

BUSINESS PLAN SEBAGAI LANGKAH AWAL MEMULAI USAHA

Oleh: Supriyanto

(Staf Pengajar FISE Universitas Negeri Yogyakarta)

Abstrak

Salah satu kunci sukses memulai usaha adalah adanya kemampuan menuangkan ide-ide atau gagasan cemerlang yang kreatif dan inovatif dan mempunyai nilai ekonomi/komersial tinggi ke dalam sebuah Business Plan atau perencanaan bisnis yang matang dan realistis. Apapun jenis usaha yang akan kita jalankan. Lebih-lebih jika ditindaklanjuti dengan menuangkan ide-ide tersebut dalam tulisan sehingga dapat dikomunikasikan kepada pihak-pihak lain.

Perencanaan bisnis (*Business Plan*) adalah rencana-rencana tentang apa yang dikerjakan dalam suatu bisnis ke depan meliputi alokasi sumberdaya, perhatian pada faktor-faktor kunci dan mengolah permasalahan-permasalahan dan peluang yang ada. Secara garis besar isi suatu perencanaan bisnis dimulai dari Ringkasan, Statemen Misi, Faktor-faktor kunci, Analisis Pasar, Produksi, Manajemen dan Analisis Finansial seperti analisis *Break Event* dan lain-lainnya.

Kebutuhan akan sebuah perencanaan bisnis menjadi mutlak jika kita akan menjalankan suatu bisnis, karena perencanaan bisnis sendiri ibarat sebuah peta dan kompas untuk menjalankan bisnis. Dengan sebuah perencanaan kita dapat menetapkan tujuan utama bisnis kita, skala prioritas, dan menetapkan *cash flow*.

Sementara dengan perencanaan bisnis yang baik akan menjadikan peluang sukses bisnis kita semakin tinggi. Perencanaan bisnis yang baik sendiri adalah sebuah proses, bukan hanya sekedar perencanaan. Perencanaan bisnis yang baik indikatornya antara lain: Sederhana (mengandung kemudahan dan kepraktisan) untuk dilaksanakan; Spesifik (konkret, terukur, spesifik dalam waktu, personalianya dan anggarannya); Realistik (realistik dalam tujuan, anggaran maupun target pencapaian waktunya) dan Komplit atau lengkap semua elemennya.

Kata Kunci: *Business Plan*

A. Pendahuluan

Banyak orang mengatakan bahwa "Ide atau gagasan" mahal harganya. Tentunya tidak sembarang ide, tetapi ide yang mempunyai nilai komersial dan ide itu ditulis dalam suatu rencana usaha atau rencana bisnis. Sebenarnya banyak orang mempunyai ide cemerlang, ide yang hebat-hebat serta mempunyai nilai komersial tinggi tetapi ide itu tetaplah hanya sekedar ide bahkan hanya sekedar impian yang numpang lewat, karena ide yang hebat tadi tidak pernah ditulis atau dikomunikasikan kepada pihak lain ataupun diimplementasikan.

Tulisan ini mencoba mengupas tentang *business plan*, dengan harapan dapat digunakan sebagai pengetahuan ataupun menyiapkan langkah awal bagaimana untuk menggali, menumbuhkan ataupun menjaring ide-ide atau gagasan bisnis dan sekaligus menuangkannya dalam sebuah rencana usaha/bisnis. Realita di lapangan menunjukkan bahwa banyak ide/gagasan-gagasan bisnis hebat dan ide-ide orisinal yang justru lahir dari para kawula muda. Tentunya kalau peluang atau kemampuan ini dikemas dengan baik dan mampu dirancang sedemikian rupa sehingga dapat dikemas sebagai rencana usaha/bisnis yang layak dan mampu diterapkan ke dalam sebuah bisnis riil, tentunya akan banyak memberi manfaat bagi para kawula muda sendiri dan sekaligus memberikan kontribusi bagi masyarakat dan lingkungannya.

