

**BAGAIMANA MEMULAI BISNIS PANGAN
SKALA KECIL ?**

**Produksi :
eBookPangan.com
2006**

BAGAIMANA MEMULAI BISNIS PANGAN SKALA KECIL ?

Ir. Sutrisno Koswara, MSi

Industri pengolahan pangan skala kecil memberikan kesempatan yang baik bagi seseorang untuk menghasilkan pendapatan dan menyerap tenaga kerja dengan menggunakan sumber daya lokal yang tersedia. Bahan baku seringkali banyak tersedia, Tingkat teknologi dan keahlian yang diperlukan untuk menjalankannya biasanya dapat diperoleh dengan mudah dan produk hasil olahannya biasanya mempunyai pasar yang baik.

Tetapi tidak satupun dari faktor-faktor di atas dapat lancar begitu saja tanpa hambatan pada saat memulai suatu bisnis atau usaha skala kecil. Banyak hal yang dapat membawa ke arah kegagalan. Terutama, tidaklah cukup hanya mengetahui bagaimana memproduksi suatu produk dengan mutu tinggi, tetapi produsen juga harus mengetahui bagaimana cara menjual produk tersebut secara efektif dan bagaimana mengontrol aspek keuangan dari bisnis tersebut. Untuk ketahanan jangka panjang, produsen juga harus mengetahui bagaimana merencanakan dan mengembangkan bisnisnya.

1. SIAPA YANG DAPAT MENJADI ENTREPRENEUR?

Hampir semua orang dapat menjadi entrepreneur, tetapi beberapa orang dapat mengoperasikan suatu bisnis lebih baik dari orang lain. Suatu ceklist untuk menilai seberapa jauh seseorang memiliki sifat-sifat sebagai entrepreneur tersedia dengan bantuan seorang ahli psikologi atau banyak tersedia dalam buku-buku kewiraswastaan.

2. PEMILIHAN PRODUK YANG AKAN DIBISNISKAN

a. Mulai dengan Konsumen

Misalnya diasumsikan seorang entrepreneur telah mempunyai suatu ide berupa produk pangan. Hal pertama yang harus dilakukan adalah mengetahui dari konsumen potensialnya berapa tingkat permintaan terhadap produk tersebut atau bagaimana “pasar” dari produknya. Suatu survai pasar sederhana harus dilakukan dengan bertanya pada

orang-orang yang diperkirakan akan membeli produk tersebut. Tanyakan berapa banyak mereka akan membeli, berapa sering dan dengan harga berapa.

Studi pemasaran tersebut harus singkat sehingga biayanya tidak terlalu besar. Riset pasar yang lebih mendalam biasanya dalam kasus ini tidak banyak diperlukan.

Dari informasi yang dikumpulkan dari konsumen potensial maka pengusaha dapat menghitung permintaan total dari produknya. Hal ini menyangkut pengajuan beberapa pertanyaan, antara lain :

1. Apakah orang-orang yang diwawancarai benar-benar mewakili semua konsumen potensial ?
2. Berapa besar konsumen potensial jumlah totalnya secara keseluruhan ?
3. Apakah orang dengan kelompok penghasilan yang berbeda akan membeli dalam jumlah yang berbeda atau dalam frekuensi yang berbeda ?

Misalnya di bawah ini diuraikan contoh hasil survai potensi permintaan terhadap produk minyak goreng di daerah tertentu.

Tabel 1. Survai permintaan potensial untuk minyak goreng di daerah suatu kota kecil

a. Ukuran Pasar

Jenis Konsumen	Jumlah tiap Kategori^a	Jumlah minyak goreng yang dibeli per konsumen (liter per bulan)^b	Total Permintaan (liter per bulan)
Pendapatan rendah	22400	0.4	8960
Pendapatan sedang	1768	2.5	4420
Pendapatan tinggi	260	3.6	936
TOTAL			14316

^adari data statistik lokal (kota)

^brata-rata informasi yang diberikan oleh 50 konsumen yang diwawancarai

b. Nilai Pasar

Jenis Konsumen	Jumlah minyak tiap pembelian (liter)	Harga per liter minyak (US \$)	Jumlah liter per bulan	Nilai Pasar (US \$ per bulan)
Pendapatan rendah	0.1	5 ^c	8960	44800
Pendapatan sedang	1.0	4	4420	17680
Pendapatan tinggi	1.0	4	936	3744
TOTAL				66224

^cMinyak dibeli dengan harga lebih mahal jika dibeli dalam jumlah sedikit

Hal yang sangat membenatu adalah menanyakan pada konsumen potensial tentang dimana mereka membeli produk seperti itu pada saat ini, bagaimana mutu produk yang baik dan yang buruk, dan bagaimana mereka ingin merubah barang yang dibeli jika ada yang lebih baik mutunya. Entrepreneur juga perlu memikirkan bagaimana/dimana produk tersebut akan dijual dan apa yang dilakukan oleh kompetitor.

