

PENGANTAR BISNIS

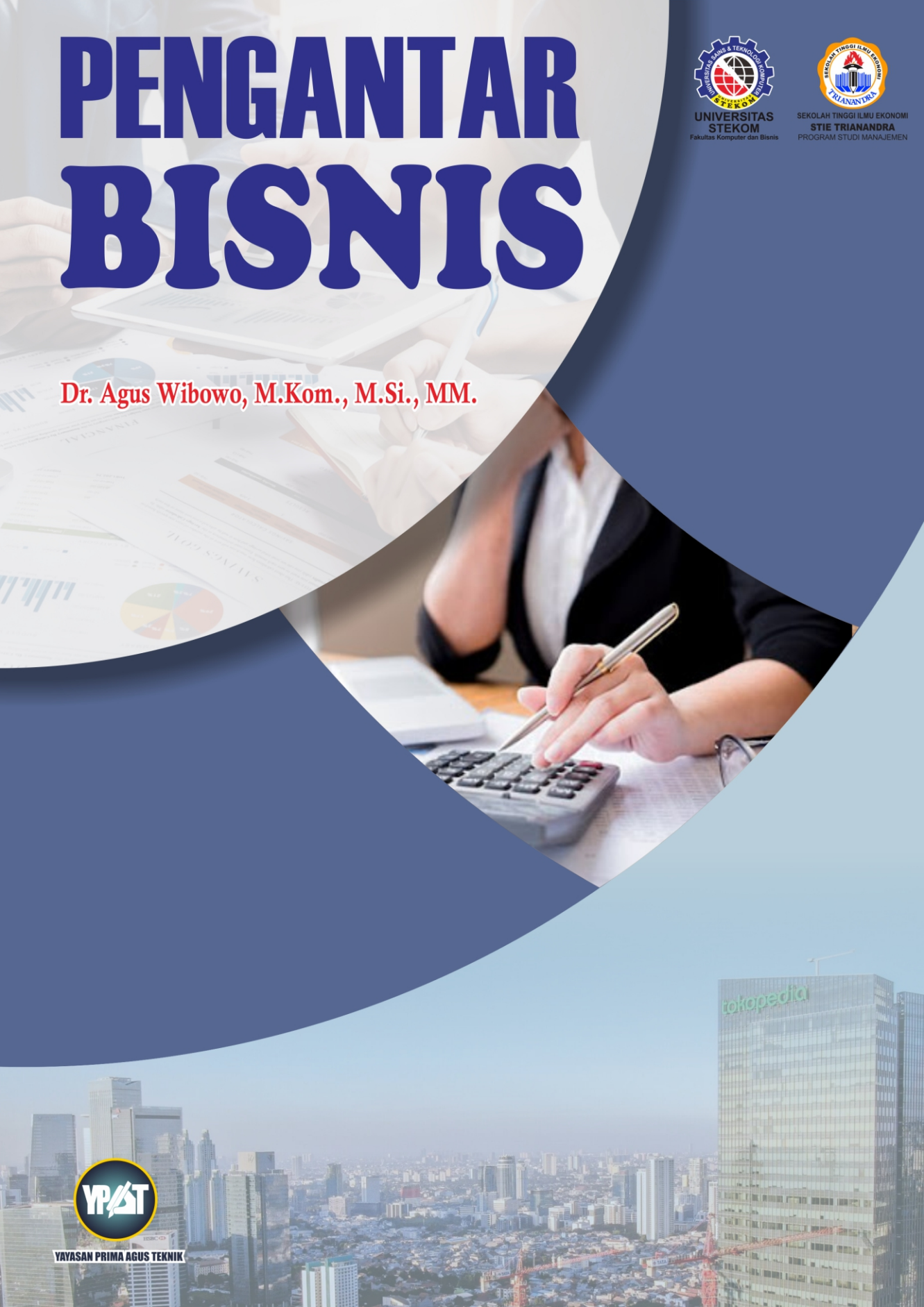
Dr. Agus Wibowo, M.Kom., M.Si., MM.



UNIVERSITAS
STEKOM
Fakultas Komputer dan Bisnis



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
STIE TRIANDORA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN



YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK



UNIVERSITAS
STEKOM

Fakultas Komputer dan Bisnis



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
STIE TRIANANDRA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PENGANTAR BISNIS

Dr. Agus Wibowo, M.Kom., M.Si., MM.

BIODATA PENULIS.

Penulis lahir di Jepara pada tanggal 28 Mei 1956, kemudian menamatkan studi Insinyur (Ir) pada program studi teknik elektro di Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga (1981), selanjutnya lulus Sarjana Teologi (S.Th) dari Sekolah Tinggi Teologi Abdiel, Ungaran (1992), Magister Manajemen (M.M) di Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga (2002), lulus Magister Saint (M.Si) Sosiologi Agama dari Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga (2002), juga lulus Magister Komputer (M.Kom) dari STTIBI, Jakarta (2003) dan kemudian lulus Doktor (Dr.) Ilmu ekonomi dari Universitas Diponegoro (UNDIP) Semarang (2010), dan lulus Doktor Teologi (Dr) dari Sekolah Tinggi Teologi Ekumene, Jakarta (2018).

Penulis adalah pendiri dari Sekolah Tinggi Elektronika dan Komputer (STEKOM) Semarang, yang berjiwa dinamis dan terus mengembangkan institusi yang dipimpinnya. Oleh sebab itu penulis suka dan mau belajar berbagai hal, sehingga memiliki bermacam-macam ketrampilan praktis di bidang *Technopreneur* yang terus dikembangkan hingga sampai saat ini. Sertifikat ketrampilan yang dimiliki ada beberapa bidang, antara lain Sertifikat jaringan komputer dari Cisco, Mikrotik, dan Sertifikat Program Aplikasi dari Microsoft, sertifikat dibidang *Auditing Sistem Informasi*, Sistem Informasi Perpajakan, dan Sistem Informasi Akuntansi, juga sertifikat Reviewer Penelitian dari Kemenristekdikti



YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK
Jl. Majapahit No. 605 Semarang
Telp. (024) 6723456. Fax. 024-6710144
Email : penerbit_ypat@stekom.ac.id

ISBN 978-623-94117-1-8



9 786239 411718

PENGANTAR BISNIS

Dr. Agus Wibowo, M.Kom., M.Si., MM.



YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK

PENGANTAR BISNIS

Penulis :

Dr. Agus Wibowo, M.Kom., M.Si., MM.

ISBN : 978-623-94117-1-8

Editor :

Wawan Susanto, S.Kom

Penyunting :

Mars Caroline Wibowo. S.T., M.Mm.Tech

Desain Sampul dan Tata Letak :

Irdha Yunianto

Penebit :

Yayasan Prima Agus Teknik

Redaksi :

Jl. Majapahit no 605 Semarang

Telp. (024) 6723456

Fax. 024-6710144

Email : penerbit_ypat@stekom.ac.id

Distributor Tunggal :

STEKOM Semarang

Jl. Majapahit no 605 Semarang

Telp. (024) 6723456

Fax. 024-6710144

Email : info@stekom.ac.id

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit

Kata Pengantar

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, bahwa buku Pengantar Bisnis ini telah selesai ditulis oleh penulis. Buku ini merupakan panduan praktis yang memperkenalkan kita pada konsep-konsep bisnis dan juga proses perencanaan usaha yang dibutuhkan untuk menjalankan dan memulai sebuah usaha bisnis baru.

Buku ini merupakan panduan praktis yang memperkenalkan kita pada konsep-konsep bisnis dan juga proses perencanaan usaha yang dibutuhkan untuk menjalankan dan memulai sebuah usaha bisnis baru.

Buku ini ditulis dengan santai dan menyenangkan sehingga mereka yang sebelumnya tidak memiliki pengalaman bisnis mudah memahami dan menerapkan ilmu yang mereka dapat dari buku ini. Selanjutnya, dengan fokus pada proses perencanaan bisnis, dengan harapan bahwa pembaca dapat dengan cepat menerapkan konsep-konsep tersebut ke kehidupan nyata

Semoga buku ini akan membantu pembaca memiliki karier bisnis yang cemerlang dan memuaskan.

Semarang, Juni 2020

Dr. Agus Wibowo. M.Kom. M.Si. MM

Penulis

Daftar Isi

Halaman Judul	i
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	v
Pendahuluan	9
Bab 1 Pengantar Bisnis	10
1.1 Konsep-Konsep Pengantar Bisnis	11
1.2 Apa itu Bisnis?	11
1.3 Kewirausahaan	17
1.4 Ekonomi Makro dan Ekonomi Mikro	18
1.5 Akuntansi dan Manajemen Keuangan	22
1.6 Pemasaran	25
1.7 Manajemen Sumber Daya Manusia	26
1.8 Lingkungan Hukum dalam Bisnis	26
1.8.1 Kepemilikan Tunggal	27
1.8.2 Perusahaan Perseroan Terbatas (Limited Liability Company / LLC)	28
1.8.3 PT (Perseroan Terbatas)	29
1.8.4 Koperasi	31
1.8.5 Korporasi	32
1.8.6 Korporasi S	33
1.8.7 Kemitraan	34
1.9 Bank dan Lembaga Perbankan	35
1.10 Sistem Informasi Bisnis	36
1.11 Lingkungan Bisnis Global	38
1.11.1 Pertanyaan untuk Diskusi	38
1.11.2 Penerapan Etika	39
1.11.3 Pengembangan Keterampilan Kepemimpinan	41
1.11.4 Panggung Global	44
Bab 2 Rencana Bisnis	45
2.1 Menentukan Potensi Laba	45
2.2 Menentukan Kelayakan Pasar	47

2.3	Menghimpun Pendanaan	48
2.4	Penyusunan Rencana Bisnis	51
2.5	Pengetahuan untuk Bertindak	53
2.5.1	Pertanyaan untuk Diskusi	53
2.5.2	Penerapan Etika	54
2.5.3	Membangun Keterampilan Kepemimpinan	59
2.5.4	Panggung Global	59
Bab 3	Konsep	60
3.1	Pengetahuan untuk Bertindak	64
3.1.1	Penyelidikan Kritis	65
3.1.2	Penerapan Etika	69
3.1.3	Pertanyaan Diskusi	69
3.2	Membangun Keterampilan Kepemimpinan	70
3.2.1	Panggung Global	70
Bab 4	Pemasaran	71
4.1	Produk	71
4.2	Harga	73
4.3	Tempat	74
4.4	Promosi	76
4.5	Pengetahuan untuk Bertindak	82
4.5.1	Pertanyaan untuk Diskusi	82
4.5.2	Penerapan Etika	83
4.5.3	Membangun Keterampilan Kepemimpinan	87
4.5.4	Panggung Global	88
Bab 5	Manajemen dan Operasi	89
5.1	Teori Manajemen	91
5.2	Aktivitas Harian Manajer	101
5.3	Kesimpulan	105
5.4	Pengetahuan untuk Bertindak	105
5.4.1	Pertanyaan untuk Diskusi	106
5.4.2	Penerapan Etika	106
5.4.3	Membangun Keterampilan Kepemimpinan	107
5.4.4	Panggung Global	107

Bab 6 Akuntansi dan Keuangan	108
6.1 Dasar-dasar Akuntansi	109
6.1 Cara Menggunakan Laporan	117
6.2 Laporan Laba Rugi	117
6.3 Neraca	119
6.4 Penganggaran	121
6.5 Akuntansi Manual vs Komputerisasi	123
6.6 Pajak Penggajian dan Penghasilan	15
6.7 Masalah di Tingkat Pusat	126
6.8 Masalah di Negara Bagian/Lokal	127
6.9.1 Pengetahuan untuk Bertindak	128
6.9.2 Penerapan Etika	132
6.9.3 Membangun Keterampilan Kepemimpinan	133
6.9.4 Panggung Global	134
Bab 7	
Penganggaran dan Analisa Break-even	135
7.1 Proses Penganggaran	136
7.2 Analisis Biaya Volume Laba (BVL)	135
7.2.1 Jenis-jenis Biaya	136
7.3 Breakeven	138
7.4 Manfaat Analisis Titik Impas	140
7.5 Anggaran Fleksibel	143
7.6 Pengetahuan untuk Bertindak	146
7.6.1 Pertanyaan untuk Diskusi	147
7.6.2 Penerapan Etika	147
7.6.3 Membangun Keterampilan Kepemimpinan	147
7.6.4 Panggung Global	148
Bab 8 Analisis Laporan Keuangan	149
8.1 Rasio Likuiditas	150
8.2 Rasio Leverage	155
8.3 Rasio Profitabilitas	158
8.4 Rasio Perputaran	160
8.5 Analisis Menyeluruh	161
8.5.1 Pertanyaan untuk Diskusi	162
8.5.2 Penerapan Etika	163

8.5.3	Membangun Keterampilan Kepemimpinan	164
8.5.3	Panggung Global	164
Bab 9	Menyatukan Semua Pelajaran	165
9.1	Rencana Menyeluruh	165
9.2	Konsep	166
9.3	Pemasaran	166
9.4	Manajemen	167
9.5	Akuntansi / Keuangan dan Penganggaran	167
9.6	Akuntansi / Keuangan dan Penganggaran	168
9.7	Apendiks dan Lampiran	169
9.8	Meninjau dan Mengedit	170
9.9	Pengajuan	170
9.10	Pengetahuan untuk Bertindak	171
	9.10.1 Pertanyaan untuk Diskusi	171
	9.10.2 Penerapan Etika	171
	9.10.3 Membangun Keterampilan Kepemimpinan	172
	9.10.4 Panggung Global	172
Bab 10	Kata Bijak dari Pendahulu	173
10.1	Charles Schoen, CPA.....	173
10.2	Keefe Duterte	175
10.3	Richard Coleman.....	177
10.4	Kesimpulan Akhir	179
Appendix A	181	
Appendix B:	181	
Contoh Rencana Bisnis	182	
Contoh Perjanjian Kerahasiaan	194	
Catatan Akhir	203	

Pendahuluan

Ada banyak orang memimpikan bila suatu hari nanti bisa menggapai mimpi menjadi seorang enterpreneur yang sukses. Akan tetapi pada kenyataannya, menjadi seorang pengusaha yang berhasil bukanlah sebuah pekerjaan yang mudah. Selain butuh mempersiapkan mental pejuang tidak dapat dipungkiri memiliki usaha sendiri harus juga memerlukan modal.

Tidak semua orang yang berkeinginan menjadi wiraswasta dianugerahi pula kemampuan finansial mapan. Biasanya bila sudah begini biasanya banyak orang yang mundur ketika harus berhadapan dengan yang namanya uang. Padahal jika mau berusaha, ada banyak hal yang bisa dilakukan untuk mendapat suntikan modal.

Sebagai seseorang yang akan memulai sebuah bisnis, apakah Anda sudah membuat rencana bisnis atau business plan?

Untuk memulai sebuah bisnis tentu membutuhkan perencanaan yang matang. Tanpa perencanaan, Anda tidak akan tahu ke mana arah bisnis karena menjalankannya tanpa tujuan yang jelas.

Rencana bisnis ibarat merupakan peta jalan bagi wirausahawan menuju pembangunan bisnis yang sukses dan menguntungkan. Setiap wirausahawan yang sudah membuka usaha atau akan meluncurkan suatu usaha, membutuhkan sebuah rencana bisnis yang dibuat dengan baik dan berdasarkan fakta untuk meningkatkan peluang keberhasilan usahanya.

Tujuan pembelajaran pada Bab Pengantar Bisnis ini adalah memahami tentang:

- ◆ Pengertian bisnis
- ◆ Perbedaan dan jenis jenis Bisnis
- ◆ Struktur hukum bisnis
- ◆ Dan Konsep pengantar dalam bisnis

Sama seperti kaidah ilmu lainnya, proses perencanaan bisnis merupakan sebuah karya seni dalam bidang ilmu pengetahuan. Meskipun ada beberapa bagian yang memang wajib dimiliki dalam sebuah perencanaan bisnis, bagaimana cara menyajikannya dan menambahinya dengan informasi kepada pembaca yang bisa memberikan manfaat yang bersifat subyektif dan mudah dipahami.

Selama proses perencanaan, penting diingat bahwa alasan tentang menulis sebuah perencanaan bisnis. Banyak calon pengusaha menulis rencana bisnis hanya untuk memperoleh kalkulasi pembiayaan. Meskipun pembiayaan tidak dapat dipungkiri, merupakan alasan penting untuk membuat sebuah perencanaan.

Harus dipahami bahwa perencanaan bisnis yang praktis dan baik merupakan senjata yang dapat digunakan untuk meningkatkan peluang kesuksesan masa depan. Selain itu, perencanaan bisnis yang baik akan berfungsi sebagai panduan dan pedoman saat mulai mengoperasikan dan menjalankan roda bisnis dan sebagai untuk mengukur kesuksesan atas kemajuan yang ada, dan juga menjadi dasar untuk perbandingan.

Buku ini adalah panduan praktis untuk perencanaan bisnis, tetapi ada beberapa konsep tertentu di seluruh buku ini yang ada lebih banyak untuk memperkenalkan kamu tentang bisnis daripada benar-benar digunakan dalam rencana bisnis. Tanpa mengurangi pentingnya konsep-konsep yang ada dalam buku maka buku ini harus dilihat sebagai perangkat tambahan untuk pembelajaran ilmu bisnis.

Ketika mempelajari seluruh teks ini, perlu diingat bahwa ini hanya pengantar untuk bisnis dan konsep-konsep yang ada dalam bisnis. Buku ini tidak membahas secara sangat mendalam konsep-konsep ini; sebaliknya, sadarilah masing-masing bab / konsep adalah pengantar yang akan dibahas secara mendalam di pembelajaran lebih lanjut.

1.1 Konsep-Konsep Pengantar Bisnis

Menjadi sesuatu yang mustahil dan mengada-ada meringkas semua konsep bisnis menjadi satu pemahaman pendek. Bisnis, seperti disiplin akademis lainnya, melibatkan berbagai mata pelajaran, dan masing-masing dapat dipelajari secara mendalam.

Pembahasan singkat tentang konsep-konsep yang biasanya tercakup dalam ilmu pembelajaran pengantar, tetapi pembelajaran dalam buku ini adalah mengumpulkan berbagai ringkasan menjadi sebuah ringkasan yang mudah dipahami.

1.2 Apa itu bisnis?

Definisi bisnis menurut buku teks / kamus. Kamus Miriam-Webster mendefinisikan bisnis sebagai, “Bisnis merupakan segala aktifitas pembuatan dan jual beli barang jasa kemudian ditukar dengan uang, kegiatan atau kerja merupakan suatu

pekerjaan dan jumlah kegiatan tersebut terselesaikan oleh sebuah perusahaan, pabrik ataupun toko."

Pengertian Bisnis menurut para tokoh:

Brown and Petrello (1976): *"Business is an institution which produces goods and services demanded by people". This means that business is an institution that produces goods and services needed by society. If the community needs increase, the agency also will increase business also developed to meet those needs, while getting a return.*

Bisnis merupakan suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang diperlukan masyarakat. Jika kebutuhan masyarakat meningkat, maka jumlah produksinya di tingkatkan agar memenuhi segala kebutuhan masyarakat sambil memperoleh laba.

Steinford (1979): *"Business is all those activities involved in providing the goods and services needed or desired by people". In this sense as a business activity which provides goods or services required or desired by consumers. Can be done by companies that have the organization a legal entity, the company that owns businesses, and individuals who do not have the legal entities and enterprises such as street vendors, shops that do not have Permit Place of Business (SITU) and Business License to Trade (SIUP) and other informal businesses.*

"Aktifitas dalam penyediaan barang dan jasa yang diperlukan konsumen." Dalam pengertian ini sebagai kegiatan bisnis yang menyediakan barang atau jasa yang dibutuhkan atau diinginkan oleh konsumen. Dapat dilakukan oleh perusahaan yang memiliki organisasi badan hukum, perusahaan yang memiliki bisnis, dan individu yang tidak memiliki badan hukum dan perusahaan seperti pedagang kaki lima, toko yang tidak memiliki Surat Izin

Tempat Usaha (SITU) dan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan bisnis informal lainnya.

Griffin and Ebert (1996): "*Business is all Reviews those activities Involved in providing the goods and services needed or desired by the people". In this sense as a business activity that provides goods or services required or desired by the consumer. Can be done by corporate organizations that have a legal entity, a company that has business entities, and individuals who do not have the legal entity or entities.*

“bisnis sebagai aktifitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen.” Dalam pengertian ini sebagai kegiatan bisnis yang menyediakan barang atau jasa yang dibutuhkan atau diinginkan oleh konsumen. Dapat dilakukan oleh organisasi perusahaan yang memiliki badan hukum, perusahaan yang memiliki badan usaha, dan individu yang tidak memiliki badan hukum atau entitas..

Allan Afuah (2004) : "*Business is the organized effort of individuals to produce and sell for a profit, the goods and services that satisfy needs societies. The general terms of business refer to all Reviews such Efforts within a society or within an industry. That business is an individual business activities organized to produce and sell goods and services in order to gain advantage in meeting the needs of the community and in the industry. People who seek money and time to take the risk in running a business called Entrepreneur.*"

Artinya bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan ada dalam industri. Orang yang mengusahakan uang dan waktunya dengan menanggung resiko dalam menjalankan kegiatan bisnis disebut Entrepreneur

Hughes and Kapoor: *"Business is the organized effort of individuals to produce and sell for a profit, the goods and services that societies satisfy needs. The general business terms refer to all such efforts within a society or within the industry". Meaning Business is an individual business activities organized to produce and sell goods and services in order to obtain an advantage in meeting the needs of society and there in the industry. People who seek money and time by taking risks in conducting business activities called Entrepreneur."* Sejalan dengan definisi tersebut, aktifitas bisnis melalui penyediaan barang dan jasa bertujuan untuk menghasilkan profit (laba). Suatu perusahaan dikatakan menghasilkan laba apabila total penerimaan pada suatu periode (Total Revenues) lebih besar dari total biaya (Total Costs) pada periode yang sama. Laba merupakan daya tarik utama untuk melakukan kegiatan bisnis, sehingga melalui laba pelaku bisnis dapat mengembangkan skala usahanya untuk meningkatkan laba yang lebih besar.

Secara umum dikatakan bahwa, "bisnis adalah organisasi pencari untung yang menyediakan barang atau jasa yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan pelanggan."

Meskipun pengertian ini benar secara teknis, dalam buku panduan praktis untuk bisnis ini; izinkan saya memberi penjelasan praktis tentang apa sebenarnya bisnis itu. Ini tidak sama dengan apa yang dibahas dalam hukum lingkungan bisnis, tetapi lebih merupakan persepsi dan niat, misalnya, apa yang di inginkan dari bisnis baru kita.

Ada empat kategori bisnis. Yang pertama adalah bisnis hobi. Bisnis sebagai sebuah hobi, seperti namanya yang tersirat, adalah bentuk usaha/bisnis di mana kita menikmati kerajinan atau kegiatan tertentu yang dapat dinikmati dalam kurun waktu

tertentu, dan dapat menghasilkan sedikit uang dengan menjual barang atau kegiatan ini. Biasanya jenis bisnis ini sangat kecil dan digunakan untuk menyalurkan menyenangkan hati dan berharap dapat menambah pendapatan harian. Salah satu contoh bisnis hobi adalah seseorang yang suka membuat barang kerajinan kayu kecil dan menjualnya ke teman, tetangga, atau bahkan sesekali menjualnya di pameran kerajinan.

Tidak ada yang salah dengan jenis bisnis ini. Sebenarnya banyak pensiunan yang bersenang-senang dengan bisnis hobi dan membantu mereka memiliki sedikit uang tabungan tambahan. Namun, ini bukanlah apa yang akan kita bahas dalam buku ini sebagai sebuah ilmu bisnis.

Jenis bisnis kedua adalah bisnis gaya hidup. Bisnis gaya hidup adalah bisnis di mana pemiliknya mendapatkan penghasilan atau upah yang biasanya bisa didapatkan dengan bekerja pada orang lain. Namun, tujuan dari bisnis gaya hidup sebenarnya bukan uang yang mereka hasilkan, tetapi gaya hidup yang mereka nikmati.

Ambil contoh para eksekutif muda yang suka dengan kegiatan di luar ruangan atau kegiatan pencinta alam. Meskipun mereka rata – rata berpendidikan dan bekerja dengan mendapatkan gaji tinggi tetapi mereka ingin melakukan sesuatu di luar. Jadi, mereka membuka bisnis arung jeram dan hiking di pegunungan. Meskipun penghasilan mereka tidak seperti yang mereka dapatkan ketika bekerja di kota, gaya hidup yang mereka nikmati, arung jeram, berkemah, hiking dll memungkinkan mereka untuk menikmati kegiatan-kegiatan favorit mereka dan mendapatkan bayaran dengan melakukan aktivitas tersebut.

Bisnis gaya hidup memang tetaplah termasuk bisnis. Bisnis bisnis ini sering membutuhkan biaya, perhitungan pembiayaan, pemasaran dll, tetapi bisnis bisnis macam ini bisa jadi memberikan tekanan yang sedikit rendah dibandingkan dengan bisnis

yang lebih konvensional dengan banyak karyawan, biaya pengeluaran yang besar dll.

Kategori bisnis ketiga dan yang dibahas dalam buku ini adalah yang disebut dengan Usaha Kecil. Meskipun ada definisi tentang apa itu bisnis kecil menurut pemerintah, apa yang perlu dijadikan pertimbangan dalam bisnis kecil adalah sebagai berikut berikut:

1. Memiliki sekelompok kecil pemilik, semuanya anggota yang terlibat bertanggung jawab terhadap kesuksesan atau kegagalan bisnis\usaha yang dijalankan.
2. Mempekerjakan orang yang ada dalam lingkup pemilikinya saja.
3. Memiliki beberapa jenis kantor formal, toko dll.

Sekali lagi, ini saja yang perlu dipertimbangkan sebagai usaha kecil dalam buku ini.

Ketika memikirkan bisnis kecil, jenis bisnis seperti inilah yang dipikirkan. Ada banyak sekali contoh jenis usaha kecil; termasuk toko perangkat keras, salon kecantikan atau kantor akuntansi. Di Amerika Serikat 30 tahun yang lalu, banyak ditemui jenis bisnis ini di hampir setiap sudut jalanan. Meski pasti masih banyak kecil bisnis di AS, saat ini setiap sudut jalanan disana banyak berdiri waralaba atau toko yang mewakili perusahaan besar (*Franchise*) seperti CVS atau Walmart.

Hal utama yang memisahkan bisnis ini dari dua kategori sebelumnya adalah adanya lokasi dan mempekerjakan orang. Dengan mempekerjakan orang, pemilik melipatgandakan diri mereka sendiri dengan mendelegasikan tugas dan tanggung jawab yang memungkinkan bisnis menjadi lebih besar dari sekadar pemilik. Penggandaan diri adalah apa yang memungkinkan sebuah perusahaan jenis gaya hidup menjadi perusahaan kecil yang menikmati keuntungan yang lebih besar

dari laba bersih, lebih dari sekedar penghasilan yang bisa didapat pemilik jika mereka melakukannya sendiri.

Kategori bisnis keempat adalah seperti yang telah disebutkan diatas yakni CVS, Walmart, dan semua perusahaan besar yang mempekerjakan jutaan orang di seluruh dunia. Perusahaan-perusahaan ini biasanya diperdagangkan secara publik (mereka menjual saham di salah satu pasar saham publik) dan sangat terstruktur dengan mendirikan kantor baik di kota-kota besar di seluruh dunia. Kategori-kategori bisnis seperti ini, bukanlah jenis bisnis yang dibahas dalam buku ini.

Jadi, sekarang kita memiliki pemahaman umum tentang empat kategori bisnis dan memahami kategori yang dibahas buku ini, mari pertimbangkan beberapa kata atau frasa penting yang mana, sebagai pemilik bisnis yang baru, harus memiliki ilmu pengetahuan.

1.3 Kewirausahaan

Wirausahawan (pengusaha/pebisnis) adalah seseorang yang mengorganisir, mengelola, dan menanggung risiko bisnis atau perusahaan. Pengusaha dapat disebut sebagai agen perubahan. Kewirausahaan adalah proses menemukan cara baru untuk menggabungkan sumber daya yang ada.

Berikut adalah pengertian kewirausahaan menurut para ahli berdasarkan hasil riset dan pengalamannya.

1. Arif F. Hadipranata

Wirausaha merupakan sosok yang mengambil resiko yang dibutuhkan untuk mengelola & mengatur segala urusan serta menerima sejumlah keuntungan financial maupun non financial.

2. Thomas W Zimmerer
Kewirausahaan ialah penerapan keinovasian & kreativitas untuk pemecahan masalah & memanfaatkan berbagai peluang yang dihadapi orang lain setiap hari.
3. Andrew J Dubrin
Seseorang yang menjalankan dan mendirikan suatu usaha yang inovatif.
4. Robbin & Coulter
Kewirausahaan merupakan suatu proses dimana seseorang ataupun suatu kelompok individu menggunakan upaya yang terorganisir & sarana untuk mencari sebuah peluang dan menciptakan suatu nilai yang tumbuh dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui sebuah inovasi & keunikan, tidak mepedulikan apapun sumber daya yang digunakan pada saat ini.
5. Jean Baptista Say
Seorang wirausahawan ialah agen yang menggabungkan berbagai alat produksi & menemukan nilai dari yang diproduksinya.
6. Penrose
Kegiatan kewirausahaan mencakup berbagai peluang yang teridentifikasi didalam suatu sistem ekonomi. Kemampuan atau kapasitas kewirausahaan berbeda dengan kapasitas manajerial.
7. Raymond
Wirausaha ialah seseorang yang inovatif, kreatif dan mampu mewujudkannya kreatifitasnya agar meningkatnya kesejahteraan diri di lingkungan dan masyarakat.
8. Kasmir
Wirausaha ialah seorang yang berjiwa pemberani yang berani mengambil resiko untuk membuka sebuah usaha di berbagai kesempatan yang ada.

9. Harvey Leibenstein
Kewirausahaan mencakup berbagai kegiatan yang diperlukan untuk melaksanakan & menciptakan perusahaan pada saat dimana pasar belum terbentuk / belum teridentifikasi dengan jelas, atau beberapa komponen fungsi produksinya belum teridentifikasi secara penuh.
10. Peter F Drucker
Sebuah kemampuan untuk membuat atau menciptakan sesuatu yang baru & berbeda.
11. Kathleen
Menjelaskan bahwa wirausaha ialah seseorang yang menjalankan, mengatur, dan berani mengambil resiko bagi pekerjaan yang dijalankannya dalam dunia usaha.
12. Acmad Sanusi
Kewirausahaan merupakan suatu nilai yang diwujudkan didalam perilaku yang menjadi dasar tujuan, kiat, siasat, tenaga penggerak, proses dan hasil bisnis.
13. Soeharto Prawiro
Kewirausahaan merupakan suatu nilai yang dibutuhkan untuk memulai sebuah usaha & perkembangan usaha.
14. Frank Knight
Seorang wirausahawan mencoba untuk menyikapi & memprediksi perubahan pasar. Penjelasan ini menekankan peranan seorang wirausahawan dalam menghadapi ketidakstabilan pada dinamika pasar. Seorang wirausahawan disyaratkan untuk melakukan semua fungsi manajerial mendasar seperti pengawasan & pengarahan.
15. Mas'ud Machfoedz & Mahmud Machfoedz
Wirausaha ialah seorang yang mempunyai inovasi untuk mengubah kesempatan menjadi suatu ide yang bisa di jual, mampu memberikan nilai plus lewat usaha, biaya, waktu dan kecakapan yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.

16. Joseph Schumpeter
Wirausaha ialah seseorang yang mendapat peluang & menciptakan suatu organisasi untuk mengejar sebuah peluang tersebut.
17. Dan Stein dan Jhon F Burgess
Wirausaha ialah seseorang yang mengorganisasikan, mengelola dan berani mengambil resiko untuk menciptakan sebuah peluang usaha & usaha baru.
18. Menurut J.B Say
Wirausaha ialah pengusaha yang dapat mengelola berbagai sumber daya yang dimiliki secara ekonomis & meningkatkan produktivitas yang rendah menjadi tinggi.
19. Richard Cantillon (1775)
Menurut Richard Cantillon Kewirausahaan adalah pekerjaan itu sendiri (wirausaha). Seorang pengusaha membeli barang saat ini pada harga tertentu dan menjualnya pada masa yang akan datang dengan harga tidak menentu.
20. Raymond W.Y. Kao
Wirausaha adalah orang yang mampu menciptakan dan merancang suatu gagasan menjadi realita
21. Schumpeter
Wirausaha adalah inovator yang tidak selalu menjadi inventor (penemu)
22. Syamsudin Suryana
Wirausaha adalah seseorang yang memiliki karakteristik percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, pengambil resiko yang wajar, kepemimpinan yang lugas, kreatif menghasilkan inovasi, serta berorientasi pada masa depan.
Sumber : <https://www.seputarpengetahuan.co.id>

Pengusaha sering kali adalah para pengembang bisnis baru tetapi mereka belum tentu merupakan penemu atau pencipta produk atau jasa. Bill Gates dan Paul Allen memulai Microsoft

pada tahun 1975. Gates dan Allen memberikan yang contoh terbaik bagaimana cara sesuatu benar-benar dari awal; namun, wirausahawan besar lainnya telah mengambil gagasan-gagasan mereka dan memperbaikinya. Henry Ford, misalnya, mengambil gagasan tentang mobil dan kemudian memperbaikinya dan membuatnya lebih terjangkau untuk dibeli orang lain melalui produksi massal.

Menurut Majalah Forbes, ada sekitar 11,5 juta bisnis baru di AS setiap tahun, tetapi angka di seluruh dunia tidak mungkin dapat dihitung. Termasuk bisnis sekecil semacam vendor baru di sepanjang jalan Calcutta atau sebesar perusahaan multinasional. Tetapi untuk tujuan yang lebih baik, sebaiknya, pertimbangkan seorang wirausahawan sebagai individu yang memulai bisnis baru dengan berbagai ukuran, baik sendiri atau bersama mitra.

1.4 Ekonomi Makro dan Ekonomi Mikro

Ilmu Ekonomi bisa jadi merupakan ilmu yang cukup menakutkan bagi banyak orang karena didalamnya tercakup konsep sederhana yang dapat ditemui dalam kehidupan sehari-hari, seperti materi pelajaran yang kompleks, tetapi untuk menjadi sempurna maka dibutuhkan pembelajaran sepanjang hayat. Agar lebih sederhana, perlu dipahami bahwa ada dua divisi utama dalam ekonomi: ekonomi makro dan ekonomi mikro.

Ekonomi Makro adalah sebuah ilmu ekonomi yang mempelajari tentang perekonomian sebuah negara secara komprehensif. Jika ingin memutuskan untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi, boleh mengambil mata kuliah ini sebagai disiplin ilmu utama. Namun, untuk buku ini, tidak akan berkomentar di luar definisi ini. Jika menginginkan informasi lebih tentang ekonomi makro, tempat yang baik

kunjungi situs *The Kahn Academy* atau situs lain semacam yang memberikan gambaran umum tentang materi ini.

Ekonomi mikro hanyalah sebatas - mikro. Ini berfokus pada ekonomi, atau perilaku individu dan / atau perusahaan dan bagaimana mereka menghabiskan sumber daya yang terbatas. Seperti halnya ekonomi makro, dalam ekonomi mikro juga tercakup dalam sebagian besar program bisnis sebagai program terpisah. Untuk membantu memperkenalkan kita pada topik ekonomi mikro, istilah dan konsep tersaji di seluruh buku ini.

1.5 Akuntansi dan Manajemen Keuangan

Seperti yang dinyatakan sebelumnya, tujuan pembelajaran dalam buku ini adalah hanya memperkenalkan tentang konsep bisnis. Untuk itu, di bawah ini adalah definisi untuk memperkenalkan arti keuangan dan akuntansi.

Akuntansi adalah : "sistem dan proses pencatatan dan ringkasan transaksi bisnis dan keuangan dan analisis, memverifikasi, dan melaporkan hasilnya; dan juga: prinsip-prinsip dan prosedur-prosedur akuntansi. "

Pengertian Akuntansi Menurut Para Ahli

1. ABP Statement No. 4 dalam Smith Skousen (1995 : 3)
Mendefinisikan Akuntansi merupakan suatu aktivitas jasa yang fadalah untuk menyediakan informasi kuantitatif, terutama yang mempunyai sifat dalam pengambilan keputusan ekonomis dalam memberikan keputusan pilihan-pilihan yang logis diantara berbagai tindakan alternatif.
2. American Insitute of Certified Public Accounting (AICPA)
Menyatakan bahwa akuntansi sebagai seni pencatatan, penggolongan, dan pengikhtisaran dengan beberapa cara tertentu dalam ukuran moneter, transaksi, dan kejadian-kejadian yang umumnya bersifat keuangan termasuk

- menafsirkan hasil-hasilnya. dan meringkas dengan cara tertentu dalam ukuran fiskal, pertukaran dan kesempatan yang pada umumnya yang bersifat moneter dan dalam menguraikan hasil.
3. American Accounting Association (AAA)
Menyatakan bahwa akuntansi sebagai proses pengidentifikasian, pengukur dan melaporkan informasi ekonomi untuk memungkinkan adanya penilaian-penilaian, keputusan yang jelas dan tegas bagi semua yang menggunakan informasi tersebut.
 4. Charles T. Horngren, dan Walter T. Harrison (Horngren Harrison, 2007:4)
Menyatakan bahwa: Akuntansi merupakan sistem informasi yang mengukur aktivitas bisnis, memproses data menjadi laporan, dan mengkomunikasikan hasilnya kepada para pengambil keputusan.
 5. Pengertian akuntansi menurut Warren dkk (2005:10)
Menyatakan bahwa: "Secara umum, akuntansi dapat didefinisikan sebagai sistem informasi yang menghasilkan laporan kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi perusahaan.
 6. Littleton (Muhammad, 2002:10)
Menyatakan: "tujuan utama dari akuntansi merupakan untuk melaksanakan perhitungan periodik antara biaya (usaha) dan hasil (prestasi). definisi ini adalah inti dari teori akuntansi dan merupakan ukuran yang dijadikan sebagai rujukan dalam mempelajari akuntansi.
 7. Rudianto
Menyatakan bahwa akuntansi merupakan sistem informasi yang menghasilkan laporan kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi suatu badan usaha.

8. Suparwoto L (1990 : 2)
Menyatakan bahwa akuntansi sebagai suatu system atau tehnik untuk mengukur dan mengelola transaksi keuangan dan memberikan hasil pengelolaan tersebut dalam bentuk informasi kepada pihak-pihak intern dan ekstern perusahaan. Pihak ekstern ini terdiri dari investor, kreditur pemerintah, serikat buruh dan lain-lain.
9. Arnold
Arnold mendefiniskani akuntansi dipandang sebagai suatu sistem untuk memberikan informasi (terutama keuangan) kepada siapa saja yang harus membuat keputusan dan mengendalikan penerapan keputusan tersebut.
10. C. West Churman
Sebagai pengalaman tertulis yang berguna untuk pengambilan keputusan dan pengalaman yang tersusun berharga bagi pembuatan pilihan.
11. Ikatan Akuntan Amerika
Menyatakan bahwa Akuntansi merupakan suatu potongan, estimasi, dan pelaporan data keuangan, yang memungkinkan sebuah penilaian dan pilihan membuat yang jelas dan tegas bagi individu yang memanfaatkan data.
12. AbuBakar A, & Wibowo
Menyatakan Bahwa Akuntansi merupakan prosedur mengakui, pencatatan dan korespondensi bursa keuangan dari suatu unsur atau organisasi.
13. Frederich D.S. Choi, Gerhard G. Mueller
Menyatakan bahwa Akuntansi merupakan sebuah proses pengindentifikasian, pengukuran dan pengkomunikasian informasi ekonomi supaya memungkinkan pemakai untuk membuat pertimbangan dan keputusan-keputusan.
14. Soemarsono S.R (2004)
Menyatakan bahwa akuntansi merupakan suatu proses mengidentifikasi, mengukur dan melaporkan informasi

ekonomi untuk memungkinkan adanya penilaian dan keputusan yang jelas dan tegas bagi mereka yang memakai informasi tersebut.

