

RANCANGAN PERNIAGAAN

(BUSINESS PLAN)



Aisyari Ghakur

LEARNING OUTCOME

AKHIR KELASINI, PESERTA DAPAT

-  Memahami kepentingan rancangan perniagaan
-  Komponen-komponen penting dalam rancangan perniagaan
-  Menyediakan satu rancangan perniagaan
-  Fahami cara terbaik pembentangan rancangan perniagaan



Amsyari Ghakur



Dokumen asas
mengenai Bisnes

APA ITU RANCANGAN PERNIAGAAN

Mengorganisasikan
matlamat dalam
format yang jelas

Proses
perkembangan idea



Jelaskan operasi
bisnes dalam
pasaran



Aisyah Ghakur



ISU-ISU DALAM MEYEDIAKAN RANCANGAN PERNIAGAAN

- 1 Kenal pasti dan menilai langkah-langkah untuk memulakan perniagaan
- 2 Analisis perniagaan yang berpotensi – SWOT Analysis
- 3 Dokumenkan dan justifikasi idea perniagaan yang berpotensi
- 4 Menyediakan strategi operasi yang teliti untuk mencapai matlamat



Amsyari Ghakur



FUNGSI RANCANGAN PERNIAGAAN



Garis panduan
kepada pengurusan
syarikat

Alat untuk menilai
kekukuhan syarikat

Dokumen untuk
mendapatkan
sokongan kewangan



Amsyari Ghakur



KEPENTINGAN RANCANGAN PERNIAGAAN



Sediakan peluang untuk mengenal pasti masalah



Membantu dalam menetapkan fokus terhadap
objektif



Dokumen untuk menilai matlamat masa hadapan
dan mengurangkan risiko kegagalan



Alat untuk meyakinkan pembiaya dan pelabur luar



Amsyari Ghakur



Pembekal
(Supplier)

Pelabur
(Investor)

Usahawan
sendiri

SIAPA YANG PERLUKAN?



Kakitangan
Syarikat

Institusi
kewangan



Aisyari Ghakur

MENGURUS DAN MENYEDIAKAN



Cara menguruskan rancangan perniagaan supaya lebih sistematik

PERTAMA

- Definisi & gambarkan siapa yang terlibat
- Produk / Servis yang dijalankan
- Pasaran untuk produk

KEDUA

- Analisis pasaran & operasi yang bersesuaian
- Merangka proses perjalanan perniagaan

KETIGA

- Jelas dengan objektif & matlamat
- Ringkasan hasil apa yang diharapkan daripada perlaksanaan



Amsyari Ghakur



KOMPONEN RANCANGAN PERNIAGAAN

RINGKASAN
EKSEKUTIF

MAKLUMAT
PERNIAGAAN

BAHAGIAN
PENTADBIRAN
(PENGURUSAN)

RANCANGAN
PEMASARAN

RANCANGAN
OPERASI

RANCANGAN
KEWANGAN



Aisyah Shakur

IMPORTANT

RINGKASAN EKSEKUTIF



Bahagian utama Rancangan Perniagaan



Menerangkan secara ringkas elemen utama perniagaan yang dicadangkan



Bahagian yang diteliti oleh institusi kewangan dan pelabur



Amsyarli Shukur

IMPORTANT

RINGKASAN EKSEKUTIF

Membincangkan mengenai :

Status Syarikat
dalam pasaran

Keunikan & kekuatan
produk / servis

Pengurusan
(Key Personnel)

Sasaran, saiz dan syer
dalam pasaran

Jualan & keuntungan
yang diramalkan



Amsyari Ghakur



**Aktiviti utama
perniagaan**

(nature of business)

Maklumat Industri

(perubahan teknologi,
ekonomi)

**Jenis / bentuk
perniagaan**

(Tunggal, Perkongsian,
Syarikat)

**Lokasi
perniagaan**

MAKLUMAT PERNIAGAAN

Produk Syarikat
(deskripsi, jenis &
kegunaannya)

Sejarah syarikat
(bila penubuhan,
siapa pengasas)



Ansyari Ghakur



BAHAGIAN PENTADBIRAN (PENGURUSAN)

VISI, MISI,
OBJEKTIF SYARIKAT

CARTA
ORGANISASI

KAKITANGAN &
BIDANG KERJA
(JOB SCOPE)