b. Kompetitor/Saingan

Saingan merupakan hal yang sangat penting untuk menentukan kegagalan dan keberhasilan suatu bisnis baru, sehingga seorang entrepreneur harus mengetahui :

- Siapa yang menghasilkan produk yang sama dengan produk kita ?
- Dimana kompetitor berada ?
- Bagaimana mutu dan harga dari produk mereka ?
- Tawaran atau insentif apa yang mereka berikan ke pengecer ?
- Apa yang dapat dilakukan agar produk kita lebih baik ?
- Bagaimana atau faktor-faktor apa yang membuat konsumen membeli produk baru ini?
- Apa yang akan dilakukan kompetitor jika produk baru ini diperkenalkan ?

Entrepreneur kemudian perlu untuk memutuskan berapa banyak perkiraan permintaan yang dapat dipenuhi oleh produksinya. Tabel 2. memberikan indikasi umum persentase dari permintaan total yang dapat dipenuhi oleh bisnis baru berdasarkan jumlah dan besarnya kompetitor.

Secara ringkas, entrepreneur harus menggunakan semua informasi ini untuk memutuskan produk apa yang akan dibuat, berapa banyak produk pangan yang harus dibuat setiap minggu untuk memenuhi pangsa pasar yang diinginkan dari total pasar yang ada, dan apakah ada kesempatan untuk berkompetisi dengan produsen yang yang. Pertanyaan utamanya adalah : “Apakah ini ide yang bagus?” dan “Haruskah saya terus maju dan berinvestasi dalam usaha ini?”.

Tabel 2. Perkiraan pangsa pasar untuk bisnis baru dalam berbagai tingkat kompetisi

Jumlah produsen lain	Banyak				Sedikit				Satu				Tidak ada
	L		Sm		L		Sm		L		Sm		
Ukuran kompetisi	S	D	S	D	S	D	S	D	S	D	S	D	
Kisaran produk													
Pangsa pasar (%)	0-2.5	0-5	5-10	10-15	0-2.5	5-10	10-15	20-30	0-5	10-15	30-50	40-80	100

Catatan : L = large, Sm = small, S = samiliar D= dissamiliar

Catatan tentang produk baru

Terdapat keuntungan yang jelas dalam membuat produk yang benar-benar baru, misalnya tidak ada saingan ketika akan memulai usahanya. Tetapi seorang entrepreneur harus sangat yakin bahwa orang-orang akan membeli produk tersebut pada harga yang ditentukan. Hal ini membutuhkan produksi percobaan untuk membuat sampel untuk pengujian pasar (test-marketing) untuk konsumen potensial dalam mencoba produk dan memberikan pendapatnya. Hal ini lebih lama dan lebih membutuhkan biaya dibandingkan dengan produk yang sudah ada di pasaran.

3. PERLUNYA RENCANA BISNIS (BUSINESS PLAN)

Jika ide bisnis terlihat menjanjikan, maka entrepreneur kemudian harus menentukan apakah ia mampu untuk memproduksi produk pangan dalam jumlah, mutu dan harga yang pantas. Juga perlu untuk menyiapkan peralatan produksi, bahan baku, serta kemasan dalam jumlah yang sesuai kebutuhan. Para pekerja mungkin perlu dilatih dan keuangan harus disiapkan. Pekerjaan untuk merumuskan hal-hal di atas disebut studi kelayakan (feasibility study).

Prosedur umum untuk membuat studi kelayakan adalah :

1. Pengumpulan informasi.
2. Menganalisa informasi tersebut
3. Menggunakan hasil analisis tersebut untuk merencanakan bisnis.

Studi kelayakan mempunyai 3 komponen :

1. Aspek Pemasaran : permintaan terhadap produk, jumlah yang diproduksi tiap hari, bagaimana mempromosikan dan menjual produk tersebut.
2. Aspek Teknis : termasuk teknologi, bahan baku, peralatan, pengawasan mutu dan kemasan untuk memproduksi produk dalam jumlah yang direncanakan.
3. Aspek Keuangan dan Aspek Legal : Pinjaman atau keuangan yang diperlukan untuk mendukung tingkat produksi, pendaftaran usaha (perizinan), sertifikat, pengaturan aspek keuangan dengan pemasok dan konsumen.

Studi kelayakan akan memberikan kesempatan kepada kita untuk memikirkan bagaimana nantinya bisnis tersebut dalam praktek, untuk mengidentifikasi masalah-

masalah yang mungkin timbul, dan untuk memberikan kepercayaan diri kepada kita untuk terus maju.

Jika hasil studi tersebut telah tersusun dengan baik dan tertulis maka disebut rencana bisnis (business plan). Jika diperlukan pinjaman, maka lembaga keuangan atau bank biasanya membutuhkan rencana bisnis sederhana untuk menunjukkan bahwa entrepreneur benar-benar serius dalam merencanakan usaha dan telah memikirkan masalah-masalah yang akan timbul. Hal ini memberikan keyakinan kepada pihak pemberi dana bahwa dana yang dipinjamkan akan dapat dikembalikan.