15. S. Munawir (2005)

Menyatakan bahwa akuntansi ialah sebuah seni daripada pencatatan, penggolongan dan peringkasan dari pada peristiwa-peristiwa dan kejadian-kejadian dan setidak-tidaknya sebagaimana sifatnya keuangan dengan cara yang secepat-cepatnya dan petunjuk atau dinyatakan dengan uang, dan penafsiran terhadap hal-hal yang timbul dari padanya.

Sumber : <https://seputarilmu.com>

Keuangan: "adalah cara bagaimana uang digunakan dan ditangani; terutama: cara di mana sejumlah besar uang digunakan dan ditangani oleh pemerintah dan perusahaan. "

Dalam Bab 3, akan diperkenalkan konsep-konsep yang terdapat dalam akuntansi dan keuangan. Ini masing-masing, tentu saja, lingkup pembelajarannya tentang akuntansi dan keuangan itu sendiri, tetapi agar lebih praktis telah dimasukkan bagian yang akan membantu untuk mengembangkan anggaran dan mempersiapkan untuk kebutuhan operasi keuangan .

1.6 Pemasaran

Pemasaran adalah satu bidang yang sering ditemukan dengan lebih nyaman daripada mata pelajaran bisnis lainnya. Pengusaha biasanya senang dengan produk atau jasa mereka dan hanya ingin keluar dan memberi tahu dunia tentang hal itu.

Namun, pemasaran tidak semudah seperti yang dipikirkan orang. Dalam bab 4-9, Akan dipelajari tentang berbagai aspek pemasaran dan bagaimana hubungannya dengan proses

perencanaan. Meski tidak terlalu sulit, konsep-konsep ini sangat penting untuk meraih kesuksesan, dan waktu yang cukup harus dicurahkan dalam bidang-bidang ini.

1.7 Manajemen Sumber Daya Manusia

Sumber daya paling berharga yang dimiliki perusahaan adalah orang-orangnya; Namun, itu juga merupakan area yang paling banyak menimbulkan tantangan.

Sekarang ini, tenaga kerja merupakan harta yang mahal harganya bagi bisnis, dan menjadi tanggung jawab sepenuhnya dari manajemen SDM untuk bisa memaksimalkan penggunaan tenaga dan karyawan tersebut,

1.8 Lingkungan Hukum dalam Bisnis

Keputusan penting yang perlu diambil dalam memulai sebuah bisnis adalah memutuskan struktur hukum seperti apa untuk perusahaan ke depannya. Peraturan hukum di masing-masing negara sangat berbeda-beda dan biasanya akan diperlukan bantuan dari profesional di bidang hukum untuk membantu urusan ini .

Di Amerika Serikat biasanya ada 6 jenis, atau struktur, untuk bisnis. SBA (*Small Business Administration*) mencantumkannya sebagai: kepemilikan tunggal, perseroan terbatas, koperasi, korporasi, kemitraan, dan korporasi S.

Catatan: Small Business Administration (SBA) A.S. adalah agen pemerintah Amerika Serikat yang memberikan dukungan kepada pengusaha dan usaha kecil. Misi Administrasi Bisnis Kecil adalah "untuk mempertahankan dan memperkuat ekonomi bangsa dengan memungkinkan pendirian dan kelangsungan usaha kecil dan dengan membantu dalam pemulihan ekonomi

masyarakat setelah bencana". Kegiatan agensi dirangkum sebagai "3 C" modal, kontrak, dan konseling. *Sumber : <https://en.wikipedia.org/>*

1.8.1 Kepemilikan Tunggal

Kepemilikan tunggal adalah jenis bisnis yang paling dasar untuk dibangun. Kamu sendiri yang memiliki perusahaan dan bertanggung jawab penuh atas semua aset dan kewajiban hutang yang harus dibayarkan.

Kelebihan

- Kemudahan untuk memulai bisnis ini
- Kepemilikan atas laba perusahaan. Kita dapat menghasilkan sebanyak mungkin uang / keuntungan dan tidak harus membagi uang tersebut dengan siapa pun (kecuali dengan pemerintah, dalam pajak. Di AS, bisnis seperti ini biasanya masuk dalam daftar pendapatan "C" tetapi bisa dikategorikan dalam pendapatan lain seperti persewaan, pertanian, investasi, atau pendapatan lainnya.

Kekurangan

- Kewajiban tidak terbatas (adanya resiko kerugian pribadi).
- Semua penghasilan dikenakan pajak Jaminan Sosial dan Perawatan Kesehatan (hanya AS)
- Memungkinkan untuk satu pemilik saja

Contoh Kepemilikan Tunggal:

Meskipun jenis perusahaan kepemilikan perseorangan dapat hanya dimiliki oleh seorang ataupun bisa juga memiliki karyawan, jenis-jenis perusahaan perseorangan umumnya adalah bisnis skala kecil seperti tukang cukur, bisnis konsultasi (yang dapat diatur dalam mode lain juga) atau bisnis apa pun yang terlalu kecil untuk menjamin biaya hukum dan akuntansi terkait dengan bentuk hukum lainnya.

1.8.2 Perusahaan Perseroan Terbatas (Limited Liability Company / LLC)

Sebuah PPT dirancang untuk menggabungkan beberapa fitur struktur tanggung jawab terbatas dan efisiensi pajak dan operasional yang fleksibilitas dari suatu perusahaan dan kemitraan.



<https://www.gurupendidikan.co.id/>

Perseroan Terbatas adalah badan usaha yang modalnya terbagi atas sero (saham), tanggung jawab terhadap kewajiban/ utang bagi perusahaan bagi para pemiliknya hanya terbatas sebesar sero yang dimiliki. Bahasa Inggris dari PT adalah *Limited Liability Company*.

Catatan: Ada beberapa keadaan di mana tanggung jawab pribadi pemilik dapat ditingkatkan di luar bisnis. Ini dapat termasuk dalam kasus penipuan, kelalaian atau jika LLC didirikan dengan tujuan membatasi tanggung jawab.

Badan hukum ini punya kelebihan dibanding lainnya. Apa saja? seperti luasnya badan usaha yang bisa dimiliki, bebas dalam pergerakan bidang usaha dan tanggung jawab yang dimiliki terbatas hanya pada modal yang disetorkan.

Perseroan terbatas merupakan badan usaha dan besarnya modal perseroan tercantum dalam anggaran dasar. Kekayaan perusahaan terpisah dari kekayaan pribadi pemilik perusahaan sehingga memiliki harta kekayaan sendiri. Setiap orang dapat memiliki lebih dari satu saham yang menjadi bukti pemilikan perusahaan.

Keuntungan mendirikan PT

Pemilik saham mempunyai tanggung jawab yang terbatas, yaitu sebanyak saham yang dimiliki. Apabila hutang perusahaan melebihi kekayaan perusahaan, maka kelebihan utang tersebut tidak menjadi tanggung jawab para pemegang saham.

Apabila perusahaan mendapat keuntungan maka keuntungan tersebut dibagikan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan. Pemilik saham akan memperoleh bagian keuntungan yang disebut dividen yang besarnya tergantung pada besar-kecilnya keuntungan yang diperoleh perseroan terbatas.

Keuntungan utama membentuk perusahaan perseroan terbatas adalah:

1. Kewajiban terbatas.

Tidak seperti partnership, pemegang saham sebuah perusahaan tidak memiliki kewajiban untuk obligasi dan hutang perusahaan. Akibatnya kehilangan potensial yang “terbatas” tidak dapat melebihi dari jumlah yang mereka bayarkan terhadap saham. Tidak hanya ini mengizinkan perusahaan untuk melaksanakan dalam usaha yang berisiko, tetapi kewajiban terbatas juga membentuk dasar untuk perdagangan di saham perusahaan.

2. Masa hidup abadi.

Aset dan struktur perusahaan dapat melewati masa hidup dari pemegang sahamnya, pejabat atau direktur. Ini menyebabkan stabilitas modal, yang dapat menjadi investasi

dalam proyek yang lebih besar dan dalam jangka waktu yang lebih panjang daripada aset perusahaan tetap dapat menjadi subjek disolusi dan penyebaran. Kelebihan ini juga sangat penting dalam periode pertengahan, ketika tanah disumbangkan kepada Gereja (sebuah perusahaan) yang tidak akan mengumpulkan biaya feodal yang seorang tuan tanah dapat mengklaim ketika pemilik tanah meninggal.

Manajemen dan spesialisasi memungkinkan pengelolaan modal yang efisien sehingga memungkinkan untuk melakukan ekspansi. Dan dengan menempatkan orang yang tepat, efisiensi maksimum dari modal yang ada. Dan juga adanya pemisahan antara pengelola dan pemilik perusahaan, sehingga terlihat tugas pokok dan fungsi masing-masing.

Kelemahan PT

1. Kerumitan perizinan dan organisasi.
2. Untuk mendirikan sebuah PT tidaklah mudah. Selain biayanya yang tidak sedikit, PT juga membutuhkan akta notaris dan izin khusus untuk usaha tertentu. Dengan besarnya perusahaan tersebut, biaya pengorganisasian akan keluar sangat besar. Belum lagi kerumitan dan kendala yang terjadi dalam tingkat personel. Hubungan antar perorangan juga lebih formal dan berkesan kaku.
3. PT merupakan subyek pajak tersendiri. Jadi tidak hanya perusahaan yang terkena pajak. Dividen atau laba bersih yang dibagikan kepada para pemegang saham dikenakan pajak lagi sebagai pajak pendapatan. Tentunya dari pemegang saham yang bersangkutan.
4. Biasanya untuk PMA (Penanaman Modal Asing), sedikit lebih rentan terhadap situasi dan kondisi sosial, politik dan keamanan suatu negara.
5. Rahasia perusahaan dapat diakses secara umum.

6. Tanggung jawab pemegang saham terbatas pada modal yang ditanamkan.
7. Harta perusahaan terpisah secara manajemen dengan harta pemegang saham.
7. Adanya kemungkinan nepotisme karena pimpinan perusahaan dipilih oleh pemegang saham terbesar

1.8.4 Koperasi

Orang membentuk koperasi untuk memenuhi kebutuhan bersama dalam rangka untuk menyediakan jasa yang menguntungkan semua anggota.

Kelebihan

Sangat berguna untuk pertanian atau produk lainnya yang dapat mengambil manfaat dari pembelian dan penjualan secara massal dibanding usaha perorangan individu yang otonom.

Kelemahan

- Semakin banyak suara dan opini yang terlibat, akan memungkinkan adanya banyak perselisihan dan perbedaan pandangan
- Membutuhkan manajemen tambahan sebagai sebuah organisasi yang terpisah

Contoh Koperasi:

Bentuk usaha Koperasi kebanyakan terlihat di daerah pertanian pedesaan ketika petani kecil bergabung bersama untuk melindungi harga dengan bekerja bersama mencapai jumlah tertentu yang mereka, sebagai kelompok, dapat hasilkan. Manfaat lain adalah para petani kekuatan pada daya beli dengan memungkinkan mereka menegosiasikan harga untuk jumlah pesanan yang lebih besar.

1.8.5 Korporasi

Korporasi merupakan bentuk usaha yang lebih kompleks dan umumnya disarankan untuk perusahaan besar yang sudah mapan dengan banyak karyawan.

Meskipun sebenarnya corporate adalah salah satu bentuk perusahaan, tetapi ada perbedaan secara common sense. Kata “perusahaan” biasanya digunakan untuk mendeskripsikan satu entitas perusahaan tanpa mengikutsertakan asumsi adanya anak perusahaan. Sedangkan kata “korporat” biasanya digunakan untuk mendeskripsikan satu entitas perusahaan dengan mengasumsikan adanya anak perusahaan yang dimiliki perusahaan tersebut

Kelebihan

- Adanya batasan tanggung jawab pemilik dan investor
- Meningkatkan peluang bagi investor
- Sangat berguna untuk organisasi besar tetapi mungkin bisa juga digunakan untuk unit usaha yang lebih kecil

Kelemahan

- Pajak ganda (baik entitas dan laba didistribusikan ke pemilik / investor dikenai pajak)
- Kompleksitas/kerumitan dalam hukum pajak
- Persyaratan pelaporan meningkat

Contoh Korporasi:

Sama seperti sebagian besar bentuk hukum bisnis lainnya, korporasi bisa kecil atau besar. Ketika kamu biasanya pikirkan sebuah perusahaan, bagaimanapun, kamu berpikir tentang gedung-gedung pencakar langit dengan kantor eksekutif yang sangat besar dan kamar dewan bagi orang-orang yang “berhati dingin”.

1.8.6 Korporasi S

Korporasi S mirip dengan korporasi C tetapi dikenakan pajak hanya pada tingkat pribadi.

Ada beberapa bentuk usaha lainnya yang termasuk dalam usaha profesional seperti pengacara, dokter, dll. dan berbeda-beda sesuai dengan lokasi bisnis.

S-Corporation tidak dikenakan tarif pajak perusahaan. “Umumnya, perusahaan S dibebaskan dari pajak penghasilan federal selain pajak atas keuntungan modal dan pendapatan pasif tertentu,” menurut *Internal Revenue Service*.

Kelebihan

- Memberi keuntungan baik dari korporasi dan sebuah kemitraan
- Adanya pajak pass-through (tidak dikenai pajak dua kali lipat seperti pada korporasi)
- Akses ke pembiayaan / investasi yang lebih banyak dan lebih baik

Kelemahan

- Tidak terlalu fleksibel untuk pemilik
- Pengajuan pajak lebih kompleks daripada usaha berbentuk kemitraan

Untuk informasi lebih lanjut tentang struktur bisnis di Amerika Serikat, kunjungi www.sba.gov.

Contoh dari S-Corporation:

S-Corporation biasanya terbatas ukurannya oleh kendala yang dimiliki kelas-kelas saham. S-Corporation terbatas dalam jumlah pemegang saham yang dimilikinya serta kelas-kelas saham. S-Corporation hanya akan memiliki saham biasa dan tidak disukai atau kelas saham lain yang memungkinkan untuk

distribusi keuntungan atau pembayaran investor menjadi berbeda untuk kelas investor yang berbeda.

Contoh dari S-Corporation adalah sekelompok 5 orang yang memulai perusahaan pemanas dan pendingin mempekerjakan 100 orang. Masing-masing pemilik secara aktif terlibat dan membayar sendiri gaji mereka. Tambahan untuk penghasilan mereka, bagaimanapun, mereka menikmati distribusi keuntungan yang bukan merupakan subjek pertama dari perusahaan pajak penghasilan, menyelamatkan pemilik secara substansial.

1.8.7 Kemitraan



<https://grapadinews.co.id/>

Ada beberapa jenis kemitraan, yang tergantung pada sifat pengaturan dan tanggung jawab mitra untuk bisnis. Semua mitra adalah "Agen" perusahaan dan dapat mewajibkan semua mitra untuk keputusan yang diambil secara sepihak.

Ada beberapa jenis kemitraan, tergantung pada dasar dasar pengaturan dan tanggung jawab mitra dalam bisnis.

Semua mitra adalah "Agen" perusahaan dan dapat mengharuskan semua mitra tunduk terhadap aturan aturan dan keputusan yang diambil secara sepihak.

Kelebihan

- Sederhana untuk memulai
- Pelaporan fleksibel
- Memungkinkan untuk banyak pemilik

- Mudah untuk mengubah struktur entitas kapan saja
- Memberi lebih akses banyak dan lebih baik pada pembiayaan

Kelemahan

- Kewajiban pemilik tidak terbatas
- Mitra (pemilik) bersama-sama dan sangat bertanggung jawab penuh terhadap kewajiban perusahaan

Contoh Kemitraan:

Sebagian besar kemitraan, yang dapat disebut dengan beberapa nama lain di negara bagian atau negara tertentu, adalah perusahaan dengan 2 atau 3 pemilik (bisa lebih). Contoh kemitraan yang baik adalah di perusahaan konsultan atau bias juga bengkel mobil di mana pemiliknya terlibat aktif dalam bisnis (bukan kemitraan terbatas) dan bertanggung jawab atas bisnis secara pribadi, bersama-sama dan secara terpisah (mandiri).

Istilah *jointly and severely* : Secara bersama-sama dan masing masing merupakan frasa hukum yang berarti dua orang atau lebih bertanggung jawab penuh atas pertanggungjawabannya.

1.9 Bank dan Lambaga Perbankan

Setiap negara sangat berbeda dalam menangani sistem perbankannya. Namun, sebagian besar negara memiliki bank swasta, yakni bank-bank profit oriented yang bekerja dalam sistem perbankan terpusat yang dikendalikan oleh pemerintah. Di Amerika Serikat, ada Sistem Federal Reserve yang secara teknis terpisah dari pemerintah; Namun, "The Fed" tunduk pada pemerintah untuk penunjukan ketua dan juga mendapat pengawasan dari kongres.

Untuk keperluan bisnis kecil, kebutuhan perbankan cukup sederhana dan hanya membutuhkan sedikit waktu mendirikan.

Setiap bank mungkin berbeda dalam hal dokumentasi yang diperlukan, tetapi sering kali menyertakan dokumentasi dari pemerintah untuk keabsahan sebagai badan hukum yang terpisah (kecuali jika kamu adalah satu-satunya kepemilikan), nomor identifikasi yang ditetapkan untuk bisnis, serta resolusi perusahaan mana yang berlaku.

Jika diperlukan untuk menerima kartu kredit / debit atau bentuk pembayaran lain, bank biasanya dapat menawarkan sebuah pilihan jasa tambahan berbasis biaya untuk akun pengguna.

1.10 Sistem Informasi Bisnis

Sistem informasi bisnis mencakup semuanya, mulai dari akuntansi dan daftar gaji hingga inventaris sistem kontrol yang mungkin digunakan untuk transaksi point of sale. Kebutuhan sangat bervariasi menurut bisnis dan perlu untuk ditangani dalam rencana bisnis Kamu, karena sistem ini bisa sangat mahal.

Catatan :

Point of Sale (POS) dapat diartikan sebagai tempat kasir (*check-out counter*) dengan mesin kasir (*cash register*). Sesuai dengan namanya, *Point of Sale* merupakan titik penjualan (*check-out*) dimana transaksi dapat dikatakan selesai. Ini adalah dimana pembeli dan penjual melakukan pembayaran atas barang/jasa yang sudah diterima.

Point of Sale (POS) merupakan tempat di mana pelanggan melakukan pembayaran untuk barang atau jasa, dan di mana pajak penjualan dapat dibayarkan. Hal itu bisa dilakukan di tempat toko fisik, di mana terminal POS dan sistem digunakan untuk memproses pembayaran kartu, atau titik penjualan virtual, seperti komputer atau perangkat elektronik seluler.

Pada POS penjual akan menghitung seluruh jumlah harga yang dibeli konsumen dan memberikan pilihan bagi pembeli untuk melakukan pembayaran serta mengeluarkan tanda terima transaksi pembelian yang biasa disebut dengan Struk.

Fungsi *Point of Sale* bagi pemilik usaha:

1. Mendata setiap transaksi secara lengkap dan detail sehingga dapat menjumlahkan hasil penjualan pada saat itu ataupun dapat dipilih dalam periode tertentu.
2. Dapat menggunakan cek persediaan barang dimana pun secara acak. Hal ini akan mengurangi kecurangan atau kelalaian kita dan para karyawan.
3. Laporan penjualan usaha Kamu dapat diketahui secara online dan real-time.
4. Kita dapat mengubah harga jual secara cepat dan mudah. Misalkan apabila barang yang kamu jual memang biasa naik dan turun mengikuti nilai tukar mata uang asing, Tidak perlu mengganti satu per satu dan memakan banyak waktu, namun dapat diganti berdasarkan kategori barang.
5. Dapat mengetahui persediaan barang apa saja yang masih memiliki banyak stok ataupun yang mendekati habis sehingga kita bisa dengan cekatan menyetok ulang barang tersebut.
6. Mempersingkat proses transaksi dan menjaga kenyamanan dan keamanan setiap transaksi yang berlangsung.

Tempat yang tepat untuk mulai mencari apa yang orang lain gunakan dalam industri adalah di website seperti : www.sba.gov. Ketik jenis bisnis dan computer atau perangkat lunak kamu akan banyak menampilkan solusi tentang bentuk usaha seperti ini. Seringkali, perangkat lunak yang lebih umum atau mainstream dapat digunakan dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan kamu untuk menghindari biaya agar lebih rendah. Selain perangkat lunak Microsoft Office, ada banyak program akuntansi

yang murah dan mudah digunakan seperti QuickBooks, Sage (*Peachtree*), dan banyak lainnya.

Selain kebutuhan perangkat lunak, ada kebutuhan perangkat lainnya yang harus dipertimbangkan. Kebutuhan akan seorang ahli profesional dalam bidangnya untuk memberi tahu dan memberikan saran tentang apa yang dibutuhkan dan biaya terkait lainnya. Buku ini tidak membahas tentang solusi spesifik karena teknologi berubah dengan cepat.

1.11 Lingkungan Bisnis Global

Sejak Revolusi Industri pada akhir 1700-an hingga saat ini, pasar menjadi semakin tidak terlokalisasi, berkembang lebih maju dan lebih terfokus pada lingkungan global. Berdasarkan usaha yang ada, dari yang berbisnis restaurant kecil sampai pengeksport tingkat dunia, lingkungan pasti akan sangat bervariasi.

Memahami tren global dan bagaimana tren itu dapat memengaruhi bisnis adalah bagian penting dari proses perencanaan. Web adalah tempat yang bagus untuk mengakses jurnal perdagangan dan artikel lain yang mungkin menyediakan wawasan industri terbaru. Mengatasi tren ini dalam proses perencanaan kamu menunjukkan kedalaman pengetahuan dan kecanggihan yang akan bermanfaat dalam tahap perencanaan, pembiayaan, dan operasional bisnis.

1.11.1 Pertanyaan Diskusi

- A. Kunjungi www.sba.gov dan klik "Memulai dan Mengelola" di bagian atas halaman. Apa lima area situs yang menurutmu paling membantu? Mengapa? Jelaskan.
- B. Temukan situs web pilihanmu yang membahas cara memulai bisnis. Sebutkan lima poin yang kamu percaya

akan membantu ketika akan memulai proses perencanaan bisnis.

1.11.2 Penerapan Etika

Skandal Bernie Madoff

Setelah membangun kerajaan Bisnis di bidang penasihat investasi sebagai bahan penipuan dalam bentuk skema Ponzi terbesar yang pernah dirancang, Bernie Madoff, dan perusahaannya masing-masing, memiliki andil dalam dilema etika selama empat dekade. Dengan puluhan miliar dolar diinvestasikan oleh klien dari seluruh dunia, skalanya hampir tak terbayangkan. Madoff melakukan pelanggaran pada semua hampir aturan etis dalam bisnis. Gambaran yang lebih luas, kamu dapat menganalisis bagaimana kesedrhanaan Maddof yang pada awalnya merupakan pertanda dan peringatan permulaan bahwa dia menuju dari Madoff menunjukkan peringatan dini tanda-tanda bahwa ia menuju pada bencana etika yang besar.

Di awal karir Madoff, ia bekerja di pasar saham dan sebagai pedagang. Saat itulah dia mulai memulai bisnis sampingan yang dia sembunyikan dari orang-orang bahkan dari anggota keluarga terdekatnya. Bisnis dimulai dengan menjanjikan pada klien pengembalian cepat, hasil tinggi atas investasi yang mereka tanamkan. Begitu investor mengambil "umpan" ini, dia menggunakan investasi lain untuk menghasilkan pengembalian yang tinggi. Keuntungan ini menarik perhatian investor baru lainnya yang melihat kemungkinan potensial menghasilkan uang. Ini adalah awal dari skema Ponzi yang hebat (disebut "Skema Piramida"), di mana investasi klien baru akan digunakan untuk mendanai pengembalian klien yang lebih dulu. skema semacam ini ilegal dan tidak etis, karena ada unsure penipuan dan pencurian agar sistem ini dapat berjalan.

Di puncak karirnya, Madoff adalah penasihat investasi yang banyak dicari dalam bisnis investasi macam ini meski dia tidak diizinkan oleh pemerintah AS untuk melakukan operasi seperti itu. Nyatanya, Madoff menggunakan taktik suap untuk membujuk perusahaan investasi yang menyalurkan modal ke bisnisnya untuk tidak pernah menggunakan namanya. Meskipun bukan rahasia, Bernie Madoff adalah dalang utama skema master ini, ia tidak sendirian untuk mencapainya. Namun, bisnis investasi “bodong” secara tidak langsung berjalan karena adanya koordinasi dan kerjasama yang sembrono dari para profesional bisnis di seluruh dunia dan kurangnya pengawasan dan ketelitian dari pihak badan pengawas pemerintah untuk model model penipuan seperti ini, sehingga akan terus terjadi dan berjalan selama bisnis ini masih dijalankan.

Mari pertimbangkan lagi bagaimana setiap keputusan yang kamu buat dapat memiliki konsekuensi jangka panjang, yang sering kali dikaburkan oleh kemungkinan keuntungan jangka pendek.

Setelah menciptakan monster, Bernie Madoff tidak mampu, atau tidak mau, untuk mencengkam kebangkaman bisnisnya di panggung dunia. Setelah melihat adanya kemungkinan pengembalian cepat, hasil tinggi, keserakahan para investor lapar, mendorong Madoff untuk mendapatkan lebih banyak klien, yang ia butuhkan untuk membayar jumlah pengembalian yang terus meningkat. Bagaimana keputusan kecil yang kamu buat bisa dimainkan dengan cara yang sama? Berikan sebuah contoh bagaimana keputusan untuk bertindak secara tidak etis dapat dengan cepat bertambah menjadi masalah besar, dan bahkan melanggar hukum.

Benturan kepentingan adalah situasi dimana terdapat konflik kepentingan seseorang yang memanfaatkan kedudukan dan wewenang yang dimilikinya (baik dengan sengaja maupun tidak)

sengaja) untuk kepentingan pribadi, keluarga, atau golongannya sehingga tugas yang diamanatkan tidak dapat dilaksanakan dengan obyektif dan berpotensi menimbulkan kerugian.

Conflict of Interest terjadi antara dua pelaku yang disebut principal dan agen.

Principal adalah orang yang memberikan suatu pertanggungjawaban atau mandat kepada agen. Hubungan principal dan agen bisa terjadi antara manajer dengan bawahan, dewan komisaris dengan jajaran direksi, dan lainnya. Intinya, *Conflict of Interest* akan muncul ketika agen memiliki kepentingan atau tujuan yang berbeda atau bertentangan dengan principal. Secara umum, *Conflict of Interest* dapat menyebabkan karyawan bertindak di luar kepentingan dan tujuan suatu perusahaan. Munculnya konflik kepentingan adalah berita buruk bagi reputasi, integritas, dan kepercayaan publik terhadap suatu perusahaan.

Dengan kata lain, seseorang bertindak untuk keuntungan mereka sendiri di atas kepentingan orang lain, dan mengeksploitasi hubungan untuk keuntungan pribadi. Berikan contoh bagaimana ini mungkin terjadi dalam kasus Bernie Madoff dan bagaimana dia bisa menghindarinya.

1.11.3 Pengembangan Keterampilan Kepemimpinan

Di bawah ini adalah dua latihan membangun kerjasama tim dari *Huddle.com*. Kelompokmu harus menyelesaikan ini dan kemudian tulis refleksi tentang hal berikut:

- A. Apakah kamu anggota tim yang baik? Mengapa atau mengapa tidak?
- B. Apa yang dapat kamu lakukan untuk menjadi anggota tim yang lebih baik?

- C. Kualitas apa yang kamu miliki yang mana dapat memberikan kontribusi pada tim? Apa kelemahan yang kamu miliki yang kamu pikir dapat menghambatmu atau timmu?
- D. Bidang apa yang ingin kamu tingkatkan melalui kritik dan umpan balik yang membangun teman satu timmu?
- E. Kualitas apa yang kamu lihat dalam diri rekan tim yang kamu pikir akan menjadi kekuatan untuk itu proyek? Kelemahan?

Permainan “Two Truths and a Lie”

Waktu: 15–30 menit

Mulailah dengan meminta setiap anggota tim secara diam-diam menuliskan dua kebenaran tentang diri mereka sendiri dan satu kebohongan pada selembar kertas kecil - Jangan mengungkapkan kepada siapa pun apa yang telah kamu tulis! Setelah masing-masing orang selesaikan melaksanakan langkah ini, beri waktu 10-15 menit untuk percakapan terbuka - seperti pesta koktail - di mana semua orang saling bertukar pendapat tentang tiga pertanyaan mereka. Idenya adalah untuk meyakinkan orang lain bahwa kebohongan yang kamu tuliskan sebenarnya sebuah kebenaran; pada saat yang sama, kamu harus mencoba kebenaran / kebohongan rekan tim dengan menanyakannya beberapa pertanyaan.

Jangan pernah mengungkapkan dua kebenaran atau kebohongan kamu kepada siapa pun - bahkan jika sebagian besar kantor sudah tahu! Setelah sesi percakapan, berkumpul menjadi sebuah lingkaran dan ulangi satu per satu tiga pernyataan dan minta kelompok memilih yang mana yang mereka anggap bohong. Kamu bisa memainkan game seperti sebuah kompetisi dan berikan poin untuk setiap kebohongan yang dapa tertebak atau karena mengalahkan pemain lain atas kebohongan kamu sendiri. Permainan ini dapat mendorong komunikasi yang lebih

baik di kantor, serta membangun hubungan lebih akrab di antara rekan kerja.

Permainan Life Highlights

Waktu yang dibutuhkan: 30 menit

Ini adalah sebuah contoh permainan pembuka yang sangat sempurna untuk memulai sebuah kegiatan baik untuk kelompok kecil maupun besar. Mulailah dengan bertanya kepada setiap peserta dengan meminta mereka untuk menutup mata mereka selama satu menit dan mempertimbangkan saat-saat terbaik dalam hidup mereka. Ini bisa termasuk momen-momen yang mereka miliki sendiri atau saat-saat yang mereka bagikan dengan keluarga atau teman; momen-momen ini bisa juga berkaitan dengan kesuksesan profesional, ilham pribadi, atau petualangan hidup yang mengasyikkan.

Setelah peserta memiliki waktu untuk mengarungi dan mengingat highlight (kejadian-kejadian penting) dalam kehidupan mereka, beri tahu mereka bahwa pencarian mereka untuk highlight akan dipersempit. Tetap dengan mata tertutup, minta setiap peserta untuk merenung sejenak untuk memutuskan apa yang akan mereka lakukan jika hanya memiliki 30 detik hidup tersisa.

Bagian pertama dari kegiatan ini memungkinkan para peserta untuk merefleksikan kembali kehidupan mereka, sedangkan bagian kedua (yang akan didiskusikan sebentar lagi) memungkinkan mereka untuk mengenal rekan kerja mereka pada tingkat yang lebih intim. Bagian kedua dari gim ini adalah bagian “ulasan”. Pemimpin kegiatan akan menanyakan setiap pertanyaan kepada seluruh peserta apa yang diperlukan 30 detik dari waktu mereka dan mengapa mereka memilihnya, yang akan memungkinkan para peserta untuk mendapatkan perasaan gairah, cinta, dan kepribadian satu sama lain.

1.11.4 Panggung Global

Bisnis berasal dari berbagai ukuran dari kepemilikan perseorangan dengan pemilik sebagai satu-satunya karyawan hingga perusahaan multinasional besar yang mempekerjakan ratusan ribu orang. Untuk latihan ini, teliti area metropolitan terdekat dengan di daerahmu dan temukan tiga perusahaan multinasional yang bukan dari negara asalmu. (Kamu dapat memperluas area pencarian bila diperlukan). Untuk masing-masing perusahaan ini jawab pertanyaan dibawah ini:

1. Di mana kantor pusat utama berada?
2. Siapa CEO mereka?
3. Tahun berapa mereka mulai beroperasi?
4. Tahun berapa mereka mulai beroperasi di daerah terdekat dengan kamu?

Tujuan yang akan dicapai dalam Bab Rencana Bisnis ini adalah untuk belajar tentang:

- ◆ Pengertian apa itu rencana bisnis
- ◆ Apa saja bagian-bagian dari rencana bisnis

Ada pepatah kuno, "Orang yang gagal menjalankan rencana, mereka merencanakan kegagalan" sangat mengena dalam bisnis. Memulai (atau membeli) sebuah bisnis bukanlah pertarungan di mana seseorang harus menggunakan intuisi, atau "insting," untuk memprediksi kesuksesan atau kegagalan. Terlepas dari pengalaman, kebutuhan akan rencana bisnis sangat penting. Hal ini berlaku untuk tiga alasan utama: potensi keuntungan, kelayakan pasar, dan pembiayaan.

2.1 Menentukan Potensi Laba

Potensi keuntungan adalah jantung dunia bisnis. Alasan utama untuk memulai bisnis adalah untuk mendapat keuntungan. Keuntungan ini kemudian meningkatkan kekayaan bersih pemilik, memaksimalkan kekayaan mereka. Kekayaan ini mungkin sederhana karena mendukung pemilik perorangan dan keluarganya, atau bisa juga multinasional utama korporasi yang memiliki ribuan pemegang saham yang ingin mendapat untung dari investasi. Bagaimanapun, tujuan mengambil risiko dalam bisnis adalah keuntungan (*profit*).

Jadi, apa itu keuntungan? Penghitungan tentang laba secara sederhana ialah:

$$\begin{aligned} &\text{Pendapatan} - \text{Biaya} \\ &= \text{Untung atau Rugi} \end{aligned}$$

Menentukan permasalahan tentang keuntungan ini bisa jadi akan penuh kerumitan, tetapi perhitungannya dalam bentuk sesederhana apapun, akan selalu sama. Kamu akan memperkirakan untung atau rugi, yang akan membantumu menentukan dan sebagai acuan apa yang harus dilakukan selanjutnya (dalam menjalankan bisnis).

Pada setiap usaha bisnis yang dioperasikan, ada risiko kegagalan yang melekat. Padahal, menurut *Small Business Administration* (SBA) Amerika Serikat, tiga dari sepuluh bisnis baru tidak bertahan selama dua tahun, setengah lagi tidak bertahan selama lima tahun, dan hanya sepertiga bertahan selama sepuluh tahun atau lebih.

Potensi keuntungan suatu usaha harus dibandingkan dengan risiko saat menentukan apakah akan melanjutkan atau tidak. Ini disebut *Risk-Reward Tradeoff*.

“Perencanaan adalah salah satu bagian terpenting dalam menjalankan bisnis, tidak masalah apakah itu perusahaan multinasional besar yang mencoba merencanakan ekspansi atau sebuah bisnis kecil yang meluncurkan produk baru yang menarik.”

Risk-Reward Tradeoff. (sering disebut sebagai Risk Reward Ratio) dijelaskan dengan baik oleh Investopedia dengan mendefinisikannya sebagai “rasio yang digunakan oleh banyak investor untuk membandingkan pengembalian yang diharapkan dari suatu investasi untuk jumlah risiko yang dilakukan untuk menangkap pengembalian ini.

Rasio ini dihitung secara matematis dengan cara membagi jumlah yang akan hilang jika harga bergerak ke arah yang tidak terduga (mis. risiko) berdasarkan jumlah laba yang diharapkan

pedagang dapatkan ketika posisi ditutup (mis. hadiah). " Meskipun ini bisa menjadi perhitungan matematika, untuk tujuan kamu, kamu harus mengerti bahwa semakin tinggi risikonya, semakin tinggi pula potensi keuntungannya.

Yang perlu dilakukan saat menjalankan sebuah usaha bisnis adalah : Kerjakan pekerjaanmu; Jadilah realistis; dan gunakan proses penulisan rencana untuk membantu menentukan bagaimana cara melanjutkan usaha. Selanjutnya harus mempertimbangkan skenario terburuk apa yang mungkin terjadi (kebangkrutan, kehilangan modal, dll.). Jika tidak bisa tahan dan merasa takut dengan segala kemungkinan-kemungkinan terburuk tersebut, maka urungkan. Jika merasa mampu, maka lanjutkan dengan hati-hati.

2.2 Menentukan Kelayakan Pasar

Dalam film 1989, *Field of Dreams*, petani Ray Kinsella (Kevin Costner) berencana membangun stadion bisbol. Dalam upaya ini, dia menyarankan, "Jika kamu membangunnya, mereka akan datang." Meskipun upaya tersebut terbukti dalam film fiksi, tetapi jarang terjadi dalam dunia nyata, ketika kamu membangun sebuah bisnis dan orang-orang berbondong datang untuk membeli produk atau jasa yang kamu jual. Faktanya, usaha baru yang dijalankan dengan produk atau jasa yang dijual atau ditawarkan hanya akan terlihat gemerlap selama beberapa minggu atau beberapa bulan saja di pangsa pasar.

Sangat penting diperhatikan bahwa waktu, energi, dan sumber daya harus didedikasikan untuk menentukan kelayakan pasar bagi sebuah bisnis baru. Kecuali kamu menyadari sendiri untuk sepenuhnya objektif, pertimbangkan akan adanya penurunan kualitas, pihak ketiga yang tidak memihak untuk melakukan penelitian dan memberikan pendapat yang jujur dan

objektif tentang produk dan jasa yang akan dijual. Berbohong pada diri sendiri pada tahap ini sangat mudah dilakukan jika kamu tetap tertarik dengan bisnismu dan percaya pada kemungkinan keberhasilannya dengan dukungan data yang minim.

Irene A. Blake menulis bahwa ada 8 langkah untuk menentukan kelayakan pasar:

Langkah 1

Memeriksa bisnis-bisnis yang ada di wilayah geografis yang direncanakan untuk menargetkan tingkat persaingan pangsa pasar yang mungkin akan dialami, bentuk upaya-upaya pemasaran yang mungkin berhasil atau gagal, dan demografi pelanggan yang membeli produk atau jasa serupa. Misalnya, kunjungi toko pesaing dan situs web, evaluasi upaya promosi dan penjualan, dan mengamati lalu banyaknya orang-orang yang melewati daerah tersebut.

Langkah 2

Buat daftar demografi pelanggan yang menurut kamu dapat dijadikan target pelanggan untuk jenis penawaran baru yang ditawarkan, berdasarkan evaluasi para pesaing dan analisis pakar dari pelaku industri. Daftar demografi ini mencakup antara lain : usia, status keluarga, dan penghasilan. Jika anggaran memungkinkan, sewalah sebuah firma yang bergerak pada bidang riset pasar untuk menyediakan data demografi pelanggan untuk lokal, nasional, atau internasional penjualan produk atau jasa serupa.

Langkah 3

Persempit target pasar dengan meminta umpan balik dari sekelompok kecil orang yang menjadi pelanggan demografis yang telah tersusun. Misalnya, beli daftar kontak yang

ditargetkan dari pemasaran langsung atau perusahaan survei, dan kemudian, mengirimkan kuesioner kepada kelompok tersebut dengan menanyakan tentang demografi, minat mereka, dan kebiasaan berbelanja, seperti alasan mereka berbelanja di toko dan jenis produk atau jasa tertentu yang paling mereka hargai dan sukai.

Langkah 4

Undang 15 atau 20 orang dari daftar yang telah dipersempit untuk mencoba menawarkan prototipe atau rilis produk yang terbatas dan meminta tanggapan umum dan umpan balik dari mereka tentang cara-cara penawaran yang lebih baik. Misalnya, izinkan mereka yang ada di kelompok pengujian untuk mencoba penawaran selama 10 hari dan kemudian meminta mereka untuk mengikuti survei atau berpartisipasi dalam diskusi kelompok dengan bertatap muka tentang apa yang mereka sukai atau tidak sukai.

Langkah 5

Ubah rencana berdasarkan riset yang diperlukan, dan kemudian lakukan survei dan fokus pada penelitian kelompok tambahan. Ulangi proses ini sampai kamu merasa memiliki produk atau jasa yang dapat diterima oleh target konsumen.

Langkah 6

Buatlah daftar faktor-faktor lain, selain dari pendapat pelanggan, yang dapat memengaruhi keberhasilan penawaran /jualan.

Faktor-faktor tersebut termasuk bencana alam atau buatan manusia, perubahan ekonomi, bisnis baru atau kemunculan teknologi yang baru. Buat daftar metode alternatif untuk menarik pelanggan, meningkatkan penjualan, atau memperluas penawaran ke pasar lain jika diperlukan.