Salah satu kunci sukses memulai usaha adalah membuat sebuah perencanaan usaha/bisnis yang matang dan realistis. Apapun jenis usaha yang akan kita jalankan. Tulisan ini mencoba menguraikan selangkah demi selangkah bagaimana membuat perencanaan usaha/bisnis. Perencanaan usaha/bisnis sangat berguna untuk menilai apakah usaha/bisnis yang akan kita tekuni **layak**, **profitable** dan **berjangka panjang/berprospek**. Dengan perencanaan usaha/bisnis yang matang, juga sangat berguna apabila kita ingin mengajak mitra bisnis, investor ataupun calon kreditor untuk merealisasi impian kita agar jadi kenyataan.

B. Apa Business Plan itu?

1. Pengertian *Business Plan*

Data penelitian mengungkapkan, dari 100 orang pendiri perusahaan yang mempunyai pertumbuhan tinggi, terungkap bahwa para wirausaha sedikit sekali yang melakukan perencanaan usaha (***business plan***) pada tingkat awal. Bahkan 41% dari mereka tidak mempunyai rencana usaha, 26% hanya memiliki perencanaan seadanya, 5% hanya membuat proyeksi keuangan, dan 28% membuat perencanaan usaha secara jelas.

Cerita lain, ketika seorang direksi bank yang ingin membuat usaha, dihitung-hitung terus berbagai kalkulasi mengenai usaha yang akan dilakukannya eh

ternyata hasil hitungannya selalu tidak positif. Akhirnya dia tidak berani buka usaha. Purdi Candra menyatakan jika mau memulai usaha "Jangan dihitung terus!" Usaha itu dibuka, baru dihitung. Ini *street smart* (cerdas jalanan atau cerdas dalam praktek). Kalau dihitung baru dibuka, maka tidak akan buka-buka usaha. Makanya, yang membuat orang takut itu bukan sisi gelap, tapi justru sisi terang. Karena kita mampu menghitung atau tahu hitung-hitungannya, tahu risikonya besar, jadi takut memulai usaha. Kalau gelap, tidak tahu apa-apa, usaha itu tidak takut. Dihitung atau tidak dihitung itu sama saja kok.

Dari dua cerita di atas bukan berarti perencanaan usaha tidak perlu dibuat dan bukan pula perencanaan usaha menjadi tidak penting. Perencanaan usaha tetap perlu dibuat walau sangat sederhana dan perencanaan usaha juga tetap penting karena bisa untuk memperkirakan prospek, keuntungan maupun risiko usaha/bisnis tersebut. Dan sebaiknya perencanaan usahapun harus dibuat secara tertulis dan resmi, karena merupakan alat untuk memegang kendali dan menjaga agar usaha perusahaan tidak menyimpang.

Perencanaan usaha adalah keseluruhan proses tentang hal-hal yang akan dikerjakan pada masa yang akan datang, dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini sangat penting, karena perencanaan usaha merupakan pedoman kerja bagi seorang wirausaha. Pada umumnya, perencanaan usaha mengatur tentang proses kegiatan usaha, produksi, pemasaran, penjualan, perluasan usaha, keuangan usaha, pembelian, tenaga kerja, dan penyediaan atau pengadaan peralatan.

Pengertian lain Perencanaan usaha/bisnis (*Business Plan*) adalah rencana-rencana tentang apa yang dikerjakan dalam suatu bisnis ke depan meliputi alokasi sumberdaya, perhatian pada faktor-faktor kunci dan mengolah permasalahan-permasalahan dan peluang yang ada. Kadang-kadang banyak orang berpikir bahwa **perencanaan bisnis** hanya **untuk sebuah bisnis baru** atau sebuah **proposal untuk mencari pinjaman dana** ke pihak perbankan atau **bagaimana mendatangkan investor baru** dalam bisnis. Sebenarnya tidak sederhana hal di atas, perencanaan bisnis juga penting untuk suatu **bisnis yang sedang berjalan**. Bisnis membutuhkan perencanaan untuk pertumbuhan yang optimis dan pengembangan-pengembangan dengan skala prioritas. Perencanaan Usaha/Bisnis sendiri adalah suatu hasil pemikiran, dimana isi dari perencanaan harus mampu mendukung pencapaian tujuan-tujuan perusahaan/bisnis.

Adapun hal-hal apa yang harus ada dalam perencanaan usaha, secara sederhana dalam suatu perencanaan bisnis dimulai dari Ringkasan, Statemen Misi,

Faktor-faktor kunci, Analisis Pasar, Produksi, Manajemen dan Analisis Finansial seperti analisis *Break Event* dan lain-lainnya.

