**Template proposal ide bisnis (hasil studi kelayakan bisnis)**

1. **Cover depan**
	1. **Logo / Lambang Usaha**

Digunakan untuk mempermudah dan membedakan usaha kita di mata konsumen dalam mengingatkan usaha kita dibandingkan dengan pesaing dan nama usaha yang sama.

* 1. **Informatif (nama, alamat, contact no, link sosmed)**

Berisi  informasi nama usaha, domisili / alamat tempat usaha serta nomor telepon yang dapat dihubungi apabila calon investor ataupun konsumen ingin menghubungi.

1. **Profil usaha**
	1. **Latar belakang Usaha**

Sejarah berdirinya usaha menggambarkan  kepada calon investor dasar atau landasan usaha ini berdiri apakah cukup kuat secara pengalaman dan keutuhan individu yang terlibat didalamnya.

* 1. [**Visi & Misi Usaha**](https://karinov.co.id/contoh-visi-dan-misi-perusahaan/)

Visi merupakan cita-cita yang ingin dicapai usaha dalam jangka panjang  (*What to Be*?)

Misi merupakan cara-cara yang digunakan usaha dalam mencapai visi usaha (*How to Be* ?). Misi dapat berupa pernyataan kalimat atau kata yang mengingatkan pelaku usaha untuk bekerja sesuai Misi dalam mencapai Visi.

1. **Aspek pasar dan pemasaran**
	1. **Segmen Pasar**merupakan gambaran umum dari konsumen usaha kita
	2. **Target Pasar**merupakan sasaran khusus bagi konsumen potensial dari usaha kita.
	3. **Positioning**adalah bagaimana kita menempatkan usaha kita diantara pesaing usaha yang sejenis.
	4. **Rencana Penjualan**adalah rencana produk yang akan dijual dalam waktu 1 tahun disesuaikan dengan kondisi permintaan dan penawaran.
	5. **Pangsa Pasar**adalah  bagian dari penjualan produk kita dibandingkan dengan penjualan total produk sejenis dalam industri
	6. **Strategi pemasaran**
		* ***Product***

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

* + - ***Price***

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

* + - ***Promotion***

Strategi mengenai bagaimana produk kita dapat dikenal oleh konsumen.

* + - ***Placement***

Merupakan cara untuk mendistribusikan produk kita untuk sampai ke tangan konsumen.

1. **Aspek teknis dan produksi**
	1. **Dimensi Produk**

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

* 1. **Nilai/Manfaat Produk**

Manfaat yang dapat ditawarkan oleh produk

* 1. **Proses produksi**

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

1. **Aspek Manajemen keuangan**
	1. **Struktur Organisasi**

Merupakan gambaran orang-orang yang terlibat dalam bisnis, serta keterangan job desk untuk masing-masing anggota

* 1. **Strategi sumber pendanaan usaha**

Merupakan upaya untuk memperoleh dana investor

* 1. **Analisis kelayakan usaha**

Menggambarkan kondisi usaha saat ini dan rencana penanganan resiko

* 1. **Analisis keuntungan**

Merupakan gambaran proyeksi dari hasil keuntungan

1. **Aspek Hukum dan Perijinan**
	1. **Hal-hal yang dipersiapkan/diperlukan**

Merupakan gambaran yang perlu dipersiapkan untuk kebutuhan bisnis dari sudut pandang hukum

* 1. **Bentuk badan usaha serta hukum**

Merupakan gambaran badan usaha serta hukum

1. **Aspek Lingkungan**
	1. **Lokasi usaha**

Merupakan gambaran lokasi yang dipilih untuk menjalankan bisnis

* 1. **Dampak negatif dari bisnis terhadap lingkungan**

Merupakan gambaran resiko yang timbul terhadap lingkungan