Empat langkah penyusunan studi kelayakan :

1. Kelayakan Pasar : Riset pasar, Strategi penjualan, Besar pasar yang akan dicapai atau pangsa pasar produk, kompetitor/saingan.
2. Kelayakan teknis : Skala produksi yang dibutuhkan untuk memenuhi pangsa pasar; Perlengkapan produksi, bahan baku, perbaikan peralatan, dan tenaga kerja yang dibutuhkan untuk memproduksi produk yang direncanakan.
3. Kelayakan Keuangan : Biaya awal (startup costs), Cashflow untuk setahun (pendapatan dan pengeluaran), pinjaman yang dibutuhkan, pengembangan usaha untuk 3 tahun ke depan, dan profitability/sustainability.
4. Membuat keputusan apakah usaha tersebut layak atau tidak.

Rencana bisnis (business plan) mempunyai fungsi sebagai berikut :

1. Merupakan dasar untuk pengajuan pinjaman.
2. Menunjukkan bahwa seorang entrepreneur telah memikirkan usaha tersebut dengan serius dan bagaimana mengembangkannya.
3. Merupakan panduan untuk membantu perencanaan usaha dimasa yang akan datang.

4. PERENCANAAN PRODUKSI

Penjualan dan Pemasaran

Setelah diketahui skala produksi yang diperlukan, langkah berikutnya adalah memutuskan bagaimana produk tersebut akan dijual (termasuk jenis promosi, jenis outlet penjualan, dll) dan bagaimana menangani saingan. Harga tertinggi yang konsumen atau pengecer akan bayar juga sangat penting untuk perencanaan keuangan.

Semua produk memerlukan promosi untuk memperkenalkan produk tersebut dan untuk menambah permintaan. Promosi ini dapat dilakukan lewat media massa (radio, TV, surat kabar, majalah dll), melalui poster-poster, kontak pribadi atau keluarga, discount (potongan harga), kebijakan baru kepada pengecer dll, yang menunjukkan hasil yang paling efektif dan paling rendah biayanya.

Promosi terbaik adalah reputasi produk sebagai produk dengan mutu yang tinggi, servis yang memuaskan, harga yang layak dan manajemen yang baik. Hasil terbaik dari promosi tersebut adalah kepuasan konsumen.

Kemasan tidak hanya melindungi produk dari kerusakan, tetapi mempunyai peranan pemasaran yang sangat penting. Kemasan dapat mendorong konsumen untuk lebih suka membeli suatu produk dibanding produk lain pada rak atau etalase di toko/swalayan atau super market. Kemasan akan memberikan informasi kepada konsumen potensial sebelum mereka mencobanya dan umumnya kemasan yang baik mengindikasikan mutu produk yang baik. Karena itu sangat penting untuk mendisain kemasan atau label produk sebaik mungkin sebelum diputuskan untuk digunakan (dicetak).

Kebutuhan Teknis

Beberapa input teknis diperlukan untuk memproduksi produk dalam jumlah, mutu dan harga yang direncanakan. Hal ini harus dipikirkan dan direncanakan dengan hati-hati untuk menjamin bahwa semua aspek proses produksi dapat berjalan bersama-sama tanpa perlu penundaan, pembengkakan biaya atau ada hal-hal yang terbuang percuma.

Pertanyaan-pertanyaan di bawah ini sangat berguna untuk memutuskan kebutuhan-kebutuhan teknis suatu usaha produksi pangan :

- Apakah telah tersedia bangunan yang sesuai ? Apa yang perlu dimodifikasi ?

- Apakah bahan bakar, air, listrik dll telah tersedia atau dapat disediakan ?
- Apakah pekerja yang terlatih tersedia dan apakah gajinya telah layak ?
- Apakah bahan baku tersedia dalam jumlah yang mencukupi jika diperlukan dan apakah mutunya memenuhi syarat ?
- Apakah harga bahan baku masuk akal dalam waktu satu tahun produksi ke depan ?
- Apakah perlengkapan proses cocok ukuran dan jenisnya untuk produksi yang direncanakan, dan apakah ongkos produksinya masuk akal ? Apakah peralatan yang diperlukan tersebut tersedia atau dapat dibuat di bengkel local ?
- Apakah ongkos pemeliharaan dan perbaikan peralatan terjangkau/masuk akal ?
- Apakah tersedia cukup informasi dan keahlian untuk menjamin produk bersifat konsisten/stabil dalam mutunya ?
- Apakah bahan kemasan yang cocok tersedia atau dapat diusahakan ?
- Apakah metode distribusi produk ke pengecer atau penjual lain telah tersedia?