Langkah 7

Perkirakan biaya awal dan jangka panjang untuk pengembangan, pelepasan dan promosi produk berdasarkan pada penelitian dan perkiraan biaya dari pihak yang terlibat langsung dengan proyek, seperti desainer, produser, pengiklan, manajer proyek dan anggota tim.

Langkah 8

Analisis semua data untuk menentukan apakah harus tetap lanjut dan meneruskan usaha produk atau jasa baru tersebut.

Dengan menentukan kelemahan viabilitas suatu produk, dapat menyelamatkan diri dari kekecewaan atau penyesalan dan kerugian finansial di masa depan. Namun, jika pangsa pasar untuk produk atau layanan tidak ada, jangan menyerah. Pertimbangkan produk dan jasa lain dan tawarkan sesuatu yang memiliki potensi besar. Ingat, rencana bisnis adalah tentang mempelajari apa yang seharusnya tidak dilakukan dan juga mempelajari apa yang seharusnya dilakukan.

2.3 Menghimpun Pendanaan

Meskipun pembiayaan dibahas dalam Bab Penganggaran, penting pada bab ini untuk memahami peran bisnis perencanaan berlaku berkenaan dengan bagaimana membiayai sebuah bisnis baru.

Pertimbangkan sebuah skenario di mana kamu memiliki uang dalam jumlah yang besar dan sedang mencari bisnis untuk berinvestasi. Sekarang bayangkan seseorang datang dan menawarkan bagaimana membelanjakan sebagian uang untuk usaha bisnis; seorang lulusan Universitas Harvard berpakaian rapi mengunjungi kantormu.

Sang lulusan tersebut menyampaikan idenya yang terdengar mengesankan. Namun, ketika ditanya tentang "rencananya" tersebut, dia hanya mengatakan "Itu semua akan berhasil".

Sekarang pertimbangkan skenario kedua di mana lulusan sekolah menengah datang untuk menemui dan memiliki detail rencana bisnis yang menunjukkan penelitian yang solid dan kesimpulan logis yang jelas. Produk atau jasanya yang ditawarkan sangat jelas dan rencana bisnisnya menunjukkan potensi yang lebih menguntungkan.

Di perusahaan mana kita ingin berinvestasi?

Ketika bank atau pemberi pinjaman lain mempertimbangkan suatu usaha, sumber utama informasi mereka adalah rencana bisnis. Tanpa rencana, kreditur tidak dapat menganalisis usaha dengan baik dan karenanya akan menolak untuk memprosesnya. Namun, dengan rencana bisnis yang baik, pemberi pinjaman dapat menganalisis data dan memutuskan apakah usaha berada dalam parameter investasi mereka. Sebuah rencana bisnis, bahkan meskipun berupa rencana bisnis yang hebat, tidak ada jaminan pembiayaan, maka pasti akan mengakibatkan kegagalan, semua tergantung pembiayaan.

2.4 Penyusunan Rencana Bisnis



Meskipun ada banyak cara untuk menulis rencana bisnis, rencana bisnis yang baik adalah yang menggunakan lebih banyak hal – hal yang sudah biasa.

SBA AS memiliki sumber daya yang nyaman yang memberikan cara membuat proses perencanaan bisnis yang mencakup bidang-bidang berikut ini

Halaman sampul

Ringkasan bisnis plan

Riset Pasar

Produk atau Jasa

Pemasaran dan Penjualan

Proyeksi Keuangan

Karena buku ini dirancang untuk membantu siswa membangun rencana bisnis sebagai bagian dari kurikulum yang lebih besar, dimulai dari pendekatan tradisional, menulis beberapa bagian dalam urutan yang berbeda dan menggali lebih dalam menjadi beberapa bagian. Dalam buku ini, akan dipelajari rencana bisnis dengan urutan sebagai berikut:

1. Pengembangan Konsep
2. Pemasaran
 - a) Produk
 - b) Tempat
 - c) Harga
 - d) Promosi
3. Manajemen Umum dan Operasi
4. Akuntansi dan Keuangan
5. Penganggaran
6. Breakeven dan Analisis Lainnya
7. Menyatukan semuanya
 - a) Halaman Sampul
 - b) Ringkasan Eksekutif
 - c) Kesimpulan / Penutupan Keterangan
 - d) Lampiran dan Lampiran Lainnya

Pentingnya rencana bisnis tidak dapatabaikan. Tanpa rencana bisnis yang solid, sama saja menempatkan masa depan keuangan dalam bahaya besar. Dengan melakukan pekerjaan yang diperlukan, secara signifikan dapat meningkatkan potensi kesuksesan dalam bisnis.

2.5. Pengetahuan untuk Bertindak

Template yang diperlukan untuk buku ini dapat diperoleh dengan mengirimkan email *info@practicalbusinessplanning.com* dengan masuk pada subjek permintaan template Bookboon. (Catatan: Kamu akan ditempatkan pada milis untuk pengusaha. Jika Kamu ingin keluar dari daftar, kamu harus membeli template di *www.practicalbusinessplanning.com*.)

Dalam setiap bab, kamu akan mengembangkan apa yang telah dipelajari dan pada akhirnya akan memiliki rencana bisnis sebagai tugas akhir.

Untuk bab ini kamu akan melangkah ke bagian Konsep Bisnis yakni menulis dan meringkas setidaknya 1-2 halaman tentang konsep bisnismu. Konsep ini dapat ditinjau kembali kapan saja, jadi cobalah jangan khawatir. Bahkan juga bisa menggunakan halaman website untuk membuat ulang konsep bisnis dan kembali lagi dengan hasil konsep yang lebih baik dan menjadi pilihan terakhir yang terbaik.

2.4.2 Pertanyaan Diskusi

Kunjungi *www.sba.org* dan temukan versi rencana bisnis mereka. Jawab pertanyaan berikut:

- A. Apa yang kamu sukai dan tidak sukai dari rencana ini?
- B. Cari tahu tentang bisnis tersebut, dan apa yang dapat kamu lakukan untuk memperkuat rencana ini?
- C. Jika kamu sebagai pemberi pinjaman untuk yang membaca rencana ini, pertanyaan apa yang akan disampaikan?

2.4.3 Penerapan Etika

Monsanto adalah perusahaan multinasional agrokimia dan bioteknologi pertanian asal Amerika yang berbasis di Missouri. Dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan ini telah berada di bawah pengawasan yang mendalam untuk praktik bisnisnya, dan apakah mereka melakukan sesuatu yang beradab atau tidak.

Dengan jangkauan lebih dari 66 negara di seluruh dunia, Monsanto adalah produsen utama genetik biji modifikasi (GM). Di masa-masa awalnya, Monsanto adalah produsen deterjen, pestisida, dan bahan kimia lainnya. Monsanto bahkan mengembangkan 'Agen Oranye' yang terkenal, atau lebih tepatnya terkenal karena keburukannya, yang digunakan oleh militer Amerika selama Perang Vietnam untuk menimbulkan korban kejahatan brutal terhadap tentara Viet Cong.

Jadi bagaimana sebuah perusahaan yang membuat bahan kimia setingkat senjata militer mulai memasok benih ke petani yang dimodifikasi secara genetik? Sederhana. Pada pertengahan 1980-an Monsanto mematenkan obat-obatan dan membuat lompatan kedepan dalam bidang teknologi benih dan tanaman pada tahun 1994. Sejak pergeseran produk ini, Monsanto semakin memperluas jangkauannya dengan mengakuisisi perusahaan-perusahaan benih di seluruh dunia.

Masalah Etis 1: Suap

Di halaman depan buku pedoman kebijakan perusahaan mereka, Monsanto menjelaskan pendiriannya tentang penyuapan, dan tegas menyatakan bahwa itu 'dilarang keras'. Sayangnya, pada 2005 Monsanto dikritik karena kasus suapnya kepada seorang pejabat Indonesia, yang menghasilkan denda \$ 1,5 juta. Suap awal harus dibayarkan kepada seorang pejabat pemerintah

Indonesia untuk menghentikan studi dampak lingkungan yang dilakukan pada produk kapas transgeniknya.

Ada berbagai masalah etika di sini. Pertama, kamu harus ingat bahwa masalah suap bukanlah masalah utama yang menjadi dilemma. Penyuaan tersebut sudah terjadi, bagaimanapun, Monsanto melakukan sebuah pekerjaan yang hebat untuk menutupi permasalahan utama (suap), yang akan memberikan dampak lingkungan dari produksi kapas transgenik Monsanto. Dengan biaya kecil \$ 1,5 juta, perusahaan mengatasi memanasnya persoalan suap menyua, dan kemudian melanjutkan program kapas di wilayah tersebut.

Kasus Monsanto di Indonesia

Monsanto perusahaan penguasa teknologi tanaman transgenik terbesar di dunia. penyedia utama produk pertanian dan solusinya. Perusahaan yang berkantor pusat di Missouri, AS ini menggunakan inovasi yang tak tertandingi dalam bioteknologi, rekayasa genetika dan pemeliharaan tanaman untuk meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya dalam pertanian. pemegang hak paten bioteknologi terbesar dengan menguasai 287 paten, disusul DuPont: 279, Syngenta: 173, Dow: 157, Aventis: 77

Sengketa Monsanto dengan petani kapas di Bulukumba, Sulawesi Selatan menjadi pengingat penting, betapa petani menjadi korban. pada kasus yang terjadi pada awal dekade 2000, Monsanto sebagai penyedia benih kapas transgenik terjerat dua "dosa" sekaligus. pertama, janji Monsanto meningkatkan produktivitas tidak terbukti, petani yang kecewa membakar hamparan kapas yang gagal! Janji hasil panen kapas hingga 3,5 ton/hektar hanya mendapatkan kurang dari 1 ton/hektar bahkan beberapa ada yg gagal total. dosa kedua, yang lebih besar

adalah penyuaipan sejumlah petinggi termasuk di pemerintah pusat senilai US\$ 700.000, agar Monsanto bisa menjual benih kapas transgeniknya di Indonesia tanpa melewati serangkaian uji yang cukup, Monsanto dihukum oleh Pengadilan New York dengan kewajiban membayar denda sebesar US\$ 1,5 juta, karena telah melanggar aturan larangan menyuap di luar negeri (the foreign corrupt practices act) karena kasus di Indonesia. pakar bayaran bilang, kapas transgenik Bollgard mampu meningkatkan pendapatan petani dan produksi meningkat lebih dari 400%, transgenik itu tahun 2001 ditanam di 6 kabupaten di SulSel: Soppeng, Wajo, Takalar, Bantaeng, Bulukumba, dan Gowa.

Sesuai SK Menteri Pertanian saat itu, pemerintah menyiapkan lahan 10.000 hektar untuk penanaman kapas transgenik tersebut. Kepala Dinas Perkebunan Sulsel A Makkarasang waktu itu akan menambah 25.000 hektar lagi untuk perluasan penanaman. Dari enam kabupaten tahun 2001 yang sanggup menanam menjadi sembilan kabupaten di tahun 2002 menyatakan kesiapannya. Hitungannya, janji produksi Bollgard 3,8 ton per ha dan harga Rp 2.500 per kilogram. Jadi didapatkan Rp 9,5 juta per ha. Iklan Bollgard yang tidak didasari oleh akal sehat lewat ilmuwan kampus bayaran, membuat banyak petani kapas hanya bermimpi. tapi janji itu cuma dusta. petani terkejut dan marah ketika mereka tahu hasil panen kapas tidak sampai satu ton per hektare. banyak di antaranya hanya sekitar 0,5 ton per ha. sementara untuk biaya produksi mereka berutang kepada PT Branita Sandhini, PT Branita Sandhini, anak perusahaan PT Monagro Kimia, penyalur bibit kapas transgenik Bollgard di Sulawesi Selatan benih setiap hektare ladang kapas membutuhkan biaya Rp 1,245 juta. artinya, panen 0,5 ton tak cukup untuk membayar utang.

Monsanto merespon dugaan suap, dengan cara menyuruuh seorang senior manajer (bukan karyawan tingkat rendah)

untuk menyarankan perusahaan konsultan Indonesia untuk memberikan \$ 50.000 kepada pejabat lingkungan tingkat tinggi Indonesia.

Setelah terjadinya kejatuhan perusahaan, Monsanto memecat "Karyawan" dalam tanda kutip yang mereka beri label "anak perusahaan," atau perusahaan sekunder, untuk menghindari sorotan publik

Namun, juga ditemukan bahwa Monsanto telah membayar suap kepada pejabat tinggi pemerintah selama bertahun-tahun.

Etika 2: Pencatutan Modal yang Tidak Patut

Banyak ilustrasi yang muncul ketika saya berpikir tentang "Terminator," yaitu Arnold Schwarzenegger yang mengendarai sebuah sepeda motor dan mengatakan "*I'll be back*". Satu hal yang tidak pernah terlintas dalam pikiran, bahkan tidak seharusnya saya pikirkan, adalah makanan. Namun, Monsanto, sejak tahun-tahun memulai usaha sebagai produsen benih, kemudian mengembangkan gen dalam bibit tanaman yang mereka jual kepada petani mereka yang mereka sebut dengan "Terminator Gene." Gen ini secara efektif menghilangkan kemampuan biji-biji untuk bereproduksi, menyebabkan petani kembali ke perusahaan setiap tahun untuk membeli lebih banyak benih.

"Hak paten Gen ini" dan penyalahgunaan para petani berpenghasilan rendah ini tidak etis. Mengabaikan masalah jangka panjang dampak lingkungan, serta dampak terhadap cadangan benih dunia terhadap perilaku yang berorientasi pada keuntungan semata, akankah Monsanto diizinkan untuk menguab dan mempermak susunan benih yang sangat genetika untuk dimanfaatkan memberi makan miliaran orang

di seluruh dunia? Jika demikian, siapa yang harus bertanggung jawab menguji data untuk menentukan apakah perilaku ini aman bagi manusia? FDA (Food and Drug Administration), Badan Makanan dan Obat-obatan Amerika Serikat, tidak melakukan tes pada perusahaan, tetapi, mereka memeriksa "tes mandiri" yang dilakukan perusahaan sendiri. Jenia pengujian ini dapat dengan mudah dimanipulasi, jadi apakah tes mandiri seperti ini patut?

Dilema Etis 3: PCB

(Polychlorinated Biphenyls atau PCBs adalah suatu kelompok senyawa kimia buatan yang dapat berwujud cairan minyak maupun padatan)

Monsanto adalah produsen PCB nasional terbesar, PCB adalah senyawa kimia yang digunakan sebagai pendingin, sampai dilarang tahun 1977 karena diketahui sebagai penyebab kanker pada hewan dan manusia.

Permasalahan muncul ketika ditemukan adanya dugaan yang menyatakan bahwa Monsanto dengan terang-terangan telah membuang berton-ton senyawa kimia yang mengarah langsung ke aliran-aliran pasokan air setempat. Monsanto juga telah mengubur jutaan pon bahan kimia di lereng bukit yang berdekatan dengan masyarakat setempat. Perusahaan membayar \$ 700 juta biaya kompensasi kepada masyarakat akan tetapi saluran tersebut tidak ditutup. Tempat pembuangan sampah serupa dapat ditemukan di Inggris. Dilema etika Monsanto tidak berhenti di situ. Dari penggunaan hormon pertumbuhan yang telah terbukti menyebabkan kanker pada manusia dan penyakit pada ternak, gugatan kepada petani karena pelanggaran hak paten karena menyebarkan benih Monsanto ke lahan yang lian, penyebab penyakit kanker, alergi, dan gangguan kekebalan tubuh di seluruh dunia dari makanan yang dimodifikasi secara

genetik, Monsanto dianggap oleh banyak orang sebagai contoh utama dari bisnis yang tidak memiliki etika untuk menjalankan standar operasional perusahaannya.

Giliran kamu:

Lihat tiga dilema etis diatas dan berikan contoh bagaimana seharusnya Monsanto bertindak etis untuk setiap dilema. Cari masalah etika yang tidak tercantum di antara ketiganya dan jelaskan masalahnya bagaimana itu bisa ditangani menurut etika yang patut.

2.4.3 Membangun Keterampilan Kepemimpinan

Kunjungi laman <http://freestrengthsfinder.workuno.com/> dan ikuti jenis Test untuk mencari kekuatan-kekuatanmu secara gratis. Kamu tidak membutuhkan hasil pengembangan tesnya karena membutuhkan biaya yang harus dibayar; Namun, kamu boleh memutuskan untuk melakukan sesuai dengan bidang pendidikanmu sendiri).

- A. Apa saja kelebihanmu?
- B. Apakah kamu cocok untuk profesi dalam bisnis? Sebagai pengusaha?
- C. Apa yang dikatakan hal ini tentang keterampilan kepemimpinanmu?
- D. Bandingkan hasilmu dengan hasil anggota timmu. Apa yang sudah kamu pelajari dari mereka?
- E. Bagaimana masing-masing dari kamu dapat menggunakan hasil untuk bekerja lebih baik sebagai tim?

2.4.4 Panggung Global

Dengan menggunakan tiga perusahaan dari Bab 1, berikan ringkasan sejarah satu halaman untuk masing-masing perusahaan.

Tujuan pembelajaran untuk bab konsep ini adalah untuk belajar tentang:

- ◆ Bagaimana mengembangkan konsep
- ◆ Bagaimana menilai kelayakan konsep

Sering kali tahap konsep disepakati (misalkan membeli bisnis yang sudah ada) atau telah sudah terbersit dalam di pikiran selama beberapa waktu. Namun, penting untuk tidak terlalu santai pada tahap ini dari penyusunan rencana bisnis. Ambil contoh, sebuah restoran yang menjual hotdog dan hamburger mungkin nampak sama, namun ketajaman pemikiran yang membedakan dari orang lain mungkin bukan sesuatu yang dapat dilihat sejak pertama kali.

Ambil contoh sebuah usaha salon kecantikan. Setiap salon memiliki fungsi dasar seperti keramas, memotong rambut, permanen, mewarnai dan jasa lainnya khas salon rambut. Beberapa bahkan mungkin menambahkan manikur dan pedikur, pijatan, atau bahkan penyamakan. Namun, dalam banyak hal jasanya pada dasarnya sama. Jadi, bagaimana sebuah konsep salon kecantikan tidak mudah dimengerti?

Bandungkan dengan sebuah salon yang memiliki background dengan tema olahraga dengan televisi besar di ruang tunggu bergaya stadion. Para karyawan memakai olahraga baju tim lokal dan nasional, dan kamar-kamar di buat dengan tema ruang ganti pemain.

Sekarang bandungkan konsep ini dengan salon rambut sebelumnya. Apakah mereka menjual produk yang sama? Benar, kedua-duanya memotong rambut dan menawarkan

banyak jasa yang sama, tetapi apakah mereka menggunakan konsep yang sama?

Ketika mengembangkan konsep, seharusnya tidak hanya mempertimbangkan kepraktisan produk dan penawaran jasa dari perusahaan, akan tetapi juga nuansa emosionalnya.

Lihatlah kembali bermacam salon rambut yang ada di setiap kota. Apa pendapatmu tentang itu? Apakah itu melahirkan emosi yang kuat pada dirimu? Sekarang perhatikan salon rambut bertema olahraga. Bagaimana perasaanmu? Salon mana yang menimbulkan emosi yang lebih kuat? Jika kamu adalah seorang yang fanatik terhadap olahraga, salon bertema olahraga akan cenderung menggairahkan, membuatmu merasakan sesuatu yang berbeda dan pengalaman yang berkesan dengan salon tersebut. Perasaan seperti inilah yang akan bukan hanya menarik pelanggan tertentu tetapi juga akan memungkinkan adanya kenaikan harga dan profitabilitas.

Konsep ini dibahas secara mendalam dalam pemasaran tetapi harus dipertimbangkan pada tahap ini juga. Saat mengembangkan konsep, ada 5 pertanyaan utama yang harus kamu fokuskan:

1. Siapa (konsumen) mana yang ingin kamu tarik?
2. Perasaan apa yang ingin dihasilkan?
3. Apakah ada pasar yang butuh emosi/cita rasa seperti ini?
4. Bagaimana ini bisa menjadi sesuatu yang berbeda dari yang lain?
5. Berapa lama kans ini akan bertahan?

Siapa (konsumen) mana yang ingin kamu pikat?

Reaksi pertama terhadap pertanyaan tentang siapa yang ingin ditarik, mungkin, yah... semua orang, tapi sebenarnya bukanlah demikian. Sama seperti salon kecantikan khusus pada para pria

yang mencintai olahraga, bisnis juga harus memiliki nuansa yang tertuju pada demografis tertentu. Demografi inilah yang akan menjadi fokus perhatian utama tentang pemasaran dan keputusan penting lainnya untuk kelanjutan bisnis.

Untuk menentukan siapa yang ingin dipikat, perhatikan pelanggan pertama yang datang. Seperti apa? Siapa yang masuk sebagai pelanggan pertama? Dia adalah orang-orang yang menjadi perhatian utama.

Cita rasa apa yang ingin kamu tawarkan?

Menurut demografis yang ditargetkan, bisnis harus menimbulkan cita rasa bagi pelanggan. Semuanya, mulai dari warna dinding hingga musik yang diputarkan sebagai latar, semuanya diatur sesuai dengan suasana hati yang harus menarik bagi pelanggan. Salon kecantikan bertema olahraga, stadion tempat duduk, jaringan olahraga di televisi, dan staf yang mengenakan kaus semuanya menimbulkan perasaan seperti berada di sebuah stadion olahraga. Orang yang tidak suka olahraga tidak akan tertarik dengan tema ini, tetapi target pasar, kemungkinan anak muda, akan sangat tertarik dengan tema ini dan tidak hanya akan datang ke salon, tetapi kemungkinan akan membayar tip untuk cita rasa yang telah mereka dapatkan.

Ingat kapan terakhir kali membeli pakaian atau setidaknya berbelanja membeli beberapa pakaian. Ada bermacam pakaian di outlet yang berbeda-beda, tetapi kamu memilih untuk membeli di toko yang kamu pilih menjadi outlet favoritmu. Mengapa?

Ketika berbelanja di mal, kemungkinan akan memilih toko pakaian dengan poster anak muda yang dipajang di luar toko dan musik rock modern yang diputarkan di dalam. Jelas toko ini tidak berusaha menarik seorang nenek berusia tujuh puluh

tahun. Jadi siapa yang mereka coba pikat? Jelas mereka menargetkan demografis muda dan memusatkan nuansa toko kepada pelanggan yang terbatas. Ketika pelanggan mereka membeli pakaian, pelanggan menerima cita rasa lebih tentang toko daripada tentang pakaian yang dibeli itu sendiri. Perasaan inilah yang sangat penting ketika mengembangkan konsep bisnis.

Apakah ada pasar yang butuh emosi/cita rasa seperti ini?

Kemudian, setelah memiliki beberapa gagasan tentang perasaan atau emosi yang ingin diutarakan kepadapara konsumen, harus memastikan ada pasar yang menerima dan akan menikmati sensasi rasa tersebut.

Tidak semua cita rasa memiliki daya tarik yang sama dan cita rasa yang kamu hadirkan/harapkan belum tentu akan dapat bertahan selamanya. Penting untuk menunjukkan pada tahap ini bahwa tidak boleh terlalu mengagung-agungkan konsep yang direncanakan. Ingat, tujuan bisnis adalah untuk menghasilkan uang. Jika ide hebatmu tidak akan menghasilkan uang untukmu, segera beralih ke ide-ide yang lain.

Jika melihat lagi di salon kecantikan bertema olahraga dan setuju bahwa audiens utama untuk emosi ini adalah anak muda khususnya laki-laki (Ya, perempuan juga suka olahraga, tetapi tidak dalam jumlah yang sama), akan menjadi sangat tidak masuk akal menempatkan salon ini di sebelah universitas khusus perempuan. Betapapun baiknya idenya, harus sesuai dengan kebutuhan pasar.

Bagaimana ini bisa menjadi sesuatu yang berbeda dari yang lain?

Meskipun ada beberapa ide yang sangat orisinal, sebagian besar tidak orisinal dan hanya merupakan upaya untuk membangun perangkat tikus yang lebih baik.

Berapa lama kans ini akan bisa bertahan?

Setiap ide, terlepas dari pengaruhnya terhadap masyarakat, memuat tujuannya sendiri. Tujuan tersebut bisa jadi akan berlangsung sebentar tapi juga bisa sangat lama, tetapi akhirnya ada sesuatu akan datang dan menggantikannya.

20 tahun yang lalu, buku-buku perlu dicetak dan kemudian didistribusikan melalui toko buku, sekarang dapat dilihat di internet atau dipesan secara online dan dikirim langsung ke rumah kita. Hal seperti ini terlihat sangat biasa bagi kita pada masa sekarang, tetapi ketika mesin cetak ditemukan hal tersebut tidak akan bisa dipahami.

Tentu saja ada banyak sekali pertanyaan lain yang mungkin diutarakan, tetapi lima pertanyaan ini adalah sebuah permulaan yang baik. Saat memutuskan untuk maju dengan rencana bisnis, khususnya di bagian pemasaran, lima jenis pertanyaan ini dan pertanyaan lainnya akan muncul dan terjawab, dan konsep yang dibuat akan semakin kuat, sebagai jalan menuju kesuksesan.

3.1 Pengetahuan untuk Bertindak

Dengan menggunakan template yang disediakan oleh buku ini atau tersedia di (www.practicalbusinessplanning.com), Kamu akan mulai menulis rencana bisnismu. Dalam setiap bab, kamu akan membangun apa yang telah dipelajari dan kehendaki dan

pada akhirnya kamu akan memiliki rencana bisnis sebagai tugas akhir.

Dalam Bab ini kamu akan masuk pada bagian Konsep Bisnis dan menulis setidaknya 1-2 halaman meringkas konsep bisnismu sendiri. Konsep ini dapat ditinjau kembali kapan saja, jadi tidak perlu khawatir. Selebihnya, kamu dapat mendapatkan sesuatu dari lembar halaman yang kurang baik untuk dikoreksi dan memulai kembali untuk dijadikan bentuk konsep terbaik.

3.1.1 Penyelidikan Kritis

Penyelidikan kritis adalah proses mengumpulkan dan mengevaluasi informasi, ide, dan asumsi dari berbagai perspektif untuk menghasilkan analisis dan pemahaman yang beralasan, dan mengarah pada ide, aplikasi, dan pertanyaan baru

“New Coke”

Menarik bila kita mengamati kebijakan Coca Cola yang hampir menghancurkan perusahaan pada sekitar tahun 1980-an. Pada tahun 1985 Coca Cola menghentikan produk originalnya dan mulai memasarkan “New Coke” dengan rasanya yang lebih manis. Pada awal masa peluncuran, produk ini terjual dengan baik di pasaran. Namun tidak lama kemudian, penjualan menurun drastik bersamaan dengan reaksi masyarakat yang kaget. Perusahaan menerima banyak sekali surat dan lebih dari 1.500 telepon setiap harinya dari konsumen yang kecewa.

Sebuah gerakan yang menamakan diri “Old Cola Drinkers” melakukan protes dengan membagikan kaos dan mengancam mengajukan *class action* kecuali jika formula lama dikembalikan. Setelah bertahan selama tiga bulan, formula lama dipasarkan kembali dengan membawa merk “Coke Classic” dan dijual

secara berdampingan di rak-rak supermarket. Perusahaan tetap mempertahankan New Coke dengan harapan produk tersebut tetap laku. Pada akhir tahun, ternyata Classic mengalahkan penjualan New Coke di berbagai supermarket dengan perbandingan 2:1.

1. Mengingat sumber daya Coca-Cola yang besar, mengapa konsep baru ini gagal?
2. Sebutkan dua produk gagal dan dua produk sukses yang mirip satu sama lain. Bandingkan dan kontraskan konsep-konsep itu.

3.1.2 Penerapan Etika

"Dengan menabung, hidup akan lebih baik"

Dengan slogan yang memuat dua janji yang sangat menarik, Wal-Mart Corporation dengan berani mengklaim sebagai bukan hanya pemasok semua kebutuhan keluarga modern Amerika, tetapi juga menawarkan cara untuk menghemat uang agar hidup lebih baik.

Semboyan seperti ini bias jadi subjektif dan menyesatkan, kami tidak melihat pada kepatutan slogan Wal-Mart, melainkan etika dari praktik bisnis mereka. Wal-Mart, bagaimanapun, adalah perusahaan swasta terbesar di dunia dengan lebih dari dua juta karyawan, serta meruoakan korporasi terbesar kedua di dunia.

Dilema Etis: "Bagaimana kamu dikatakan menabung uang?" Wal-Mart dikenal karena pendekatannya yang tiada henti dalam menawarkan para pelanggannya harga serendah mungkin, tetapi apakah harga yang lebih rendah itu menjadi *at cost* (biaya riil atau kebutuhan nyata) yang lebih besar untuk menutup kerugian

keuntungan jangka pendek dari sisa beberapa dolar di kantong? Banyak yang percaya bahwa jawaban untuk pertanyaan itu adalah “Ya.” Banyak usaha kecil di berbagai Negara bagian gulung tikar dan terpaksa melakukan *outsourcing* disebabkan persaingan tak tertandingi dari Wal-Mart.

Di hampir setiap kota dan desa di seluruh Eropa dapat ditemukan tukang daging, pembuat sepatu, toko musik, dan pasar petani lokal. Bisnis-bisnis ini mendorong bukan hanya ekonomi, tetapi juga menciptakan lapangan kerja dan tenaga kerja terampil. Di Amerika Serikat, bisnis-bisnis semacam ini juga menjamur; namun, raksasa ritel besar Wal-Mart telah menawarkan kepada para konsumen harga yang tidak mungkin ditandingi oleh toko-toko lokal ini.

Pelanggan atau konsumen, berpikir mereka akan menghemat uang, memilih berbelanja pada jaringan ritel nasional, dan toko-toko kecil lama kelamaan tertutup pintunya. Kerugian jangka pendek adalah dalam hal pekerjaan pemilik toko dan karyawan, tetapi kerugian jangka panjang adalah dalam menipisnya peluang untuk meningkatkan dan mengembangkan karir karena keterampilan yang ada tidak berguna.

Efek jangka panjang lainnya merupakan dampak langsung dari praktik bisnis Wal-Mart. Wal-Mart tidak hanya menawarkan harga rendah kepada pelanggannya, tetapi juga menuntut harga beli rendah dari para pemasoknya. Misalnya, Levi Strauss, perusahaan pakaian Amerika yang memperkenalkan blue jeans di dunia, adalah pemain top dalam bisnis ini. Sayangnya, pelanggan semakin senang membeli jeans dari Wal-Mart karena harga yang murah, dan agar tetap survive dalam bisnis ini, Levi Strauss sekarang harus menjual celana jins mereka di toko-toko Wal-Mart di seluruh negeri.

Masalah dalam persekutuan dua perusahaan ini adalah bahwa Jeans Levi awalnya dibanggakan karena kualitas buatan Amerika mereka, menyediakan tenaga kerja terampil dan pekerjaan untuk ribuan pekerja Amerika. Namun, begitu Wal-Mart menjadi penjual jeans Levi terbesar, mereka mulai menuntut harga merek yang lebih rendah. Untuk memenuhi tuntutan ini, Levi Strauss harus memecat hampir seluruh tenaga kerja Amerika dan membuat kebijakan untuk *outsourcing* seluruh manufakturnya ke Meksiko di mana tenaga kerja lebih murah. Perusahaan lain seperti Master Lock, Vlasic, dan Nabisco juga menyadari telah mengalami kesulitan yang sama dengan Levi Strauss.

Masalah lain yang, meskipun tidak ilegal, dapat dianggap tidak etis, tapi menjadi semacam konflik kepentingan yang besar, adalah tuntutan rutin Wal-Mart untuk melihat pelaporan keuangan pemasoknya untuk mengetahui di mana mereka perlu melakukan pemotongan untuk mempertahankan harga rendah mereka.

Beberapa orang mungkin bertanya mengapa pemasok ini tidak memutuskan hubungan dengan Wal-Mart dan memilih untuk menjual di tempat lain.

Masalahnya adalah banyak dari perusahaan-perusahaan akan terhenti bisnisnya oleh pesaing yang mengambil kesepakatan dengan Wal-Mart, pengecer terbesar di dunia. Agar tetap layak dan sukses, perusahaan ini dan pemasok membuat kesepakatan yang mau tidak mau menyerahkan kendali bisnis mereka kepada Wal-Mart.

Kota-kota kecil yang dulunya memiliki pabrik-pabrik dipenuhi pekerja terampil di industri perdagangan saat ini mereka telah banyak yang menjadi pengangguran. Pabrik dan usaha kecil

yang dulu memasok kebutuhan kota-kota kecil telah digantikan dengan toko-toko eceran besar yang diisi dengan barang dagangan berkualitas rendah yang diproduksi di luar negeri, dan Wal-Mart, perusahaan yang membantu menyebabkan keruntuhan industri-industri ini sekarang mempekerjakan tenaga kerja yang terpaksa menganggur tadi. Dengan kata lain, usaha kecil yang dimiliki keluarga saya tidak beroperasi dan anggota keluarga kami bekerja untuk Walmart.

Dahulu kala, Wal-Mart membanggakan produk buatan Amerika, setidaknya di atas kertas, tetapi di dalam perjalanannya untuk menjadi pengecer termurah dalam bisnis, mereka mengesampingkan kualitas, dan slogannya telah menunjukkan sebuah perubahan etika. Sekarang, slogan itu berbunyi, 'Simpan Uang ...' yang menurut saya lebih sesuai dengan cita-cita asli Wal-Mart: mendorong semua kompetisi menuju kepunahan dengan menjual produk semurah mungkin. Sayangnya, atau lebih tepatnya untungnya, praktik semacam ini merusak diri sendiri. Ketika Kamu memotong piramida dari bawah untuk membangunnya, menyebabkan keruntuhan yang tak terhindarkan.

3.1.3 Pertanyaan Diskusi

1. Meskipun Wal-Mart mungkin tidak melanggar hukum dalam beberapa praktik bisnisnya, apakah itu etis? Berikan contoh spesifik. Juga, berikan skenario di mana salah satu dilema etisnya yang dihadapi Wal-Mart dalam beberapa tahun terakhir dapat ditangani dengan lebih baik.
2. Jawablah dalam bentuk esai (tuliskan jawaban setidaknya dua paragraf dan sebutkan sumber bila perlu): Haruskah keuntungan finansial menjadi tujuan akhir bisnis? Apakah pendekatan Wal-Mart untuk bisnis membuat pelanggan

dan ekonomi lebih baik atau lebih buruk daripada sebelumnya?

3.2 Membangun Keterampilan Kepemimpinan

Dalam latihan ini, kamu akan memilih pemimpin organisasi nirlaba untuk diwawancarai. Pemimpin ini tidak tentu harus berada di level tertinggi dalam organisasi tetapi harus punya pengalaman bertahun-tahun dalam bidangnya.

Dalam wawancara ini siapkan setidaknya 10 pertanyaan tentang kepemimpinan. Contoh pertanyaan Kamu mungkin bertanya, “Apa keberhasilan dan kegagalan terbesar anda dalam kepemimpinan?” atau “Siapakah pemimpin favorit anda? ”

Persiapkan jurnal tentang pelajaran yang kamu pelajari tentang kepemimpinan ini dan bagaimana kamu dapat menggunakannya dalam kehidupanmu

3.2.1 Panggung Global

Dari apa yang telah dipelajari mengenai tiga perusahaan multinasional dari bab 1 dan 2, Bagaimana mereka telah mengubah produk mereka selama bertahun-tahun? Bagaimana mereka mengubah produk mereka menjadi produk terbaik yang sesuai dengan kebutuhan-kebutuhan konsumen?

Bab 4

Pemasaran

Tujuan dalam Bab Pemasaran ini adalah untuk belajar tentang:

- ◆ Apa saja 4 P dalam pemasaran
- ◆ Cara-cara untuk beriklan dan memasarkan

Pemasaran dapat menjadi hal yang sangat menyenangkan bagi pemilik bisnis baru. Melalui pemasaran, mereka bisa "berteriak dari puncak bukit" mengabarkan sebuah produk hebat. Keputusan yang dibuat dalam pemasaran, bagaimanapun, lebih kompleks daripada yang diperkirakan, tetapi dengan perencanaan yang tepat, keputusan ini bisa menjadi alat yang efektif dalam mengarahkan penjualan di perusahaan.

Penting untuk dipahami bahwa periklanan hanyalah salah satu bagian dari pemasaran. Pemasaran dapat mencakup hubungan publik dan jasa sipil di samping iklan tentunya. Untuk memasarkan produk atau jasa kamu dengan benar, kamu perlu melakukan pendekatan pemasaran melalui berbagai cara yang diperlukan. Pemasaran paling baik disajikan melalui Bauran Pemasaran. Bauran Pemasaran juga disebut Pemasaran 4P. 4-P adalah Product (Produk), Price (Harga), Place (Lokasi) dan Promotion (Promosi). Setiap "P" diidentifikasi secara terpisah, tetapi mereka bekerja bersama untuk mempromosikan produk yang tepat di tempat yang tepat dan dengan harga yang tepat.

4.1 Produk

Ada tumpang tindih yang signifikan mengenai pemahaman tentang produk dan konsep. Di mana konsep difokuskan pada

gambaran besar produk dan jasa, dalam bab produk ini akan dibahas lebih spesifik.

Setelah memiliki konsep yang diinginkan, sekarang harus dipikirkan hal-hal berikut:

1. Apakah hanya menyediakan satu produk atau banyak kategori terpisah? Contohnya adalah untuk toko pakaian yang menjual pakaian pria, wanita, dan anak-anak.
2. Siapa yang akan memasok produk ini? Apakah membuat produk dari awal, atau membeli dari pemasok?
3. Jika membuat produk, siapa yang melakukan rekayasa, pengujian beta, dll? (Harus memiliki bagian terpisah dari rencanamu ini khusus untuk manufaktur yang menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut serta mencakup keseluruhan fasilitas produksi, jalur produksi, termasuk pabrik dan peralatan, jaminan kualitas, dll.).
4. Jika membeli dari pemasok, tentukan siapa pemasok ini, berapa lama waktu pemesanan, berapa biaya pengiriman, dll.
5. Bagaimana gambaran kantor atau toko? Apakah berbentuk bangunan fisik atau virtual (web) atau keduanya?
6. Seperti apa ikon usaha (toko) agar dikenal? Apakah akan mendesain logo? Siapa yang akan mendesain logo dan menyiapkan merk dagang usaha?
7. Warna apa yang akan digunakan? Apakah ini sesuai untuk audiens yang menjadi target bisnis?
8. Bagaimana mempresentasikan dan mendisplay produk agar terlihat menarik? (Pertimbangkan segalanya mulai dari rak sampai label dan ikon.)
9. Apakah akan ada pemutaran musik? Jika demikian, dengan sarana apa yang dibutuhkan dan berapa biayanya?
10. Dari pertama kali saat pelanggan datang ke toko (atau situs web), catat dan bukukan? Pertimbangkan segala hal mulai dari sambutan hingga proses *checkout*.

Ini hanya beberapa hal yang perlu dipertimbangkan terkait produk. Setiap produk atau lini produk berbeda dan akan membutuhkan pertimbangan besar untuk memastikan untuk memaksimalkan potensi kesuksesan dan profitabilitasnya.

Jika produk yang dijual, sudah dijual orang lain, lakukan riset dengan mengunjungi situs atau toko toko pesaing tersebut dan beli salah satu dari barang yang mereka jual. Cari tahu apakah yang sedang mereka lakukan itu benar atau salah. Bagaimana kamu membedakan dengan produkmu? Setelah mempertimbangkan semua pertanyaan ini dan banyak lagi, tinjau kembali produkmu dan buat perubahan dalam bentuk apa pun. Waktu untuk melakukan perubahan adalah ketika masih proses perencanaan, jangan sekali kali ketika produk sudah ada di rak.

4.2 Harga

Kamu mungkin berpikir, "Mengapa hal ini tidak tercakup dalam bab akuntansi"? Meskipun harga tentu saja berbasis akuntansi, harga sebenarnya adalah bagian yang sangat penting dari rencana pemasaran, karena mempengaruhi setiap segi bisnis, termasuk volume penjualan dan profitabilitas.