2. Prinsip *Business Plan*

Adapun prinsip-prinsip dalam perencanaan usaha itu sebagai berikut:

- a. Perencanaan usaha harus dapat diterima oleh semua pihak.
- b. Perencanaan usaha harus fleksibel dan realistis.
- c. Perencanaan usaha harus mencakup seluruh aspek kegiatan usaha.
- d. Perencanaan usaha harus merumuskan cara-cara kerja usaha yang efektif dan efisien.

3. Manfaat *Business Plan*

Adapun manfaat perencanaan usaha itu di antaranya:

- a. Membimbing jalannya kegiatan usaha.
- b. Mengamankan kelangsungan hidup usaha.
- c. Mengembangkan kemampuan manajerial di bidang usaha.
- d. Sebagai pedoman/petunjuk bagi pimpinan perusahaan di dalam menjalankan usahanya.
- e. Mengetahui apa-apa yang akan terjadi dalam usaha.
- f. Sebagai alat berkomunikasi dalam usaha.
- g. Sebagai alat untuk memperkecil risiko usaha.
- h. Memperbesar peluang untuk mencapai laba.
- i. Memudahkan perolehan bantuan kredit modal dari bank
- j. Sebagai pedoman di dalam pengawasan.

4. Kegiatan *Business Plan*

Perencanaan usaha adalah sebuah *selling document* yang mengungkapkan daya tarik dan harapan sebuah bisnis kepada penyandang dana potensial. Jadi, perencanaan usaha merupakan dokumen tertulis yang disiapkan oleh seorang wirausaha yang mengembangkan dan menggambarkan semua unsur yang relevan, baik internal maupun eksternal untuk memulai suatu usaha.

Di sini seorang wirausaha diharapkan mampu menggarap perencanaan usaha jangka pendek dan dapat merumuskan untuk mencapai sasaran dan tujuannya. Perencanaan usaha itu harus mencakup berbagai jenis kegiatan, di antaranya:

- a. Mempelajari dan meramalkan masa depan usaha.
- b. Menentukan sasaran beserta fasilitas yang diperlukan dalam usaha.
- c. Membuat program kerja dan perhitungan usaha.

- d. Menentukan prosedur kerja di dalam usaha.
- e. Menentukan rencana anggaran usaha.
- f. Membuat kebijaksanaan usaha.

C. Apakah Ada Standar dalam Pembuatan *Business Plan*?

Sebuah perencanaan usaha/bisnis, normalnya mengandung serangkaian elemen-elemen standar. Format dan bentuk perencanaan sangat bervariasi, tetapi biasanya sebuah perencanaan bisnis akan berisi komponen-komponen seperti deskripsi perusahaan, produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan, pasarnya, prediksi atau ramalan-ramalan ke depan, team manajemennya dan analisis finansial/keuangannya.

Sebuah perencanaan usaha/bisnis juga tergantung atau dipengaruhi oleh situasi yang spesifik. Sebagai contoh deskripsi dari team manajemen sangatlah penting untuk investor, demikian juga tentang kondisi keuangan masa lalu menjadi penting untuk pihak bank atau kreditor. Akan tetapi jika pengembangan sebuah perencanaan hanya akan digunakan oleh pihak internal, kita tidak membutuhkan penjelasan secara detail karena semua pihak dalam perusahaan sudah mengetahuinya, justru yang terpenting adalah sudahkah perencanaan yang kita buat *matching* dengan tujuan perusahaan.

D. Apa yang Paling Penting dalam Sebuah Perencanaan?

Secara umum garis besar isi perencanaan usaha yang dibuat seorang wirausaha, berusaha merinci *profit*, neraca perusahaan, dan proyeksi aliran khas. Sedangkan mengenai kedalaman dan rincian perencanaan usaha sangat tergantung pada luas tidaknya usaha. Oleh karena itu dalam membuat perencanaan usaha paling tidak kita harus adalah memikirkan, menimbang-nimbang, memutuskan, dan menentukan hal-hal berikut ini:

1. Apa yang akan dikerjakan di dalam usaha?
2. Kapan pekerjaan usaha itu akan dilaksanakan?
3. Bagaimana cara mengerjakan pekerjaan usaha?
4. Siapa saja yang ditugaskan untuk melakukan pekerjaan usaha?
5. Di mana pekerjaan usaha akan dilaksanakan dan mengapa harus dikerjakan?