Aisyah Ghakur

VISI, MISI & OBJEKTIF

S

SPECIFIC – Jelas dengan apa yang ingin dicapai

M

MEASUREABLE – Boleh diukur dengan jelas sasaran yang ingin dicapai

A

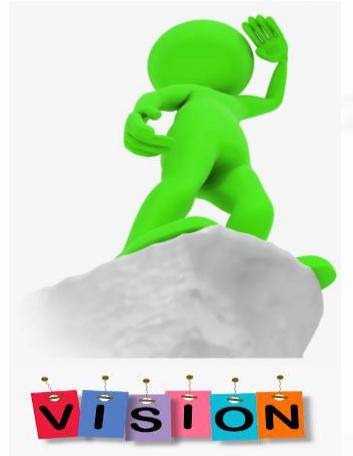
ATTAINABLE – Matlamat yang realistik dan boleh dicapai

R

RELEVANT – Sesuai dengan model perniagaan

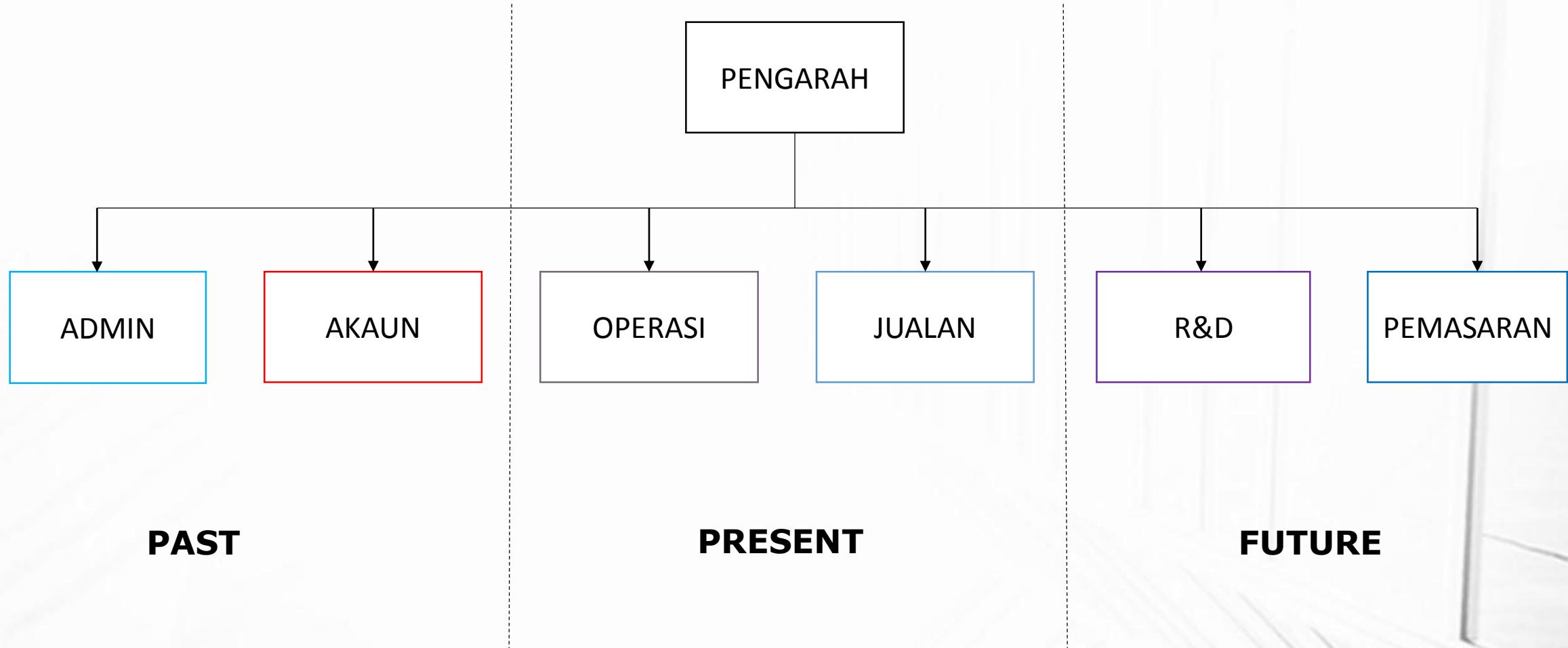
T

TIMELINESS – Mempunyai tempoh masa bagi matlamat yang ingin dicapai



Aisyari Ghakur

CARTA ORGANISASI



Aisyah Shakur



RANCANGAN PEMASARAN



Menggambarkan pengetahuan tentang
industri perniagaan yang diceburi

**ANALISIS
PEMASARAN**

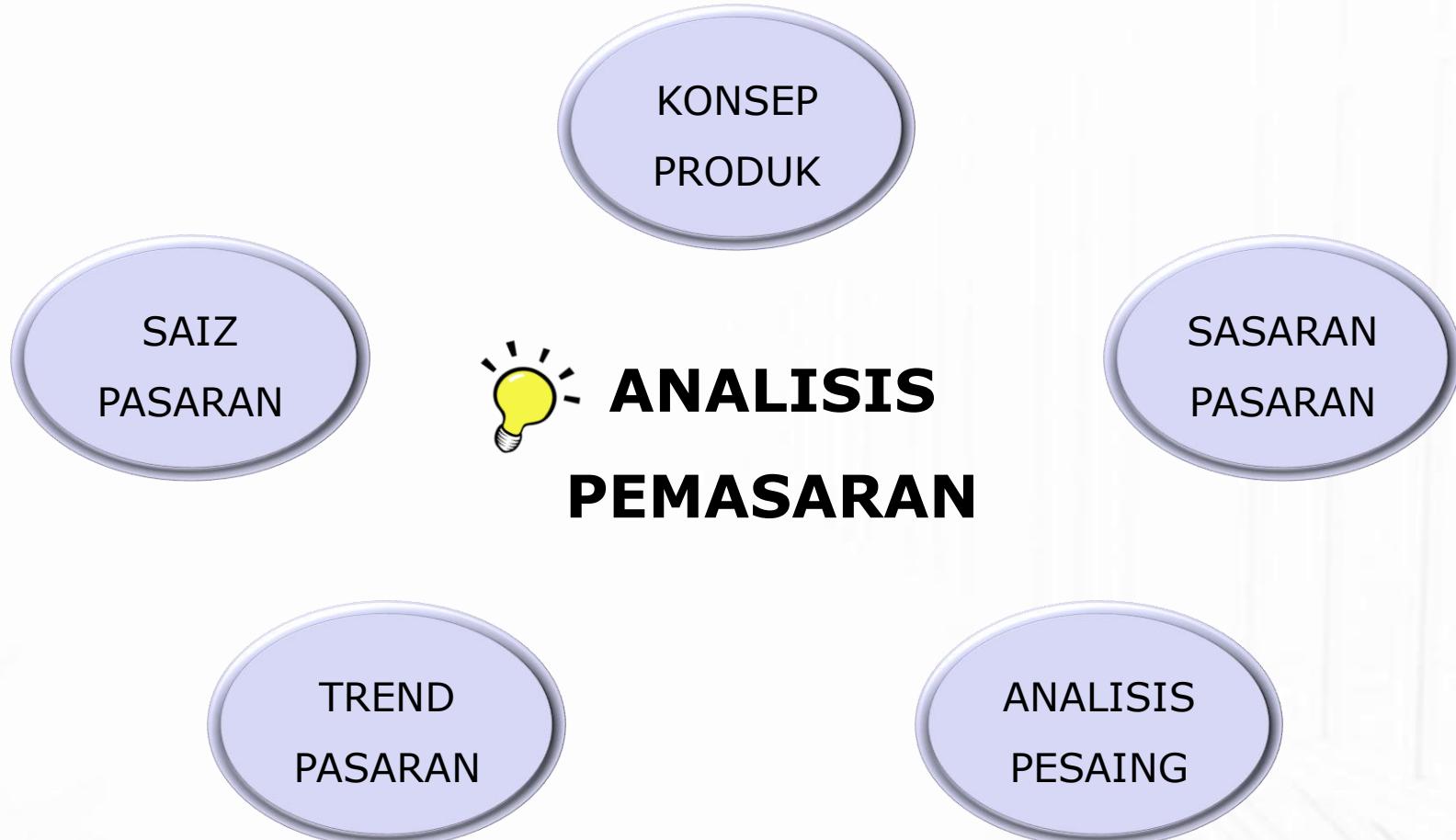
**STRATEGI
PEMASARAN**