Bagi kebanyakan orang, harga bisa menjadi masalah yang sangat kompleks. Seringkali pengusaha hanya menebak pada harga yang ingin mereka tagih, berpikir "jika kamu membanggunya, mereka pasti datang." Tidak sesederhana itu. Harga adalah salah satu keputusan paling penting yang akan harus dibuat sebagai pemilik bisnis baru. Hal ini perlu ditanggapi dengan serius karena akan memengaruhi di semua sektor bisnis.

Jadi, bagaimana mematok harga untuk produk ? Sering kali, harga akan dipengaruhi oleh para pesaing. Harus hati-hati, bagaimanapun, bahwa tidak boleh membiarkan kecerobohan

kompetisi harga akan mengakibatkan kerugian dalam bisnis. Harus memperhitungkan banyak faktor, salah satunya adalah kompetisi. Faktor lain adalah norma industri (untuk lebih jelasnya lihat pada bab akuntansi), informasi dari asosiasi bisnis daerah setempat, biaya tetap dan biaya bahan dan tenaga kerja.

Norma industri adalah rata-rata rasio yang dihasilkan dari beberapa perusahaan yang sejenis yang dapat dijadikan pembandingan bagi perusahaan yang bersangkutan

Kamu perlu menentukan biaya tenaga kerja dan bahan untuk membuat produk kamu. Jika Kamu membeli dari pemasok, cukup membeli harga grosir plus biaya pengiriman. Jika manufaktur, harus dibahas bagian pembuatan rencana yang berada di luar cakupan buku ini.

Menggunakan buku kerja excel dari lampiran A, kamu dapat memasukkan variabel biaya yang diperkirakan dan dapat dilihat hasil pada lembar pro-forma. Ini akan memberi kamu masukan yang baik jika tidak cukup mengalokasikan dana untuk biaya produksi / pembelian ditambah biaya lain seperti sewa, utilitas, gaji dan upah, dll.

Setelah sepakat dengan harganya, bandingkan dengan para pesaing. Apakah harganya kompetitif? Jika harga terlalu tinggi, dapatkah ini berhasil? Jika harga terlalu rendah, apakah harus menaikkan biaya, atau mencoba menjadikannya sebagai pemimpin harga untuk menarik pelanggan?

Price Leader (Pemimpin Harga) adalah suatu perusahaan yang menetapkan harga pasar untuk suatu barang atau jasa dan memprakarsai perubahan harga, yang kemudian diikuti oleh para pemasok-pemasok pesaing.

4.3 Tempat

Penempatan produk atau jasa tidak diragukan lagi adalah bagian tersulit dari rencana pemasaran pada sebagian besar

bisnis. Dengan memiliki produk hebat dengan harga mahal, namun harus dimengerti bahwa toko saat itu dibanjiri permintaan untuk menjual produk-produk baru. Toko kelontong terlalu sempit untuk mengatur barang-barang yang akan dijual, bahkan sering harus mengeluarkan biaya pemasangan hanya untuk meletakkan produk-produk dagangan di rak. Fakta ini membuat industri makanan menjadi salah satu yang paling sulit ditembus. Namun, dengan rencana mumpuni dapat membantu mengatasi berbagai situasi sesulit apapun.

Jika menjual melalui pengecer (dengan kata lain, orang lain menjual barang-barang yang kamu produksi), perlu mempertimbangkan hal berikut:

1. Toko atau outlet apa yang akan menjual produk-produk tersebut?
2. Sudahkah mereka setuju untuk menjual produk tersebut? Apakah memiliki kontrak atau perjanjian lain?
3. Bagaimana mendistribusikan produk ini (pengiriman, ekspedisi, dll.)?
4. Apakah perlu membayar biaya untuk memasang produk di rak?
5. Apa yang menjadi tanggung jawab misalnya rak, pajangan, iklan / presentasi, atau hal lain yang dapat meningkatkan total biaya keseluruhan ?
6. Apakah kita bertanggung jawab untuk promosi seperti beli satu dapat satu atau kegiatan promosi lainnya?
7. Apakah kapasitas produksi kita mampu memenuhi perkiraan kebutuhan?

Jika akan menjual produk-produk kamu langsung ke konsumen dengan sistem eceran harus mempertimbangkan hal-hal berikut ini:

1. Berapa banyak ruang yang diperlukan untuk ruang eceran dan penyimpanan (gudang)?

2. Sistem / perangkat lunak apa, dll. Yang akan digunakan untuk mesin kasir?
3. Apa yang dibutuhkan untuk pajangan (rak, gantungan, dll.)?
4. Bagaimana membuat interior menarik dan tampilan terbaik untuk produk-produk tersebut?
5. Bagaimana cara menarik pelanggan? Pratanda (ikon), spanduk, dll.?
6. Bagaimana cara meminimalkan pencurian / kehilangan?
7. Apa saja yang akan menjadi persediaan awal dan persediaan berkelanjutan?

Jika akan menjual produk melalui web, hal-hal berikut harus dipertimbangkan:

1. Siapa yang akan membangun dan meng-host situs?
2. Bagaimana cara mendistribusikan / mengirimkan produk?
3. Berapa besar biaya pengiriman?
4. Bagaimana memikat orang ke situs?
5. Berapa banyak inventaris yang perlu disediakan pada saat-saat tertentu?

Terlepas dari bagaimana cara menjual produk-produk kita, harus memperhatikan pertimbangan yang signifikan dalam membuat keputusan yang lebih terperinci, karena kesuksesan akan sangat bergantung pada keputusan yang dibuat sejak proses awal.

4.4 Promosi

Ada banyak cara untuk mempromosikan bisnis. Bentuk-bentuk promosi seperti memasang iklan di koran lokal, menjadi "*lecture circuit*" atau memasang iklan dalam siaran-siaran perdagangan. Bisnis individu perlu promosi secara individu.

Misalnya produsen peralatan tambang, beriklan di koran-koran di kota besar mungkin menjadi jalan terbaik. Namun, untuk toko hewan peliharaan lokal, mungkin bisa lewat kartu harga. Seperti yang dinyatakan sebelumnya, ini sangat bervariasi dari bisnis ke bisnis.

Bilamana anggaran pemasaran untuk produk atau jasa terbatas, kita pasti ingin mendapatkan rezeki nomplok untuk membantu dalam menentukan langkah terbaik untuk iklan dan promosi, di bawah ini daftar beberapa metode dengan komentar yang sesuai.

Koran

Surat kabar lokal, regional atau nasional dapat menjadi media terbaik untuk memasarkan beberapa produk atau jasa, tapi tentu saja tidak semua. Namun, dengan asumsi bahwa koran itu sesuai untuk produk atau jasa yang dijual, ada banyak pertimbangan yang perlu diambil misalnya surat kabar apa, anggaran, hari-hari apa saja tayangnya, berapa lama dan penempatan. Tidak ada aturan baku memutuskan hal tersebut.

Salah satu cara untuk membantu membuat keputusan ini adalah dengan melihat para pesaing. Apakah mereka juga memasang iklan? Jika demikian, kapan, seberapa besar dan di mana iklan-iklan tersebut ditempatkan di koran? Namun, harus berhati-hati karena para pesaing mungkin tidak berhasil dalam strategi pemasarannya dan mengikuti cara mereka bisa saja berakibat buruk.

Cara kedua adalah membuat keputusan adalah dengan mencoba-coba. Dengan bereksperimen dan melacak hasilnya, lama kelamaan akan menemukan apa yang paling cocok untuk bisnis kita. Metode coba-coba ini, bagaimanapun, bisa saja biayanya mahal, jadi pastikan sudah melakukan riset tentang

bentuk bisnis yang ingin dibangun terlebih dahulu dan kemudian lakukan percobaan.

Untuk hubungan kemasyarakatan, surat kabar bisa sangat efektif. Sebagian besar surat kabar mencari cerita bagus dan seringkali akan memberi perhatian pada bisnis yang beriklan di koran mereka.

Salah satu cara untuk mendapatkan hubungan masyarakat gratis untuk dalam bisnis yang bisa dijalankan adalah dengan menggunakan bagian pengumuman. Di bagian ini memberikan kesempatan pada semua untuk berpromosi dan mengumumkan perubahan personel di perusahaan. Melalui media pengumuman pada dasarnya kita mendapatkan iklan gratis dan memepersilahkan calon pelanggan mengenal karyawan nama dan wajah sebuah bisnis.

Cara efektif lain untuk mendapatkan hubungan masyarakat gratis di koran adalah dengan mensponsori acara amal di daerah sekitar. Dengan mensponsori acara tersebut, surat kabar, ketika melakukan sebuah berita, akan menyebutkan nama perusahaan dengan jelas, berkali-kali dengan photo pendukung.

Dengan semua cara pemasaran yang telah diputuskan, penting untuk melacak hasilnya. Dapat dilakukan melalui berbagai metode termasuk kuesioner, percakapan sederhana dengan pelanggan, atau menempatkan identifikasi promosi di iklan (mis. minta pelanggan mengatakan bahwa mereka melihatnya di koran dengan diskon 10%).

Televisi

Iklan televisi bisa sangat mahal, tetapi juga bisa sangat efektif dalam menjangkau audiens tertentu. Jika anggaran

memungkinkan percayalah televisi adalah investasi yang baik. Hubungi beberapa stasiun serta penyedia kabel dan satelit dan minta masing-masing penyedia ini untuk mengirim detail paket dan biaya demografis mereka. Kemudian pertimbangkan informasi ini, sekalian hari dan waktu kapan dapat bertemu.

Tidak semua iklan televisi diciptakan sama. Banyak contoh baik dan buruk baik di tingkat lokal maupun nasional. Sangat penting untuk menimbang pilihan, biaya yang sesuai, untuk mendapatkan jenis iklan yang diharapkan karena merupakan cerminan sebuah perusahaan.

Radio

Seringkali tenaga penjualan (sales) radio akan berbicara tentang "Top of Mind Awareness" ketika memperkenalkan space iklan radio. Ini artinya bahwa ketika pendengar radio mendengarkan iklan berkali-kali, mereka akan mengingat produk atau jasa yang diiklankan ketika suatu saat mereka membutuhkan.

Sebagai contoh: Jika kamu penyedia adalah peralatan medis perawatan darurat, kamu berharap orang berpikir nama produk kamu, jika dan ketika mereka sakit atau mengalami kecelakaan.

Top of Mind adalah nama suatu merek atau Brand yang disebutkan pertama kali oleh seseorang, berada pada posisi yang istimewa. Dalam pengertian sederhana, merek tersebut menjadi pimpinan dalam benak konsumen tersebut dibandingkan nama merek-merek lain (Aaker, 1991:62).

Radio bisa efektif, tetapi mirip dengan televisi, harus berhati-hati menimbang kualitas iklan apakah pantas dan sesuai dengan produk yang ingin diiklankan. Pendekatan "Lakukan Sendiri"

sering kali bukan merupakan cara pemasaran terbaik, terutama untuk televisi dan radio.

Publikasi Perdagangan

Publikasi dan jurnal perdagangan menasar pada audiens yang sangat spesifik. Karena itu, jika ingin menarik pelanggan dalam bidang yang terbatas, seperti peralatan bedah atau perangkat lunak untuk industri tertentu, publikasi perdagangan dan jurnal kemungkinan cara untuk dilakukan.

Dalam mendesain iklan di media ini harus dipertimbangkan bahwa audiens mungkin sudah sangat mengenal produk yang diiklankan dan menggunakan daya tarik *broad based* (yang komprehensif dan inklusif) mungkin tidak akan berhasil. Sebagai gantinya, pertimbangkan untuk menggunakan iklan sebagai sebuah sarana pendidikan tentang produk atau jasa.

Majalah Non-Perdagangan

Juga disebut *Popular Press*, majalah non-perdagangan menarik bagi sedikit orang. tetapi masih memiliki target audiens yang perlu dipertimbangkan.

Sebagai contoh: Jika kamu seorang kontraktor pipa ledeng, sangat tidak masuk akal beriklan di majalah travel. Sebagai gantinya, pilih majalah terbaik dengan melihat target audiens dan melihat iklan melalui saran pembaca.

Internet

Surat langsung (*Direct Mail*)

Direct mail adalah bentuk pemasaran yang melibatkan pengiriman bahan promosi fisik melalui layanan kurir ke rumah atau bisnis.

Secara statistik, pengoperasian surat langsung biasanya dapat memperoleh penghematan 2-5%. Karena itu, ketika menggunakan surat langsung, harus melihat biaya pencetakan dan distribusi dibandingkan dengan potensi penjualan dan margin keuntungan. Walaupun *direct mail* bisa sangat efektif, biayanya bisa signifikan.

Return atau Hasil Investasi adalah penghasilan (gain) atau kerugian (*loss*) karena turunnya nilai investasi pada suatu periode tertentu. Return umumnya ditulis dengan satuan persen (%)

Tatap muka dengan Konsumen

Sejauh ini cara yang paling sulit untuk memasarkan produk atau jasa adalah melalui "**cold calls**". *Cold call* adalah ketika, seorang sales, menelpon orang yang tidak dikenal sama sekali dengan tujuan menawarkan / menjual sesuatu. Tidak selalu langsung menjual, seringkali *Cold Calling* digunakan untuk membuat *appointment* dengan konsumen agar dapat melakukan pertemuan (sales meeting)

Cold Call adalah cara menjual yang lebih kurang sama dengan menjual secara door to door, namun dengan alat komunikasi berupa Telepon.

Pameran Dagang / Konvensi

Mirip dengan publikasi perdagangan, sebuah konvensi memungkinkan kita untuk memasarkan langsung kepada sekelompok besar orang yang mungkin sudah condong ke produk atau jasa kita. Biaya untuk menjadi vendor di sebuah konvensi bisa jadi mulai dari yang gratis hingga berbiaya ribuan dolar.

Ketik memutuskan untuk melakukan pemasaran di pameran dagang, pertimbangkan biaya perjalanan (hotel, tiket pesawat, pengiriman dll.) serta biaya stan profesional. Ada banyak perusahaan di internet yang berspesialisasi dalam pengaturan pameran dagang / konvensi, baik untuk disewa maupun dibeli.

Menjadi Pembicara

Menjadi Pembicara adalah cara yang bagus untuk menempatkan perusahaan sebagai otoritas atau ahli dalam industri. Jika bisa menjadi pembicara yang berbakat, selain mendapat upah (bayaran) untuk berbicara tentang suatu subjek juga bisa sekalian memasarkan produk.

Ada banyak cara lain untuk mempromosikan produk dan perlu melakukan beberapa riset untuk memastikan dana yang digunakan untuk pemasaran dapat digunakan secara efektif..

4.5 Pengetahuan untuk Bertindak

Untuk bab ini kamu akan membahas bagian pemasaran tentang template rencana bisnis kamu dan menulis rencana pemasaran bsinismu. Sekali lagi, kamu dapat mendapatkan sesuatu dari lembar halaman yang kurang baik untuk dikoreksi dan memulai kembali untuk dijadikan bentuk konsep terbaik.

4.5.1 Pertanyaan Diskusi

Tonton dan / atau dengarkan 5 iklan terpisah di televisi, radio, atau komputer. Bandingkan dan kontraskan iklan-iklan tersebut, yang menunjukkan seberapa efektif iklan tersebut dalam pemasaran. Apa kesanmu tentang keseluruhan iklan tersebut? Pelajaran apa yang bisa didapatkan dari iklan tersebut untuk bisa diterapkan untuk rencanamu sendiri?

4.5.2 Penerapan Etika

Enron, Skandal Besar Perusahaan Energi yang Cekik Investor



(Foto: cdn.com)

Keuntungan besar selalu sukses menggoda para investor untuk membenamkan modalnya di sebuah perusahaan. Tapi bagaimana jadinya jika profit perusahaan ternyata tidak sebesar yang dilaporkan?

Aksi penipuan laporan keuangan perusahaan demi menarik investor ini pernah sekali mengundang perhatian dunia saat dilakukan salah satu perusahaan terbesar di Amerika Serikat (AS). Enron, yang kala itu menduduki peringkat ke-7 perusahaan terbesar di AS terbelit skandal penipuan pada para investornya.

Melalui laporan keuangan perusahaan yang cerah, Enron sukses mendapatkan geyuran dana segar dari para investor. Tapi sayang, kesuksesan perusahaan energi raksasa itu akhirnya ambruk karena serangkaian penipuan di pihak manajemen.

Bukan hanya soal penghasilan, bahkan utang Enron pun tidak diungkapkan di hadapan para investor. Belum berhenti sampai di situ, Enron disebut-sebut mendapatkan dorongan dari Gedung Putih. Maklum, Enron mengeluarkan dana dalam jumlah besar untuk mendorong mantan presiden AS George W Bush dalam kampanyenya.

Bagaimana nasib perusahaan besar itu akhirnya? Berikut kisah skandal penipuan salah satu perusahaan terbesar di AS seperti dikutip dari BBC News, Time, The Economist, dan sejumlah sumber lainnya, Kamis (3/4/2014):

Perusahaan Energi Terbesar

Enron merupakan perusahaan energi yang didirikan Kenneth Lay, seorang pria kelahiran Missouri, AS. Tanpa banyak yang menyadari bagaimana awalnya, perusahaan yang berbasis di Houston, Texas itu telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat.

Hanya dalam waktu 15 tahun, Enron telah sukses menjadi perusahaan terbesar ke-7 di AS. Perusahaan tersebut tercatat mempekerjakan 21 ribu karyawan di leih dari 40 negara. Lay bersama dua rekannya berhasil membesarkan Enron hingga bernilai US\$ 68 miliar atau Rp 768,5 triliun (kurs: Rp 11.301/US\$). Harga sahamnya naik hingga US\$ 90 per lembar karena para investor terus membenamkan modalnya.

Skandal Enron Terkuak

Pada November 1997, Enron membeli saham perusahaan energi lain yaitu JEDI, Setelah itu, Enron menjual sahamnya pada perusahaan yang diciptakan sendiri, Chewco. Para pengelola Chewco kemudian memulai serangkaian transaksi

kompleks yang memungkinkan Enron untuk menyembunyikan utang-utangnya.

Pada 20 Februari 2001, majalah internasional Fortune mengungkap Enron sebagai perusahaan yang menanggung banyak utang. Saat itu, saham Enron anjlok hingga US\$ 75,09 karena para investor mulai menarik uangnya.

Terungkap sudah, Lay melebih-lebihkan keuntungan di laporan keuangan perusahaan. Dia juga sukses memainkan laporan keuangan hingga utang-utangnya tidak ketahuan.

Pada akhir 2001, hanya dalam waktu kurang dari setahun, saham Enron anjlok parah hingga ke level US\$ 26 cents. Akibatnya, Lay tercatat kehilangan dana hingga US\$ 76 miliar dari para investor saat semua penipuannya terkuak.

Gulung Tikar

Pada 2 Desember 2001 Enron melaporkan perusahaannya telah jatuh bangkrut. CEO Andersen Joseph Berardino mengatakan perusahaannya menemukan kemungkinan tindakan melanggar hukum yang dilakukan Enron.

Pada 9 Januari 2002, Departemen Hukum AS lantas meluncurkan tim investigasi untuk membuktikan tuduhan kriminal tersebut. Para investor, pegawai, pemegang dana pensiun hingga politisi menuntut penjelasan atas jatuhnya Enron yang telah jaya selama belasan tahun.

Kemungkinan adanya penipuan dan pencucian uang akhirnya terbukti benar. Kasus tersebut lantas menyeret salah seorang pegawai bernama Michael Kopper. Dia lantas membongkar seluruh penipuan yang terjadi di Enron.

Tiga dalang penipuan investasi tersebut akhirnya terkuak, yaitu mantan manajer keuangan Andrew Fastow, mantan pimpinan

dan CEO Kenneth Lay, ketua audit keuangan Enron David Duncan.

Meninggal Saat Menanti Vonis

Lay menolak untuk berkomentar atas kasus tersebut dan mengatakan dirinya akan mengikuti proses hukum yang harus dijalani. Sementara Fastow harus menjalani hukuman karena terbukti melakukan permainan dalam menjalani tugasnya saat mengurus administrasi keuangan perusahaan.

Sementara ketua audit Enron, Duncan juga dituduh telah menyembunyikan sejumlah temuan kunci dalam penemuan tersebut. Salah satu pejabat Enron lain yang ikut mendirikan perusahaan tersebut, Jeffrey Skilling membantah mengetahui apapun mengenai tindakan kriminal tersebut.

Lay kemudian menerima 11 gugatan mengenai penipuan dan berbagai tindakan kriminal terkait. Tragis, Lay meninggal pada 2006 saat tengah menikmati liburan sambil menunggu vonis pengadilan.

Imbas Skandal Enron

Skandal Enron juga memasuki kancah politik AS mengingat perusahaan tersebut memiliki jaring yang kuat pada pejabat-pejabat tinggi di Gedung Putih. Bahkan saat harga sahamnya mulai anjlok, Lay sempat menghubungi beberapa pejabat negara untuk memperoleh bantuan.

Enron juga terbukti menyediakan dana hingga jutaan dolar untuk mendanai kampanye pemilihan George W Bush pada 2000. Bush juga belakangan diketahui sebagai teman dekat Lay.

Kala itu, Bush langsung menarik diri dan enggan terlibat dengan kasus perusahaan tersebut. Lay juga menghubungi dua pejabat di kabinet AS sebelum akhirnya melaporkan Enron

telah bangkrut. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/2031867/enron-skandal-besar-perusahaan-energi-yang-cekik-investor>

Sebutkan tiga situasi tidak etis yang dihadapi dalam skandal Enron, dan jelaskan bagaimana mereka dapat menghindarinya.

4.5.3 Membangun Keterampilan Kepemimpinan

Salah satu keterampilan kepemimpinan yang paling sulit adalah kemampuan untuk menyerahkan tugas pada orang lain. Seorang pemimpin harus mendelegasikan untuk tujuan memperluas lingkup pengaruh mereka. Namun, mereka juga harus dapat mengukur dan mengatur orang-orang yang disertai tugas untuk memaksimalkan potensi orang-orang tersebut sambil memastikan tugas itu selesai tepat waktu dan memiliki standar tinggi.

Untuk latihan ini, pilihlah anggota kelas (atau mungkin yang ditugaskan oleh instruktur) untuk mendelegasikan tugas. Tugas yang akan serahkan/delegasikan tidak boleh memakan waktu kurang dari 30 menit atau tidak lebih dari 1 jam untuk diselesaikan. Tugas tersebut harus mencakup penelitian atau penyelesaian tugas yang tidak memerlukan biaya yang harus dikeluarkan oleh siswa dan semua dapat diselesaikan melalui komputer dan / atau internet.

Kamu harus melaporkan hal-hal berikut:

1. Berikan deskripsi tugas.
2. Kepada siapa kamu memberikan tugas?
3. Bagaimana reaksi siswa terhadap tugas tersebut?
4. Laporkan setiap tindak lanjut yang kamu lakukan dengan orang tersebut!
5. Bagaimana kamu mengukur keberhasilan atau kegagalan tugas tersebut?

6. Di mana Kamu dapat meningkatkan kepemimpinan kamu berdasarkan tugas tersebut?

Siswa yang kamu delegasikan akan melaporkan hal berikut kepada instruktur:

1. Seberapa baik tugas itu dijelaskan?
2. Seberapa masuk akalkah tugas itu? Terlalu mudah? Atau terlalu sulit?
3. Apakah kamu merasa terbantu? Bagaimana bisa ?
4. Apakah kamu merasa dikontrol penuh? Jelaskan!
5. Apa komentar menyeluruh mengenai delegasi dan kepemimpinan yang kamu miliki?

Ubah tugas tersebut menjadi sebuah pedoman untukmu.

4.5.4 Panggung Global

Pilih salah satu perusahaan dari bab 1 dan tunjukkan bagaimana pemasaran di negara asalnya berbeda dari pemasaran di negara kamu. Bagaimana dan mengapa ini bias terjadi?

Tujuan dalam Bab Manajemen dan Operasi Umum ini adalah memahami :

- ◆ Berbagai teori dalam manajemen
- ◆ Aktivitas sehari-hari seorang manajer

Mengoperasikan bisnis dapat menjadi hal yang menyenangkan dan mengasyikan, tetapi juga harus lebih serius agar menuai keberhasilan.

Jadi, apa itu manajemen?

Kata Manajemen diambil dari bahasa Prancis kuno yaitu “*menagement*“, yang mempunyai arti seni melaksanakan dan mengatur.

1. Menurut seorang pakar Mary Parker Follet, manajemen berperan sebagai seni untuk menyelesaikan suatu pekerjaan lewat orang lain. Definisi tersebut menunjukkan bahwa seorang manajer mempunyai tugas mengarahkan dan mengatur seseorang untuk mencapai suatu tujuan organisasi.
2. Menurut Ricky W. Griffin sebuah proses pengorganisasian, pengkoordinasian, perencanaan, dan pengontrolan sumber daya agar dapat mencapai sasaran (goals) secara efisien dan efektif. Efisien ialah dimana sebuah tugas yang ada telah dilaksanakan secara terorganisir, benar dan sesuai dengan schedule, sementara efektif sendiri berarti bahwa sebuah tujuan mampu dicapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

3. Menurut Henry Fayol Manajemen mengandung gagasan lima fungsi utama, yakni merancang, mengorganisasi, memerintah, mengoordinasi, dan mengendalikan.
4. Menurut James A.F. Stoner (2006) Manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian upaya dari anggota organisasi serta penggunaan semua sumber daya yang ada pada organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya

Manajemen terdiri dari fungsi yang saling terkait dalam menciptakan kebijakan perusahaan dan mengorganisir, merencanakan, mengendalikan, dan mengarahkan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan kebijakan itu.

Direktur dan manajer yang memiliki kekuatan dan tanggung jawab untuk membuat keputusan dan mengawasi suatu perusahaan. Ukuran manajemen dapat berkisar dari satu orang dalam organisasi kecil hingga ratusan atau ribuan manajer di perusahaan multinasional. Dalam organisasi besar, dewan direktur menentukan kebijakan yang kemudian dilakukan oleh chief executive officer, atau CEO. Beberapa orang setuju bahwa untuk mengevaluasi nilai perusahaan saat ini dan di masa depan, faktor yang paling penting adalah kualitas dan pengalaman para manajer."

Mengetahui definisi itu memang penting, tetapi sejauh mana ini memengaruhi kamu sebagai pemilik bisnis baru? Dalam bab ini, kita bersama menjelajahi apa sebenarnya yang dimaksud dengan "mengelola" bisnis. Dengan kata lain, apa yang perlu diketahui dari rencana kita, dan kemudian apa yang akan dilakukan setiap hari saat menjalankan bisnis? Namun, mari lihat beberapa teori manajemen dasar terlebih dahulu.

5.1 Teori Manajemen

Teori Kontingensi

Teori kontingensi adalah teori kesesuaian pemimpin yang berarti menyesuaikan pemimpin dengan kondisi yang tepat. Teori yang dikemukakan oleh Fiedler's ini berpendapat bahwa Kinerja pemimpin ditentukan dari pemahamannya terhadap situasi dimana mereka memimpin. Secara sederhana teori kontingensi menekankan terhadap gaya kepemimpinan dan pemahaman situasi yang tepat oleh pemimpin.

Gaya kepemimpinan digambarkan sebagai motivasi kerja atau motivasi hubungan. Motivasi kerja lebih ditekankan kepada pencapaian tujuan sedangkan ditekankan pada pengembangan, hubungan dekat secara personal. Kemudian gaya kepemimpinan itu disesuaikan dengan situasi. Teori kontingensi mengemukakan bahwa situasi dapat dikategorikan dengan tiga faktor; hubungan pemimpin bawahan, struktur kinerja, dan kekuatan posisi.

Hubungan pimpinan bawahan merujuk kepada atmosfer kelompok dan kepercayaan diri, kesetiaan, dan interaksi mereka. Struktur kinerja lebih ditekankan kepada optimalisasi kinerja.

Teori Sistem

Sistem merupakan keanekaragaman bagian-bagian elemen-elemen atau komponen-komponen yang berinteraksi satu dengan yang lain dan bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Cambel (1979) menyatakan bahwa sistem merupakan himpunan komponen atau bagian yang saling berkaitan yang bersama-sama berfungsi untuk mencapai suatu tujuan. Montello (1985) menyatakan bahwa suatu sistem terdiri dari bermacam-macam bagian elemen-elemen atau komponen yang berinteraksi satu dengan yang lainnya dan bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Menurut Awad (1987) bahwa

sistem merupakan hubungan yang berlangsung di antara satuan-satuan atau komponen-komponen secara teratur.

Maka dapat dikatakan bahwa sistem merupakan kumpulan dari beberapa komponen yang terdiri dari beberapa elemen, komponen dan elemen tersebut dapat berwujud benda maupun metode yang saling berhubungan, berinteraksi, dan bekerja sama secara teratur untuk mencapai tujuan. Pada dasarnya sistem tersebut mempunyai beberapa unsur yaitu; (1) adanya komponen dan elemen, (2) adanya hubungan antara komponen, (3) adanya kerjasama di antara komponen, (4) adanya interaksi di antara komponen dan adanya proses secara teratur dan kontinu, serta (5) adanya tujuan yang akan dicapai.

Secara umum tujuan sistem dalam organisasi adalah untuk menciptakan, membuat dan mencapai sesuatu yang mempunyai nilai guna dan hasil guna untuk kepentingan organisasi, baik melalui sistem terbuka maupun sistem tertutup. Sistem terbuka adalah sistem yang berhubungan dengan lingkungannya. Sedangkan sistem tertutup dianggap sebagai sistem terisolasi dari segala pengaruh luar sistem itu sendiri, dari pengaruh sistem yang lebih besar atau lebih luas atau dari lingkungannya.

Teori sistem secara umum dapat dilihat sebagai sistem terbuka yang penggunaannya tergantung kepada kebutuhan organisasi dan secara umum terdiri dari konsep-konsep sistem sebagai perwujudan dari teori sistem dan sekaligus sebagai pendekatan sistem. Pendekatan sistem digunakan digunakan para anggota organisasi untuk melihat sesuatu pekerjaan dari kerangka sistem. Pendekatan sistem sangat menentukan efektifitas dan efisiensi organisasi untuk mencapai tujuan.

Pendekatan sistem sebagai kerangka berfikir sistem merupakan paradigma baru dalam pemikiran kontemporer yang mengarah pada pembahasan bersama dan saling membagi

paradigma. Pendekatan ini mungkin digunakan untuk organisasi yang lebih kecil tetapi mungkin terasa berat bagi karyawan yang terbiasa dengan yang lebih santai, lingkungan kekeluargaan.

Dalam organisasi, pendekatan sistem bersifat integratif, artinya pendekatan ini berlandaskan pada cara berfikir logis dan sistematis dalam memecahkan suatu masalah organisasi. Salah satu bentuk penerapan konsep pendekatan sistem dalam pendesainan pekerjaan organisasi adalah melalui perencanaan jaringan kerja (*network planning*). Pada dasarnya penggunaan jaringan kerja menggunakan cara berfikir sistem (pendekatan sistem) yang melihat pekerjaan sebagai salah satu sub sistem dari sistem organisasi secara keseluruhan. Perencanaan jaringan kerja sangat bermanfaat bagi para pemimpin atau administrator dalam mengarahkan dan menempatkan para pekerja pada bidang dan tanggungjawab masing-masing. Penggunaan jaringan kerja terutama adalah untuk kegiatan proyek yang memerlukan jaringan kerja dan analisis jaringan kerja yang terperinci

Teori Kekacauan

Chaos menunjukkan ketidakberaturan, kekacauan, keacakan atau kebetulan, yaitu: gerakan acak tanpa tujuan, kegunaan atau prinsip tertentu.³ Alam semesta yang bersifat dinamis ini kelihatannya bekerja melalui system yang linier, tetapi banyak juga yang tidak bekerja secara linier dan tidak dapat dipahami melalui system linier, seperti awan, pohon, garis pantai, ombak dan lain sebagainya, yang secara sekilas menampakkan acak dan tidak teratur. Sistem seperti inilah yang dinamakan dengan teori chaos, yaitu suatu teori yang berkaitan dengan proses alam yang nampaknya kacau, acak dan tidak linier (system yang tidak dapat diprediksi berdasarkan kondisi awal).

Seperti yang dikemukakan Dhani bahwa teori chaos adalah teori yang menjelaskan gerakan atau dinamika yang kompleks dan tidak terduga dari sebuah system yang tergantung dari kondisi awalnya. 4 Lebih lanjut Dhani mengemukakan bahwa walaupun berlangsung acak, system chaotic dapat ditentukan secara matematis, hal ini disebabkan system chaotic mengikuti hukum-hukum yang berlaku di alam. Hanya saja, karena sifatnya yang tidak teratur maka dilihat sebagai peristiwa yang acak. Chaotik dapat ditemukan pada berbagai system umum, mulai dari system yang sederhana seperti gerak pendulum sampai system yang kompleks seperti: irama detak jantung, aktivitas listrik pada otak, dan lain sebagainya. Bahkan system ekonomi seperti: pergerakan harga di bursa saham, kurs mata uang sampai harga minyak mentah merupakan system chaotic.

Teori Chaos dipahami bahwa organisasi selalu berubah ketika mereka tumbuh dan menghadapi peluang baru dan tantangan. Teori ini berjalan dengan baik dengan teori dan pendekatan lain ketika organisasi sedang berkembang.

Teori X dan Teori Y

Teori X dan Y merupakan teori yang dikemukakan oleh Douglas McGregor terhadap pembawaan sebuah organisasi dan bagaimana pembawaan tersebut dapat mempengaruhi karyawan dan pegawainya. Sesuai dengan namanya, teori ini dibagi menjadi 2 domain.

Domain X dan domain Y. Secara representatif, domain X dilambangkan sebagai pembawaan authoritarian (otoriter), sedangkan domain Y dilambangkan sebagai pembawaan participative (partisipatif). Lalu apa sebenarnya maksud dari dua pembawaan tersebut?

Teori X

Sebuah organisasi yang pemimpinnya mengadopsi teori X berarti menganggap bawahan mereka cenderung kurang termotivasi dalam melakukan pekerjaannya, atau bahkan tidak menyukai apa yang sedang mereka lakukan ketika mereka sedang bekerja. Dalam implementasi teori X, pemimpin cenderung akan memberikan hadiah atau ancaman terhadap para pekerjanya. Dalam teori ini juga menjelaskan bahwa setiap pekerja harus selalu diawasi, diancam, serta diarahkan agar bekerja sesuai dengan apa yang diinginkan oleh perusahaan.

Gaya pembawaan teori X ini menjabarkan kemungkinan pekerjanya:

1. Tidak menyukai pekerjaan mereka
2. Menghindari kewajiban mereka
3. Harus dikontrol, diancam, dan diawasi agar dapat optimal dalam mengerjakan pekerjaan mereka
4. Harus diawasi dalam setiap step atau tahapan kerjanya
5. Tidak berambisi untuk bekerja, atau harus diberikan hadiah agar mereka dapat bekerja.

Menurut McGregor, karyawan yang harus diatur menggunakan teori X ini cenderung minoritas. Namun ketika kamu dihadapkan dengan sebuah perusahaan dengan pekerja yang cukup banyak, terkadang teori X ini mungkin diperlukan untuk mengatur kualitas pekerjanya.

Teori Y

Seorang pemimpin yang mengadopsi teori Y cenderung melihat pegawainya sebagai pegawai yang optimistik, dan melihat pekerjaan mereka sebagai sesuatu yang menantang. Mereka juga cenderung memiliki positive opinion terhadap pegawai mereka. Pemimpin tersebut juga cenderung menyemangati

pekerjanya untuk terus menerus menggapai hal yang baru. Berbeda dengan teori X, pemimpin yang mengadopsi teori ini cenderung lebih terbuka terhadap pegawainya dan terus mendukung pegawainya daripada mengatur dan mengawasi mereka setiap saat.

Gaya pembawaan teori X ini menjabarkan kemungkinan pekerjanya:

1. Bekerja dengan bahagia dan sukarela dengan inisiatif dari diri mereka sendiri
2. Lebih ikut turun tangan dalam pemilihan keputusan
3. Self-motivated ketika mengerjakan tugas mereka
4. Dapat menyelesaikan tugas dengan kreatif dan inovatif
5. Melihat pekerjaan sebagai sesuatu yang menantang

Teori Y ini melihat pegawai sebagai sesosok pekerja yang memiliki motivasi dan keinginan untuk berkembang yang lebih tinggi lagi. Ini melambangkan peningkatan keinginan pekerja untuk memiliki meaningful career yang bisa menunjang mereka selain uang.

Teori Manajemen Ilmiah

Manajemen ilmiah, atau dalam bahasa Inggris disebut scientific management, pertama kali dipopulerkan oleh Frederick Winslow Taylor dalam bukunya yang berjudul *Principles of Scientific Management* pada tahun 1911. Dalam bukunya itu, Taylor mendeskripsikan manajemen ilmiah adalah “*penggunaan metode ilmiah untuk menentukan cara terbaik dalam menyelesaikan suatu pekerjaan.*” Beberapa penulis seperti Stephen Robbins menganggap tahun terbitnya buku ini sebagai tahun lahirnya teori manajemen modern.

Ide tentang penggunaan metode ilmiah muncul ketika Taylor merasa kurang puas dengan ketidakefisienan pekerja

di perusahaannya. Ketidakefisienan itu muncul karena mereka menggunakan berbagai macam teknik yang berbeda untuk pekerjaan yang sama, nyaris tak ada standar kerja di sana. Selain itu, para pekerja cenderung menganggap gampang pekerjaannya. Taylor berpendapat bahwa hasil dari para pekerja itu hanyalah sepertiga dari yang seharusnya. Taylor kemudian, selama 20 tahun, berusaha keras mengoreksi keadaan tersebut dengan menerapkan metode ilmiah untuk menemukan sebuah “teknik paling baik” dalam menyelesaikan tiap-tiap pekerjaan.

Berdasarkan pengalamannya itu, Taylor membuat sebuah pedoman yang jelas tentang cara meningkatkan efisiensi produksi. Pedoman tersebut adalah:

1. Kembangkanlah suatu ilmu bagi tiap-tiap unsur pekerjaan seseorang, yang akan menggantikan metode lama yang bersifat untung-untungan.
2. Secara ilmiah, pilihlah dan kemudian latihlah, ajarilah, atau kembangkanlah pekerja tersebut.
3. Bekerja samalah secara sungguh-sungguh dengan para pekerja untuk menjamin bahwa semua pekerjaan dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip ilmu yang telah dikembangkan tadi.
4. Bagilah pekerjaan dan tanggung jawab secara hampir merata antara manajemen dan para pekerja. Manajemen mengambil alih semua pekerjaan yang lebih sesuai baginya daripada bagi para pekerja

Teori Manajemen Birokrasi

Max Weber, seorang sosiolog terkenal Jerman, adalah orang pertama yang menggunakan istilah "birokrasi" menjelang akhir abad ke-19. Weber tidak hanya menggunakan kata itu; dia juga percaya bahwa sistem manajemen birokrasi adalah sistem yang paling efektif untuk membentuk dan menjalankan suatu organisasi.

Karenanya, sistem manajemen birokrasi dirumuskan untuk membantu mencapai tujuan organisasi dan menjalankan bisnis secara efisien. Dalam posting ini, kamu akan membahas teori manajemen birokrasi Weber secara terperinci untuk pemahaman konsep yang lebih baik.

Max Weber mampu membahas manajemen birokrasi dari dua sudut pandang yang berbeda yaitu perilaku dan struktural. Dan memiliki pengetahuan yang baik tentang kedua poin akan membantu manajer, pembaca atau siswa manajemen lebih memahami konsep.

Dari sudut pandang perilaku, Weber berusaha memastikan bahwa ada hierarki pembagian wewenang dan tenaga kerja dalam suatu organisasi. Tetapi kemudian, hal yang perlu dipahami adalah bahwa sistem seperti itu berfungsi berdasarkan aturan yang ditetapkan.

Sudut pandang struktural Weber tentang manajemen adalah sudut lain yang dengannya seseorang dapat memahami sistem manajemen birokrasi. Dia menetapkan bahwa sistem manajemen birokrasi adalah struktur terorganisir dari hubungan manusia.