Sebenarnya berbicara yang paling penting dalam sebuah perencanaan sangat tergantung kasusnya. Namun secara umum biasanya dalam sebuah perencanaan yang paling penting adalah (1) **Analisis *Cash Flow*nya** misalnya bisa untuk prediksi *profit*; (2) **Detail Pelaksanaan** untuk prediksi apa-apa yang akan terjadi, siapa yang bertanggung jawab, kapan, dan bagaimana anggarannya? Hasil akhir dari sebuah perencanaan adalah bagaimana kondisi perusahaan mengalami peningkatan.

Komponen-komponen utama yang dianjurkan ada dalam sebuah perencanaan bisnis dan garis besar isinya adalah sebagai berikut:

1. Ringkasan (*Executive Summary*)

Berisi gambaran singkat kira-kira 1 sampai 2 halaman, mencakup Latar belakang proyek, penggagas proyek, pasar yang menjadi sasaran, pengelolaan proyek sampai dengan kelayakan proyek secara finansial, kelayakan proyek secara umum.

2. Deskripsi Perusahaan (*Company Description*)

Berisi gambaran singkat profil perusahaan yang akan menjalankan proyek, misalnya Aspek hukum/legal dari bentuk badan usahanya apa? Sejarah/historis Perusahaan, Visi, Misi, Tujuan, Sasaran, Kepemilikan dalam perusahaan dan lainnya.

3. Barang atau Jasa yang diproduksi atau dipasarkan

Berisi gambaran barang/jasa apa yang akan diproduksi atau dipasarkan, alasan barang/jasa tersebut diproduksi dan manfaat/*benefit* yang dapat diperoleh konsumen/*customer* atas barang/jasa tersebut.

4. Analisis Aspek Pasar

Berisi gambaran tentang:

- a. **Peluang Bisnis dan Prospeknya**, hal-hal yang perlu dikupas dalam peluang bisnis antara lain: (1) Apa yang bisa kita buat?, (2) Pasar membutuhkan Apa?, (3) Perlunya Menciptakan Kebutuhan Konsumen (Paradigma terbaru agar bisnis kita bisa eksis kita harus bisa menciptakan pasar)?, (4) Melihat masih adakah Peluang?, (5) Layakkah Peluang itu kita garap?
- b. **Kondisi Persaingan**, bagaimana bentuk atau kondisi persaingan dari pasar yang akan kita hadapi, pembicaranya antara lain: (1) Pasarnya sudah pasti/*Captive Market*, misalnya kita memproduksi atas dasar pesanan, maka kita tidak perlu memikirkan barang yang kita buat laku atau tidak laku?; (2) Pasarnya ditentukan oleh Pembeli/*Buyer Market* (jika pasar dikuasai oleh pembeli maka posisi kita sebagai produsen akan lebih berat karena kita harus bersaing ketat berebut konsumen).
- c. **Posisi Perusahaan dalam Pasar**, yang perlu dibahas antara lain: Pasar yang hendak dikuasai/Target Pasar berapa?, Posisi dalam Pasar/*Positioning*

apakah sebagai *Leader* (pemimpin pasar), *Follower* (pengikut) atau *Nicher* (pengisi ceruk/relung pasar)?

- d. **Usaha-usaha Pemasarannya/Marketing effort** bagaimana? Jika kita sudah mempunyai target pasar, maka agar target bisa tercapai harus didukung oleh usaha-usaha pemasarannya. Salah satu bentuk usaha pemasaran bisa menggunakan Bauran Pemasaran/*Marketing Mix* yang meliputi 4P: *Product, Price, Place, dan Promotion*. Di sisi lain masalah Siklus Kehidupan Produknya/*Product Life Cycles* (suatu produk akan mengalami tahap-tahap sebagai berikut: pengenalan, tumbuh, matang, jenuh dan *decline*) juga harus diperhatikan.