Semua aspek tersebut di atas dapat dibantu oleh ahli teknologi pangan yang baik untuk memutuskan metode produksi yang paling efisien. Untuk banyak produk pangan hal ini sangat penting untuk menghindari terjadinya keracunan atau bahaya oleh produk yang kita hasilkan.

Keuangan

1. Biaya Awal (Startup Costs)

Biaya awal adalah biaya total yang dibutuhkan untuk membeli atau menyediakan bangunan; membeli perlengkapan; pendaftaran usaha dan produk; pelatihan pegawai; membeli, mendisain dan mencetak kemasan; serta biaya bahan baku awal. Semua kebutuhan tersebut harus dihitung untuk menentukan apakah uang sendiri (disebut *equity*) mencukupi untuk memulai usaha. Jika tidak, mungkin dibutuhkan pinjaman dari bank atau sumber keuangan yang lain.

2. Biaya Operasi

Biaya yang harus dikeluarkan dalam produksi dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu biaya tetap atau fixed costs (yaitu biaya yang harus dikeluarkan walaupun tidak ada produk yang dibuat atau diproduksi) dan biaya variable atau variable costs (yaitu biaya yang besarnya tergantung jumlah produk yang dihasilkan atau dibuat). Biaya tersebut harus dihitung ke depan dengan mengasumsikan penjualan dalam skala atau pangsa pasar yang telah ditentukan sebelumnya sesuai dengan permintaan/kebutuhan pasar. Jika terdapat pinjaman, maka biaya pengembalian (per bulan) harus disertakan dalam biaya tetap. Perhitungan sederhana dari biaya-biaya tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Perhitungan biaya rutin harian dan pendapatan (US \$)

Produksi 200 botol saus tomat	
Biaya Tetap	
• Sewa	2.0
• Tenaga kerja (tenaga tetap dan gaji pemilik)	15.0
• Asuransi	0.3
• Fee profesional	1.0
• Pemeliharaan dan perbaikan (gedung dan alat)	2.6
• Pengembalian pinjaman	1.3
• Bunga	0.9
• Depresiasi	0.4
• Perizinan usaha	0.2
Sub Total	23.7
Biaya Variabel	
• Bahan baku	18.6
• Bahan pembantu	6.6
• Kemasan	22.0
• Transport	4.5
• Listrik	1.8
• Bahan bakar	6.9
• Air	0.4
• Tenaga kerja (harian x 3)	18.0
• Iklan/promosi	7.6
Sub Total	86.4
Biaya Total	110.1
Total pendapatan (pada \$ 0.6 per botol)	120.0
Keuntungan Kotor (Pendapatan – Biaya)	9.9

3. Harga Produk

Harga produk yang benar sangat penting untuk dapat memasuki pasar dan untuk menjual produk dengan memberi keuntungan (profit). Dalam menetapkan harga perlu dipertimbangkan biaya total yang diperlukan untuk mendistribusikan produk ke konsumen dan juga harga produk saingan. Perhitungan ini juga harus menyangkut keuntungan yang diperoleh oleh agen atau pengecer.

Harga jual sebaiknya secara kontinyu dievaluasi karena ongkos produksi dapat bervariasi atau berubah, misalnya perubahan harga dalam bahan baku, bahan pembantu atau gaji pegawai, atau perubahan kebutuhan pelanggan. Harga produk harus memungkinkan seorang entrepreneur dan distributor membuat keuntungan yang cukup dan masih mempunyai permintaan pasar yang baik terhadap produk tersebut.

Skala produksi pertama kali ditentukan oleh informasi tentang perkiraan pangasa pasar dan penjualan. Jika ongkos produksi dan pendapatan yang diperkirakan telah dihitung, maka perlu ditentukan apakah “breakeven point” atau titik impas telah tercapai. Titik impas merupakan tingkat produksi (jumlah produk) dimana biaya total akan sama dengan total pendapatan jika semua yang diproduksi terjual. Tingkat produksi seharusnya tidak berada di bawah titik impas ini. Walaupun demikian dimungkinkan juga perusahaan beroperasi pada titik impas selama beberapa waktu yang pendek tanpa menghasilkan laba. Tingkat produksi harus selalu di atas titik impas untuk membuat perusahaan menguntungkan dan para pekerja dan pemilik dapat menerima pendapatan (gaji).

Untuk menghitung titik impas produksi, biaya perlu dipisahkan sebagai biaya tetap dan biaya variabel. Persamaan di bawah ini dapat digunakan untuk menentukan tingkat produksi yang diperlukan untuk mencapai titik impas :

$$\frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Pendapatan} - \text{Biaya Variabel}} = \text{Tingkat produksi pada titik impas}$$

Jika biaya total produksi lebih tinggi dibandingkan dengan pendapatan yang diperoleh maka perusahaan akan rugi. Pemilik usaha harus memutuskan untuk melupakan ide tersebut dan memulai lagi dengan produk yang berbeda atau mempelajari apakah ongkos produksi dapat dikurangi dengan melihat dengan hati-hati apakah tiap

biaya utama (misalnya biaya bahan baku, biaya sewa dll) untuk mendapatkan hal-hal yang dapat dihemat atau dikurangi biayanya.