Manajemen Hubungan Manusia

Teori manajemen neo klasik adalah teori manajemen yang diperuntukan untuk manajer agar lebih memerhatikan tingkat psikologi dan hubungan antar manusia dalam lapangan pekerjaan. Teori ini dibuat akibat muncul ketidakpuasan terhadap teori manajemen klasik yang tidak sepenuhnya menghasilkan efisiensi dan keharmonisan dalam lingkungan kerja. Tingkat psikologi dan hubungan antar manusia dalam dunia pekerjaan dianggap penting untuk mendongkrak hasil efektifitas kerja yang lebih optimal. Berikut beberapa ahli yang awalnya mencetuskan pelengkap teori organisasi Neo klasik:

Hugo Munsterberg (1863-1916)

Sebagai pencetus psikologi industri, Hugo terkenal dengan sebutan “bapak psikologi industri”. Hugo mengungkapkan bahwa untuk mencapai peningkatan produktivitas dalam pekerjaan, dapat dilakukan melalui 3 cara:

1. Penemuan best possible person (orang yang terbaik)
2. Penciptaan best possible work (hasil kerja terbaik)
3. Penggunaan best possible effect untuk memotivasi karyawan

Munsterberg juga menyarankan penggunaan teknik-teknik yang diambil dari psikologi eksperimen. Sebagai contoh, berbagai metode yang dilakukan dalam memilih karakteristik yang cocok dengan kebutuhan suatu jabatan.

Manajemen Hubungan Manusia adalah pendekatan yang paling banyak digunakan di negara-negara industri saat ini. Pendekatan ini melihat individu, kebutuhan mereka, dan apa yang dapat mereka tawarkan kepada perusahaan. Pendekatan ini juga memperhatikan bagaimana memaksimalkan potensi seseorang dan karenanya melihat peningkatan keuntungan melalui retensi pekerja dan kepuasan.

Manajemen dan Rencana Bisnis Kamu

Teori menjadi bagian penting ketika ketika kamu memikirkan untuk memiliki dan mengelola bisnis dan perusahaan. Namun, dalam hal menyusun rencana bisnis, kamu mesti lebih detail tentang bagaimana bisnis dapat berjalan secara terstruktur dan tanpa mengurangi teori-teori manajemen yang ada. Pemodal rata-rata tidak peduli tentang teori tetapi ingin tahu Kamu punya struktur yang tepat dan memadai untuk menunjang kebutuhan bisnis kamu.

Salah satu cara terbaik untuk mengekspresikan struktur yang baik adalah melalui bagan organisasi. Ilustrasi 5.1 menunjukkan bagaimana kamu dapat mendesain sebuah organisasi. Ingatlah bahwa informasi akan terus mengalir melalui perusahaan seiring tumbuh berkembangnya perusahaan kamu dan juga ada saatnya kamu membutuhkan karyawan dan melakukan pengawasan (supervisi).

Dua jabatan yang perlu dipertimbangkan adalah:

1. Jabatan Inti

Fungsi atau posisi yang terlibat dalam pengambilan keputusan sehari-hari

2. Karyawan/staf

Non-keputusan atau posisi penasihat seperti akuntansi (non-manajemen level), karyawan produksi, dll.

Ilustrasi 5.1



Dalam perencanaan ini, harus merujuk pada bagan organisasi kamu dan berbicara tentang karyawan kunci, strategi perekrutan, pendekatan manajerial, dll. Kamu dapat memasukkan biografi singkat para karyawan kunci, tetapi sisipkan resume pada lampiran.

5.2 Aktivitas Harian Manajer

Sekarang setelah mengetahui beberapa teori dan apa yang dibutuhkan, masukkan ke dalam perencanaan, mari lihat kegiatan sehari-hari seorang manajer. Dalam buku ini kita anggap manajer dan juga pemilik bisnis.

Sebagai pemilik / manajer, kita berada dalam posisi untuk memimpin perusahaan mencapai kedudukan yang tinggi. Kita akan terlibat dalam segala hal mulai dari perekrutan, pemecatan, pengawasan, penetapan tujuan dan berbagai kegiatan lainnya. Singkat kata, kita bertanggung jawab atas hampir semua hal dalam bisnis. Tidak berarti bahwa harus benar-benar melakukannya segalanya, tetapi, pada akhirnya, kita yang bertanggung jawab penuh. Mari lihat beberapa tugas spesifik yang menjadi tanggung jawab seorang manajer.

Menetapkan Karyawan

Salah satu peran manajer yang paling sulit adalah manajemen sumber daya manusia. Menetapkan karyawan adalah bagian genting dari manajemen sumber daya manusia yang akhirnya akan membuka panggung, menuju kesuksesan atau kegagalan bisnis dan sebagai karyawan.

Dalam *Good to Great*, Jim Collins menggunakan analogi bahwa bisnis adalah sebuah bus. Kita memiliki banyak kursi di bus, tetapi masing-masing memiliki fungsi tertentu dan dirancang dengan sangat seksama oleh seorang dengan keahlian atau keterampilan tertentu. Kuncinya adalah untuk mendapatkan orang yang tepat di bus (dalam sebuah organisasi) dan kemudian menempatkan orang-orang itu di kursi yang tepat di bus (posisi/jabatan yang tepat).

Meskipun ada banyak cara untuk mewawancarai karyawan potensial, serta metode pengujian untuk kepribadian atau keterampilan (seperti *Myers Briggs MBIT®* atau orang lain), yang penting adalah sebagai pemilik bisnis kecil adalah untuk memeriksa referensi secara menyeluruh dan menghabiskan waktu untuk mengembangkan keterampilan diri sebagai pewawancara. Ada banyak cara untuk mewawancarai dan sejumlah pertanyaan tak terbatas yang mungkin diajukan, tetapi semakin terampil kita sebagai pewawancara, semakin banyak waktu akan disimpan dalam pelatihan, omset, dll

World Wide Web memiliki jutaan situs yang dapat diakses untuk mempelajari cara menjadi pewawancara hebat, dan kita bisa memanfaatkan informasi ini sebelum memulai proses perekrutan.

Melakukan PHK/Pemecatan

Memecat adalah salah satu hal paling sulit yang harus dilakukan seorang manajer. Pemecatan menimbulkan traumatis bagi karyawan dan membuat stres untuk semua yang terlibat, termasuk karyawan lain. Itulah sebabnya proses perekrutan seharusnya menjadi bagian utama sebagai manajer. Meskipun ada kemungkinan besar harus memecat karyawan, minimalkan aktivitas ini dengan pertimbangan yang sangat matang.

Penting untuk memahami implikasi hukum di balik pemecatan karyawan. Setiap yurisdiksi memiliki aturan yang berbeda, seperti dokumentasi apa yang diperlukan, kapan gaji terakhir harus diberikan, dll. Berkonsultasi dengan pengacara sebelum mempekerjakan karyawan pertama, untuk memastikan bahwa sudah memenuhi semua persyaratan untuk perekrutan yang sah dan kemungkinan adanya pemecatan.

Menyusun Tujuan Organisasi dan Departemen

Peran manajer yang jauh lebih ringan, tetapi sama pentingnya adalah mengatur tujuan organisasi dan departemen yang ada. Agar karyawan bergerak dan berjalan ke arah yang sama, sebagai seorang pemimpin, harus menentukan tujuan yang dapat dimengerti dan dapat dicapai untuk organisasi, departemen, dan para karyawan.

Penting untuk melibatkan semua manajer saat menetapkan tujuan organisasi. Jika para manajer memiliki "*buy-in*" (kesepakatan bersama) untuk tujuan perusahaan, kemungkinan besar akan menjadi tujuan semua orang di seluruh perusahaan, dan akan lebih cenderung berhasil. Selanjutnya, jika para manajer terlibat selama proses ini, mereka dapat membantu dalam mengatasi area masalah potensial atau memberi "*check*" (peringatan) jika kamu bertindak terlalu agresif. Namun, penting juga untuk memimpin manajer secara seimbang yang memungkinkan untuk umpan balik tetapi tidak menghalangi untuk mencapai tujuan akhir.

Membuat Perencanaan

Begitu tujuan telah ditetapkan, proses perencanaan dapat dimulai. Intinya, proses perencanaan mengambil tujuan yang telah ditetapkan dan menempatkan rencana tindakan untuk mencapai tujuan tersebut. Perencanaan adalah proses yang lebih lengkap dan terperinci daripada penetapan tujuan dan dapat mencakup ;sebagai contoh; perincian seperti kebutuhan sumber daya manusia, penganggaran, proses, dan kebutuhan peralatan.

Menurut kompleksitas rencana, perangkat lunak mungkin diperlukan untuk membuat perkiraan dan menyimpan catatan. Banyak industri memiliki perangkat lunak khusus untuk

membantu dalam proses ini, tetapi sudah ada banyak program dikembangkan dan tersedia di pasar terbuka.

Mengarahkan

Sejumlah besar waktu manajer akan dihabiskan untuk mengarahkan bawahan dalam kegiatan sehari-hari. Kegiatan ini dapat dikurangi dengan mendelegasikan beberapa kegiatan kepada manajer / penyelia, tetapi kamu harus memberikan arahan kepada para direksi baik langsung maupun tidak langsung.

Selama beberapa hari seorang manajer mungkin merasa seperti seorang pemadam kebakaran, memadamkan kobaran api kecil sepanjang hari. Di hari lain menghabiskan waktu membuat perencanaan atau berbicara dengan staf untuk memastikan mereka mempunyai semangat kerja tinggi, yang pasti setiap hari akan berbeda, membutuhkan kelincahan dan fleksibilitas sesuai dengan jadwal kegiatan sebagai manajer.

Mengontrol

Penting untuk diingat pepatah lama, "Kamu tidak bisa mengatur apa yang tidak bisa kamu ukur." Maksudnya tidak mungkin untuk menentukan bagaimana tujuan tertentu dipenuhi jika tidak ada rencana. Selanjutnya, jika tidak bisa mengukur secara objektif kemajuan suatu rencana, bagaimana bisa menentukan keberhasilan dan kegagalan setiap hari?

Refleksi dan Penyesuaian

Sebagai seorang manajer, sangat penting meluangkan waktu untuk merefleksikan keputusan dan bagaimana perusahaan berjalan. Sangat mudah untuk terjebak dalam aktivitas harian

yang tanpa henti yang memaksa untuk terus berpikir dengan keterbatasan waktu, pasti membuat lelah.

Gunakan waktu untuk merefleksikan hasil kerja. Bahkan jika itu hanya beberapa menit, tuliskan pikiran, bagaimana bisa melakukan yang lebih baik, dan apa tugas lain sebelum hari berakhir. Ketika masing-masing datang bekerja di waktu pagi, kemudian melihat daftar catatan/renungan dan dapat merencanakan kegiatan hari ini dengan tepat, hal ini menjadikan lebih siap dan nyaman mengawali hari.

Satu hal lagi yang harus direnungkan adalah posisi dan hubungan sebagai bagian dari baik itu kelompok (semua manajer) atau organisasi. Mengizinkan karyawan untuk melampiaskan frustrasi adalah cara yang bagus bagi untuk terus membantu menjalankan roda bisnis. Hal ini juga merupakan peluang besar bagi kita dan orang lain untuk saling membantu dalam pemecahan masalah.

5.3 Kesimpulan

Mengelola sebuah perusahaan bisa mengasyikkan dan menyenangkan, tetapi terkadang juga terasa seperti jangkar diikatkan di leher. Penting untuk merencanakan waktu dengan bijak dan merenungkan hari-hari agar terjaga keseimbangan dan dalam perspektif yang benar. Melalui keseimbangan kita dapat menemukan kepuasan selama mengelola bisnis.

5.4 Pengetahuan untuk Bertindak

Untuk bab ini, kamu akan masuk pada bagian Manajemen Umum dan Operasi dan menulis setidaknya 2-3 halaman tentang struktur manajemen, kualifikasi, dan kualifikasi pribadimu. Kalau kamu tidak punya pengalaman atau pelatihan bisnis yang luas,

Kamu dapat mengambil dari pengalaman hidup atau mengambil resume seorang CEO yang akan kamu pekerjakan dan siapa yang akan memberikan keuntungan pada rencana bisnismu kamu. Sekali lagi, bagian itu dapat ditinjau kembali kapan saja, jadi cobalah untuk tetap tenang. Periksa kembali dengan cermat dan kamu bisa mengambil latihan yang terbaik.

5.4.1 Pertanyaan Diskusi

Meneliti "*Hedgehog Concept*" Jim Collins mendalilkan dalam *Good to Great* dan menjawab pertanyaan-pertanyaan ini:

1. Apakah kamu setuju atau tidak setuju dengan konsep ini?
Jelaskan!
2. Dapatkah rencanamu diperkuat dengan konsep ini?
Jelaskan!

5.4.2 Penerapan Etika

Dalam bab-bab sebelumnya, telah dipaparkan beberapa kasus etika yang bisa dijadikan sebagai contoh. Dalam bab ini dan bab-bab selanjutnya, kamu akan ditugasi untuk melihat integritas pribadimu sendiri, etika kamu menanggapi situasi, dan bagaimana dapat mempersiapkan diri untuk membuat keputusan yang menantang di masa depanmu. Untuk penugasan ini, kamu akan menjawab pertanyaan berikut dan merenungkan jawabannya.

Jika Kamu diberi kesempatan untuk merampok bank besar , tak terlacak, dan kamu yakin tidak akan pernah ditemukan oleh bank, hukum, atau siapa pun yang dekat denganmu, maukah kamu melakukannya? Bagaimana tentang jika jumlah di bank hanya \$ 100? Bagaimana kalau sejuta? Bagaimana dengan satu miliar?

Sekarang, jawab dengan jujur. Kamu punya harga diri? Bagaimana perasaanmu? Bagaimana menurut temanmu sekelas akan menjawab? Apakah semua orang punya harga? Bagikan temuanmu kepada profesormu yang akan mengumpulkan jawaban dan temuan-temuan anggota kelas dan memfasilitasi refleksi atas temuan tersebut.

5.4.3 Membangun Keterampilan Kepemimpinan

Salah satu sifat terpenting dari seorang pemimpin yang baik adalah kemampuan untuk tetap berpikir positif. Untuk latihan ini, instrukturmu akan menugaskan empat siswa untuk menilai dirimu melalui pertanyaan-pertanyaan berikut:

Pada skala 0-10, dengan nol sangat tidak setuju dan 10 sangat setuju, beri peringkat siswa yang mengerjakan tugas.

1. Siswa ini positif dalam sebagian besar aspek kehidupan.
2. Siswa ini positif dan memberi semangat dalam cara mereka berinteraksi dengan siswa lain.
3. Siswa ini tetap positif di bawah tekanan.

Peringkat ini tidak berpengaruh pada nilaimu dan hanya akan digunakan sebagai alat untuk dapat belajar bagaimana menjadi pemimpin yang lebih positif.

Setelah semua hasil latihan terkumpul (kamu tidak akan tahu siswa mana yang ditugaskan tugas ini untuk dirimu), kamu harus membaca, merenungkan, dan mencatat tentang bagaimana Kamu dapat berkembang dalam bidang tersebut.

5.4.4 Panggung Global

Berikan contoh perbedaan budaya antara negaramu dan negara asal tentang 2 atau tiga perusahaan multinasional, sebutkan tiga (untuk masing-masing dari keduanya) tantangan yang mungkin dimiliki manajer. Jelaskan bagaimana manajer dapat mengatasi tantangan ini.

Bab 6

Akuntansi dan Keuangan

Tujuan pembelajaran Bab Akuntansi dan Keuangan ini adalah:

- ◆ Pentingnya akuntansi
- ◆ Siklus akuntansi
- ◆ Laporan keuangan



Ilmu akuntansi menimbulkan rasa takut pada kebanyakan wirausahawan. Ilmu Akuntansi tampak begitu asing bagi rata-rata orang dibandingkan dengan ilmu fisika nuklir atau topik lain yang tampaknya mustahil bagi kamu untuk memahaminya. Namun, akuntansi adalah salah satu mata pelajaran yang paling penting bagi seorang pengusaha. Dengan menguasai konsep dasarnya, seorang wirausahawan memiliki alat yang ampuh untuk mengukur kesuksesan masa lalu dan memprediksi masa depan perusahaan dengan berbagai perubahan. Maka pelajari dasar-dasar ini dan persiapkan diri kamu untuk sukses. Bahkan jika kamu memiliki *Certified Public Accountant* (CPA)- Akuntan Umum Berijazah, kamu masih harus tahu prinsip-prinsip dasar ini. Percayalah pada saya. Luangkan waktu untuk mempelajari prinsip-prinsip ini dan menghindarkan dirimu dari “kebingungan” ke depannya.

6.1 Dasar-Dasar Akuntansi

Langkah pertama

Prinsip dasar akuntansi disebut persamaan akuntansi. rumusnya sederhana:

$$\text{Aset} = \text{Kewajiban} + \text{ekuitas pemilik}$$

Kita mungkin akan berkata, "Aduh, saya mulai bingung". Sebenarnya tidak juga. Ini adalah konsep dasar yang akan dipelajari dengan sangat cepat.

Pikirkan tentang kekayaan pribadi yang kita miliki. Rumah, mobil, beberapa perabot. Juga mungkin memiliki beberapa uang tunai, obligasi, saham dll. Ini semua adalah aset yang dimiliki. Sekarang, mari lihat hutang-hutang kita. Pinjaman, kartu kredit, dll. adalah semua kewajiban. Untuk ekuitas (kekayaan bersih), cukup mengambil aset dikurangi kewajiban dan sisanya adalah ekuitas.

Ilustrasi 6.1

Surat Keterangan Kekayaan Pribadi	
Dalam dolar Amerika	
Aset	
Aset	2.500
Rumah	200.000
Mobil	25.000
Mebel	22.500
Total Aset	250.000
Kewajiban dan Harta Bersih	
Pinjaman Bank	375.000
Kredit Mobil	20.000
Kartu Kredit	5.000
Total Kewajiban	200.000 -
Harta bersih	50.000
Total	250.000

Jadi, mengapa persamaan dinyatakan dengan $A = L + OE$ sebagai gantinya. Yah, itu hanya rumus aljabar dasar dimana kamu mengurangnya sisi kiri serta di sisi kanan mendapatkan $A-L = OE$. Cukup sederhana. Rumus ini sudah ada sejak pelajaran aljabar diciptakan, percaya sama saya. Kamu akan paham nantinya.

Langkah ini mungkin bisa jadi membuatmu ingin menyerah dan berhenti. Setelah menguasai konsep pada langkah ini, kamu sudah 75% menuju keberhasilan..

Langkah Dua

Dalam perekonomian saat ini, hampir kita semua memiliki kartu debit dan kartu kredit. Kamu mungkin belum pernah berhenti untuk berpikir mengapa mereka disebut itu.

(Catatan: Debit dan Kredit untuk tujuan kami persis berlawanan dari sisi transaksi bank) Pada bagian ini, kamu akan mempelajari prinsip dasar debit (DR) dan kredit (CR).

Jadi, apa yang dimaksud dengan Debit untuk akuntansi. Debit berarti “Kiri”. Ya itu benar. Sekarang coba tebak Credit berarti Kredit. Ya benar kamu paham, “Kanan”. Jadi bagaimana ini cocok dengan langkah pertama. Untuk menunjukkan cara secara sederhana, kami memiliki apa yang disebut akun T (Buku Besar). Akun T ini memungkinkan untuk mengilustrasikan prinsip akuntansi dalam cara yang masuk akal. Sebagai contoh: jika kamu mengambil angka dalam tabel satu untuk keuangan pribadimu itu akan terjadi terlihat seperti ini di akun T.

Ilustrasi 6.2

Aset		= Kewajiban	+	Harta Bersih
Uang Tunai	(2.500)	Hutang Hipotek		(50.000)
Rumah	(200.000)		(175.000)	
Mebel	(22.500)	Kredit Mobil (20.000)		
Mobil	(25.000)	Kartu Kredit	(5.000)	

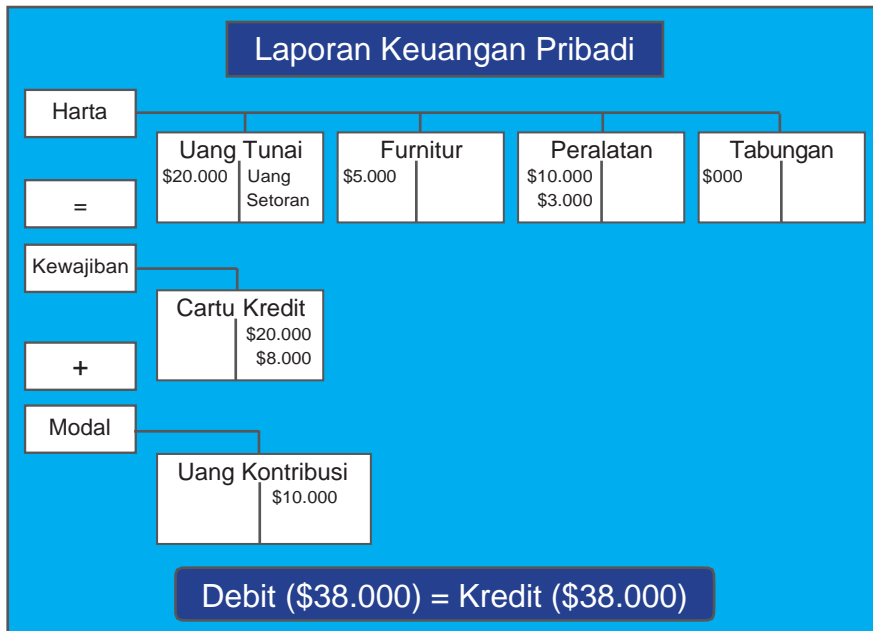
Seperti yang terlihat, ada jumlah yang sama di sisi kiri, atau sisi debit T seperti di sisi kanan atau sisi kredit T. Ini disebut prinsip pencocokan. Prinsip pencocokan hanya mengatakan itu setiap kali Kamu meletakkan angka di sisi kiri (DR) huruf T, harus ada jumlah yang sama di sisi kanan (CR). Untuk menggambarkan bagaimana masing-masing angka ini dicatat pada akun T (Buku Besar), kami punya contoh berikut;

Contoh 1.1

Jane membuka toko pizza pada bulan Januari. Jane menyisihkan \$ 10.000 di perusahaan secara pribadi, meminjam \$ 25.000 dari bank dengan bunga 10% per tahun.

- ▶ Jane memulai perusahaan dengan menyetor \$ 20.000 uangnya sendiri. (a)
- ▶ Jane membeli furnitur secara kredit senilai \$ 5.000. (b)
- ▶ Jane membeli oven seharga \$ 10.000 tunai. (c)
- ▶ Jane membeli mixer dll dengan kredit seharga \$ 2.000. (d)
- ▶ Jane membayar uang sewa sebesar \$ 1.000. (e)

Ilustrasi 6.3



Semua pengeluaran di atas adalah semua item neraca karena merupakan aset (seperti mixer atau furnitur atau bahkan setoran) atau mereka merupakan liabilitas, seperti membeli mixer secara kredit.

Namun begitu operasi dimulai, kamu akan menggunakan untung dan rugi sebagai tambahan pada lembar saldo. Oleh karena itu, mari lihat sedikit lebih dekat persamaan $A = L + OE$.

Kamu tahu sekarang apa aset dan kewajiban itu dan bahkan tahu dalam arti luas apa bagian ekuitas itu. Namun, ada satu bagian penting dari ekuitas yang perlu penjelasan sebelum kamu melanjutkan.

Meskipun ekuitas hanyalah perbedaan antara aset dan liabilitas dalam neraca, ini tidak benar-benar membantu untuk menentukan apakah kita bisa menghasilkan atau justru kehilangan uang. Hanya saja, kita mendapat laporan keuntungan dan kerugian. Laporan ini hanyalah sebatas pendapatan dan pengeluaran untuk periode waktu tertentu yang akan dijelaskan nanti. Untuk saat ini, perlu diketahui bahwa perhitungan pada P dan L (Seperti pendapatan dan pengeluaran) semua adalah bagian dari bagian ekuitas di Laporan Neraca. Mereka hanyalah debit dan kredit seperti halnya perhitungan lainnya, tetapi merupakan bagian dari bagian ekuitas. Di mana aset dipecah menjadi seperti Mobil, furnitur, uang tunai dll; ekuitas dipecah menjadi ekuitas termasuk pendapatan dan pengeluaran, begitu seterusnya.

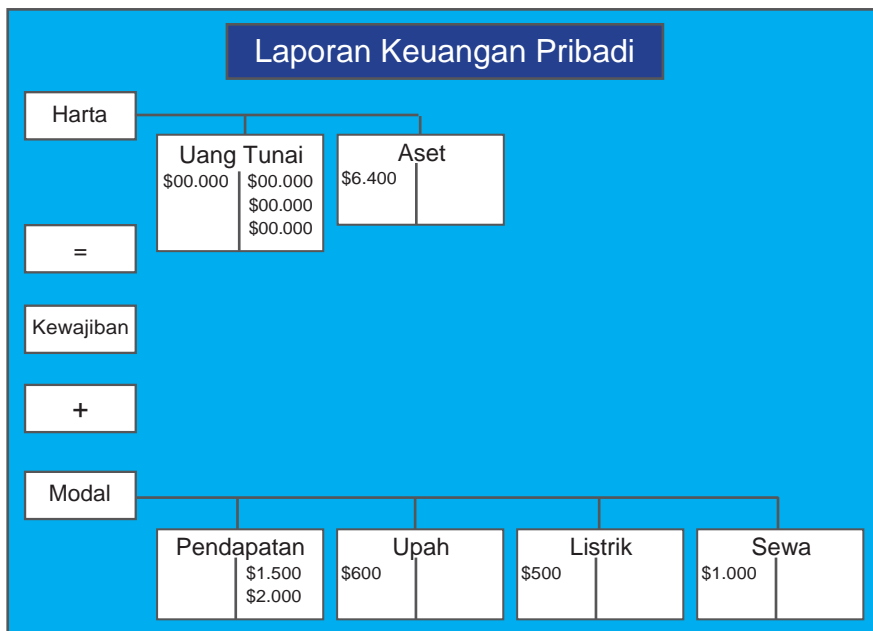
Untuk saat ini, cukup kita pahami bahwa pendapatan ada di sebelah kanan (kredit) dan pengeluaran ada di sebelah kiri (debit) dan bagian ekuitas ada di bawah.

Dengan informasi ini, mari lihat bagaimana hitung-T dipengaruhi oleh transaksi tertentu.

Operasi dimulai:

- Penjualan Tunai untuk minggu pertama adalah \$ 1500 (a)
- Penjualan Kredit untuk minggu kedua adalah \$ 2.000. (b)
- Upah yang dibayarkan untuk minggu pertama pada akhir minggu kedua adalah: 2 orang, masing-masing 30 jam seharga \$ 10 (jangan pertimbangkan pajak pada tahap ini). (c)
- Jane membayar tagihan listrik sebesar \$ 500. (d)
- Jane membayar sewa untuk bulan kedua sebesar \$ 1.000. (e)

Ilustrasi 6.5



Jadi, apa arti angka-angka ini? Sederhananya, jika melihat di sebelah kiri persamaan $A = L + OE$, debit meningkat dan kredit berkurang. Sebaliknya, di sisi kanan persamaan, debit berkurang dan kredit meningkat. Jika mengambil contoh uang

tunai, setiap kali kamu menulis sesuatu di sisi kiri T, kamu meningkatkan total uang tunaimu. Ketika kamu meletakkan nomor di sisi kanan tanggung jawab, seperti mobil pinjaman, kamu meningkatkan kewajiban.

Langkah ketiga

Tetap bersama saya. Di sinilah benang kusut mulai terurai. Alasan utama kamu memahami debit dan kredit adalah untuk mencatat transaksi sehingga kamu memiliki laporan keuangan. Laporan keuangan inilah yang akan menjadi pusat pengambilan keputusan bagimu jika ingin sukses dalam berbisnis. Saya ingin mengungkapkan betapa maha pentingnya laporan-laporan ini. Apa pun itu, kamu harus paham tentang hal ini dan apa artinya bagi kamu dan bisnismu.

Ada tiga pernyataan utama; keuntungan dan kerugian (P dan L)_(Laporan Rugi-Laba_R/L), Neraca dan Laporan Keluar Masuk Uang. Untuk penyederhanaan, kami hanya akan membahas dua yang pertama, karena mereka adalah yang paling penting. Kamu pada tahap ini.

P dan L menunjukkan penghasilan, pengeluaran, dan hasil perhitungan semua itu. Jika Kamu memiliki lebih banyak penghasilan daripada pengeluaran, kamu mendapatkan Penghasilan Bersih. Jika Kamu memiliki lebih banyak pengeluaran daripada penghasilan kamu mendapatkan Rugi Bersih. P dan L adalah kartu skormu untuk jangka waktu tertentu seperti bulan, kuartal, tahun dll. Untuk mendapatkan laporan tersebut, harusnya, kamu menuliskan semua saldo kamu pada satu "laporan" yang disebut Neraca Percobaan.

Neraca Percobaan untuk Jane's Pizza pada akhir bulan kedua operasi adalah sebagai berikut:

Ilustrasi 6.6

Laporan Keuangan Pribadi Neraca Saldo		
	Debet	Kredit
Kas	\$6.400	
Piutang	\$2.000	
Furnitur	\$5.000	
Peralatan	\$12.000	
Gedung	\$1.000	
Kartu Kredit		\$7.000
Uang Kontribusi		\$10.000
Revenue		\$3.500
Upah	\$600	
Listrik	\$500	
Sewa	\$1.000	
Total	\$28.500	\$28.500

Selanjutnya, dari sini kamu dapat mengambil hitungan P dan L (Pendapatan dan Beban) dan menempatkannya di P dan Pernyataan L. Di bawah ini adalah contoh P dan L untuk dua bulan pertama Jane's Pizza.

Ilustrasi 6.7

Laporan Rugi/Laba Perusahaan ABC Periode 1 - 31 July 2014			
Debit			
Penjualan	3.500		
			3.500
Kredit			
Upah	600		
Sewa	500		
Peralatan	1.000		
		Laba Bersih	\$1.400

Laporan kedua adalah Neraca. Laporan ini adalah akumulasi dari segala yang telah terjadi dalam bisnismu sejak hari pertama. Pernyataan ini menunjukkan Perhitungan Saldo pada tanggal tertentu, seperti akhir tahun. Di bawah ini adalah contoh Neraca dari contoh 1.1 di akhir bulan kedua.

Neraca Perusahaan ABC			
Periode akhir Juli 2014			
Aset/Harta			
Harta Lancar			
Penjualan		8.400	
Piutang dagang	2.000		10.400
Total Harta Lancar			
Modal			
Furnitur	5.000		
Peralatan	12.000		17.000
Total Harta Tetap			
<i>Harta Lain</i>			
Deposito			1.000
Total Harta			28.400
Kewajiban/Hutang			
Hutang Jangka Pendek			
Kartu Kredit	7.000		
Total			7.000
Hutang Jangka Panjang	0		0
Total Hutang			7.000
Modal			
Kontribusi Pemilik		20.000	
Pendapatan ke 3			1.400
Total Modal			21.000
Total Hutang dan Modal			28.400
Harta (28.400) = Hutang (7.000) + Modal (21.400)			

6.1 Cara Menggunakan Laporan

Entah kamu memperoleh laporan dari komputer atau menerimanya dari CPA, Laporan Keuangan hanya berguna jika kamu tahu cara membacanya. Saya heran berapa banyak orang yang membayar agar memiliki laporan keuangan yang disusun bulanan, namun tidak tahu, selain dari apa yang dikatakan garis laba atau rugi bersih, informasi apa yang mereka miliki untuk pelaku bisnis.

Laporan keuangan adalah kartu AS bagimu. Sama seperti olahraga, setiap periode, atau dalam periode berjalannya bisnismu, kamu telah melakukan sesuatu pada level tertentu. Informasi ini memberi tahumu seberapa baik kamu berhasil, dalam pendapatan, melampaui rival-rival bisnismu. Tabel 6.7 menunjukkan Laba dan Rugi yang lebih rinci, tetapi masih sederhana dan saldo yang sesuai dengan laporan untuk Perusahaan XYZ. Meskipun laporan keuangan perusahaan ada beberapa penyebutan daftar barang yang berbeda yang berbeda pendapatan, pengeluaran, aset, kewajiban, dan ekuitas, premisnya masih sama. Dengan mengingat hal itu, mari kamu cermati setiap laporan.

6.2 Laporan Laba Rugi

Dengan membaca bab prinsip-prinsip akuntansi, kamu sekarang tahu bahwa P dan L hanyalah angka perhitungan untuk bisnismu dalam jangka waktu tertentu. Angka tersebut menunjukkan pendapatan yang kamu miliki dan pengeluaran yang telah kamu lakukan. Namun, untuk benar-benar mencapai titik di mana kamu dapat menggunakan P dan L, kamu perlu memerincinya lebih jauh. Hal ini akan sangat membantumu dalam menjalankan bisnismu. (*Lihat Ilustrasi 6.7*)

P dan L dipecah menjadi beberapa bagian; bagian atas, tengah dan bawah. Bagian atas adalah bagian itu mencerminkan sisi produksi bisnismu. Bagian tengah menunjukkan sisi operasional dan bagian bawah campuran barang luar biasa yang tidak akan sering ditemui.

Mari kamu lihat bagian atas dulu. Bagian atas berisi pendapatan selanjutnya disebut Harga Pokok Penjualan (COGS). COGS (HPP) hanyalah bahan dan tenaga kerja langsung yang diperlukan untuk menghasilkan sebuah produk. Jika Kamu memproduksi botol, gelas itu adalah bagian dari COGS dan pekerjaan yang membentuk botol-botol itu adalah bagian dari COGS. Kami menggunakan COGS untuk sampai ke bagian yang sangat penting dari P dan L, yakni Laba Kotor.

Jika Kamu mendapatkan keuntungan pada poin ini, P dan L, berarti kamu keluar uang untuk biaya memproduksi barang, maka kamu berada dalam jalan menuju kegagalan dalam bisnis. Kami akan membahas hal ini lebih jauh di bagian penganggaran biaya pada bab ini.

Bagian tengah dari P dan L mencerminkan biaya administrasi dan penjualan bisnis kamu. Ini termasuk upah kantor, iklan, telepon, perlengkapan kantor, dll. Biaya ini sering disebut sebagai biaya tetap, karena mereka tetap sama terlepas dari apakah menghasilkan produk atau tidak. Selanjutnya, kita akan membahas ini lebih mendalam di bagian penetapan penganggaran dalam bab ini.

Bagian bawah dari P dan L biasanya hanya jumlah yang tersisa ketika kamu menggunakan produk kotor dan mengurangi biaya admin. Namun, sekali-kali kamu akan menemukan item di bagian ini seperti bunga, pajak, kehilangan dan keuntungan dari penjualan peralatan dll. Alasannya mengapa dipisahkan adalah agar pendapatan operasi normal dan beban tercermin tanpa item-item non-operasional ikut tercantum. Ini menjadi penting

saat melihat tren dalam bisnismu, atau membandingkannya dengan bisnis lain yang sama.

6.3 Neraca

Seperti yang dinyatakan sebelumnya, neraca hanyalah akumulasi saldo bisnis pada kurun waktu tertentu. Itu sangat mirip dengan persamaan, $A = L + OE$. Neraca sederhana terlihat seperti Ilustrasi 6.8.

Seperti yang terlihat, aset seperti giro, mobil, dll. Semuanya ditulis. Mereka terbagi menjadi Aset Lancar, yang meliputi AR (Account Receivable/jumlah uang yang diterima), uang tunai dll, aset LT (Long Term/Aset Jangka Panjang) seperti mobil, furnitur, peralatan dll, dan aset lain, yang akan mencakup barang-barang seperti paten, dll. Barang jangka pendek adalah aset yang akan “habis” dalam 12 bulan ke depan., Jangka panjang adalah aset yang bermanfaat selama lebih dari 12 bulan. Selanjutnya, Kamu dapat melihat ada item-item lain seperti Piutang Usaha, yang akan kita bahas nanti dalam bab ini, dan juga item yang disebut akumulasi penyusutan. Akumulasi penyusutan hanyalah bagaimana akuntan mencatat biaya aset selama taksiran masa pakainya.

Ada berbagai cara untuk mencatat depresiasi, tetapi untuk tujuan kamu, kamu akan mengasumsikan dengan penyusutan garis lurus. Depresiasi garis lurus mengambil total biaya suatu aset dan membaginya dengan masa manfaatnya. IRS menunjukkan kepada kita metodenya dan itu akan kamu gunakan dalam buku ini sebagai pedoman. Karena itu, jika Kamu membeli mobil seharga \$ 30.000 dan bermanfaat hidup untuk tujuan IRS adalah 5 tahun, biaya penyusutan Kamu adalah \$ 6.000 per tahun. Biaya dicatat pada P dan L di bagian tengah dan akumulasi penyusutan dicatat sebagai offset ke aset di neraca. Misalnya, jika Kamu menggunakan mobil dan penyusutan yang

sama, pada tahun ketiga, P dan L akan mencerminkan biaya \$ 6.000 dan Neraca akan mencerminkan akumulasi \$ 18.000 penyusutan. (3 tahun dengan \$ 6.000).

Selain dari Akumulasi Depresiasi, bagian aset cukup mudah, hanya mencerminkan biaya historis (aktual) aset milikmu.

Bagian Liabilitas di Neraca dibagi menjadi dua bagian; Kewajiban Jangka panjang dan Kewajiban jangka pendek. Sederhananya, kewajiban Jangka Pendek adalah kewajiban yang harus dibayar dalam 12 bulan ke depan dan Kewajiban Jangka Panjang adalah kewajiban yang harus dibayar setelah 12 bulan. Akuntan perusahaan akan membagi Kewajiban Jangka Panjang sedemikian rupa untuk mencerminkan bagian Kewajiban Jangka Pendek seperti pembayaran pinjaman jangka panjang, yang dibutuhkan untuk selama 12 bulan ke depan.

Bagian terakhir adalah bagian ekuitas. Bagian ini mencerminkan investasi awal dalam bisnis, pendapatan atau kerugian untuk tahun ini serta akumulasi pendapatan atau kerugian dari total selama berbisnis. Akan ada sub bagian dari bagian ekuitas yang akan mencerminkan tidak hanya investasi awal, tetapi juga investasi selanjutnya serta penarikan uang tunai pemilik usaha yang tidak tercatat dalam daftar gaji.

Secara keseluruhan, neraca berguna bagi untuk menunjukkan kepada kita apa yang dimiliki, apa yang di hutang, dan keberhasilan bisnis sejak awal. Ini juga berguna untuk membandingkannya dengan tren bisnis lainnya. Bank dan lembaga keuangan lainnya dapat menggunakannya untuk rasio yang menunjukkan kepada mereka kekuatan dan kelemahan sebuah perusahaan.

6.4 Penganggaran

Tidak cukup menekankan perlunya penganggaran. Dalam bab ini hanya akan menyentuh beberapa konsep tentang penganggaran. Penganggaran kemudian dibahas secara lebih mendalam di bab lain.

Pepatah lama “*Mereka yang gagal merencanakan, merencanakan kegagalan*” tidak hanya benar dalam kehidupan pribadi kita, tetapi juga bisnis juga. Saat membuka bisnis pertama, semua pengiklan datang untuk menjualkan produk bisnis kita. Semua orang dari stasiun. Tidak pernah terpikir oleh kita bahwa dengan tidak menganggarkan, membuat bisnis bangkrut dengan pengeluaran yang berlebihan untuk iklan (dan yang lainnya demikian juga).

Sangat penting bagi untuk meluangkan waktu memikirkan anggaran dalam bisnis, baik awal tahun maupun saat tahun berjalan.

