungan nilai-nilai sekarang (present value). Perbedaannya adalah bahwa satuan yang dipakai dalam NPV adalah nilai uang, sedangkan dalam PI adalah indeks. Rumus perhitungan PI adalah sebagai berikut:

$$\text{Profitability Index} = \frac{\text{PV of Benefit}}{\text{PV of Capital Cost}}$$

Kriteria penilaian investasi dengan menggunakan PI juga mirip dengan NPV, yaitu sebagai berikut:

- Jika $PI > 1$, maka investasi dikatakan layak
- Jika $PI < 1$, maka investasi dikatakan tidak layak
- Jika $PI = 1$, maka investasi dikatakan BEP

3. *Internal Rate of Return (IRR)*

Internal Rate of Return didefinisikan sebagai besarnya suku bunga yang menyamakan nilai sekarang (present value) dari investasi dengan hasil-hasil bersih yang diharapkan selama usaha berjalan. Patokan yang dipakai sebagai acuan baik tidaknya IRR biasanya adalah suku bunga pinjaman bank yang sedang berlaku, atau suku bunga deposito jika usaha tersebut dibiayai sendiri.

Perhitungan IRR secara manual cukup kompleks, karena harus menggunakan beberapa kali simulasi atau melakukan pola try and error. Namun demikian, untuk skenario dua nilai NPV yang telah diketahui sebelumnya, IRR dapat dirumuskan sebagai:

$$IRR = i_1 + (i_2 - i_1) \times \left[\frac{NPV_1}{(NPV_1 - NPV_2)} \times 100\% \right]$$

di mana:

NPV_1 harus di atas 0 ($NPV_1 > 0$)

NPV_2 harus di bawah 0 ($NPV_2 < 0$)

4.4. *Analisa Keuntungan*

Analisa keuntungan ditujukan terhadap rencana keuntungan (penetapan keuntungan) dengan menyesuaikan atau set-up harga dan volume penjualan yang dapat diserap oleh pasar dengan mempertimbangkan kebijaksanaan dari pesaing. Analisa keuntungan ini harus selalu dilakukan dalam atau dengan acuan periode tertentu.

1). *Break Even Point (BEP)*

Analisa BEP atau titik impas atau titik pulang pokok adalah suatu metode yang mempelajari hubungan antara biaya, keuntungan, dan volume penjualan/produksi. Analisa yang juga dikenal dengan istilah CPV (Cost-Profit-Volume) ini dilakukan untuk mengetahui tingkat keuntungan minimal yang harus dicapai, di mana pada tingkat tersebut perusahaan tidak mengalami keuntungan maupun kerugian.

Dalam analisa BEP, faktor-faktor biaya dibedakan menjadi:

- Biaya semi variabel, yaitu biaya yang akan ikut berubah jumlahnya dengan perubahan volume penjualan atau produksi, namun tidak secara proporsional. Biaya ini sebagian akan dibebankan pada pos biaya tetap, dan sebagian lagi akan dibebankan pada pos biaya variabel.
- Biaya variabel, adalah biaya yang akan ikut berubah secara proporsional dengan perubahan volume penjualan atau produksi.
- Biaya tetap, adalah biaya yang tidak akan ikut berubah dengan perubahan volume penjualan atau produksi.

Analisa BEP dihitung dengan formula sebagai berikut:

$$\text{BEP} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Hasil Penjualan} - \text{Biaya Variabel}} \times 100\%$$

atau dapat juga dituliskan sebagai:

$$\text{BEP} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \left| \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Hasil Penjualan}} \right|}$$

2). *Kontribusi Margin*

Kontribusi margin adalah selisih antara hasil penjualan dengan biaya variabel. Tujuan utama dari pengukuran kontribusi margin ini adalah analisa penentuan keuntungan maksimum atau kerugian minimum. Yang pertama perlu diketahui adalah rasio kontribusi margin, yaitu rasio antara

biaya variabel dengan hasil penjualan. Lebih jelasnya, dapat dilihat dari rumusan berikut:

$$\text{Rasio kontribusi margin} = 1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Hasil Penjualan}}$$

Dengan demikian, rumusan untuk menetapkan penjualan minimal dari keuntungan yang telah ditetapkan adalah sebagai berikut:

$$\text{Minimal Penjualan} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Hasil Penjualan}}}$$

5. Rangkuman

Aspek keuangan dalam modul ini menggambarkan bagaimana kajian keuangan dalam membuat sebuah business plan yang meliputi kajian mengenai strategi sumber pendanaan usaha, kebutuhan biaya produksi (biaya tetap dan biaya variabel) serta proyeksi keuangan, analisis kelayakan finansial usaha berdasarkan beberapa indikator kelayakan finansial baik yang bersifat *discounting* yang meliputi *Net present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Benefit Cost Ratio* (B/C ratio) dan *Profitabiliti Indeks* (PI) maupun yang *undiscounting* faktor diantaranya; analisis *Pay Back Period* (PBP), analisis keuntungan yang meliputi; *Break Even Point* (BEP) dan Kontribusi Margin yang keseluruhannya akan memberikan gambaran akan kelayakan usaha yang akan dikembangkan.