Jika biaya variable rendah dan potensi untuk menjual terlihat besar, keuntungan dapat ditingkatkan dengan meningkatkan tingkat produksi. Meningkatkan harga jual hanya mungkin dilakukan jika produk kita bersifat kompetitif.

4. Pernyataan Rugi-Laba

Pernyataan rugi-laba menunjukkan pendapatan dan pengeluaran dalam periode yang telah ditetapkan. Hal ini menunjukkan uang yang dihasilkan dan digunakan selama periode tertentu. Contoh berikut menunjukkan angka-angka pernyataan rugi-laba selama lima tahun.

Tahun	1	2	3	4	5
Pendapatan kotor	21,300	22,330	26,550	33,400	34,000
Pengeluaran Operasional	22,600	22,800	23,990	25,750	27,870
Keuntungan/kerugian kotor	(1,300)	(470)	2,560	7,650	6,130
Depresiasi	800	800	800	800	800
Pendapatan sebelum pajak	(2,100)	(1,270)	1,760	6,850	5,330
Pendapatan perusahaan					
Pajak @ 50 persen	-	-	880	3,850	2,665

Angka pada baris kedua dikurangi dengan angka pada baris pertama untuk menghasilkan laba/rugi tiap tahun. Pembayaran bunga disertakan dalam pengeluaran operasional. Angka dalam kurung menunjukkan kerugian. Depresiasi atau penyusutan dihitung dengan membagi biaya total peralatan dengan jumlah tahun yang digunakan peralatan tersebut (perkiraan umur alat).

5. Peramalan Cashflow

Peramalan arus kas sangat penting ketika memulai usaha baru untuk memberi pedoman kepada seorang entrepreneur merencanakan ke depan dalam mengembangkan usahanya. Bentuknya dapat berupa sebuah tabel yang menunjukkan pendapatan penjualan dan biaya yang diperlukan per bulan atau per tahun. Keuntungan bulanan dapat diperoleh dengan mengurangi pendapatan dengan biaya.

Dari informasi ini pemilik perusahaan akan melihat kapan bulan-bulan yang paling menguntungkan dan kapan diperkirakan akan rugi. Misalnya, penjualan dapat turun pada bulan-bulan tertentu, harga bahan baku melonjak pada waktu tertentu terutama sebelum masa panen.

Setelah peramalan untuk satu tahun pertama telah dibuat, tabel yang sama dapat dibuat untuk tahun kedua, ketiga dan seterusnya. Hal ini harus memperhitungkan peningkatan dalam harga, perubahan penjualan dan aksi dari kompetitor.

CASH FLOW

Bulan	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Des	Total
Sales Income	20		20		50	20		20	50	20		20	220
Expenses	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120
Accumulated Profit/Loss	10	0	10	0	40	50	40	50	90	100	90	100	100

CASH FLOW YEAR II

Bulan	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Des	Total
Sales Income	2660	2660	2660	0	2660	2660	0	2660	2660	2600	0	0	21,328
Expenses	2599	2599	2599	160	2449	2449	160	2449	2449	2449	160	160	20,332
Profit/Loss each Month	67	67	217	(160)	217	217	(160)	217	217	217	(160)	(160)	796
Accumulated Profit/Loss	4542	4610	4827	4667	4884	5101	4941	5158	5375	5592	5432	5272	5,272

CASH FLOW YEAR III

Bulan	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Des	Total
Sales Income	2660	2660	2660	0	2660	2660	0	2660	2660	2600	0	0	21,328
Expenses	2449	2449	2449	160	2449	2449	160	2449	2449	2449	160	160	20,232
Profit/Loss each Month	217	217	217	(160)	217	217	(160)	217	217	217	(160)	(160)	1096
Accumulated Profit/Loss	5489	5706	5923	5763	5780	6197	6037	6254	6471	6688	6528	6368	6,368

Menyiapkan Rencana Usaha (Business Plan)

Menyiapkan rencana usaha atau business plan akan membantu entrepreneur untuk mengklarifikasi ide bisnisnya dan membuat kesalahan terjadi di atas kertas tidak dalam operasi bisnis sebenarnya. Pada saat rencana usaha telah selesai dan menunjukkan bahwa

bisnis yang sukses dimungkinkan, memungkinkan entrepreneur menjadi percaya diri bahwa usahanya akan sukses. Hal ini juga akan memperjelas berapa banyak biaya yang diperlukan, dan jika dibuat dengan sangat baik, akan memungkinkan bank atau pemberi dana lain percaya bahwa pinjaman yang diberikannya akan dapat dikembalikan.