Masalah bagi sebagian besar pengusaha adalah mereka tidak tahu harus mulai dari mana membuat penganggaran. Berapa banyak harus menganggarkan barang? Bagaimana mengetahui itu ujung pangkalnya? Jawabannya sebenarnya cukup sederhana. Di perpustakaan setempat, kemungkinan besar menemukan buku tentang Norma Industri. Buku ini memiliki kekayaan melimpah ilmu pengetahuan tentang penganggaran. Dengan membaca secara seksama buku ini kita dapat menemukan ilmu industri bisnis. Di buku akan ditemukan setiap daftar kode SIC dengan P dan L serta Neraca didalamnya untuk perusahaan. Mungkin saat ini awalnya bisnis kita hanyalah sebuah bisnis kecil dan ada banyak perusahaan multi-nasional, tetapi ini adalah tempat yang tepat untuk memulai. Jika kita memeriksa setiap item pada keuangan, niscaya akan melihat keuntungannya juga. Keuntungan berhubungan lagi ke item lain pada keuangan. Biasanya, item ini dibandingkan dengan

pendapatan. Karena itu, jika melihat dan menemukan bahwa iklan biasanya 1,5% dari penjualan barang dagangan, kini kita memiliki poin awal untuk anggaran iklan.

Cara lain yang mungkin lebih akurat untuk membuat anggaran adalah dengan mendapatkan informasi dari asosiasi yang ada di lini bisnis. Hampir semua bisnis memiliki asosiasi atau sejenisnya dan merupakan sumber daya yang bagus. Biaya masuk anggota asosiasi pasti ada, tetapi itu sepadan dengan keuntungan yang akan diperoleh.

Saya menyarankan, jika mendapatkan kesempatan menjadi anggota tetap, ambilah, karena kita tidak tahu apakah akan membutuhkan jasa lainnya. Asosiasi yang diikuti harus memiliki laporan keuangan yang sebanding untuk ukuran bisnis. Gunakan ini sebagai panduan untuk penganggaran dalam perusahaan. Harus diingat, bahwa bisnis kita tidak persis dengan bisnis lainnya dan harus menjalankannya sesuai dengan anggaran yang tersedia.

Setelah menganggarkan setiap item pada baris pendapatan dan pengeluaran, kemudian digunakan untuk membandingkannya dengan laporan aktual bulanan. Karena itu, jika menganggarkan 2% untuk iklan dengan volume penjualan \$ 1.000.000, anggaran akan menjadi \$ 20.000 / tahun atau \$ 1667 per bulan. Pastikan harus menyesuaikan dengan anggaran penjualan aktual setiap bulannya. Jika proyeksi penjualan meleset, harus membuat penyesuaian pada bulan berikutnya untuk memastikan tetap di jalur yang benar. Sebaliknya, jika memiliki penjualan yang lebih tinggi, dapat meningkatkan anggaran. Selalu pastikan bahwa kita membuat penyesuaian untuk fluktuasi musiman baik pada sisi pendapatan serta pengeluaran.

Catatan: sangat baik untuk menganggarkan uang kontribusi dengan memberikan jumlah tertentu kepada *United Way*,

atau gereja lokal di wilayahmu. Ini memungkinkan kita untuk mendapatkan mendatangkan banyak orang dengan selebaran yang mereka bawa. Ingat... kegagalan berencana, kita merencanakan kegagalan.

6.5 Akuntansi Manual vs Komputerisasi

Jadi, bagaimana membukukan dan menyimpan catatan dan laporan semua uang yang dihasilkan sebagai pengusaha sukses? Keputusan penting ini adalah apakah akan menggunakan program komputerisasi seperti *QuickBooks* atau *Peachtree* (atau sebuah perangkat lunak yang dirancang khusus untuk perusahaan) atau menginginkan sebuah sistem yang sangat sederhana melalui pencatatan kertas. Ini bukan keputusan yang bisa dianggap enteng. Ini akan memiliki dampak besar pada produktivitas dan juga profitabilitas perusahaan. Untuk menyederhanakan keputusan, berikut adalah beberapa pertanyaan yang harus ditanyakan pada diri sendiri untuk membuat keputusan yang bijaksana :

- Apakah kamu akan memiliki persediaan barang, jika ya, berapa banyak?
- Apakah kamu akan memiliki karyawan? Jika ya, berapa banyak?
- Apakah kamu akan memproduksi atau membuat produk kamu atau menjual kembali dari grosir?
- Apakah kamu bersedia memiliki piutang atau hutang yang signifikan?

Tidak ada jawaban singkat untuk jawaban-jawaban kamu, tetapi sebagai panduan, jika kamu memiliki karyawan dan memproduksi atau membuat produk sendiri atau jika kamu memiliki persediaan yang signifikan atau jika piutang dan hutang dagangmu berukuran sedang atau lebih besar, pilihanmu adalah sistem akuntansi komputerisasi. Namun, jika kamu memiliki bisnis

yang sangat sederhana, seperti praktik konsultasi kecil, di mana pendapatan berasal dari kontrak dan pengeluaran hanyalah perjalanan, perlengkapan kantor dan sejenisnya, kamu tidak perlu memiliki sistem komputerisasi.

Jika memutuskan untuk memiliki perangkat lunak akuntansi terkomputerisasi, dan tidak perlu dirancang khusus untuk perusahaan, salah satu dari program bisnis kecil akan cukup. *QuickBooks* berfungsi baik dan bisa mendapatkan bantuan dengan mudah. *Peachtree*, meskipun sedikit lebih sulit, bekerja dengan baik untuk pembuatan atau operasi lini produksi. Namun, apa pun yang dipilih, begitu mencapai volume tertentu, perlu memutuskan untuk memakai program yang lebih canggih. Meskipun demikian, perangkat lunak manapun yang akan digunakan, kemungkinan untuk memiliki sarana untuk memasukkan anggaran yang memungkinkan cara mudah membandingkan jumlah yang dianggarkan dengan kenyataan sebenarnya hanya dengan menekan sebuah tombol.

Jika menganggap sistem komputerisasi sedikit rumit, dapat berpindah ke sistem manual. Salah satu sistem manual termudah yang bisa digunakan disebut "*One-Write Plus*". Di dalamnya memuat pengawasan dan pencatatan keuangan berupa buku besar untuk menuliskan pengeluaran dan pendapatan. Jika perlu menulis cek, dapat menggunakan sistem ini. Pada akhir setiap periode akuntansi, cukup merobek lembar dan menyerahkannya kepada akuntan untuk dikompilasi dengan keuangan. Sisi negatif dari sistem manual adalah tidak memiliki akses ke informasi terperinci dalam satu tombol. Selain itu, jika memiliki piutang atau hutang yang signifikan, menggunakan sistem manual akan sangat rumit.

Apa pun pilihannya, harus ada berdiskusi dengan akuntan untuk memastikan bahwa apa yang sedang dilakukan dari awal dan tidak perlu menghabiskan banyak waktu untuk memperbaiki

kekacauan yang terjadi. Luangkan waktu berfikir sebentar dan itu akan menghemat banyak sekali nantinya.

6.6 Pajak Penggajian dan Penghasilan

Terlepas dari apakah menggunakan sistem akuntansi terkomputerisasi atau manual, kebijakan dalam proses penggajian harus dilakukan. Ada tiga pilihan utama; sistem *in-house*, sistem kontrak atau sistem borongan.

Opsi pertama harus dipertimbangkan jika benar-benar tahu apa yang akan dilakukan. Jika bisnis kita berbentuk manufaktur atau memproduksi sesuatu, kemungkinan besar perlu memproses penggajian sendiri dan akan mengaturnya di sistem akuntansi terkomputerisasi. Namun, jika tidak memutuskan dengan CPA (Akuntan Publik) perusahaan bahwa *in-house* tidak penting, maka pasti ada penyedia lain jasa yang melakukannya untuk perusahaan. Sebagian besar Firma Akuntan Publik akan mengerjakan perhitungan keuangan perusahaan, atau kita dapat memakai jasa seperti ADP. Ingat, semakin rumit penggajiannya, semakin banyak kemungkinan kesalahan.

Catatan: Certified Public Accountant (CPA)/ Akuntan Publik Bersertifika adalah gelar akuntan yang berkualifikasi di banyak negara di dunia dalam berbahasa Inggris. Di Amerika Serikat, CPA adalah lisensi untuk menyediakan layanan akuntansi kepada publik.

Automatic Data Processing, Inc., umumnya dikenal sebagai ADP, adalah penyedia perangkat lunak dan layanan manajemen sumber daya manusia Amerika.

Kemungkinan ketiga adalah menyerahkn kepada perusahaan sumber daya manusia untuk menangani semua karyawan perusahaan. Tidak ada jawaban yang mudah apakah jasa ini cocok atau tidak. Keuntungannya adalah

dapat memberi jalan pada perusahaan untuk mempekerjakan karyawan sepenuhnya diluar kewajiban-kewajiban yang bukan menjadi tanggungan perusahaan. Kewajiban-kewajiban tersebut termasuk polis asuransi kesehatan, rencana kafetaria untuk penghematan pajak dll. Berkonsultasilah dengan Akuntan Publik mengenai kebijakan ini karena mereka yang paling tepat membantu.

Jika memutuskan untuk memproses penggajian sendiri, ada beberapa hal yang perlu diketahui di awal. akan ada biaya pemotongan pajak penghasilan karyawan pada setiap periode pembayaran. Jika menggunakan sistem penggajian yang terkomputerisasi, masing-masing akan dijelaskan secara rinci tentang kewajiban-kewajiban perusahaan Namun, untuk kewajiban yang tidak dibayarkan akan menimbulkan masalah yang dapat menjadi bencana besar bagi bisnis dan dirimu secara pribadi.

6.7 Masalah di Tingkat Pusat

Di tingkat federal terdapat tiga masalah. Yang pertama adalah pemotongan PPh tingkat pusat (federal) dari karyawan. Ini ditentukan secara otomatis pada sistem penggajian perusahaan yang terkomputerisasi. Kedua, dikenakan pajak Jaminan Sosial Keamanan. Ketiga dikenakan Pajak Jaminan Kesehatan. Untuk dua terakhir totalnya 15,3% dari gaji karyawan. Jaminan sosial ditanggung sebesar 6,2% oleh karyawan dan digabungkan dari tanggungan perusahaan sebesar 6,2% tambahan. Pajak untuk Jaminan Kesehatan sama, tetapi hanya 1,45% masing-masing dibayarkan dari perusahaan dan karyawan. Pajak-pajak ini secara kolektif tercantum dalam Formulir Pajak 941 karena ini adalah formulir triwulanan yang harus dilengkapi untuk mencatat pajak-pajak ini.

Catatan :Formulir 941 adalah formulir pajak *Internal Revenue Service* (IRS) untuk pengusaha di AS. Formulir ini diajukan setiap tiga bulan. Pengusaha menggunakan formulir ini untuk melaporkan pajak penghasilan, pajak jaminan sosial atau pajak jaminan kesehatan yang dikurangkan dari gaji karyawan. Formulir 941 juga digunakan untuk membayar bagian majikan dari pajak jaminan kesehatan atau jaminan sosial, menurut IRS.

Internal Revenue Service (IRS) adalah lembaga pemerintah federal Amerika Serikat yang mengumpulkan pajak dan menetapkan hukum pendapatan dalam negeri. IRS adalah sebuah lembaga yang tercakup dalam Departemen Keuangan AS dan bertugas menafsirkan dan menerapkan hukum pajak federal.

Ingat, secara pribadi pemilik usaha bertanggung jawab atas pemotongan pajak untuk karyawan-karyawan. Jika tidak membuat setoran yang diperlukan untuk karyawan, harus bertanggung jawab untuk membayar ini, bahkan jika bisnis mengalami kegagalan. Jadi, apa pun yang terjadi, jangan gunakan uang pajak gaji untuk apa pun selain uang setoran pajak. Saya sangat menyarankan membuka rekening untuk memastikan bahwa uang setoran potongan pajak tersimpan, hari ini dapat melindungimu dari saat-saat sulit. Ingat, IRS tidak memberikan pinjaman. Uang ini bukan hak perusahaan atau pribadi.

6.8 Masalah di Negara Bagian/Lokal

Masalah di negara bagian kurang terlalu menakutkan, tetapi seringkali lebih rumit. Jika Kamu berada dalam keadaan dikenakan pajak penghasilan negara, kamu harus menyimpan uangnya juga. Jumlah Pajaknya ditentukan oleh otoritas pajak

negara bagian dimana bisnis berada biasanya dihitung secara otomatis oleh sistem komputerisasi perusahaanmu.

Selain pajak pemotongan PPH, yang dibayarkan sendiri oleh karyawan, juga dikenakan pajak pengangguran serta kompensasi karyawan. Biasanya dibayarkan setiap triwulan atau setengah tahunan, sesuai dengan aturan Negara bagian. Konsultan publik akan membantu menangani masalah ini termasuk proses permohonannya.

Ada juga biaya pajak lokal yang mungkin termasuk pajak penghasilan lokal serta pajak sekolah. Lagi, konsultasikan dengan konsultan keuangan untuk membantu dalam masalah ini.

Otomatisasi Proses Bisnis (Business Process Automation /BPA) adalah proses mengelola informasi, data, dan proses untuk mengurangi biaya, sumber daya, dan investasi. BPA meningkatkan produktivitas dengan mengotomatisasi proses bisnis utama melalui teknologi komputasi.

6.9.1 Pengetahuan untuk Bertindak

Untuk penugasan ini, Kamu akan menggunakan Lampiran A dan / atau Buku Kerja Microsoft Excel yang berjudul Lembar kerja Pro-Forma.

Dengan keterampilan yang telah dikembangkan di bab-bab sebelumnya, sekarang kamu siap untuk mulai mengerjakannya spreadsheet keuangan yang disediakan dalam buku ini. Instruksi-instruksi berikut menganggap bahwa kamu telah memiliki pengetahuan tentang Microsoft Excel dan memiliki akses ke file Lembar kerja Pro-Forma. Kamu tidak harus menguasai lebih mendalam tentang Microsoft Excel untuk menyelesaikan tugas ini dan tugas laporan keuangan lainnya.

Langkah 1 :

Buka buku kerja dan aktifkan pengeditan (jika perlu).

Langkah 2 :

Tempatkan nama bisnismu di kolom yang sesuai. Kamu dapat mengubahnya nanti sesuai kebutuhan.

Langkah 3 :

Dari bab pemasaran, Kamu harus memiliki ide yang cukup baik tentang apa yang akan kamu jual dan berapa harganya. Jangan terlalu menekankan hal ini, karena semua data yang Kamu masukkan di sini dapat ditinjau kembali nanti.

Langkah 4 :

Masukkan ke dalam kolom-kolom berikut berapa biaya langsung dan tenaga kerja langsungnya. Ini sering disebut sebagai biaya variabel, karena bervariasi menurut setiap unit yang diproduksi, yaitu ketika usahamu menghasilkan satu unit akan dikenakan biaya x untuk tenaga kerja dan y untuk material. Ketika Kamu mengembangkan rencanmu, Kamu harus memiliki gagasan yang lebih baik tentang biaya langsung aktual dan biaya tenaga kerja langsung. Angka-angka ini penting, karena membantu menentukan kelayakan bisnismu.

Langkah 5 :

Berapa banyak inventaris yang akan kamu miliki pada titik tertentu? Biasanya rata-rata lebih dari 12 periode bulan. Ini mungkin berfluktuasi, tetapi harus dibuat estimasi terbaik dalam periode ini. Mungkin Kamu akan memiliki setidaknya beberapa minggu di tangan, tetapi banyak perusahaan besar memiliki apa inventaris yang disebut "*Just in in Time*", yang berarti mereka memperkirakan untuk menghasilkan menghasilkan barang akan yang dapat dijual.

Just In Time (JIT) adalah suatu sistem produksi yang dirancang untuk mendapatkan kualitas, menekan biaya, dan mencapai waktu penyerahan seefisien mungkin dengan menghapus

seluruh jenis pemborosan yang terdapat dalam proses produksi sehingga perusahaan mampu menyerahkan produknya (baik barang maupun jasa) sesuai kehendak konsumen tepat waktu.

Langkah 6 :

Selanjutnya kamu lihat biaya tetap. Biaya tetap adalah biaya yang, terlepas dari jumlah barang yang dijual, akan dikenakan biaya ini. Biaya-biaya ini mungkin termasuk gaji manajemen, sewa, asuransi dll. (Biaya ini dapat meningkat setelah volume penjualan tertentu tercapai dan kamu dapat menyesuaikannya pada buku laporan kerja tahunan)

Langkah 7 :

Biaya semi variabel adalah biaya yang tidak terkait langsung dengan produksi produk Kamu, tetapi naik atau berkurang sesuai dengan jumlah yang diproduksi. Salah satu contohnya mungkin administratif utilitas kantor. Meskipun ada tarif dasar untuk utilitas, semakin banyak orang yang menggunakan komputer dll pasti akan membutuhkan lebih banyak listrik.

Langkah 8 :

Berapa banyak uang yang ingin kamu hasilkan pertahun dalam bisnismu. Jangan masukkan uang yang sudah termasuk dalam bagian gajimu.

Langkah 9 :

Berapa besar biaya tarif pajak keseluruhan? Ini termasuk pajak lokal, negara bagian, federal (atau pajak apa pun yang termasuk pajak yang harus dibayarkan menurut aturan di daerahmu). Jangan sertakan pajak penjualan atau gaji di sini.

Langkah 10 :

Pembiayaan adalah bagian yang sangat penting dari bisnismu. Pinjam terlalu banyak, tidak digunakan dengan tepat resikonya membayar biaya tagihan hutang. Pinjam terlalu sedikit, mungkin tidak bisa beroperasi, atau akan beroperasi di bawah tekanan sehingga tidak memungkinkan untuk berlanjut. Beberapa faktor penting untuk dipertimbangkan dalam pembiayaan adalah:

1. Peralatan, kendaraan, tanah, bangunan, dll. Apa yang diperlukan untuk menjalankan bisnis dan kapan dibutuhkan?
2. Berapa lama bisnis akan menghasilkan uang untuk apa yang dijual?
3. Seberapa cepat perlu membayar untuk bahan langsung dan tenaga kerja untuk membuat produk?
4. Berapa yang harus dipinjam dan untuk berapa lama? Sesuaikan besar pinjaman dengan apa yang dibutuhkan. Untuk kebutuhan uang tunai jangka pendek, kamu pasti mau meminjam pinjaman jangka pendek. Namun, untuk peralatan dan aset jangka panjang lainnya yang diinginkan maka pinjaman jangka panjang adalah pilihannya, menyesuaikan dengan kegunaan aset peralatan tersebut digunakan.

Langkah 11 :

Berapa banyak uang dan aset (seperti mobil, peralatan, komputer, dll) yang dapat dimasukkan ke dalam bisnismu? Pemberi pinjaman akan ingin perusahaanmu dalam keadaan sehat.

Langkah 12 :

Jika kamu memiliki amortisasi, masukkan ke dalam kolom pada pernyataan aktual. Jika tidak memiliki amortisasi, jadi jangan khawatir, biarkan kolom tersebut kosong.

Amortisasi adalah pengurangan nilai aktiva tidak berwujud seperti merek dagang, hak cipta, dan lain-lain secara bertahap dalam jangka waktu tertentu pada setiap periode akuntansi

Langkah 13 :

Sekarang pergi ke lembar kerja lain dan lihat hasil yang dihasilkan dari informasi yang disediakan. Kamu mungkin perlu melakukan penyesuaian pada data pada lembar awal dengan seksama. Kamu harus melihat saldo kas di neraca untuk memastikan itu saldo menunjukkan positif dan cukup untuk operasi perusahaanmu. Jika negatif, kamu menabung. Sudah lazim kebutuhan uang tunai akan meningkat ketika mengembangkan bisnis Kamu. Pemberi pinjaman akan memahami kebutuhan ini dan mempunyai pertimbangan tentang hal ini.

Langkah 14 :

Sekarang Kamu dapat menggunakan informasi yang disediakan untuk meninjau tujuan kamu dan memasukkannya ke rencana bisnis.

6.9.2 Penerapan Etika

Krisis ekonomi global yang terjadi pada tahun 2008 sebenarnya bermula pada krisis ekonomi Amerika Serikat yang lalu menyebar ke negara-negara lain di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Krisis ekonomi Amerika diawali karena adanya dorongan untuk konsumsi (*propensity to Consume*). Rakyat Amerika hidup dalam konsumerisme di luar batas kemampuan pendapatan yang diterimanya. Mereka hidup dalam hutang, belanja dengan kartu kredit, dan kredit perumahan. Akibatnya lembaga keuangan yang memberikan kredit tersebut bangkrut karena kehilangan likuiditasnya, karena piutang perusahaan kepada para kreditor perumahan telah digadaikan kepada lembaga pemberi pinjaman. Pada akhirnya perusahaan-perusahaan tersebut harus bangkrut

karena tidak dapat membayar seluruh hutang-hutangnya yang mengalami jatuh tempo pada saat yang bersamaan. Runtuhnya perusahaan-perusahaan finansial tersebut mengakibatkan bursa saham Wall Street menjadi tak berdaya, perusahaan-perusahaan besar tak sanggup bertahan seperti Lehman Brothers dan Goldman Sachs. Krisis tersebut terus merambat ke sektor riil dan non-keuangan di seluruh dunia.

Krisis keuangan di Amerika Serikat pada awal dan pertengahan tahun 2008 telah menyebabkan menurunnya daya beli masyarakat Amerika Serikat yang selama ini dikenal sebagai konsumen terbesar atas produk-produk dari berbagai negara di seluruh dunia. Penurunan daya serap pasar itu menyebabkan volume impor menurun drastis yang berarti menurunnya ekspor dari negara-negara produsen berbagai produk yang selama ini dikonsumsi ataupun yang dibutuhkan oleh industri Amerika Serikat.

Lihatlah dua lembaga keuangan di AS atau Eropa dan jawab pertanyaan-pertanyaan yang berikut:

1. Standar apa yang diubah dari tahun 1980-an hingga awal 2000-an?
2. Bagaimana perubahan-perubahan standar tersebut meningkatkan laporan keuangan perusahaan untuk sementara waktu?
3. Bagaimana kamu, sebagai pemilik usaha, dapat bertanggung jawab kepada pihak ketiga dan mencegah bayangan-bayangan yang pada akhirnya dapat membahayakan perusahaanmu?

6.9.3 Membangun Keterampilan Kepemimpinan

Memimpin organisasi dapat menjadi tantangan sekaligus sangat bermanfaat. Namun, kepemimpinan menuntut dan menuntut

kiat masuk dalam lingkungan yang mungkin kurang ayaman. Bisa jadi, akuntansi dan keuangan adalah salah satu bidang ini.

Bagaimana Kamu akan memimpin departemen akuntansi dan keuangan dalam perusahaanmu? Jika area ini adalah area yang rapuh, bagaimana usahamu dalam mengembangkan keterampilan untuk mengawasi, mengukur, dan memimpin departemen ini?

6.9.4 Panggung Global

Meskipun perusahaan merangkum semua pendapatan atau kerugian mereka ke dalam satu set laporan, mereka memecah belahnya untuk setiap wilayah, negara atau divisi-devis lainnya.

Untuk latihan ini, lihat laporan konsolidasi untuk masing-masing perusahaanmu yang telah dipilih dalam bab 1 dan kemudian lihat pendapatan atau kerugian untuk operasional di wilayah tertentu. Jelajahi dan catat temuan-temuanmu.

Bab 7 Penganggaran dan Analisa Break even

Break even point yang biasa disingkat BEP, yang di Indonesia dikenal dengan Titik Impas adalah salah satu bentuk dari sekian banyak informasi akuntansi manajemen yang dipakai menganalisa hubungan anantara: *Revenue/Sales, Cost, Volume & Profit*. Analisa *break even point* sangat penting bagi pimpinan perusahaan untuk mengetahui hubungan antara penjualan, produksi, harga jual, biaya, rugi atau laba, sehingga memudahkan bagi pemimpin untuk mengambil kebijakan.

Tujuan kita dalam Bab Penganggaran dan Analisis Titik Impas ini adalah untuk belajar tentang:

1. Pentingnya penganggaran
2. Proses penganggaran
3. Apa itu analisis titik impas
4. Cara menghitung dan menggunakan titik impas

Dari semua tugas pengusaha, penganggaran mungkin adalah yang paling sedikit mendapat perhatian tetapi bisa menghasilkan manfaat terbesar.

Penganggaran dalam bisnis mirip dengan penganggaran dalam kehidupan pribadi, tetapi memiliki dinamika tambahan yaitu berupa aliran dana–dana dan biaya-biaya yang terus menerus mengalami perubahan. Namun, hal ini jangan terlalu dipersulit. Bahkan, jika terus belajar membangun model penganggaran (seperti yang akan dilihat dalam bab ini), kita bisa mendapatkan penganggaran yang hebat dengan investasi yang rendah.

7.1 Proses Penganggaran

Dalam akuntansi, ada konsep yang disebut *Cost Volume-Profit Analysis*. Ini sepertinya nama yang menakutkan, maksudnya begini: ketika penjualan naik atau turun, sebagian pengeluaran akan berubah. Jika memikirkan hal-hal seperti listrik, penggajian, biaya, dll., masuk akal bahwa jika ingin menjual lebih banyak sesuatu, kemungkinan besar akan membutuhkan biaya yang lebih besar pula. Benarkan? Maka, ada anggapan bahwa konsep hanyalah sesuatu yang samar tapi sebenarnya tidak membingungkan.

7.2 Analisis Biaya Volume Laba(BVL)

"*Analisis Cost Volume Profit (CVP)* adalah sarana untuk memprediksi dampak perubahan biaya dan tingkat penjualan penghasilan pada sebuah bisnis "(Larson).

Analisis Cost Volume Profit (CVP) adalah sebuah alat untuk membantu para manajer mengerti akan hubungan antara biaya, volume dan laba dengan fokus pada interaksi antara harga produk, volume aktivitas, biaya variabel per unit, total biaya tetap, dan produk campuran yang terjual.

7.2.1 Jenis-Jenis Biaya

Biaya tetap

Dalam Ilmu Ekonomi, yang dimaksud dengan Biaya Tetap adalah biaya atau pengeluaran bisnis yang tidak tergantung pada perubahan jumlah barang atau jasa yang dihasilkan. Dengan kata lain, Biaya Tetap ini tidak akan berubah meskipun terjadi perubahan jumlah barang dan jasa yang dihasilkan dalam kisaran tertentu. Pengeluaran-pengeluaran bisnis yang dimaksud ini biasanya berkaitan dengan waktu, contohnya

seperti uang sewa gedung, pajak bangunan, biaya depresiasi mesin dan asuransi yang dibayar setiap bulanan atau tahunan. Biaya-biaya tersebut tetap ada atau harus dibayar meskipun perusahaan sama sekali tidak menghasilkan output barang atau jasa.

Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya produksi atau pengeluaran yang berubah secara proporsional dengan jumlah barang yang diproduksi. Dengan kata lain, biaya variabel akan meningkat dengan jumlah yang sama dengan barang yang diproduksinya. Jika jumlah unit barang yang diproduksi meningkat, maka biaya variabel juga akan meningkat sebesar perubahan jumlah unit dikalikan dengan biaya variabel per satuannya.

Biaya Semi-Variabel dan Biaya Bertingkat

Mix cost (biaya semi variabel) adalah varian biaya yang ikut berubah bila volume produksi berubah akan tetapi tidak seperti biaya variable yang tidak mengalami perubahan dalam proporsi langsung (biaya campuran). Dengan kata lain, biaya ini berisi kedua komponen baik biaya tetap maupun variable. Beberapa biaya tidak sesuai dengan deskripsi biaya tetap atau variabel, karena keduanya merupakan perpaduan keduanya. Salah satu contohnya adalah beban biaya utilitas seperti air (PDAM), listrik, telepon, internet dan gas. Seringkali dalam kita haru membayar beban biaya pemakaian yang dihitung dengan satuan watt atau satuan yang lainnya. Biaya seperti ini masuk kategori biaya semi-variabel.

Step Cost (biaya bertingkat) – adalah biaya-biaya yang pada rentang aktivitas tertentu memiliki besaran yang tetap namun naik lagi bila aktivitas melebihi rentang tersebut dan bertahan

untuk rentang tertentu lagi. Misalnya saja biaya sewa, biaya penyusutan dan operasi mesin.

7.3 Breakeven

Seringkali, pemilik bisnis baru membaca "bagaimana-untuk" dan menemukan hal-hal seperti *Break Even Analysis*. Mirip dengan Analisis Volume Laba, nama ini lebih menakutkan daripada analisa itu sendiri.

Breakeven, dalam istilah paling sederhana, adalah berapa banyak unit yang harus dijual perusahaan (dalam satuan atau dolar) dalam usahanya untuk balik modal (impas), mencakup semua biaya tetap dan variabel. Penting untuk mengetahui titik impas dalam perusahaan untuk mengetahui realistis berapa banyak penjualan dapat meraih keuntungan. Bahkan, analisis titik impas adalah salah satu cara untuk mengetahui apakah kita akan tetap melanjutkan bisnis.

Karena sudah tahu bahwa ada berbagai jenis biaya, membuat titik impas hanyalah seperti meletakkan angka menjadi persamaan aljabar dasar.

Cara lain untuk mendapatkan titik impas dalam dolar adalah dengan menggunakan apa yang disebut Laba Kotor atau Marjin Laba Kotor

Persentase. Lihatlah formula berikut:

Ilustrasi 7.1

Perusahaan ABC	
Penjualan : \$18,00 per item	
Biaya Tetap	
Sewa	\$4,500
Upah	\$7,500
Total Biaya Tetap	\$21,000
Biaya Variabel	
Untuk setiap item yang diproduksi ABC ialah :	
Bahan	\$3,60
Tenaga Kerja	\$2,40
Total Biaya Variable	\$6,00
Untuk menemukan BEP, cukup dengan rumus :	
Biaya Tetap	= BEP per unit
Harga Jual - Biaya Variable	

Ilustrasi 7.2

Harga Penjualan (Sales Price/SP)
Biaya Variable (Variable Cost /VC)
Laba Kotor (Gross Profit/GP)
$\frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Harga Jual}} = \text{Persentasi Laba Kotor/Margin Laba Kotort}$

Contoh:

Dengan struktur biaya yang sama dengan contoh sebelumnya, titik impas dalam dolar akan dihitung sebagai berikut:

Ilustrasi 7.3

\$18.00

-\$6.00

\$12.00

$\$12/\$18 = 0.6667$ atau 66.67%

Jadi

$\$12.000 = \$ 18.000$ (dibulatkan)

Hasilnya

$\$18.000/\$18 = 1.000$ barang

Seperti yang terlihat, semua angka ini cocok, terlepas dari bagaimana mengerjakannya.

7.4 Manfaat Analisis Titik Impas

Ada banyak manfaat analisis balik modal selain kebutuhan awal untuk melihat berapa volume penjualan yang didapatkan.

1. Sebagai dasar atau landasan perencanaan operasional usaha untuk mencapai laba tertentu atau “profit planning”.
2. Sebagai dasar untuk mengendalikan kegiatan operasi yang realisasi dengan angka perhitungan titik impas dalam alat pengendalian atau “controlling”.
3. Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual, yaitu setelah diketahui hasil perhitungan menurut analisis titik impas dan laba yang ditargetkan.
4. Sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan yang harus dilakukan oleh seorang manajer

Dengan angka yang sama seperti pada contoh sebelumnya, mari kita asumsikan kamu ingin mendapatkan \$ 24.000 untuk yang diberikan periode penjualan. Untuk menentukan berapa volume penjualanmu harus mendapatkan jumlah itu (tanpa pertimbangan untuk pajak karena tidak dibahas dalam buku ini), cukup menambahkan \$ 24.000 ke biaya tetap dan gunakan formulanya:

Ilustrasi 7.4

$$\frac{\$12.000 + \$24.000 \text{ (target pendapatan)}}{0,667\%} = \$53.997$$

0,667%

Ini berarti bahwa untuk mencapai target sebesar \$24.000 harus menjual sebesar \$35.997 kira kira 3.000 unit

Cara lain adalah :

Penjualan	\$53.997 (\$53.997/\$18 = 3000 unit
Biaya variable	\$18.000 (3000 unit *6.00 = \$18.000
Margin Kontribusi	\$35.997
Biaya Tetap	\$12.000

Penjualan Bersih (net) : \$23.997 (dibulatkan \$24.000 adalah target penghasilannya)

Rumus Break Even Point

Rumus yang digunakan untuk analisis Break Even Point ini terdiri dari dua macam sebagai berikut:

1. Dasar Unit

Berapa unit jumlah barang/jasa yang harus dihasilkan untuk mendapat titik impas: $BEP = FC / (P-VC)$

2. Dasar Penjualan

Berapa rupiah nilai penjualan yang harus diterima untuk mendapat titik impas: $FC / (1 - (VC/P))$ * Penghitungan $(1 - (VC/P))$ biasa juga disebut dengan istilah Margin Kontribusi Per Unit.

Simulasi Menghitung BEP

Agar bisa memahaminya, mari kita praktikkan langsung rumus ini dengan simulasi:

Total Biaya Tetap (FC) senilai Rp 100 juta

Total Biaya Variabel (VC) per unit senilai Rp 60 ribu

Harga jual barang per unit senilai Rp 80 ribu

Penghitungan BEP Unit

$$\text{BEP} = \text{FC} / (\text{P} - \text{VC})$$

$$\text{BEP} = 100.000.000 / (80.000 - 60.000)$$

$$\text{BEP} = 5000$$

Penghitungan BEP Rupiah

$$\text{BEP} = \text{FC} / (1 - (\text{VC}/\text{P}))$$

$$\text{BEP} = 100.000.000 / (1 - (60.000/80.000))$$

$$\text{BEP} = \text{Rp } 400.000.000$$

Dari analisis inilah perusahaan dapat meramalkan keuntungan yang dapat diperoleh (target laba) berdasarkan berapa penjualan minimumnya. Adapun rumus untuk menghitung target ini sebagai berikut:

$$\text{BEP} - \text{Laba} = (\text{FC} + \text{Target Laba}) / (\text{P} - \text{VC})$$

Mari kita pelajari simulasi untuk menghitung target laba ini. Dengan FC, VC, dan P yang sama dengan contoh sebelumnya, perusahaan ini menargetkan laba sebesar Rp 80 juta per bulan.

$$\text{BEP} - \text{Laba} = (\text{FC} + \text{Target Laba}) / (\text{P} - \text{VC})$$

$$\text{BEP} - \text{Laba} = (100.000.000 + 80.000.000) / (80.000 - 60.000)$$

$$\text{BEP} - \text{Laba} = 180.000.000 / 20.000$$

$$\text{BEP} - \text{Laba} = 9.000 \text{ unit atau}$$

BEP – Laba = Rp 720 juta (didapat dari: 9000 unit x Rp 80.000)

Membuktikan laba yang diperoleh

Untuk membuktikan bahwa dengan menjual 9.000 unit bernilai Rp 720.000.000, perusahaan akan mendapatkan laba Rp 80 juta, mari kita periksa berikut ini:

Penjualan Rp 720.000.000

FC Rp 100.000.000

Total VC (Rp 60.000 x 9000 unit) Rp 540.000.000

Total Biaya Rp 640.000.000

Laba Rp 80.000.000 (Dihitung dengan cara: Penjualan – (FC + Total VC))

Dalam berbisnis, tentunya analisis break even point sangat membantu pelaku bisnis untuk memproyeksikan seberapa banyak barang yang harus diproduksi dan perbandingannya dengan uang/ pendapatan yang diterima. BEP ini menjadi komponen terpenting yang wajib ada di dalam suatu software akuntansi dan manajemen bisnis.

Asumsi – asumsi dalam mengadakan BEP :

1. Harga jual produk harus tetap
2. Tidak menggunakan lebih dari satu jenis produk, apabila menggunakan lebih dari satu jenis produk maka menggunakan perhitungan analisa BEP tersendiri
3. Produksi haruslah konstan
4. Semua biaya besaran produksi dapat diukur secara realistis

7.5 Anggaran Fleksibel

Anggaran lain yang sangat berguna bagi pemilik bisnis adalah anggaran fleksibel. Anggaran fleksibel dirancang

untuk memungkinkan membuat anggaran di berbagai tingkat penjualan. Meski biaya tetap bisa berubah, anggarannya fleksibel mengasumsikan bahwa volume penjualan berada dalam kisaran di mana biaya tetap tetap pada tingkat yang tetap, dan variabel biaya bervariasi sebagai persentase dari penjualan. Anggaran fleksibel (*flexible budgeting*) merupakan anggaran yang menyesuaikan pendapatan dan beban dengan jumlah output aktual yang dicapai.

Anggaran fleksibel disusun berdasarkan kepada pola perilaku biaya, dimana biaya terlebih dahulu dipisahkan menjadi dua kelompok, yaitu: Biaya tetap dan Biaya Variabel. Anggaran ini disebut fleksibel karena dapat disesuaikan dengan volume kegiatan sebenarnya terjadi, sehingga dalam pelaksanaan evaluasi dapat dilakukan dengan lebih tetap dan akurat. Anggaran ini mengaitkan volume aktivitas dengan jumlah rupiah yang dianggarkan. Bermanfaat terutama dalam menaksir dan mengendalikan biaya pabrik dan beban operasi.

Untuk tujuan kendali dan evaluasi kinerja, anggaran fleksibel jauh lebih bermanfaat karena anggaran ini tidak dibatasi hanya pada satu tingkat aktivitas saja. Anggaran Fleksibel (*flexible budgeting*) adalah penganggaran yang mengaitkan volume aktivitas dengan jumlah rupiah yang dianggarkan. Dengan demikian perubahan yang mungkin terjadi dalam tingkat aktivitas dapat dimasukkan ke dalam sistem anggaran dengan menerapkan anggaran fleksibel. Anggaran fleksibel sebenarnya merupakan serangkaian anggaran untuk bermacam-macam tingkat aktivitas. Anggaran semacam ini terutama bermanfaat dalam menaksir dan mengendalikan biaya pabrikasi dan beban operasi. Selain itu, anggaran fleksibel dapat menyediakan informasi selisih anggaran sesudah menyesuaikannya dengan perubahan volume aktivitas.

Untuk melihat anggaran fleksibel yang terbaik dalam aksi, lihatlah buku kerja pro-forma di apendiks A.

Tabel 7.6 menunjukkan contoh anggaran fleksibel di dua tingkat penjualan. Perhatikan bahwa persentase untuk biaya variabel sama seperti perubahan volume penjualan. Juga, perhatikan bahwa meskipun biaya variabel tetap sama sebagai keturunan, mereka meningkat sebagai jumlah kotor. Namun, karena mereka tetap pada persentase yang sama, lalu pendapatan penjualan perusahaan dapat disimpan sebagai laba bersih.

Ilustrasi 7.6

Anggaran Fleksibel Perusahaan ABC				
		% dari penjualan		% penjualan
Penjualan	\$100.000		\$200.000	
H. Pokok Penjualan	\$65.000	65%		65%
Laba Kotor	\$35.000	35%	\$70.000	35%
Biaya Tetap				
Sewa	\$5.000		\$5.000	
Gaji Manajer	\$8.500		\$8.500	
Non H. Pokok Biaya Variable				
Upah	\$15.000	15%	\$30.000	15%
Peralatan kantor	\$3.000	3%	\$6.000	3%
Misc	\$1.000	1%	\$2.000	1%
Total Biaya (Non H. Pokok)	\$32.500	19%	\$51.000	
Laba/Rugi Bersih	\$2.500	3%	\$18.500	9%

Meskipun tidak ada satu cara sempurna untuk memproyeksikan pendapatan dan pengeluaran, banyak manajemen yang melakukannya belajar mempertimbangkan banyak variabel yang disajikan dan membuat perkiraan yang baik. Saat Kamu mendapatkan lebih banyak pengalaman, Kamu akan menemukan ini lebih mudah dan lebih intuitif.

Namun, terlepas dari pengalaman Kamu, ada aspek-aspek tertentu dari bisnis Kamu yang mungkin tidak Kamu miliki sesuai. Bahkan dengan pengalaman manajerial bertahun-tahun, saya menemukan bahwa manajemen arus kas sederhana bukan keahlian saya. Jelas saya terus belajar dan berusaha untuk melakukan yang lebih baik, tetapi karena itu adalah kelemahan, saya mempekerjakan orang yang memiliki keterampilan ini untuk menambah keahlian saya. Itu hanya manajemen yang baik untuk melakukannya.

7.6 Pengetahuan untuk Bertindak

Menggunakan Microsoft Excel Workbook dari bab sebelumnya (Pro-Forma Workbook), buka tab Analisis Titik Impas.