Aisyari Ghakur



RANCANGAN PEMASARAN

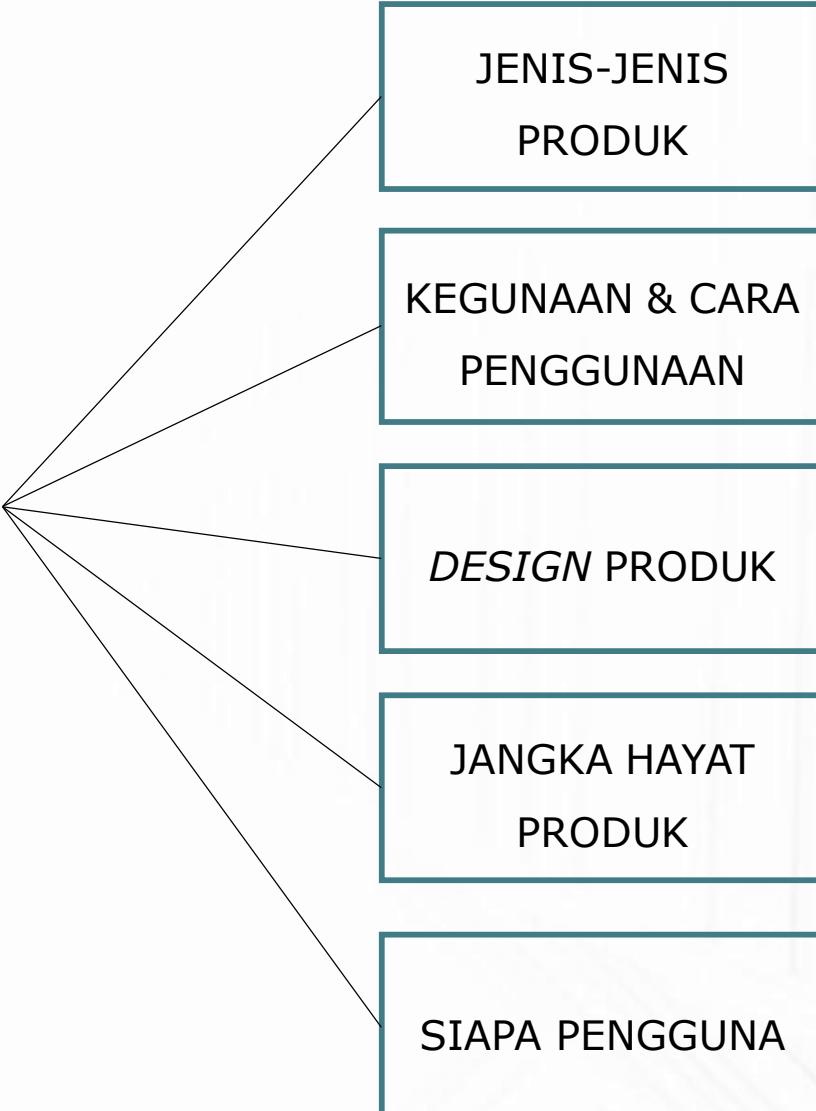


Aisyah Ghakur



KONSEP PRODUK

DESKRIPSI PRODUK



Aisyah Shakur



KONSEP PRODUK

KUALITI

HARGA

KETAHANAN

KOS PRODUK

**KEBAIKAN
PRODUK**



KETEPATAN

PRESTASI



Aisyah Shakur

SASARAN PASARAN

(Target market)



Mengenal pasti pelanggan – siapa sebenarnya pembeli?

UMUR

PENDAPATAN

GAYA HIDUP

SIKAP



Aisyah Shakur

TREND PASARAN



Kenapa pelanggan membeli?



Memenuhi keperluan @ sekadar keinginan



Adakah gaya hidup akan berbeza sekiranya
membeli produk



Kekerapan membeli



Amsyari Ghakur





SAIZ PASARAN



Lokasi dan keluasan



Anggaran berapa ramai pembeli berpotensi



Segmen pasaran – geografi, kedudukan
pembeli



Aisyari Ghakur



ANALISIS PESAING

- Siapa **pesaing utama**
kepada syarikat

- **Kedudukan pesaing** dalam
pasaran / industri
- syer dalam pasaran

- **Kenal pasti pesaing**
perniagaan

- **Status bisnes pesaing**
- sedang berkembang /
merosot / stabil

- Lakukan **analisis daya saing**
- Lihat kelemahan & kekuatan yang
ada pada pesaing



Aisyah Ghakur



ANALISIS PESAING

CONTOH: Analisis daya saing berdasarkan kekuatan & kelemahan

FAKTOR (antaranya)	USAHAWAN	PESAING 1	PESAING 2	PESAING 3
PRODUK				
KOS PENGELUARAN				
HARGA PRODUK				
TEKNOLOGI				
PENGURUSAN				
MODAL KEWANGAN				