Pertimbangan utama pada saat menyiapkan rencana bisnis antara lain :

- Buatlah rencana bisnis semudah mungkin untuk dimengerti dengan menggunakan bahasa sederhana (orang lembaga keuangan biasanya tidak terlalu memahami pengolahan pangan).
- Sertakan detail sebanyak mungkin dan jika perlu lakukan riset lebih dulu.
- Lihat ke luar dari bisnis dan lakukan penilaian apa yang dilakukan kompetitor dan bagaimana bisnis akan dikembangkan dan dapat bertahan.

Informasi dalam rencana bisnis akan membantu untuk membuat keputusan tentang :

- Apakah bisnis tersebut layak dan dapat dilaksanakan
- Permintaan terhadap produk
- Sumberdaya yang tersedia untuk memproduksi produk dalam jumlah, mutu dan harga yang direncanakan,
- Apakah usaha tersebut akan memberikan keuntungan.
- Apakah dibutuhkan pinjaman, dan jika ya, berapa banyak dan kapan.

Dalam menyusun rencana bisnis, informasi yang telah dikumpulkan selanjutnya ditulis dengan cara sederhana dan padat, sehingga pihak pemberi dana melihat bahwa bisnis tersebut direncanakan dengan hati-hati. Sebenarnya tidak ada cara yang baku untuk menulis rencana bisnis, tetapi langkah-langkah berikut terbukti dapat diterapkan untuk menulis rencana bisnis (business plan) yang baik.

1. Mulailah dengan Latar Belakang atau Pendahuluan

Uraikan secara ringkas apakah produk tersebut, mengapa bisnis ini merupakan ide bisnis yang baik dan siapakah konsumennya.

2. Berikan beberapa Informasi Dasar

Misalnya nama dan alamat usaha, pemilik dan pekerja, sertakan kualifikasi dan pengalamannya.

3. Beri Gambaran tentang Produk

Berikan secara mendetail tentang bahan baku, proses produksi, pemeriksaan mutu, pengemasan dan lain-lain. Jika ada contoh produk lebih baik. Ceritakan juga apa saja keistimewaan dari produk kita.

4. Beri Gambaran tentang Pasar

Siapakah konsumen produk kita ? dimana konsumen tersebut ? berapa besar pasarnya (ukuran dan nilai pasar) ? Apakah permintaan akan produk tersebut meningkat atau menurun ? Siapakah kompetitor dan apa yang mereka lakukan jika kita mulai memproduksi ? Apakah aspek kekuatan dan kelemahan mereka ? Berapa nilai pasar produk kita selama setahun ? Berapa pangsa pasar kita ?

5. Beri Gambaran tentang Rencana Penjualan atau Pemasaran Produk

Bagaimana kita akan mendistribusikan dan menjual produk ? Promosi macam apa yang akan dilakukan ? Apa yang dilakukan kompetitor ? Berapa harga produk di tiap tingkat penjualan (distributor, agen, pengecer) ? mengapa cara yang akan dilakukan akan menghasilkan sukses?

6. Beri Gambaran Perlengkapan atau Peralatan Produksi yang Diperlukan

Berikan gambaran dimana usaha akan berlokasi dan mengapa, bagaimana bangunan yang akan digunakan, apakah memenuhi persyaratan kesehatan/sanitasi dan hygiene, service apa yang diperlukan. Peralatan apa yang harus dibeli atau dibuat dan berapa biayanya. Juga penyimpanan/penggudangan dan distribusi produk.

7. Beri Gambarkan Keuangan yang Diperlukan

Berapa biaya yang diperlukan untuk memulai dan mengoperasikan usaha untuk satu tahun (termasuk profit/laba dan rugi serta cashflow) ? Berapa biaya dari kita atau

pemilik usaha yang akan disertakan dalam bisnis/usaha ? Berapa pinjaman yang diperlukan ? Jaminan apa yang akan diberikan terhadap pinjaman tersebut ?

8. Beri Gambaran tentang Rencana Pengembangan Bisnis

Apakah tujuan kita dalam menjalankan bisnis ini ? bagaimana kita dapat mencapai hal tersebut ? Apakah yang kita ramalkan akan terjadi selama 3 tahun ke depan atau lima tahun ke depan? (termasuk peramalan arus cast/cashflow forecast).

6. MEMULAI DAN MENJALANKAN BISNIS

Setelah melakukan studi kelayakan dan menyaiapkan rencana bisnis, maka selanjutnya harus disusun rencana keuangan yang harus tersedia jika diperlukan. Kita dapat memulai melihat proses produksi secara detail dimana produksi sebenarnya akan dimulai.

Memproduksi makanan untuk dijual mempunyai perbedaan pokok dalam hal masalah yang dihadapi dibandingkan dengan produksi makanan untuk keperluan sendiri. Masalah tersebut terutama dalam hal konsistensi atau kestabilan mutu produk yang dibuat dengan biaya yang lebih murah.