Dari informasi yang Kamu berikan di lembar data awal, lembar ini akan diisi, memberi Kamu impas untuk perusahaan Kamu. Penting untuk dicatat bahwa analisis ini menggunakan bauran penjualan yang ditentukan oleh data dari lembar data awal dan perlu disesuaikan jika campuran produk Kamu berubah. Dengan menggunakan informasi ini, jawab pertanyaan berikut:

1. Berapa titik impas saya dalam dolar (atau mata uang pilihan Anda lainnya)?
2. Berapakah impas dalam dolar pada tingkat laba yang saya inginkan?

3. Apakah angka-angka ini realistis? Jika tidak, apa yang bisa saya lakukan untuk mengubahnya?
4. Berapa lama untuk mencapai titik impas di tingkat yang diproyeksikan?

7.6.1 Pertanyaan untuk Diskusi

Tujuan utama bisnis adalah mencari keuntungan. Namun, ada banyak alasan sekunder untuk memiliki bisnis yang dapat mencakup pemberian amal atau kegiatan altruistik_sifat mengutamakan kepentingan orang lain_ lainnya. Untuk tugas ini, pertimbangkan anggaran dan potensi keuntungan yang akan kamu dapat, apa tanggung jawabmu untuk sebuah "kebaikan yang lebih besar"? Apakah kamu punya satu? Renungkan jawabannya dan apakah kamu dapat atau tidak menggabungkan kegiatan ini dalam anggaran dan rencanamu.

7.6.2 Penerapan Etika

Beberapa industri, seperti gas alam atau bahan bakar fosil lainnya dikritik karena kerusakan yang mereka timbulkan di lingkungan. Pertimbangkan industri bahan bakar fosil atau mungkin industri milikmu sendiri. Apa dampaknya, baik positif atau negatif, apakah dampak tersebut ada di masyarakat, lingkungan, dll? Apakah dampak positifnya lebih besar daripada dampak negatif? Selidikilah!

7.6.3 Membangun Keterampilan Kepemimpinan

Jack Welch adalah CEO General Electric selama 20 tahun dan menulis beberapa buku tentang cara memimpin orang-orang. Meskipun bisnismu tidak akan sebesar GE, ada banyak pelajaran kepemimpinan yang bisa kamu ambil dari seorang Jack Welch.

Teliti tantangan-tantangan yang dihadapi Mr. Welch di GE dan bagaimana dia bisa memimpin perusahaan sebesar itu dan mengubah budayanya. Pelajaran apa yang bisa kamu pelajari darinya? Apa ciri kepemimpinan yang akan coba kamu bina untuk karyawanmu dan dirimu sendiri sehingga dapat memaksimalkan potensi perusahaanmu?

7.6.4 Panggung Global

Penganggaran adalah upaya yang menantang untuk perusahaan ukuran apa pun. Untuk perusahaan multi-nasional, penganggaran menjadi sangat kompleks.

Temukan anggaran yang dipublikasikan di satu perusahaan multi-nasional. Teliti proses penganggaran mereka. Apa yang menarik dari proses penyusunan penganggaran mereka?

Bab 8

Analisis Laporan Keuangan

Tujuan dalam Bab Analisis Laporan Keuangan ini adalah untuk belajar tentang:

- ◆ Pentingnya analisis laporan keuangan
- ◆ Apa saja berbagai perhitungan dan apa yang mereka katakan kepada pemilik bisnis



Konsep menganalisis laporan keuangan mungkin tampak agak menyeramkan bagi mereka yang tidak mengerti proses akuntansi. Meskipun konsepnya agak canggih, pengusaha yang baik dapat menggunakan analisis tersebut untuk mengelola perusahaan untuk jangka panjang. Selain itu, bank menggunakan analisis laporan keuangan untuk menentukan nasabah pilihan untuk meminjamkan uang. Setidaknya kamu harus mengerti beberapa rasio dasar sehingga dapat berargumen dengan otoritas bank dan / atau para investor.

Pada template Pro-forma pada situs www.practicalbusinessplanning.com dan digunakan di dalam buku ini, tab Analisis Laporan Keuangan lalu ambil informasi yang disediakan pada lembar kerja Data Awal dan mengisi sisa buku kerja yang ada. Meskipun ada banyak alat analitis lainnya, rasio

ini adalah yang paling umum digunakan dan yang hampir pasti akan digunakan bank dalam menilai bisnismu untuk perijinan pinjaman.

8.1 Rasio Likuiditas

Rasio Likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mengonversi aset jangka pendek menjadi uang tunai. Sangat penting untuk tetap mengedepankan dana operasi perusahaan harus tetap bisa “diuangkan” agar bisa bertahan. Rasio-rasio ini memberikan beberapa indikasi perusahaan akan kemampuan bertahan dalam bisnis.

Cara mengukur perusahaan itu likuid atau tidak, Anda dapat membandingkan komponen yang ada pada neraca, yaitu total aktiva lancar dengan total pasiva lancar (utang jangka pendek). Pengukuran ini dapat dilakukan untuk beberapa periode sehingga terlihat perkembangan likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu.

Manfaat Rasio Likuiditas

Dengan mengetahui rasio likuiditas yang dimiliki perusahaan, sehingga bisa mendapatkan beberapa manfaat seperti:

1. Mengantisipasi dana yang diperlukan saat ada kebutuhan mendesak.
2. Memudahkan nasabah (bagi lembaga keuangan atau Bank) yang ingin melakukan penarikan dana.
3. Poin penentu bagi suatu perusahaan untuk mendapatkan persetujuan investasi atau bisnis lain yang menguntungkan.

Ilustrasi 8.1

XYZ Company	
Profit and Loss Statement	
For the period Jan 1, 20xx to Dec 31, 20xx	
Pendapatan Biasa/ Beban	
Pendapatan	\$ 125.000
Jumlah pemasukan	\$ 125.000
Harga pokok penjualan:	
Tenaga kerja langsung	\$ 18.750
Material langsung	\$ 56.250
Total Biaya Pokok Penjualan	\$ 75.000
Laba kotor	\$ 50,000
Beban:	
Gaji dan upah	\$ 30.000
Menyewa	\$ 12.000
Utilitas	\$ 3.000
Lain-lain	\$ 1.000
Total Biaya	\$ 46.000
Laba / Rugi Bersih:	\$ 4.000

Ilustrasi 8.2

Perusahaan XYZ	
Neraca Keuangan	
Untuk periode yang berakhir 31 Desember 20xx	
AKTIVA	
Aset lancar	
Cek/Tabungan	\$ 25.000
Jumlah Cek / Tabungan	\$ 25.000
Aktiva Lancar Lainnya	
Piutang	\$ 10.000
Inventaris	\$ 7.500
Total Aktiva Lancar Lainnya	\$ 17.500
Total Aset Lancar	\$ 42.500
Harta Tetap (Fixed Asset)	
Mobil	\$ 25.000
Mebel dan Perlengkapan	\$ 85.000
Peralatan	\$ 50.000
Perumahan	\$ 150.000
Akumulasi penyusutan	(\$ 20.000)
Total Aktiva Tetap	\$ 290.000
Aset Lainnya	
Setoran	\$ 5.000
Total Aset Lainnya	\$ 5.000
Total aset	\$ 337.500

Passiva Hutang (Liabilities)	
Kewajiban Lancar	
Akun hutang	\$ 6.000
Kartu kredit	\$ 15.000
Total Kewajiban Lancar	\$ 21.000
Kewajiban Jangka Panjang	
Catatan Hutang-Otomatis	\$ 18.000
Catatan Hutang-Peralatan	\$ 40.000
Catatan hutang-Real Estat	\$ 125.000
Total Kewajiban Jangka Panjang	\$ 183.000
Total Kewajiban	\$ 204.000
Modal (Equity)	
Simpanan Sukarela / Pengambilan Pribadi	\$ 75.000
Penghasilan Sebelumnya	\$ 74.500
Penghasilan Saat Ini	\$ 5.000
Total Ekuitas	\$ 154.500
Total Kewajiban dan Ekuitas	\$ 337.500

Rasio Lancar (Aset Lancar / Kewajiban Lancar)

Rasio Lancar atau Current Ratio adalah rasio yang mengukur kinerja keuangan secara likuiditas perusahaan. Rasio Lancar ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban hutang jangka pendeknya pada 12 bulan ke depan. Calon kreditur umumnya menggunakan rasio ini untuk menentukan apakah akan melakukan pinjaman jangka pendek

atau tidak kepada perusahaan yang bersangkutan. Rasio Lancar atau Current ratio ini juga menunjukkan efisiensi siklus operasi perusahaan atau kemampuannya mengubah produk menjadi uang tunai. Rasio Lancar atau Current Ratio yang merupakan salah satu Analisis Rasio Likuiditas ini juga dikenal dengan rasio modal kerja (working capital ratio).

Rasio Lancar menunjukkan seberapa baik perusahaan mampu membayar hutang jangka pendeknya. Semakin tinggi rasio tersebut lebih baik. Jika rasio di bawah 1, kemungkinan perusahaan tidak akan mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

Untuk meningkatkan rasio perusahaan saat ini, harus memiliki lebih banyak uang tunai atau aset sangat likuid yang tersedia di lembar saldo sesuai dengan hutang jangka pendek. Untuk program jangka pendek mungkin perlu meminjam uang untuk menutup pengeluaran dan pembayaran utang. Ini tidak bukanlah sesuatu yang buruk, tetapi perlu diperhitungkan rencana bisnismu dan jelaskan dengan benar untuk membantu pemberi pinjaman agar lebih nyaman dengan bisnismu.

Rasio Cepat (Aktiva Lancar - Inventaris / Kewajiban Lancar)

Dengan menggunakan data yang disediakan dalam ilustrasi 8.1 dan 8.2, rasio cepat XYZ Company adalah:

$$42.500 / 21.000 = 2,02$$

Dengan asumsi norma industri adalah 1,2, rasio saat ini XYZ sangat baik.

Quick Ratio (juga disebut Acid Test Ratio) sangat mirip dengan Current Ratio, tetapi lebih konservatif karena tidak menganggap persediaan sebagai likuid yang cukup untuk

digunakan membayar hutang jangka pendek. Saat melihat likuiditas, harus mempertimbangkan waktu pembayaran (ketentuan Piutang Dagang) dan persyaratan lain yang dimiliki dengan pemasok (ketentuan Hutang Lancar). Meskipun ini berlaku setiap 30 hari, melonggarkan waktu pembayaran kepada vendor dapat membantu likuiditas perusahaan. Karena hubungan vendor pemberi kredit sangat penting untuk perjalanan bisnis ke depan.

Dengan menggunakan informasi yang disediakan dalam pameran 8.1 dan 8.2, rasio cepat XYZ Company adalah:

$$35.000 / 21.000 = 1,64$$

Dengan asumsi norma industri adalah 1,0, rasio cepat XYZ dalam kondisi baik.

8.2 Rasio Leverage

Leveraging adalah penggunaan dana pinjaman untuk membeli aset. Saat mempertimbangkan leverage perusahaan perlu mengetahui pemahaman norma industri sehingga dapat membandingkan *apel dengan apel*. Beberapa industri membutuhkan sejumlah besar hutang, seperti pabrik, tetapi yang lain, seperti perusahaan yang terkait dengan jasa mungkin tidak.

Rasio Utang = (Utang jangka pendek + Utang jangka panjang) / Ekuitas

Menggunakan informasi yang disediakan dalam ilustrasi 8.1 dan 8.2, rasio leverage XYZ Company adalah:

$$21.000 + 183.000 / 154.500 = 132\%$$

Dengan asumsi norma industri adalah 85% dapat dikatakan rasio utang XYZ terlalu tinggi. Ini mungkin disebabkan pemilik yang tidak memiliki investasi yang cukup, atau mungkin adanya biaya tinggi pada penyediaan peralatan dan aset lainnya saat memulai usaha. Salah satu penyebab lainnya mungkin adalah waktu yang singkat dalam bisnis dan belum mendapat keuntungan yang signifikan.

(*Solvency Ratio*) atau sering juga disebut dengan Rasio Leverage (*Leverage Ratio*) adalah suatu rasio keuangan yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjangnya seperti pembayaran bunga atas hutang, pembayaran pokok akhir atas hutang dan kewajiban-kewajiban tetap lainnya. Hutang Jangka Panjang biasanya didefinisikan sebagai kewajiban membayar yang jatuh temponya lebih dari satu tahun.

Meskipun Rasio Solvabilitas (*Rasio Leverage*) dan Rasio Likuiditas adalah sama-sama merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya, namun kedua-duanya memiliki perbedaan dalam jangka waktu pemenuhan kewajibannya. Dimana Rasio Solvabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjangnya sedangkan rasio likuiditas mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek atau kewajiban lancarnya.

Rasio Solvabilitas atau Rasio Leverage ini membandingkan keseluruhan beban hutang perusahaan terhadap aset atau ekuitasnya. Dengan kata lain, Rasio ini menunjukkan seberapa banyak aset perusahaan yang dimiliki oleh pemegang saham dibandingkan dengan aset yang dimiliki oleh Kreditor (pemberi hutang). Jika pemegang saham memiliki lebih banyak aset, maka perusahaan tersebut dikatakan kurang Leverage. Namun jika kreditor (pemberi Hutang) memiliki mayoritas aset, maka

perusahaan yang bersangkutan dikatakan memiliki tingkat leverage yang tinggi. Rasio Solvabilitas atau Rasio Leverage ini sangat membantu manajemen maupun investor untuk memahami bagaimana tingkat risiko struktur modal pada perusahaannya.

Berikut dibawah ini adalah beberapa Rasio Solvabilitas (Solvency Ratio) atau Rasio Leverage yang sering digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya.

Debt to Equity Ratio (Rasio Hutang Terhadap Ekuitas)

Debt to Equity Ratio atau Rasio Hutang terhadap Ekuitas adalah rasio keuangan yang menunjukkan proporsi relatif antara Ekuitas dan Hutang yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan. Debt to Equity Ratio (DER) atau Rasio Hutang Terhadap Ekuitas ini dihitung dengan cara mengambil total kewajiban hutang (Liabilities) dan membaginya dengan Ekuitas (Equity).

Berikut dibawah ini adalah Rumus Debt to Equity Ratio (DER).

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \text{Total Hutang} / \text{Ekuitas}$$

Debt Ratio (Rasio Hutang)

Debt Ratio atau Rasio Hutang adalah Rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan mengandalkan hutang untuk membiayai asetnya. Debt Ratio atau Rasio Hutang ini dihitung dengan membagikan total hutang (total liabilities) dengan total aset yang dimilikinya. Debt Ratio ini sering juga disebut dengan Rasio Hutang Terhadap Total Aset (Total Debt to Total Assets Ratio).

Berikut ini adalah rumus rasio hutang (debt ratio) :

$$\text{Rasio Hutang} = \text{Total Hutang} / \text{Total Aset}$$

Times Interest Earned Ratio

Times Interest Earned adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar atau menutupi beban bunga di masa depan. Times Interest Earned Ratio ini juga sering disebut juga Interest Coverage Ratio. Cara menghitungnya adalah dengan membagi laba sebelum pajak dan bunga dengan Biaya Bunga.

Berikut ini adalah rumus Times Interest Earned Ratio :

$$\text{Times Interest Earned Ratio} = \text{Laba sebelum Pajak dan bunga} / \text{Beban Bunga}$$

8.3 Rasio Profitabilitas

Tentu saja dalam bisnis tujuannya adalah mendapat keuntungan agar bisnis sukses. Namun, hanya melihat saja laporan laba atau rugi bersih, hanya akan memberi kita sebuah cerita.

Dengan rasio profitabilitas, kita punya kesempatan untuk dapat melihat keuntungan ataupun kerugian yang akan kita dapat. Kita pasti akan sampai pada saatnya, tentu saja melihat seluruh gambaran nyata termasuk ketiga jenis laporan keuangan ini.

Pengembalian Aset (Penghasilan Bersih / Total Aset)

Rasio ini memberi informasi seberapa baik perusahaan menggunakan asetnya untuk penjualan. Jumlahnya harus

dibandingkan dengan norma-norma industri untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang kinerja perusahaan.

Dengan menggunakan informasi yang disediakan dalam ilustrasi 8.1 dan 8.2, pengembalian aset XYZ Perusahaan adalah:

$$4,000 / 33 / 500 = 0,01$$

Dengan asumsi norma industri adalah 0,07, laba atas aset XYZ terlalu rendah. Manajemen harus mempertimbangkan kenaikan harga atau pengurangan biaya untuk meningkatkan laba bersih.

Pengembalian Modal (Laba Bersih / Ekuitas Pemegang Saham)

Sekali lagi, norma industri untuk rasio ini penting untuk perbandingan. Namun, singkatnya, rasio ini menunjukkan apa yang diharapkan pemegang saham rata-rata dalam hal penjualan.

Dengan menggunakan informasi yang disediakan dalam ilustrasi 8.1 dan 8.2, profitabilitas XYZ Company rasio adalah:

$$4.000 / 154.500 = .03$$

Dengan asumsi norma industri adalah 0,06, laba atas ekuitas XYZ terlalu rendah. Mirip dengan sebelumnya rekomendasi, manajemen perlu meningkatkan profitabilitas.

Margin Laba Bersih (Laba / Pendapatan Bersih)

Pemahaman dan pengelolaan margin laba kotor dan margin bersih sangat penting dalam setiap organisasi. Setiap industri

serta setiap produk yang dihasilkan akan memiliki margin laba kotor yang berbeda yang berkontribusi pada keseluruhan biaya perusahaan, memunculkan baik laba atau rugi bersih.

Dengan menggunakan informasi yang disediakan dalam ilustrasi 8.1 dan 8.2, margin laba bersih XYZ adalah

$$4,000 / 125,000 = 3\%$$

Dengan asumsi norma industri adalah 12%, margin laba bersih XYZ sangat rendah. Manajemen harus meningkatkan pendapatan atau mengurangi biaya untuk meningkatkan margin ini.

Catatan: Persentasi ini sangat penting untuk dibandingkan selama beberapa periode untuk melihat tren.

8.4 Rasio Perputaran

Perputaran Aset (Penjualan / Total Aset)

Ransum ini menunjukkan seberapa aktif Kamu menggunakan aset Kamu. Biasanya, semakin tinggi rasio ini, maka lebih baik, tetapi, seperti yang sering terjadi dengan rasio, Kamu perlu melihat norma-norma industri.

Menggunakan informasi yang disediakan dalam ilustrasi 8.1 dan 8.2, rasio perputaran aset Perusahaan XYZ adalah:

$$125.000 / 337.500 = 0,37$$

Dengan asumsi norma industri adalah 1, perputaran aset XYZ rendah. Manajemen perlu meningkatkan penjualan untuk menggunakan aset lebih produktif.

Perputaran Perputaran Persediaan (Penjualan / Inventaris)

Ransum ini menunjukkan seberapa sering Kamu membalik inventaris. Ingat, inventaris ada untuk dijual, jadi membaliknya lebih sering menunjukkan penjualan yang lebih konstan. Mirip dengan rasio perputaran aset, perputaran persediaan lebih baik ketika lebih tinggi.

Dengan menggunakan informasi yang disediakan dalam ilustrasi 8.1 dan 8.2, perputaran persediaan XYZ Company adalah:

$$125.000 / 7.500 = 16,67$$

Dengan asumsi norma industri adalah 4 perputaran persediaan XYZ sangat baik, Manajemen sedang melakukan pekerjaan hebat dalam mengelola inventaris. Namun, manajemen harus berhati-hati untuk memiliki inventaris yang diperlukan untuk menumbuhkan pendapatan penjualan.

8.5 Analisis Menyeluruh

Harus diingat bahwa jangan hanya memikirkan masing-masing rasio secara individual, tetapi harus bersamaan. Juga ketika bekerja dengan lembar kerja pro-forma, dimana diperlukan permainan angka, menjalankan skenario dengan harga, biaya, volume, dan pinjaman yang berbeda untuk memastikan kita memiliki gabungan rasio yang tepat agar perusahaan tetap sehat. Ini bukan untuk mengatakan kita harus memanipulasi angka agar lembar kerja ini berfungsi, tetapi sebaliknya dapat memanfaatkan ini sebagai alat untuk memandu dalam hal pengambilan keputusan. Untuk Perusahaan ABC, rasio dirangkum di bawah ini.

Current Ratio 2.02
Quick Ratio 1.64
Debt Ratio 132%
Return on Assets .01
Return on Equity .03
Net Profit Margin 3%
Asset Turnover .37
Inventory Turnover 16.67

Mempertimbangkan pada informasi yang disediakan dalam laporan keuangan dan rasio, kesimpulan tentang perusahaan ABC adalah sebagai berikut:

1. Sementara manajemen melakukan pekerjaan dengan baik mengelola neraca perusahaan, di sana tampaknya muncul utang yang signifikan mengingat pendapatan penjualan yang rendah.
2. Manajemen perlu meningkatkan penjualan secara signifikan sambil meningkatkan profitabilitas. Penelitian tentang harga pokok penjualan untuk perusahaan sejenis akan memberikan manajemen indikasi yang jelas tentang apa dan di mana biaya dapat dipotong. Namun, ada kemungkinan peningkatan pendapatan bruto sambil menjaga biaya tetap rendah dapat menghasilkan peningkatan yang diperlukan dalam laba bersih dan selanjutnya peningkatan rasio neraca.

8.5.1 Pertanyaan Diskusi

Pilih perusahaan publik dengan keuangan yang publikasikan. Selesaikan analisis pada perusahaan keuangan, dan berikan komentar khusus tentang kekuatan dan kelemahan untuk setiap rasio serta perusahaan pada umumnya.

8.5.2 Penerapan Etika



Umum terjadi, pemilik bisnis kecil (dan besar) untuk memanipulasi laporan keuangan sesuai dengan tujuan mereka, seperti untuk pembiayaan, investasi, dll. Memiliki item-item pada “neraca yang membingungkan”, atau pencatatan penjualan dan pengeluaran dalam periode yang berbeda hanyalah dua dari jenis etika yang umum diterjang beberapa orang, mereka berpikir membuat kompromi kecil untuk jangka panjang yang lebih baik.

Namun, pelanggaran etika jenis apa pun, tidak peduli seberapa menggoda, harus dihindari. Salah satu caranya adalah dengan memiliki mitra yang diperhitungkan (keahliannya dan kejujurannya), kita dapat berbagi segalanya dengan jujur, termasuk perjuangan kita untuk tetap berada di jalur yang etis.

Untuk latihan ini, Kamu akan menemukan mitra akuntabilitas, baik di kelas atau di luar kelas. Orang ini haruslah seseorang yang kamu percaya sepenuhnya dan yang akan mengatakan yang sebenarnya kepadamu, bahkan jika hal itu menyakitkan.

Bicaralah dengan orang ini tentang perjuangan batinmu untuk tetap etis dalam segala hal yang kamu lakukan. Laporkan pada mereka bagaimana kamu melakukannya

Ingat ... maju terus untuk berjuang adalah langkah pertama untuk mengatasinya. Abaikan saja risiko yang terjadi.

8.5.3 Membangun Keterampilan Kepemimpinan

Berikan kekuatan dan kelemahan analisis laporan keuangan perusahaanmu, bagaimana kamu bisa, sebagai seorang pemimpin, memberi pengaruh rasio-rasio ini melalui kepemimpinan yang tepat?

8.5.4 Panggung Global

Cari dua perusahaan multinasional yang bersaing. Bandingkan dan bedakan analisis laporan keuangan mereka.

Bab 9 Menyatukan Semua Pelajaran

Tujuan Kamu untuk mengumpulkan semua bab ini adalah untuk belajar tentang:

- ◆ Bagaimana menyatukan semua informasi dalam buku ini ke dalam rencana yang komprehensif.

Dalam prosesnya, kamu harus memiliki kelebihan atas rencana bisnismu, baik tertulis atau diuraikan dengan kata-kata. Sekarang adalah waktunya untuk menggabungkan semuanya menjadi sebuah rencana yang kohesif dan masuk akal yang dengan bangga kamu tunjukkan pada orang lain.

Untuk membantumu menyelesaikan semuanya, saya akan rekap setiap bagian dan memberikan komentar dan saran akhir yang saya yakin akan menghasilkan sebuah proposal yang utuh.

9.1 Rencana Menyeluruh

Cetak salinan rencana bisnismu. Dimulai dengan halaman judul, tinjau setiap halaman dengan hati-hati untuk tiga hal:

1. Apakah penampilannya bersih, jernih, estetik?
2. Apakah informasi pada halaman tersebut akurat dan lengkap?
3. Apa saja perubahan dan penambahan yang harus dilakukan pada halaman agar membuatnya siap?

Kamu harus menyelesaikan tugas ini untuk setiap halaman dalam rencana termasuk lampiran / lampirannya.

Ingat, kamu harus mendapatkan kesan pertama. Jika terlihat lusuh atau ada kesalahan tata bahasa pasti akan menarik perhatian paling banyak dari pembaca. Atau bahkan mungkin tidak mendapatkan pembaca jika tidak sempurna.

9.2 Konsep

Mulai sekarang kamu harus sudah tahu pemahaman konsep. Jika tidak, Kamu harus meninjau kembali setiap bagian dan dari dekat lihat referensi apa pun terhadap konsep yang mungkin telah diubah di lain waktu.

Untuk konsepnya, ingatlah untuk menjelaskannya di awal dengan sangat jelas. Kamu bisa masuk lebih detail nanti di setiap babnya. Asumsikan pembaca hanya akan melihat satu atau dua paragraf pertama. Apakah bisa dimengerti pada bagian tersebut?

Kemudian dalam bab ini kamu harus memiliki perincian tentang spesifikasi, dll. Kamu berharap pembaca melihatmu telah sungguh-sungguh memikirkan ini dan tahu apa yang kamu lakukan. Kamu tidak hanya menjual rencanmu, tapi juga menjual pribadimu.

9.3 Pemasaran

Selain memastikan bahwa rencana itu benar secara tata bahasa, pastikan semuanya terkoneksi satu sama lain. Misalnya, jika kamu menulis dalam rencana bahwa akan beriklan di surat kabar dan di televisi, apakah hal tersebut telah dimasukkan dalam anggaranmu? Jika tidak, pembaca akan melihat bahwa kamu belum memperhatikan rencanamu dan meragukan kemampuanmu untuk berhasil melakukannya.

Jangan terlalu rumit dalam rincian di bagian pemasaran. Namun, mungkin kamu ingin memiliki pasangan contoh iklan

yang ingin di promosikan, atau bahkan dapat meniru contoh iklan dari pesaingmu. Ingat, kamu mencoba membuat gambaran di benak para pembaca. Grafik bisa sangat membantu, tetapi terlalu banyak grafik akan membuat pembaca kehilangan minatnya.

9.4 Manajemen

Ini adalah bagian di mana kamu benar-benar ingin menjual diri kamu sendiri. Pembaca harus merasa nyaman denganmu sebagai seorang Manajer. Sangat penting juga memamerkan keterampilanmu dan tim pendukungmu di bagian ini. Mintalah teman atau kolega membaca ini (dan bagian lain) dan berikan umpan balik tentang bagaimana mungkin memperkuat rencanamu.

9.5 Akuntansi / Keuangan dan Penganggaran

Bagian ini seringkali merupakan yang paling sulit bagi kebanyakan orang karena mereka tidak mengerti akuntansi dan terbencong-bengong ketika angka-angka disajikan; Namun, kelemahan di bidang ini hampir pasti akan menghasilkan penolakan.

Jika perlu, cari akuntan, atau bahkan rekanan yang fasih dalam bidang akuntansi, minta mereka membantu dalam mempersiapkan bagian ini. Template -template yang disediakan dalam buku ini akan memberi 90% jalan keluar, tetapi masih ada beberapa asumsi tentang pemahaman akuntansi.

Saat menggunakan templat, pastikan menyimpan salinan berbagai versi saat memulai. Jika membuat kesalahan dalam proses nantinya, mungkin akan lebih baik kembali ke titik di mana kita lebih banyak percaya diri dan mulai lagi. Bukan hal yang aneh menjadi bingung ketika semua data disajikan.

Pastikan memiliki salinan untuk menjelaskan proses pemikiran atau ide-ide baru.

Fokuskan sebagian besar perhatian pada lembar pertama. Dapatkan kenyamanan dengan itu sehingga dapat memanipulasi data sesuai kebutuhan. Jika menganggap bahwa penghasilan bersih terlalu rendah, bisa saja dengan menaikkan harga jual, dll. Memahami buku kerja akan membantu mengubah angka untuk mendapatkan hasil akhir yang dibutuhkan. Namun berhati-hatilah, jangan memanipulasi angka untuk membuat sesuatu yang tidak mungkin berfungsi. Realistis dan jujurlah di bagian ini khususnya.

Setelah semuanya komplit, disarankan untuk berkonsultasi dengan akuntan tentang rencana kita dan khususnya pada proyeksi keuangan untuk memastikan bahwa rencana tersebut realistis dan akurat. Ini tidak hanya untuk pemodal tetapi juga untuk diri sendiri sebagai pengusaha ketika memutuskan apakah akan melanjutkan proyek atau tidak.

9.6 Analisis Laporan Keuangan

Yang terbaik adalah jangan melihat bagian ini dari buku kerja sampai memiliki semua angka lain benar adanya. Jika melihatnya dulu, akan ada peluang untuk memanipulasi angka sesuai dengan keinginan, bukan seperti yang mereka inginkan.

Setelah angka-angkanya lengkap, lihat lembar kerja analisis laporan keuangan dan analisis perusahaan. Jika ada kelemahan, lihat di mana itu dan secara obyektif putuskan apakah dapat dilakukan perubahan. Jika tidak, harus dijelaskan dalam catatan kaki dalam laporan keuangan atau di bagian lain dari rencana.

9.7 Apendiks dan Lampiran

Bagian ini mungkin hanya beberapa halaman atau mungkin lebih panjang dari isi sebuah paket rencana, tergantung pada apa yang kita rujuk dalam rencana itu sendiri.

Untuk bagian ini pastikan semuanya teratur dan mudah ditemukan. Jika mereferensikan resume di bagian manajemen merujuk pada lampiran A3.1, lalu pastikan itu benar-benar ada di resume sendiri atau di halaman sampul tepat sebelum rencana.

Pada bagian ini, lebih banyak lampiran kemungkinan dan biasanya akan lebih baik. Tentu saja ada maksudnya mengapa harus banyak, karena kita ingin memastikan pembaca memiliki semua informasi yang mereka butuhkan. Beberapa hal untuk dimasukkan dalam lampiran (dan referensi dalam isi) sebagai berikut :

- ▶ Resume dari semua pelaku utama/pemain kunci
- ▶ Informasi industri dari sumber yang memiliki reputasi baik.
- ▶ Laporan keuangan dan lembar kerja keuangan lainnya (Dulu dan yang akan datang).
- ▶ Sampel pekerjaan (jika ada)
- ▶ Contoh materi pemasaran.
- ▶ Informasi lain apa pun yang menurutmu dibutuhkan pembaca atau yang memperkuat rencanamu.
- ▶ Jika kamu sudah menjalankan usaha, pembaca akan ingin melihat laporan pajak yang dulu, laporan keuangan sementara, lisensi dan informasi lain yang membuktikan latarbelakangmu.

9.8 Meninjau dan Mengedit

Setelah rencana selesai, lakukan setidaknya satu suntingan lagi untuk memastikannya agar sempurna. Ulas setiap halaman lagi menggunakan versi cetak baru. Buat catatan apa saja pada setiap halaman dan kemudian perbaiki masalah apa pun. Lakukan ini berulang-ulang sampai kita tidak membutuhkan revisi lagi.

9.8.1 Pengajuan

Setelah rencana siap, kita harus menjilidnya secara profesional atau dimasukkan ke dalam binder yang menarik dan profesional. Sebagian besar pembaca rencana kita adalah pelaku bisnis, dan karenanya, hindari warna yang mencolok. Rencananya harus menarik namun bersahaja.

Jika ingin mengirim paket ke grup modal ventura atau grup investasi lain, jangan kirimkan dengan paket semalam (kilat). Kapitalis ventura melihat ini sebagai keinginan yang berlebihan dan sering kali mengabaikan rencana ini. Cukup kirimkan dengan amplop bisnis dan minta tanda terima. Dengan cara ini kita tahu kapan surat itu telah tiba.

Tidak perlu tergesa-gesa untuk membalas surat kiriman balik. Tunggu setidaknya seminggu setelah diterima sebelum menghubungi pembaca. Kemungkinan si pembaca sangat sibuk, dan jangan menjadi hama pengganggu. Jangan terlihat bahwa ingin tampak sangat bersemangat.

Dalam setiap percakapan yang dilakukan dengan pembaca, tindak lanjuti dengan ucapan terima kasih atau kirim email yang menguraikan diskusi. Ini menunjukkan etika bisnis yang baik serta memastikan bahwa pemahaman diskusi antara kita dan pembaca sama dan searah.

9.8.2 Pengetahuan untuk Bertindak

Sampai pada titik ini, kita harus memiliki kelebihan utama, jika saja semua rencana tidak tertulis, setidaknya bisa dikembangkan seperti yang diharapkan. Untuk menyelesaikan rencana bisnis, hal yang perlu dilakukan sebagai berikut:

1. Masuki bagian demi bagian, baca dengan teliti dan lebih banyak mengembangkan ide, grafik, dll.
2. Pastikan rencana bisnisnya kohesif, teratur, dan mudah dibaca.
3. Pastikan semua keuangan dan lampiran lainnya seperti grafik, laporan referensi, dan resume disajikan secara profesional.
4. Miliki teman atau kenalan yang bisa objektif membaca rencana dan mau memberikan umpan balik. Membuat perubahan yang diperlukan. (Lihat bagian Pertanyaan Penting yang ada).
5. Cetak rencana dalam kertas berwarna dan telah terjilid secara profesional atau tempatkan di binder yang bagus.

Selamat! Sekarang kita memiliki rencana yang mudah-mudahan akan membantu impian menjadi kenyataan.

9.8.3 Pertanyaan Diskusi

Mintalah teman sekelas yang terpisah untuk membaca rencanamu dan memberikan masukan dan kritikan kepadamu. Gunakan umpan balik ini untuk memperkuat rencanamu.

9.8.4 Penerapan Etika

Pada bagian ini, kamu harus mampu merenungkan rencana yang telah kamu tulis. Kamu sekarang memiliki beberapa

keputusan besar untuk membuat sebuah keputusan. Apakah akan melanjutkan usaha ini atau tidak?

Dengan asumsi ingin melanjutkan, bagaimana caramu melanjutkan sangatlah penting. Meminjam uang dari bank, kerabat, atau menggunakan tabunganmu sendiri perlu diputuskan. Jika mempertaruhkan uangmu sendiri, tentu saja itu keputusan pribadimu. Lalu apakah kamu berani mengambil risiko uang-uang yang lain juga?

Untuk latihan etis terakhir ini, Kamu harus menulis refleksi menggunakan analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman), dan kemudian nilai peluang kesuksesanmu secara objektif. Kamu perlu menjawab pertanyaan ini, "Apakah yang mau saya ambil, risiko untuk diri saya sendiri dan orang lain?"

9.8.5 Membangun Keterampilan Kepemimpinan

Presentasikan rencanamu di dalam kelas sebagaimana diarahkan oleh instrukturmu. Jadilah profesional dan presentasikan rencanamu seakan-akan mereka adalah orang yang akan berinvestasi atau membiayai usahamu.

Mintalah audiens untuk memberi umpan balik yang tulus dan jujur sehingga kamu akan siap kapanpun untuk mempresentasikan kepada para pengusaha asli. Berhati-hatilah untuk tidak bersikap defensif, tetapi anggap kritik sebagai pembangun dan sebagai kesempatan bagimu untuk tumbuh dan berkembang.

9.8.6 Panggung Global

Cario informasi tentang perusahaan-perusahaan multi nasional. Pelajari sejarah dan perkembangannya. Perusahaan mana yang ingin kamu tiru? Mengapa?

Bab 10 Kata-kata Bijak para Pendahulu

Tujuan dalam Bab Kata-kata Bijak para Pendahulu adalah:

- ◆ Untuk belajar pelajaran dari pengusaha yang berpengalaman
- ◆ Untuk mempertimbangkan pelajaran yang perlu kamu pelajari dan terapkan sebagai seorang pengusaha baru.

Penting bagi kamu sebagai pemilik bisnis baru untuk mengembangkan keterampilan manajemen dan kepemimpinan. Satu salah satu cara terbaik untuk melakukan ini, selain banyak membaca, adalah mendengar dari mereka yang telah berpengalaman menjalankan bisnis yang serupa denganmu.

Di bagian ini, saya telah meminta tiga pebisnis profesional yang sukses untuk memberikan kata-kata bijak mereka yang mereka peroleh dengan belajar bertahun-tahun baik dalam bisnis sendiri atau berurusan dengan bisnis melalui pembiayaan, investasi atau konsultasi. Ketiga pebisnis sukses ini sangat dihargai di bidangnya dilihat dari biografi mereka.

10.1 Charles Schoen, CPA

Charles Schoen adalah seorang pemilik agen konsultan publik yang berlokasi di Charleston WV dan memiliki pengalaman puluhan tahun di bidang keuangan dan konsultasi dengan usaha kecil.

Charles aktif dalam praktik konsultan-nya sendiri serta menjadi investor / pemilik di beberapa bisnis di seluruh Amerika Selatan dan Barat Daya.

Mr. Schoen diwawancarai dan ditanya tentang apa yang menurutnya merupakan kesalahan terbesar yang dilakukan oleh para pengusaha baru?

1. Kurangnya modal yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan bisnis.
2. Kegagalan untuk memahami model bisnis mereka - untuk mengetahui apa yang harus mereka lakukan sehubungan dengan jumlah pendapatan, penggajian, biaya dll.
3. Tidak secara terus menerus berhubungan dengan perubahan dalam industri mereka seperti teknologi dan perubahan lainnya, penurunan prospek pendapatan, kenaikan biaya atau regulasi.
4. Memiliki terlalu *banyak telur dalam satu keranjang*, mis. Memiliki satu pelanggan mewakili terlalu banyak dari total pendapatanmu.
5. Ketika menghadapi masalah arus kas, pengusaha sering kali tidak memprioritaskan membayar hak orang, tetapi justru membayar mereka yang berteriak paling keras.
6. Ketika masalah datang, seorang pengusaha biasanya bersembunyi daripada menghadapi kreditor secara langsung.
7. Gagal memahami mereka hanya dapat membayar sendiri sesuai dengan profitabilitas dan uang tunai aliran perusahaan.
8. Memperluas ke wilayah atau garis baru, berpikir bahwa kesuksesan yang mereka miliki di satu bidang akan secara otomatis terjadi di bidang yang lain.
9. Tidak realistis.
10. Tidak mengelola berdasarkan tujuan.

10.2 Keefe Duterte

Keefe G. Duterte menikah dengan istrinya yang cantik, Sarah dan memiliki dua anak perempuan yang cantik, Nais dan Mia. Keefe saat ini memiliki dan mengoperasikan salah satu agen asuransi terbesar di negara bagian Texas.

Dihadapkan dengan kemerosotan ekonomi dan tagihan menumpuk, ia mampu menghidupkan kembali bisnis yang sekarat menjadi salah satu bisnis yang paling menguntungkan di Texas. Keefe Duterte juga seorang pembicara motivasi yang dibayar tinggi.

Keefe membagikan strateginya tentang cara mengatasinya masa sulit dengan kelompok-kelompok di seluruh negeri. Seri bukunya, *It's "Not How You Start, It's How you Finish"* mewujudkan filosofinya bahwa tidak pernah ada kata terlambat untuk menjadi orang yang kamu bisa. Keefe sedang dalam misi untuk mendorong orang untuk mewujudkan impian mereka!

Apa yang kamu takutkan?

Oleh: Keefe Duterte

Bayangkan dalam pikiran, kamu diserang oleh hiu besar. Nah, itu adalah gambaran yang menakutkan! Haruskah kamu takut? Haruskah kamu khawatir tentang laki-laki yang memakan hiu? Apakah Kamu bisa masuk ke laut lagi?