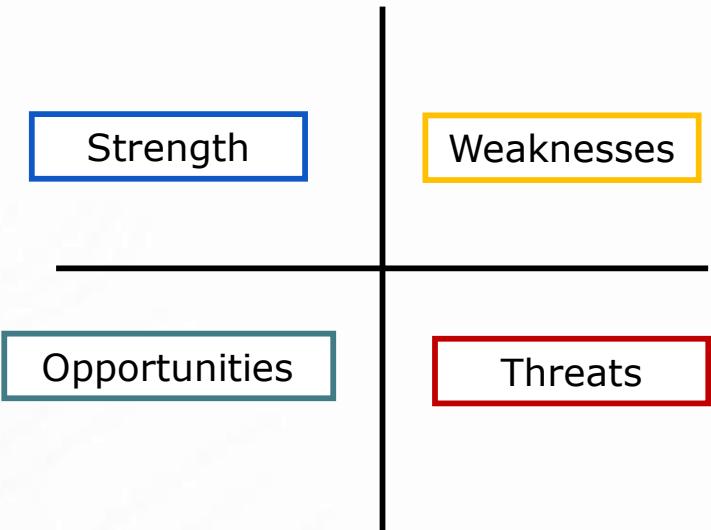


Aisyari Shakur



ANALISIS PESAING

SWOT ANALISIS



- 1 Menganalisis potensi perniagaan dalam pasaran
- 2 Lihat pada kekuatan, kelemahan, peluang dan cabaran yang dijangka
- 3 Membantu usahawan meminimakan risiko dan memanfaatkan peluang



Ansyari Shukur



ANALISIS PESAING

FAKTOR DALAMAN	STRENGTH	WEAKNESSES
FAKTOR LUARAN	OPPORTUNITIES	THREATS
	The logo consists of the letters 'AMS' in white, bold, sans-serif font, enclosed within a red oval shape.	Ansyari Shakur <i>Ansyari Shakur</i>

FAKTOR DALAMAN	STRENGTH	WEAKNESSES
FAKTOR LUARAN	OPPORTUNITIES	THREATS
	The logo consists of the letters 'AMS' in white, bold, sans-serif font, enclosed within a red oval shape.	Ansyari Shakur *Ansyari Shakur*

- Kelebihan produk
 - Aspek dalaman yang positif
 - Sumber-sumber yang ada
 - Reputasi
-
- Kekurangan berbanding pesaing
 - Sumber terhad
 - Apa yang perlu dibaiki
-
- Peluang wujud yang boleh dapat manfaat
 - Pasaran yang sedang naik
 - Teknologi tinggi / canggih
-
- Persaingan hebat
 - Perubahan tingkah laku pengguna
 - Perubahan ekonomi
 - Faktor luar kawalan



STRATEGI PEMASARAN

PRODUCT
(PRODUK)

PRICING
(HARGA)

PROMOTION
(PROMOSI)

PLACE
(LOKASI /
PENGEDARAN)

STRATEGI

4 P's



Aisyah Shakur



STRATEGI PEMASARAN



PRODUCT

(PRODUK)



Deskripsi produk

- jenis-jenis



Keunikan produk

- Variasi pilihan, serba guna



Kelebihan produk

- berbanding pesaing
- Ketahanan, kualiti



Aisyah Ghakur



STRATEGI PEMASARAN



Berapa harga
yang ditetapkan



Bagaimana
penentuan harga
dilakukan



Kelebihan jika
dibandingkan
dengan pesaing



Adakah harga akan
berubah mengikut
perubahan pasaran

PRICING
(HARGA)



Amsyari Ghakur



STRATEGI PEMASARAN



PROMOTION
(PROMOSI)



Bagaimana produk diberitahu

Contoh: Iklan, risalah, website



Tawaran yang diberikan

Contoh: Diskaun, *Membership*



Aisyari Ghakur



STRATEGI PEMASARAN



- **Tempat jalankan bisnes**
 - Rumah kedai / rumah / pejabat
- Kelebihan lokasi pilihan
- Bagaimana produk diedarkan / kaedah
- **Contoh:**
 - Borong / Jualan langsung / Wakil agen



Aisyari Ghakur



RANCANGAN OPERASI

Gambaran setiap aktiviti yang terlibat
(Aliran Proses)