Aspek Legal/Hukum

(Pendaftaran/Perizinan Usaha dan Produk Pangan)

Peraturan tentang jenis, skala usaha dan pendaftaran suatu perusahaan atau industri di suatu daerah di Indonesia ditentukan oleh Deperindag, Pemda dan Depkes. Perizinan tersebut tergantung skala usahanya, biasanya dapat berupa izin usaha, keterangan domilisi, izin gangguan (HO), Tanda Daftar Industri (TDI) dan lain-lain. Sedangkan registrasi produk pangan di Indonesia untuk industri kecil dapat berupa Sertifikat Penyuluhan (SP) yang dikeluarkan oleh Kanwil Kesehatan Propinsi melalui pelatihan yang diadakan secara rutin oleh Dinas Kesehatan Kabupaten atau Kodya. Sedangkan registrasi produk makanan untuk industri yang lebih besar dapat dilakukan melalui MD (Makanan Dalam Negeri), ML atau MI (Makanan Luar Negeri) atau Tr

(Makanan atau obat Tradisional) yang ketiganya dikeluarkan oleh Badan Pengawasan Obat dan Makan (Badan POM) Depkes RI.

Fasilitas Produksi

Fasilitas produksi harus dapat mencegah serangga dan tikus dapat masuk, dan terbuat dari bahan yang mudah dibersihkan (terutama lantai dan peralatannya), mempunyai flafon untuk mencegah debu atau kotoran hewan jatuh ke dalam produk yang diproses, serta cukup besar untuk pergerakan orang yang bekerja.

Fasilitas air juga harus bersih dan cukup jumlahnya. Bahan bakar yang digunakan harus mencukupi, serta adanya system penanganan limbah yang memenuhi persyaratan. Bangunan harus mempunyai ruangan yang mencukupi untuk kegiatan produksi, penyimpanan bahan baku, pengemasan, dan penyimpanan produk akhir. Investasi untuk keperluan ini harus seefisien mungkin sehingga dapat menurunkan biaya tetap.

Ukuran peralatan harus mencukupi untuk produksi dalam skala atau tingkat yang diinginkan dan harus tertutup untuk mencegah kontaminasi silang. Jadwal pembersihan yang teratur harus dibuat dan dilaksanakan.

Pengemasan dan Promosi

Pada tahap awal dari pengembangan usaha sangat esensial untuk memutuskan disain kemasan dan promosi yang akan dilakukan terhadap produk. Langkah pertama adalah mendisain symbol yang dengan jelas mengidentifikasi produk dan menunjukkan bahwa kita berbeda dibandingkan dengan kompetitor. Suatu logo dapat dicantumkan dalam semua produk yang dihasilkan perusahaan kita untuk menciptakan apa yang disebut sebagai *brand image*. Pada tahap ini sangat dianjurkan untuk menggunakan artis iklan atau artis disain grafik untuk menyiapkan disain final dari label dan bahan-bahan promosi lainnya. Negosiasi dengan perusahaan pencetakan untuk menentukan biaya produksi kemasan dalam jumlah yang dibutuhkan dan melihat pekerjaan sebelumnya dari percetakan tersebut merupakan hal-hal yang tidak boleh dilewatkan untuk melihat kualitas cetakannya.

Peraturan tentang hal-hal yang harus dicantumkan dalam label mencakup komponen-komponen berikut :

- Nama Produk
- Berat bersih
- Komposisi bahan dengan urutan yang paling banyak lebih dulu, kecuali untuk vitamin dan mineral.
- Nama dan alamat produsen
- Merek produk atau nama dagang
- Nomor pendaftaran (SP, MD, ML, Tr)
- Pernyataan “sebaiknya digunakan sebelum (tanggal, bulan, tahun) “
- Pernyataan “halal” dari MUI

Suplayer/Pemasok

Buatlah perjanjian dengan pemasok bahan baku, bahan pengemas dan services lain untuk memasok hal-hal yang diperlukan dalam jumlah, mutu dan waktu yang benar. Jika mungkin mintalah fasilitas kredit dari suplayer. Biaya bahan baku dapat sangat diturunkan dengan mengontrak petani dibandingkan jika membeli bahan baku dari pasar.

Pada saat struktur ongkos produksi telah diketahui, mungkin dapat dilakukan penurunan jumlah atau biaya beberapa bahan (bahan baku utama atau bahan pembantu). Hal ini dilakukan dengan mengidentifikasi bahan apa yang memberikan ongkos atau biaya yang paling besar. Kemudian cobalah untuk mengurangi jumlahnya atau mencari bahan baku yang sama dengan harga lebih murah.

Untuk meningkatkan laba, terdapat dua alternatif yang dapat dilakukan, yaitu :

- Meningkatkan pendapatan dengan memperluas penjualan atau peningkatan harga produk,
- Mengurangi ongkos produksi dan distribusi.