Ketakutan adalah motivator yang kuat. Ketakutan bisa melepaskan kamu dari pantatmu, atau bisa membuat kamu lumpuh. Sering kali ketakutan akan memperlambat dan menahanmu menuju kejayaan. Rasa takut dapat menghentikanmu untuk menyadari potensi sejati kamu. Selama bertahun-tahun sebagai Agen asuransi, ketakutan menahan saya. Ketakutan membuat saya menolak ide-ide baru dan "bermain aman."

Ketakutan hampir menghancurkan bisnis saya. Jangan biarkan itu menghancurkan milikmu.

Almarhum Zig Ziglar mengajari saya untuk melihat rasa takut secara berbeda. Ketakutan benar-benar merupakan akronim untuk - (**F**alse **E**vidence **A**ppearing **R**eal) *Palsu Bukti Muncul Nyata*. Ketakutan ada di pikiran Kamu. Dalam bisnis dan kehidupan, ada perbedaan besar antara bahaya dan TAKUT. Kemampuan kamu untuk menentukan perbedaan adalah kunci kesuksesan kamu. Jadi bagaimana kamu bisa menguraikan apa ancaman nyata terhadap bisnismu, dan apa isapan jempol dari imajinasimu?

Temukan seorang mentor. Kedengarannya sederhana, tetapi akan sangat penting untuk kesuksesanmu. Tiga tahun pertama dalam bisnis saya adalah bencana total. Saya kehilangan lebih dari 1,5 juta dalam premi klien. Saya berjuang. Saya menolak meminta bantuan karena saya tidak ingin terlihat "lemah." Saya sangat bodoh. Suatu kali saya mengatasi rasa takut untuk meminta bantuan, bisnis saya melejit. Saya menemukan seorang mentor yang telah berkecimpung dalam bisnis asuransi lebih dari 25 tahun. Dia melatih saya dan menunjukkan kepada saya bagaimana sedikit perubahan dalam bisnis saya dapat membuat perbedaan besar. Dalam kata-kata W. Clement Stone, "Engsel kecil mengayunkan pintu besar."

Saya tidak bisa menekankan betapa pentingnya menemukan seorang mentor atau pelatih bisnis. Kita menjadi orang dengan yang sama dengan orang yang ada di sekeliling kita. Jika Kamu ingin sukses dalam bisnis, Kamu harus berbaur dengan orang-orang sukses. Menjadi wirausahawan adalah posisi kesepian dalam hidup. Ketika kamu adalah pemilik bisnis, kamu tidak memiliki kolega. Semua keputusan terserah kamu. Kamu tidak dapat menyalahkan "manajemen atas." Kamulah manajemen atasnya. Saya bergabung dengan sebuah grup para ahli yang dipimpin oleh mentor saya pada tahun 2009. Ini membantu

saya untuk terhubung dengan pemilik bisnis lain yang sukses, termotivasi dan menginspirasi dan bertekad untuk berjaya. Jika kamu ingin menghasilkan lebih banyak uang, memiliki bisnis yang berkembang dan menghindari kehilangan banyak uang seperti saya; mengelilingi diri kamu dengan orang-orang sukses. Kamu akan sangat berterima kasih telah melakukannya.

Saya ingin mendorong untuk menghadapi ketakutanmu . Kamu semua memiliki kecenderungan untuk menghindari rasa sakit dan penderitaan. Namun rasa sakit tidak bisa dihindari. Mungkin Kamu akan menghindari rasa sakit sesaat dengan bermain aman. Sayangnya ada rasa sakit yang lebih besar di luar sana Rasa sakit penyesalan. Jangan lihat kehidupanmu yang telah lalu, dan berharap akan menjalani hidupmu dengan cara berbeda. Kejar impian Kamu.

Hadapi ketakutanmu! Ketika Kamu melakukannya, hal-hal besar akan terjadi. Untuk informasi lebih lanjut tentang penulis Keefe Duterte dan cara bergabung dengan grup bisnis yang sukses, silakan kunjungi situs webnya: www.Keefespeaks.com

10.3 Richard Coleman

Tn. Coleman lahir di Chicago, Illinois. Dan saat ini merupakan penduduk Arlington Heights, Illinois dan Tucson, Arizona. Selama karir bisnisnya yang bervariasi selama lebih dari 45 tahun, Richard memiliki dan mengoperasikan beberapa perusahaan bisnis yang sukses termasuk dua bank. Richard menikah dengan 3 anak dewasa dan menikmati golf, berperahu, dan memancing.

Kata kata Bijak dari Richard Coleman

Kesalahan terbesar yang dilakukan pemilik bisnis baru adalah tidak memiliki modal kerja yang cukup untuk membawanya

mengarungi periode penjualan yang seret. Ingat, bank bukanlah bisnis untuk meminjamkan uang hanya kepada mereka sedang membutuhkan. Mereka meminjamkan uang kepada mereka yang dapat mengembalikannya.

Cara terbaik untuk mengatasi ini adalah dengan membuat anggaran terlebih dahulu, dan kemudian memulainya lagi. Biarkan yang terburuk mungkin terjadi terhadap arus pendapatan dan kemudian tambahkan tabunganmu sebesar 20%. Mulailah mengumpulkan modal 50% lebih banyak daripada yang kamu butuhkan.

Kesalahan lain yang bisa dilakukan oleh pemilik baru adalah mencoba menjadi ahli dalam segala hal, enggan memilih satu bidang misal produk, jasa, dll. dan menjadi "Master" pada tugas bidang tersebut.

Bersemangatlah dengan produk atau jasa yang kamu jual jadilah orang yang paling paham seluk beluk dalam bisnis atau profesi dan mengerti cara mengurusnya dengan lebih baik.

Akhirnya, kesalahan terbesar ketiga yang dilakukan pemilik baru adalah mencoba melakukan semuanya karena mereka pikir mereka dapat melakukannya dengan lebih baik.

Kamu perlu belajar mendelegasikan dan merekrut orang-orang terbaik yang dapat kamu anggap dapat membantumu dengan keterampilan yang tidak kamu miliki atau kamu kuaisai. Bergaulah dengan para penasihat yang mengetahui hal-hal yang memengaruhi industri atau bisnismu dan mintalah bantuan mereka. Para penasehat mencakup konsultan publik, pengacara, investasi profesional, dll. Saya dapat melangkah sejauh karena memiliki Dewan Direksi yang memiliki keterampilan dan bersedia melayani dengan cara profesional. Paling tidak, ajaklah para dewan penasehat untuk makan siang gratis.

Terakhir, jangan memberi tahu orang untuk melakukan sesuatu. Ajari mereka cara melakukan sesuatu.

Hal-hal untuk dipikirkan:

1. Tidak ada yang luar biasa yang pernah dicapai tanpa semangat yang menggelora.
2. Orang-orang sukses melakukan hal-hal yang tidak ingin mereka lakukan tetapi harus untuk menjadi sukses.
3. Tidak ada rasa malu dalam meminta bantuan.
4. Selalu memiliki jalan keluar untuk berjaga-jaga. Terkadang lebih sulit untuk menghentikan bisnis yang menguntungkan daripada memulai dari awal.
5. Percayai nalurimu. Naluri membawamu sampai sejauh ini dan bisa saja benar.
6. Jangan pernah mempekerjakan seseorang untuk bekerja denganmu yang kamu sendiri enggan mengundang ke mereka rumahmu.
7. Orang yang sukses harus memiliki mobilitas/gerakan sosial yakni kemampuan untuk berinteraksi dengan semua orang mulai dari jenis kelamin, ras, dan tingkat pendapatan.

10.4 Kesimpulan Akhir

Saya berharap dengan sungguh-sungguh bahwa buku ini dapat membantu mengembangkan rencana yang akan mewujudkan impianmu.

Saya tidak mengatakan bahwa jalur yang kamu pilih itu mudah, tetapi jika diterapkan dengan benar, menjadi wirausaha dapat menyebabkan tumbuhnya sukacita besar dalam hidupmu serta memberikan pertumbuhan ekonomi penting di lingkunganmu.

Seorang profesional, Dr. Ron Crum, menyarankan setiap orang untuk mengajukan tiga pertanyaan penting ini:

1. Apa yang kamu inginkan?
2. Berapa biayanya?
3. Apakah kamu bersedia membayar harganya?

Jadilah objektif dalam penilaian bisnismu dan buat keputusan bijak dan penuh perhitungan sehingga dapat menghasilkan kehidupan yang produktif dan mencapai tujuan hidup yang diinginkan.

Sukses selalu.

Lampiran A

Websites for Sample Business Plans and Templates:

1. <http://www.docstoc.com/docs/7951457/Sample-Comprehensive-Business-Plan-Outline>
2. <https://www.stcloudstate.edu/sbdc/documents/AWESOME%20SBA%20business%20plan%20template.pdf>
3. <http://www.sba.gov/tools/business-plan/1>
4. <http://practicalbusinessplanning.com/practical-guide-text.html>
5. <http://www.score.org/resources/business-planning-financial-statements-template-gallery>

Financial Templates:

1. <http://practicalbusinessplanning.com/business-planning-tools.html>
2. <http://www.entrepreneur.com/formnet/finance.html#>
3. <http://office.microsoft.com/en-us/templates/business-plan-financials-TC010380479.aspx>
4. <http://www.score.org/resources/business-planning-financial-statements-template-gallery>

Lampiran B: Contoh Rencana Bisnis

Lampiran ini memiliki rencana bisnis yang menggunakan informasi yang disediakan dalam buku tetapi memiliki beberapa variasi untuk memenuhi kebutuhan khusus perusahaan.

Adalah penting bahwa rencana bisnis memiliki item tertentu, tetapi itu tidak berarti penulis tidak dapat menambahkan atau ubah segala sesuatunya untuk menyajikan bisnis mereka dengan baik.

TAHU CRISPY 4 SAOS

Ringkasan Eksekutif

Tahu Crispy 4 Saos merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang kuliner. Menu variasi Tahu Crispy 4 Saos berupa Tahu Crispy 4 Saos Manado, Tahu Crispy 4 Saos Padang, Tahu Crispy 4 Saos Kalimantan, Tahu Crispy 4 Saos Medan. Salah satu keunikan dari Tahu Crispy 4 Saos adalah terletak pada isinya yang berupa daging, sosis, wortel, dan keju dan dipadukan dengan saos. Konsumen juga bebas memilih paket Tahu Crispy 4 Saos yang sesuai dengan seleranya masing-masing, Selain itu, harganya sesuai dengan kantong mahasiswa.

Penjualan Tahu Crispy 4 Saos mulai meningkat tiap bulannya. Bahkan ada mahasiswa yang menawarkan diri menjadi reseller resmi Tahu Crispy 4 Saos. Besarnya peluang bisnis dikarenakan jumlah kompetitor yang masih tergolong sedikit, selain itu, peluang juga tidak hanya di kota Palembang saja tetapi bisa dari luar kota Palembang.

Produk Tahu Crispy 4 Saos ditujukan untuk semua segmen pasar. Target Tahu Crispy 4 Saos adalah mahasiswa IAIN. Pangsa pasar yang ingin di raih berkisar 5-10% dari jumlah mahasiswa IAIN setiap hari.

1. PENDAHULUAN

1.1 Sejarah Berdirinya Usaha

Melihat dari perkembangan usaha kuliner di Kota Palembang, kami tertarik untuk membuat

suatu usaha bisnis di bidang makanan ringan yang berbahan dasar tahu. Keputusan untuk membuat bisnis makanan ringan yang berbahan dasar tahu adalah karena tingginya selera masyarakat akan makanan ringan, tahu sangat banyak disukai kalangan semua umur dan semua Kalangan ekonomi dari kalangan bawah, menengah, sampai kepada kalangan atas. Tahu juga sangat bermanfaat untuk kesehatan karena mengandung beberapa vitamin dan beberapa zat penting yang sangat bermanfaat untuk kesehatan tubuh

1.2 Visi, Misi dan Tujuan

a. Visi:

Menjadikan Tahu Crispy 4 Saos sebagai makanan favorit di Palembang.

b. Misi:

1. Kepuasan pelanggan dengan memberikan pelanggan terbaik dan memberikan inovasi rasa sesuai dengan selera konsumen.
2. Melakukan dan menambahkan cabang Tahu Crispy 4 Saos.
3. Promosi, pameran- pameran seperti bazaar dan expo-expo makanan

c. Tujuan:

1. Pelayanan terbaik terhadap konsumen agar menjadi pelanggan tetap

2. Inovasi produk dari segi rasa, bentuk, dan kualitasnya.
3. Memberikan pelatihan kepada karyawan agar dapat membuat makanan yang berkualitas.

2. GAMBARAN USAHA

Produk Tahu Crispy 4 Saos dibuat secara manual dengan cara meracik bumbu dan isi tahu dengan resep yang sudah ada kemudian dimasukkan ke dalam tepung crispy yang sudah diencerkan dengan air, setelah itu tahu di goreng sampai kering dan ditiriskan. Tahu yang sudah tidak berminyak kemudian dikemas dan disortir berdasarkan rasanya sehingga memudahkan dalam menangani pembeli

Beberapa jenis Saos yang dapat dibuat antara lain Saos Manado, Saos Padang, Saos

Kalimantan, Saos Medan. Namun dari ke 4 jenis Saos ini , yang akan menjadi Icon Utama adalah Saos Kalimantan, karena selain memiliki cita rasa lezat perpaduan antara Tahu isi dan Saos Kalimantan buatan kami ini. Sangat nikmat di santap setiap waktu. Ciri khas asam yang segar dan rasa gurih dari tahu crispy bercampur dengan rasa pedas membuat orang yang memakannya terasa puas. Tahu Crispy 4 Saos ini juga memiliki nama yang menonjolkan 4 Saos yang berbeda sehingga akan membuat calon pembeli menjadi penasaran dan mau mencobanya.

3. ASPEK PEMASARAN

3.1 Segmen Pasar, Target Pasar, dan Positioning

1. Segmen Pasar

- a. Segmentasi geografis

Usaha ini terlebih dahulu di fokuskan khusus kota Palembang dan daerah sekitar Palembang.

b. Segmentasi Demografis

Segmentasi usia yaitu remaja 15-45 tahun, dimana usia tersebut masih banyak yang hobi makan baik wanita maupun pria dengan jenis pekerjaan yaitu pelajar, mahasiswa, dan pegawai swasta dengan pendapat menengah.

c. Segmentasi Psikografi

Remaja memiliki kebiasaan yang selalu ingin makan makanan yang unik, pedas dan Crispy 4 saos dari usaha yang kami buat, selain ekonomis kami juga menyediakan saos dari usaha yang kami buat, selain ekonomis kami juga menyediakan saos tergantung dari lidah konsumen.

2. Targeting

Sasaran pembeli atau konsumen "Tahu Crispy 4 Saos" ini adalah semua masyarakat yang melewati daerah lokasi pemasaran terutama kalangan mahasiswa yang ada di perguruan tinggi IAIN Raden Fatah Palembang dekat dengan lokasi pemasaran.

3. Positioning

Keunikan usaha Tahu Crispy 4 Saos ini terletak pada rasa 4 Saosnya, dan menurut survey di lapangan belum ada satu pun usaha jajanan tahu yang seperti Tahu Crispy 4 Saos ini di kota Palembang. Sehingga dapat menjadi pilihan menarik bagi mereka yang

ingin mencari rasa yang berbeda dari olahan tahu. Usaha ini juga melayani pesan antar tetapi untuk wilayah sekitar Palembang.

3.2 Perkiraan Permintaan dan Penawaran

3.2.1 Permintaan

Diperkirakan sekitar 5% dari jumlah mahasiswa IAIN yang akan tertarik untuk membeli produk yang kami jual dan masing-masing pembeli akan membeli minimal 1 dus Tahu Goreng Crispy (isi 5 buah), maka dapat diperkirakan jumlah kebutuhan produk per hari adalah 150 dus (750 buah).

3.2.2 Penawaran

Penawaran yang dilakukan pesaing sebesar 2.667 penjual tahu yang berada di kota Palembang. Penawaran mengalami kenaikan sesuai pertumbuhan penduduk sebesar 5,9%

3.3 Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar

Rencana penjualan Tahu Crispy 4 Saos meningkat kurang lebih 5% tiap tahunnya.

3.4.1 Product

Produk Tahu Crispy 4 Saos dapat menarik minat konsumen. Dibandingkan dengan pesaing karena tersedianya jasa custom order. Selain itu, Tahu Crispy 4 Saos juga memiliki keunggulan dalam hal kualitas, keunikan, desain, dan kemasan. Tahu Crispy 4 Saos menggunakan bahan dasar tahu berkualitas tinggi yang di dapatkan dari distributor pasar tradisional jakabaring Palembang. Tahu Crispy 4 Saos sangat berkonsentrasi dalam hal kemasan. Jika produk tidak dikemas dengan baik, konsumen akan merasa sedikit kecewa dan dapat

mengurangi nilai keindahan Tahu Crispy 4 Saos itu sendiri.

3.4.2 Price

Harga Tahu Crispy 4 Saos yang ditawarkan mulai dari Rp 4.000- Rp 15.000

Tabel 1 Penetapan Harga Tahu Crispy 4 Saos

Daftar Produk	Daftar Harga Eceran	Daftar Harga Perpaket
Tahu Crispy 4 Saos Manado	Rp. 4.000 perbuah	Rp. 15.000 perpaket dan isinya 5 tahu
Tahu Crispy 4 Saos Kalimantan	Rp. 4.000 perbuah	Rp. 15.000 perpaket dan isinya 5 tahu
Tahu Crispy 4 Saos Padang	Rp. 4.000 perbuah	Rp. 15.000 perpaket dan isinya 5 tahu
Tahu Crispy 4 Saos Medan	Rp. 4.000 perbuah	Rp. 15.000 perpaket dan isinya 5 tahu

3.4.3 Promotion

Tahu Crispy 4 Saos berencana untuk mengadakan promosi melalui Media cetak, social networking, dan sales promotion.

3.4.4 Placement

Tahu Crispy 4 Saos dapat di kategorikan sebagai saluran satu lokasi yaitu terletak di jalan jendral sudirman KM 4,5 di kompleks IAIN Raden Fatah Palembang.

Hal di sebabkan karena Tahu Crispy 4 Saos tidak mempergunakan jasa distributor untuk mengenalkan barangnya kepada konsumen. Konsumen dapat berinteraksi langsung dengan produsen.

3.4.5 People

Salah satu kriteria untuk sumber daya manusia bekerja di perusahaan ini diharapkan untuk memiliki rasa tanggung jawab dan kejujuran yang tinggi untuk profesi yang akan di kerjakan. Selain itu, mereka juga harus selalu ramah dan berusaha untuk mengerti keinginan konsumen dan jumlah tenaga kerja sebagai asisten untuk pembantu.

3.4.6 Process

Proses pemesanan di mulai dari konsumen yang melakukan order kepada Tahu Crispy 4 Saos, produk yang ditawarkan berupa Tahu Crispy 4 Saos Manado, Tahu Crispy 4 Saos Kalimantan, Tahu Crispy 4 Saos Padang dan Tahu Crispy 4 Saos Medan yang di kemas dalam kotak. Pemesanan bisa sesuai dengan pilihan pelanggan (customize) dan pelanggan boleh memesan dalam bentuk paket ataupun eceran.

3.4.7 Physical Evidence

Tahu Crispy 4 Saos dijual menggunakan etalase yang berukuran panjang 150cm, lebar 80 cm, dan tinggi 180 cm, menggunakan 2 meja panjang, 6 kursi dan 1 unit tenda untuk tempat mahasiswa atau konsumen jika ingin maka di tempat,

Tahu Crispy 4 Saos menggunakan bahan baku yang baik dan aman bagi kesehatan. Hal ini di lakukan

agar konsumen merasa puas dengan produk yang akan di hasilkan. Selain itu, rasa saos yang beraneka rasa menjadikan Tahu Crispy 4 Saos disukai konsumen terutama kalangan mahasiswa IAIN.

4. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Kepemimpinan Tahu Crispy 4 Saos sendiri adalah saya sebagai owner yang memimpin usaha tersebut serta membuat dan mengerjakan langsung produk Tahu Crispy 4 Saos yang dipesan oleh konsumen.

4.2 Perijinan

Tahu Crispy 4 Saos masih termasuk usaha mikro, maka cukup memiliki surat izin dari pihak kampus, sedangkan untuk SITU akan diproses bila Tahu Crispy 4 Saos sudah memiliki bangunan tetap.

4.3 Kegiatan Pra Operasional dan Jadwal Pelaksanaan

Dalam merancang kegiatan usaha ini maka Tahu Crispy 4 Saos membuat jadwal kerja, kegiatan apa saja yang akan dilakukan. Hal ini penting agar rencana kerja yang akan dilakukan dapat sesuai rencana. Tahu Crispy 4 Saos menjadwalkan 1 bulan yang terdiri dari 8 kegiatan.

4.4 Inventaris dan Supply Kantor

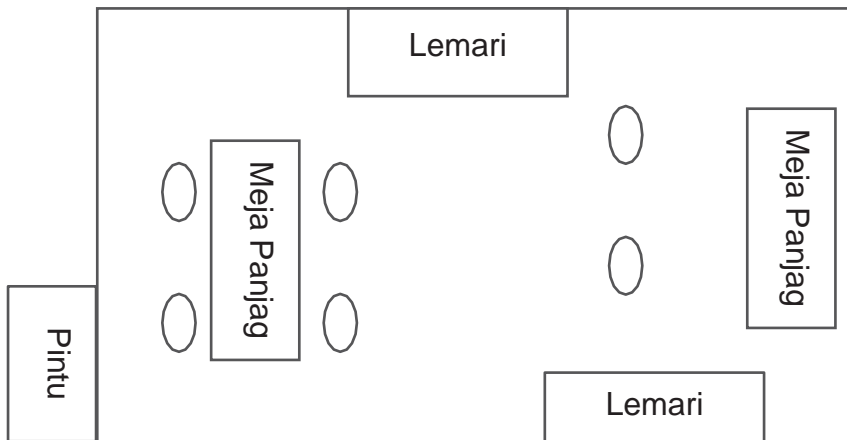
Menggunakan peralatan yang digunakan untuk proses produksi dan bahan baku untuk membuat Tahu Crispy 4 Saos.

5. ASPEK PRODUKSI

5.1 Pemilihan Lokasi Usaha

Pemilihan lokasi usaha Tahu Crispy 4 Saos akan dipilih didaerah tengah kota yang beralamat di Jalan Jendral Sudirman Komplek Raden Fatah Palembang.

5.2 Rencana Tata Letak (Layout)



5.3 Proses Produksi

Konsumen melakukan order, menyiapkan bahan dan alat yang diperlukan lalu melakukan proses pembuatan, konsumen melakukan transaksi pembayaran melakukan packing dan mengirimkan produk ke tangan konsumen.

5.4 Bahan Baku dan Bahan Pembantu

Bahan baku produk Tahu Crispy 4 Saos adalah modal kerja dan bahan pembantu sebagai bahan pelengkap untuk pembuat Tahu Crispy 4 Saos.

5.4 Tenaga Produksi

Tahu Crispy 4 Saos memperkerjakan tenaga kerja 1 orang karena usaha masih usaha kecil menengah. Semua pekerjaan dilakukan oleh owner sendiri.

5.6 Mesin dan Peralatannya

Dalam proses pembuatan produk, Tahu Crispy 4 Saos tidak menggunakan mesin yang spesifik dalam pembuatannya. Karena proses pembuatan produk Tahu Crispy 4 Saos masih manual.

5.7 Tanah, Gedung dan Peralatan

Tempat usaha yang digunakan merupakan tempat sewa. Daerah yang di pilih strategis dan di tengah kota berada di Jalan Jendral Sudirman Komplek Raden Fatah Palembang.

6. ASPEK KEUANGAN

6.1 Sumber Pendanaan

Sumber permodalan Tahu Crispy 4 Saos berasal dari modal sendiri sebesar Rp 7.327.000

6.2 Kebutuhan Pembiayaan / Modal Investasi

Modal investasi Tahu Crispy 4 Saos sebesar Rp 5.362.000 dengan nilai penyusutan Rp256.750.

6.3 Kebutuhan Modal Kerja

Modal kerja Tahu Crispy 4 Saos selama 1 bulan sebesar Rp1.397.000

6.4 Analisis Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha digunakan untuk mengukur nilai uang atau tingkat pengembalian dari investasi yang ditanamkan dalam usaha pada masa yang akan datang. Untuk mengukur layak atau tidaknya usaha Tahu Crispy 4 Saos maka digunakanlah metode Payback Period, Net Present Value dan IRR.

6.4.1 Payback Period

Payback Period Tahu Crispy 4 Saos adalah 28 hari.

6.4.2 Net Present Value (NPV)

Nilai NPV usaha Tahu Crispy 4 Saos sebesar Rp129.592.937, bernilai positif maka usulan investasi usaha Tahu Crispy 4 Saos layak untuk dijalankan.

6.4.3 IRR (Internal Rate Of Return)

Besar IRR Tahu Crispy 4 Saos adalah 19% menunjukkan bahwa IRR lebih besar dari BI Rate dan bunga investasi lainnya sehingga dinyatakan bahwa investasi Tahu Crispy 4 Saos dapat diterima.

6.5 Analisa Keuntungan

Analisa keuntungan digunakan untuk melihat jumlah unit dan rupiah yang didapat Tahu Crispy 4 Saos yang harus dicapai pada titik impasnya. BEP produk Tahu Crispy 4 Saos sebanyak 4.115 Tahu Crispy 4 Saos atau sama dengan Rp16.460.000 pada bulan pertama.

6.6 Laporan Keuangan

Laporan keuangan menurut Amin widjaja (2005,h.102) adalah laporan yang berisi kondisi keuangan suatu perusahaan yang terdiri dari neraca. Laporan laba rugi dan laporan perubahan modal. Laporan keuangan dalam suatu usaha sangat diperlukan, karena pihak yang berkepentingan sebagai pemilik, manajer atau kreditor dapat mengetahui perkembangan dari kondisi keuangan suatu usaha tersebut. Dibawah ini merupakan laporan keuangan Tahu Crispy 4 Saos dalam waktu 1 tahun.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada orang tua yang telah memberi dukungan dan motivasi terhadap penyelesaian penulisan business plan ini. Penulis juga berterima kasih kepada para dosen yang telah membantu dan membimbing dalam penulisan busines plan ini. Akhir kata, penulis berharap business plan ini dapat berguna bagi pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2001, Manajemen Produksi dan Operasi, Edisi Revisi, Fakultas Universitas Indonesia, Jakarta
- Anonim. 2012, Jenis Ijin dan Persyaratan, Diakses 3 Desember 2013, www.kppt.go.id
- Kasmir dan Jakfat. 2009, Studi Kelayakan Bisnis, Kencana, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008, Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2008, Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2 Erlangga, Jakarta.
- Mulyadi 2011, Akuntansi Manajemen, Salemba Empat, Jakarta.
- W. Zimmerer, Thomas, M. Scarborough, Norman 2009, Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil, Salemba Empat, Jakarta.

<http://eprints.mdp.ac.id/1526/1/jurnal%20susi.pdf>

**PERJANJIAN KERAHASIAAN
(NON DISCLOSURE AGREEMENT)**

ANTARA

PT.

DENGAN

PT.

DALAM KERJASAMA

.....

NO. /...../...../ /20....

Perjanjian Kerahasiaan (Non Disclosure Agreement) ini (untuk selanjutnya disebut sebagai “Perjanjian Kerahasiaan”) dibuat dan ditandatangani pada tanggal bulan tahun Dua ribu tiga belas oleh dan antara :

- I. PT. berkedudukan di Jalan XXXXXXXXXXXXXXX, Jakarta XXXX, suatu Perseroan yang didirikan berdasarkan Akta Nomor xxxxxxxx yang dibuat oleh dan dihadapan SH, Notaris di Jakarta beserta perubahan-perubahannya yang terakhir dengan Akta Nomor xxxxxxxx, yang dibuat oleh dan dihadapan SH, Notaris di Jakarta, dalam

hal ini diwakili oleh, selaku Direktur dari dan oleh karena itu bertindak untuk dan atas nama PT. berdasarkan Akta Nomor yang dibuat oleh dan dihadapan, SH, Notaris di Jakarta, selanjutnya disebut PIHAK PERTAMA.

dan

II. PT....., suatu perseroan terbatas yang didirikan berdasarkan hukum negara Republik Indonesia, berkedudukan di Jakarta,, berdasarkan Akta Nomoryang dibuat di hadapan, SH, Notaris di Jakarta, dalam hal ini diwakili oleh....., dalam jabatannya selaku Direktur xxxxxxxxx, dari dan oleh karena itu sah bertindak untuk dan atas nama PT....., untuk selanjutnya disebut “PIHAK KEDUA”.

PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA selanjutnya secara bersama-sama disebut sebagai “PARA PIHAK”.

PARA PIHAK dengan ini menjelaskan dan menyatakan sebagai berikut :

- a. Bahwa PIHAK PERTAMA adalah badan hukum berbentuk perseroan terbatas yang didirikan berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia yang bergerak di bidang Jasa
- b. Bahwa PIHAK KEDUA adalah perusahaan yang bergerak di bidang

- c. Bahwa PIHAK PERTAMA bermaksud untuk mengungkapkan suatu informasi yang bersifat rahasia kepada PIHAK KEDUA berhubungan dengan teknologi, produk - produk, layanan-layanan PIHAK PERTAMA secara umum (untuk selanjutnya disebut sebagai “Pokok Permasalahan”).
- d. Bahwa PARA PIHAK menjamin bahwa informasi yang diberikan dan disampaikan baik secara lisan, tertulis, grafik atau yang disampaikan melalui media elektronik atau informasi dalam bentuk lainnya selama berlangsungnya pembicaraan dan/atau selama pelaksanaan kerjasama akan dijaga kerahasiannya dari pihak ketiga maupun pihak terafiliasi dari PARA PIHAK dan akan dipergunakan hanya untuk kepentingan PARA PIHAK.

Berdasarkan hal-hal tersebut di atas PARA PIHAK bersedia untuk memberikan dan menerima informasi tersebut berdasarkan ketentuan-ketentuan sebagai berikut :

1. Informasi berarti informasi yang tertulis atau dokumentasi, yang disimpan, yang dapat dibaca oleh mesin, atau informasi lainnya atau data dalam bentuk apapun yang :
 - a) berhubungan dengan Pokok Permasalahan dalam Perjanjian Kerjasama,
 - b) diterima oleh PARA PIHAK, dan
 - c) ditentukan sebagai sesuatu rahasia, atau memiliki suatu nilai yang serupa atau dimana pihak yang mengungkapkan informasi tersebut menyatakannya secara tertulis pada saat menyampaikannya kepada pihak yang menerima, agar diperlakukan sebagai sesuatu milik atau bilamana sifat dari data atau

informasi adalah serupa dengan itu maka pihak yang menerima harus memperlakukan data atau informasi tersebut sebagai sesuatu yang rahasia. Pengungkapan suatu informasi secara lisan akan dianggap sebagai milik pihak yang mengungkapkan bilamana pihak yang mengungkapkan tersebut secara lisan menyatakan bahwa informasi yang diungkapkan tersebut merupakan miliknya ataupun sesuatu yang rahasia pada saat pengungkapan atau jika sifat dari informasi tersebut adalah serupa maka pihak yang menerima pengungkapan informasi tersebut juga harus memperlakukannya sebagai suatu informasi yang rahasia pula.

2. PIHAK KEDUA akan mempergunakan Informasi milik PIHAK PERTAMA tersebut hanya untuk tujuan pelaksanaan Perjanjian Kerjasama.
3. Perjanjian Kerahasiaan ini berlaku sejak tanggal sebagaimana tersebut di atas, semua informasi-informasi rahasia yang telah diberikan oleh PARA PIHAK akan selalu menjadi rahasia dan mengikat PARA PIHAK tanpa memandang pemutusan dan/atau berakhirnya Perjanjian Kerjasama (“Periode Perjanjian Kerahasiaan”).
4. PIHAK KEDUA tidak akan mengungkapkan kepada pihak ketiga maupun pihak terafiliasi atas sesuatu Informasi rahasia yang telah diterimanya berdasarkan Pejanjian Kerahasiaan ini baik secara keseluruhan ataupun sebagian selama Periode Perjanjian Kerahasiaan ini dan PIHAK KEDUA menyatakan bahwa kewajiban tentang

kerahasiaan tersebut akan tetap berlaku dalam hal pengakhiran Perjanjian Kerahasiaan ini.

5. PIHAK KEDUA akan :
 - a. mempergunakan paling tidak dengan tingkat usaha perlindungan terhadap Informasi tersebut sebagaimana pihak yang menerima akan melakukannya untuk menjaga Informasi rahasia miliknya sepanjang bahwa tingkat perlindungan yang diberikan cukup layak untuk mencegah adanya pengungkapan yang tidak tepat atau penggunaan yang tidak sah atas Informasi tersebut;
 - b. membatasi akses terhadap Informasi tersebut kepada para pegawainya yang memiliki kepentingan untuk mengetahui Informasi tersebut dan memberitahukan kepada para pegawainya yang telah memperoleh informasi tersebut mengenai kewajiban-kewajiban mereka menurut Perjanjian Kerahasiaan ini, dan
 - c. atas penemuan sesuatu pengungkapan yang tidak tepat atau penggunaan yang tidak sah atas Informasi tersebut maka dengan segera akan melakukan usaha-usaha yang layak untuk mencegah sesuatu pengungkapan atau penggunaan yang tidak benar lebih lanjut terhadap informasi tersebut.

6. Suatu Informasi tidak akan dianggap sebagai milik pihak lain, dan pihak yang menerima Informasi tersebut tidak akan memiliki kewajiban sehubungan dengan sesuatu informasi, yang mana informasi tersebut :
 - a. diketahui atau telah diketahui secara umum tanpa disebabkan adanya suatu tindakan yang salah dari pihak yang menerima informasi; atau

- b. telah diberitahukan kepada pihak yang menerima sebagaimana dibuktikan dengan bukti yang sah sehubungan dengan hal itu; atau
 - c. telah disetujui untuk diberitahukan melalui persetujuan tertulis sebelumnya oleh pihak yang mengungkapkan informasi; atau
 - d. secara sah diterima oleh pihak yang menerima dan suatu pihak ketiga tanpa adanya suatu batasan ataupun pelanggaran terhadap Perjanjian Kerahasiaan ini; atau
 - e. secara independen dihasilkan oleh pihak yang menerima tanpa mempergunakan Informasi rahasia tersebut.
7. Bilamana PIHAK KEDUA dihadapkan dengan sesuatu tindakan hukum untuk mengungkapkan informasi rahasia yang telah diterimanya maka PIHAK KEDUA dengan segera harus memberitahukannya kepada PIHAK PERTAMA melalui pemberitahuan secara tertulis. Jika PIHAK PERTAMA menolak untuk mempermasalahkan pengungkapan tersebut, maka PIHAK KEDUA dapat melanjutkan untuk mengungkapkan informasi tersebut atas pilihannya sendiri.
8. Atas permintaan dari PIHAK PERTAMA atau setelah berakhirnya Perjanjian Kerjasama, yang mana yang terlebih dahulu, PIHAK KEDUA akan berhenti untuk mempergunakan Informasi yang diterimanya dari PIHAK PERTAMA dan akan memusnahkan semua Informasi tersebut, termasuk sesuatu salinan dari Informasi tersebut, akan melengkapinya dengan suatu pemberitahuan tertulis mengenai pemusnahan terhadap

Informasi tersebut kepada PIHAK PERTAMA atau atas permintaan PIHAK PERTAMA, akan mengembalikan informasi tersebut kepada PIHAK PERTAMA.

9. Semua bentuk ataupun informasi dan data dalam bentuk apapun, termasuk namun tidak terbatas kepada, dokumen-dokumen, gambar-gambar, spesifikasi-spesifikasi, prototipe-prototipe, contoh-contoh dan hal lain-lain yang serupa yang didapatkan dalam Perjanjian Kerahasiaan ini oleh PARA PIHAK akan tetap menjadi milik dari PIHAK PERTAMA dan semua hak atas kekayaan intelektual terhadap informasi tersebut akan tetap menjadi milik PIHAK PERTAMA.
10. Tidak satupun yang terdapat dalam Perjanjian Kerahasiaan ini yang merupakan :
 - a. sebagai kewajiban bagi PIHAK PERTAMA untuk mengungkapkan atau bagi PIHAK KEDUA untuk menerima Informasi tersebut, kecuali jika informasi tersebut diperlukan untuk pelaksanaan Perjanjian Kerjasama.
 - b. memberikan jaminan kepada salah satu pihak suatu ijin, baik yang dinyatakan secara langsung ataupun yang tidak secara langsung, untuk sesuatu hak paten, hak cipta, rahasia dagang atau hak kekayaan intelektual lainnya yang pada saat ini atau selanjutnya dimiliki, diperoleh atau diberikan ijin oleh pihak lainnya.
11. PIHAK PERTAMA menjamin bahwa dia memiliki hak untuk memindahkan atau sebaliknya mengungkapkan kepada PIHAK KEDUA suatu informasi yang diungkapkan

kepada PIHAK KEDUA dalam Perjanjian Kerahasiaan ini. PIHAK PERTAMA tidak akan memberikan jaminan lainnya, baik yang dinyatakan secara langsung ataupun yang tidak langsung, berkaitan dengan informasi yang disampaikan menurut Perjanjian Kerahasiaan ini.

12. Masing-masing pihak akan menanggung semua biaya-biaya dan pengeluaran-pengeluaran yang diadakan oleh PARA PIHAK tersebut agar sesuai dengan Perjanjian Kerahasiaan ini. Perjanjian Kerahasiaan ini hanya untuk keperluan melindungi informasi dan bukan merupakan suatu perjanjian kerjasama, persekutuan, usaha bersama, atau untuk mendirikan suatu bentuk perusahaan atau suatu jenis entitas.
13. Perjanjian Kerahasiaan ini diatur oleh dan ditafsirkan berdasarkan undang-undang negara Republik Indonesia, tanpa memperdulikan adanya pertentangan mengenai prinsip-prinsip hukum yang terdapat didalamnya. Sesuatu perselisihan, kontroversi atau tuntutan yang muncul dari Perjanjian Kerahasiaan ini, atau suatu pelanggaran, pengakhiran atau ketidakabsahan terhadap Perjanjian Kerahasiaan ini pada akhirnya akan diselesaikan melalui

Perjanjian Kerahasiaan ini berisikan keseluruhan kesepakatan antara PARA PIHAK dan tidak dapat diubah dengan cara apapun kecuali dengan perubahan secara tertulis yang ditandatangani oleh PARA PIHAK.

Demikian Perjanjian Kerahasiaan ditandatangani di Jakarta, pada hari, tanggal, bulan, dan tahun sebagaimana dimaksud

pada awal Perjanjian Kerahasiaan ini, dibuat dalam rangkap 2 (dua) bermaterai cukup dan masing-masing mempunyai kekuatan hukum yang sama.

PIHAK PERTAMA

PT.

PIHAK KEDUA

PT.

DIREKTUR

.....

DIREKTUR

.....

<http://firmansyah-law-firm.blogspot.com/2013/11/ccontoh-perjanjian-kerahasiaan-non.html>

Catatan Akhir

1. <http://www.merriam-webster.com/dictionary/business>
2. <http://www.econlib.org/library/Enc/Entrepreneurship.html>
3. <http://www.merriam-webster.com/dictionary/accounting>
4. <http://www.merriam-webster.com/dictionary/finance>
5. <http://www.sba.gov/category/navigation-structure/starting-managing-business/starting-business/chooseyour-business-stru>
6. <http://www.huddle.com/blog/team-building-activities/>
7. Advocacy, SBA Office of. "Frequently asked questions." 2011.
8. Field of Dreams. Dir. Phil Alden Robinson. Perf. Kevin Costner. 1989.
9. Investopedia. Risk/Reward Ratio. 2013. 2 July 2013.
10. Blake, Irene A. "How to Determine Market Viability for a Product or Service." Chron n.d. <http://smallbusiness.chron.com/determine-market-viability-product-service-40757.htm>
11. Story written for this publication by Photojournalist Daniel Owen.
12. Story written for this publication by Photojournalist Daniel Owen.
13. <http://www.businessdictionary.com/definition/management.htm>