

PROPOSAL BISNIS
“NAMA SOFTWARE”

Create by:

A11.....

- 1. “NIM” “NAMA”**
- 2. “.....” “.....”**
- 3. “.....” “.....”**
- 4. “.....” “.....”**
- 5. “.....” “.....”**

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Bisnis

Uraikan alasan mengapa mengembangkan produk software/ aplikasi terkait. Munculkan masalah yang menjadi alasan kuat sehingga masyarakat dalam hal ini sebagai calon *user*, *investor*, *merchant*, *sponsor* ataupun masyarakat secara umum dapat mengenali, menyukai dan menggunakan produk software/ aplikasi terkait.

Paparkan software/ aplikasi yang sejenis yang sudah ada, dan bandingkan dengan produk software/ aplikasi yang sedang Anda kembangkan.

Paparkan secara singkat prospek ke depan dari produk software/ aplikasi yang Anda kembangkan, sehingga *investor* merasa yakin untuk mendanai pengembangan produk software/ aplikasi Anda.

Sedikit "ngecap" dalam menyampaikan latar belakang usaha diperbolehkan selama masih dalam ranah yang pantas dan sesuai dengan fungsi software/ aplikasi tersebut.

1.2. Tujuan Bisnis

Yang termasuk dalam tujuan bisnis meliputi tujuan khusus dan tujuan umum. Sebagai contoh:

Tujuan khusus:

Tujuan Umum:

PERENCANAAN USAHA

2.1. Perangkat Usaha

Kebutuhan perangkat yang mendukung untuk industri teknologi.

Perangkat ini meliputi perangkat lunak, perangkat keras dan bahan baku operasional lainnya yang digunakan untuk menunjang proses produksi software/ aplikasi.

2.2. Sumber Daya Manusia

Dalam aspek ini dijelaskan mengenai kebutuhan tenaga kerja langsung dan tenaga kerja tidak langsung yang akan digunakan dalam operasi usaha. Penggunaan tenaga kerja yang mempunyai keterampilan akan sangat menunjang kelancaran usaha. Dan meminimalisasi jumlah tenaga kerja yang digunakan dapat menekan jumlah biaya tetap yang dikeluarkan setiap periodenya.

2.3. Proses Produksi

Penjabaran proses produksi atau operasi usaha pengembangan software/ aplikasi difokuskan pada teknis pada fase analisa kebutuhan fungsianla software/ aplikasi, *design, develop[ing (coding, testing), deployment, evaluation.*

Sertakan pemodelan yang digunakan untuk pengembangan software/ aplikasi tersebut.

2.4. Strategi Pemasaran

Aspek pemasaran merupakan ujung tombak dari seluruh aktivitas usaha, karena melalui proses pemasarannya produk usaha dapat dikenalkan dengan masyarakat konsumen. Sehingga pemasaran yang terencana dengan baik dan sistematis akan berdampak pada kelangsungan usaha secara signifikan.

Oleh karena itu pada aspek pemasaran ini harus dijelaskan secara detil area. Segmen pasar dan metode pemasaran yang akan digunakan dan alasan pemilihan segmen dan metode tersebut berjalan. Penjelasan area pemasaran berkaitan dengan daerah yang punya potensi permintaan terbesar pada produk usaha dan penjabaran untuk segmen pasar sebaiknya ditentukan sejak awal sebelum usaha dimulai, agar jelas kepada siapa produk hasil saya itu dipasarkan.

Jika segmen pasar tidak ditentukan maka bisa dipastikan akan membingungkan tenaga penjualan dalam memasarkan produknya, karena tidak tahu pada siapa ia akan menawarkan produknya. Segmen pasar dapat dijelaskan dengan membagi konsumen dalam kriteria umur/usia, bidang pekerjaan, jenis kelamin ataupun pencinta seni/hobi/kolektor. Dijelaskan pula dasar alasan memilih segmen pasar tersebut.

Sedangkan metode pemasaran dalam rangka mengenalkan produk kepada konsumen atau menarik simpati konsumen dapat dilakukan melalui banyak cara, diantaranya: pasang iklan di media cetak maupun elektronik, memasang dan menyebar pamflet, banner, spanduk, baliho, brosur, leaflet atau SMS, mengadakan pelayanan atau paket gratis, mengadakan lomba, bakti sosial, pawai produk ataupun membuat blog atau *web, vlog, social media.*

Semakin unik model pemasaran yang dilakukan dan mencakup jangkauan area yang luas akan mampu menjaring jumlah konsumen yang lebih banyak. Namun pada kenyataannya menjaga standar mutu produk, kepercayaan dan pelayanan yang ramah merupakan metode paling ampuh dalam konsep pemasaran jangka panjang dan kelangsungan usaha itu sendiri.

Paparkan teknis pemasaran, lokasi pemasaran dan target pemasaran produk.

ANALISA KEUANGAN

Hal yang paling krusial dalam pembuatan proposal usaha adalah penjelasan pada aspek keuangan, karena perhitungan yang cermat dan analisa yang tepat akan menentukan kelayakan usaha yang akan dijalankan. Pembahasan analisa keuangan meliputi:

1. Analisa Investasi Usaha
2. Analisa *Break Even Point* atau Titik Impas
3. Analisa Laba Rugi
4. Analisa Arus Kas

Analisa kelayakan usaha, antara lain terdiri dari metode:

- Periode Pengembalian Modal (Payback Period)
- Pengembalian investasi atau return on investment (ROI)
- Rasio manfaat dan biaya (B/C Ratio)
- Perbandingan laba bersih usaha setelah bagi hasil dengan tingkat Upah Minimal Regional (UMR) daerah setempat.