Untuk kedua alternatif di atas, perlu dipelajari mana yang mungkin dilakukan dan buatlah keputusan yang hati-hati yang menyangkut perubahan dalam produksi, administrasi dan pemasaran.

Organisasi Internal dan Pelatihan Pegawai

Seorang entrepreneur tidak dapat mengerjakan semua pekerjaan dalam usahanya (walaupun banyak yang mencoba melakukan semuanya pada saat usaha baru dimulai), sehingga harus membentuk beberapa tanggung jawab yang diperlukan. Seorang

entrepreneur harus mempekerjakan orang yang mempunyai keahlian yang diperlukan. Misalnya, orang yang mampu untuk membuat dan memelihara catatan dan mencatat semua aspek keuangan perusahaan, atau orang yang harus memeriksa dan menjamin mutu produk. Juga orang yang diperlukan untuk memproduksi dan mengikuti jadwal produksi yang diperlukan. Disamping itu diperlukan juga orang yang dapat melakukan inovasi untuk mengembangkan produk baru atau memperbaiki produk yang telah ada.

Suatu system kadang-kadang diperlukan untuk menjamin bahwa seorang pegawai tidak diberi tanggung jawab yang menyangkut keseluruhan bisnis, misalnya catatan tentang pembelian dan penggunaan bahan baku sebaiknya dilakukan oleh ekuntan, bukan oleh bagian penggudangan.

Disamping itu, diperlukan juga struktur organisasi internal dan tingkat kewenangan masing-masing bagian (siapa yang memutuskan apa, bagaimana keputusan dibuat). Bagian-bagian yang harus dibuat biasanya menyangkut produksi, pemasaran, administrasi, kepegawaian, pengembangan produk dan lain-lain sesuai keperluan. Tiap-tiap orang yang menduduki bagian atau jabatan tersebut harus mendapatkan pelatihan atau mempunyai pengalaman yang mencukupi sehingga dapat melaksanakan tugasnya secara efisien.

Jaminan Mutu

Mutu produk pangan merupakan sifat yang paling penting setelah harga. Jika mutunya tidak seragam, konsumen akan tidak tahu mana yang harus dipilih, akibatnya mereka berhenti membeli produk tersebut. Jaminan mutu adalah system manajemen yang digunakan untuk menjamin konsistensi atau kestabilan mutu produk setiap saat. Sebagai catatan, mutu sebenarnya dari produk adalah ditentukan oleh pabrik atau perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen pada tingkat harga yang dapat dijangkaunya.

Keberhasilan jaminan mutu pertama-tama ditentukan oleh penetapan standar mutu untuk hygiene dan proses produksi, dan kemudian menjamin bahwa setiap orang yang terlibat di dalamnya terlatih untuk memenuhi atau mencapai standar tersebut setiap hari. Dalam hal ini dapat diperlukan saran-saran dari seorang ahli teknologi pangan untuk menetapkan standar mutu dan bagaimana hal tersebut dapat dicapai dengan sumber daya yang ada.

Distribusi dan Penjualan

Biaya transportasi, distribusi dan pemasaran sering merupakan biaya utama bagi industri kecil. Juga merupakan kenyataan bahwa produk kita sering tidak tersedia di tempat dimana konsumen ingin membelinya, sehingga penjualan tidak terjadi. Seorang entrepreneur harus menjamin bahwa system distribusi telah dibantu untuk membuat produknya mencapai konsumen pada waktunya dan dalam kondisi yang baik seekonomis mungkin.

Keuntungan dan kerugian yang timbul harus dipertimbangkan jika menggunakan system pemasaran sendiri atau bekerjasama dengan perusahaan distribusi, agen besar, agen menengah dan agen kecil atau langsung ke pengecer besar (super market/swalayan). Sistem harga dan system pembayaran harus dibuat dan disetujui kedua belah pihak jika bekerja sama dengan lembaga-lembaga pemasaran tersebut.

Sistem Pencatatan

Seorang akuntan sangat diperlukan untuk industri yang besar untuk mengurangi biaya-biaya yang tidak diperlukan dan untuk mengurangi pajak yang harus dibayar. Tetapi untuk usaha agroindustri kecil, biasanya cukup baik jika telah memiliki catatan-catatan berikut :

- Catatan keuangan : buku kas, buku penjualan, buku transaksi dan gaji, buku cek atau pernyataan bank (bank statement)
- Catatan produksi : buku catatan stok bahan, buku catatan produksi, buku catatan pembelian, dan catatan pengiriman.

Pajak

Biasanya pajak yang harus dibayar oleh perusahaan antara lain :

- Pajak pendapatan perusahaan
- Pajak bisnis
- Pajak penjualan
- Pajak keamanan dan social
- Kontribusi lain untuk keuntungan pegawai, misalnya dana pensiun

Dalam hal ini diperlukan pendaftaran pajak apa yang harus dibayar dengan kantor pajak, untuk menghindari tuntutan pajak di masa yang akan datang.

000