6. Lembar Kerja Praktik

Analisis Aspek Keuangan Usaha

a. Sumber Pendanaan

Uraian	Persentase (%)		Jumlah (c = a + b)
	(a)	(b)	
1. Modal Sendiri			
2. Pinjaman			
Jumlah (1+2)			

1. Kebutuhan Pembiayaan/Modal Investasi

Uraian	Banyaknya	Harga/Unit	Jumlah
	(1)	(2)	(3 = 1 x 2)
a.			
b.			
c.			
Jumlah			

2. Kebutuhan Pembiayaan/Modal Kerja

Uraian	Banyaknya	Harga/Unit	Jumlah
	(1)	(2)	(3 = 1 x 2)
a.			
b.			
c.			
Jumlah			

3. Analisa Biaya Tetap

Uraian	Banyaknya	Harga/Unit	Jumlah
	(1)	(3)	(3 = 1 x 2)
a.			
b.			
c.			
Jumlah			

4. Analisa Biaya Tidak Tetap

Uraian	Banyaknya	Harga/Unit	Jumlah
	(1)	(2)	(3 = 1 x 2)
a.			
b.			
Jumlah			

5. *Proyeksi Aliran Kas Usaha*

Uraian	Tahun				
	1	2	3	4	5
a. Sumber dana (<i>in flow</i>)					
b. Penggunaan dana (<i>out flow</i>)					
c. Arus kas bersih (<i>net flow = a - b</i>)					
d. Keadaan kas awal					
e. Keadaan kas akhir (<i>c + d</i>)					

F. PEMBELAJARAN 6 :ASPEK SOSIAL DAN LINGKUNGAN

Kompetensi dasar yang hendak dicapai:

1. Tujuan

Setelah mengikuti modul ini peserta mampu memahami dan menyusun uraian aspek sosial dan lingkungan dan manajemen yang harus tergambar dalam sebuah dokumen business plan.

2. Pokok Bahasan dan Sub Pokok Bahasan

- a. Pendugaan Dampak Lingkungan
- b. Strategi Mengatasi Dampak Lingkungan

3. Metode Pembelajaran

Curah pendapat, ceramah, penugasan, diskusi kelompok.

4. Uraian Materi

4.1 *Pendugaan Dampak Lingkungan*

Setiap aktifitas usaha yang dilaksanakan pasti akan menimbulkan dampak baik positif maupun negatif, uraikan dengan singkat dan jelas dampak-dampak sosial dan lingkungan yang mungkin timbul dari aktifitas usaha peternakan yang direncanakan tersebut.

4.2 *Strategi Mengatasi Dampak Lingkungan*

Uraikan dengan ringkas dan detail strategi-strategi yang akan dilakukan dalam rangka mengurangi dampak negatif yang ditimbulkan atas rencana usaha yang akan dikembangkan sebagaimana telah diuraikan pada bagian poin di atas. Demikian pula dengan strategi-strategi yang akan dikembangkan untuk memaksimalkan dampak positif yang dapat ditimbulkan dengan adanya aktifitas tersebut.

5. Rangkuman

Aspek sosial dan lingkungan dalam modul ini menggambarkan bagaimana kajian sosial dan lingkungan dalam membuat sebuah business plan yang meliputi kajian mengenai pendugaan dampak aktifitas produksi, pemasaran, serta dampak organisasi dan manajemen terhadap masyarakat dan lingkungan yang mungkin ditimbulkan, gambaran akan hal-hal yang

mungkin mengganggu investasi dan pengembalian pinjamansertagambaran alternative-alternative strategi/kegiatan yang dilakukan dalam mengantisipasi dan meminimalkan resiko dampak terhadap masyarakat dan lingkungan yang mungkin timbul karena adanya aktifitas usaha yang dikembangkan tersebut.

6. Lembar Kerja Praktik

Analisis Dampak Sosial dan Lingkungan

<p>1. Dampak terhadap masyarakat sekitar: (dampak pemasaran terhadap masyarakat) (dampak produksi terhadap masyarakat) (dampak organisasi dan manajemen terhadap masyarakat) (.....)</p>
<p>2. Dampak Terhadap Lingkungan: (dampak produksi dan teknologi terhadap lingkungan) (penanganan limbah yang dihasilkan oleh proses produksi) (.....)</p>
<p>3. Analisa Resiko Usaha: Gambaran hal-hal yang mungkin mengganggu investasi dan pengembalian pinjaman (.....)</p>
<p>4. Antisipasi Resiko Usaha: Gambaran strategi/kegiatan yang dilakukan dalam mengantisipasi dan meminimalkan resiko usaha (.....)</p>

III. EVALUASI

A. Tes Kognitif

Evaluasi yang dilakukan meliputi :

- a. Penjajagan awal melalui pre-test,
- b. Pemahaman pada materi yang telah diterima (post-test).

B. Tes Psikomotor

Evaluasi yang dilakukan meliputi: penilaian terhadap kemampuan yang telah didapat peserta melalui penugasan-penugasan dikelas dan penugasan akhir dalam bentuk penyusunan business plan sebuah ide usaha yang telah diidentifikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Prabhaswara. 2004. *Dasar Penyusunan Project Proposal*. Edisi kedua. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Buchari Alma. 2006. *Kewirausahaan*. Edisi kesepuluh. Bandung: Alfa beta.
- Dennis J. Casley dan Krisna Kumar. 1991. *Pemantauan dan Evaluasi Proyek Partanian* (terjemahan). Universitas Indonesia Press, Jakarta.
- Geoffrey G. Meredith dkk. 1996. *Kewirausahaan, Teori dan Praktek*. Edisi kelima. Jakarta: PT Pustaka Binaman Pressindo.
- Justin G. Longenecker dkk..2001.*Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: PT. Salemba Emban Patria.
- Rusman Hakim. 1998. *Kiat Sukses Berwiraswasta*. Edisi Kedua. Jakarta: PT Elex Media Media Komputindo.
- Soesarsono. 2003. *Memulai dan menggerakkan wirausaha*. Jurusan Teknologi Industri Pertanian. FATETA IPB. Bogor.
- Zulkarnain Jamin 1993. *Perencanaan Dan Analisa Proyek*. Edisi ketiga. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia. Jakarta.