Maklumat dan senarai alat / bahan / pekerja

Lakaran ruang yang digunakan untuk operasi

Senarai kos-kos yang terlibat dalam operasi

Maklumat pembekal alatan / bahan yang digunakan

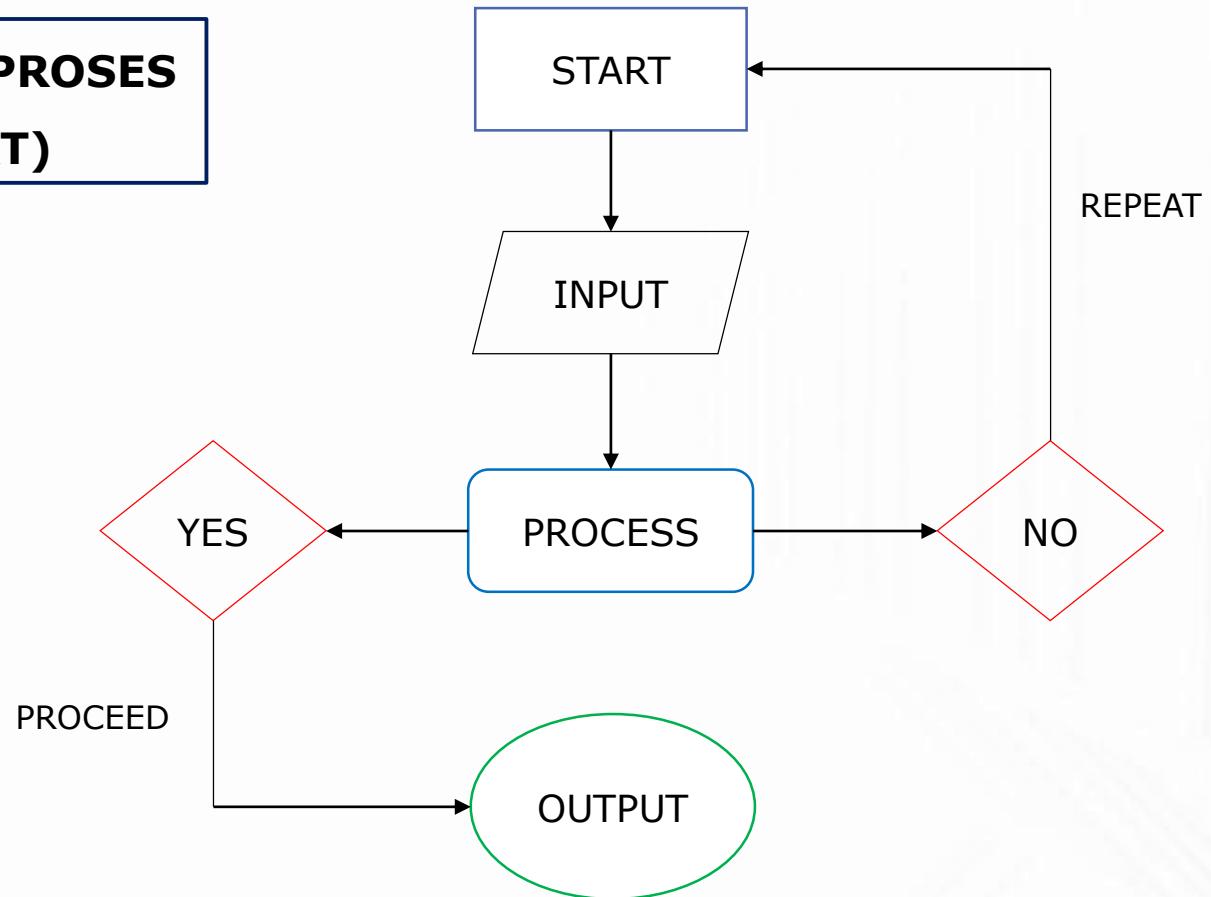


Aisyari Ghakur



RANCANGAN OPERASI

CONTOH ALIRAN PROSES (FLOW CHART)



Aisyari Shakur



RANCANGAN OPERASI

CONTOH PELAN LOKASI



Aisyah Shakur



RANCANGAN KEWANGAN



Analisis kewangan berdasarkan Pro-forma penyata kewangan

- Penyata Aliran Tunai
- Penyata Untung Rugi
- Kunci Kira-Kira



Memerlukan pengetahuan dalam perakaunan & kewangan



Disediakan untuk memudahkan pembaca memahami & menilai kedudukan perniagaan



Amsyari Ghakur

- TERIMA KASIH -



Aisyari Shakur