5. Analisis Aspek Teknik/Produksi

Berisi gambaran tentang:

- a. **Lokasi** (Dekat konsumen atau dekat bahan baku?)
- b. **Layout** (Layout Garis jika pengelompokan mesin atau peralatan menggunakan urutan proses produksi atau Layout Fungsi jika pengelompokan mesin atau peralatan atas dasar fungsi-fungsi yang sama dijadikan satu?)
- c. **Luas atau Skala Produksi** (bisa menggunakan pertimbangan Keuntungan Maksimum atau Biaya Rata-rata Terendah?)
- d. **Pemilihan Mesin atau Teknologi yang hendak dipakai** (Padat Teknologi atau Padat Karya/Tenaga?).

6. Analisis Aspek Manajemen

Berisi gambaran tentang:

- a. **Bisnis/proyek dalam Masa Pembangunan**, berisi kajian Berapa Lama waktu yang dibutuhkan untuk penyiapan proyek sampai proyek siap beroperasi? Dan yang kedua harus bisa menjawab berapa biaya yang dibutuhkan untuk proyek tersebut?
- b. **Bisnis/proyek sudah Berjalan atau Beroperasi**, berisi kajian apa Bentuk Badan Hukum Organisasi Pengelolaannya? Apakah mau berbentuk Perusahaan Perseorangan, Firma, Koperasi, PT atau yang lainnya? Bagaimana Struktur Organisasinya?; Jumlah Karyawan Yang Dibutuhkan?; Persyaratan Karyawan untuk Jabatan Kunci?; Proses *Rekrutmentnya*?; Jenjang Karir dan lainnya?

7. Analisis Aspek Finansial/Keuangan

Berisi gambaran tentang:

- a. **Kebutuhan Dana** (Menghitung total kebutuhan akan dana yaitu berapa jumlah dana yang diperlukan untuk membiayai rencana bisnis, kebutuhan ini bisa diuraikan untuk (1) Membiayai Aktiva Tetap dan (2) Modal Kerja). Pada Neraca dapat dilihat di sisi Aktiva.
- b. **Sumber Dana** (Sumber dana untuk membiayai rencana bisnis bisa diperoleh (1) Hutang, dapat berupa hutang jangka pendek dan hutang jangka panjang; (2) Modal Sendiri/*Equity*). Pada Neraca dapat dilihat dari sisi Pasiva
- c. **Menghitung Aliran Kas/*Cash Flow*** dari Rencana Bisnis, aliran kas dapat dikelompokkan menjadi:
 - (1) Pengelompokan pertama untuk *cash flow* terdiri atas *Cash Out Flow/COF* = Aliran kas keluar, diberi tanda negatif dan *Cash In Flow/CIF* = Aliran kas masuk, diberi tanda positif.
 - (2) Pengelompokan kedua, aliran kas atau *cash flow* dibagi 3, yaitu: (a) *Initial Cash Flow* = Aliran kas atau dana yang dikeluarkan di awal proyek diberi tanda Negatif karena berupa dana keluar; (b) *Operational Cash Flow* = Aliran dana ketika proyek beroperasi/berjalan, ketika proyek berjalan ada dana keluar sebagai biaya-biaya operasional tetapi juga sudah ada pendapatan operasional. Untuk sebuah proyek komersial aliran kas operasional biasanya bertanda Positif karena pendapatan operasional idealnya harus lebih besar dari biaya operasional; (c) *Terminal Cash Flow* = Aliran kas di akhir proyek, di akhir proyek akan ada 2 (dua) aliran kas yaitu berupa Pengembalian Modal Kerja dan Nilai Residu/Nilai Sisa, keduanya selalu berupa aliran kas masuk jadi aliran kas di akhir proyek bertanda Positif.
- d. **Menilai Kelayakan Bisnis/Proyek dari sisi Keuangan.**

Ada 5 (lima) metode penilaian, yaitu *Pay Back Period/PP*, *Average Rate of Return/ARR*; Profitabilitas Indeks/PI; *Internal rate of Return/IRR* dan *Net Present Value/NPV*. Dari 5 (lima) metode di atas yang paling sering digunakan hanya 3 (tiga) metode yaitu: (1) PP intinya seberapa cepat dana yang diinvestasikan bisa kembali, tentunya semakin cepat kembali semakin baik; (2) IRR mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari aliran kas keluar (*Present Value Cash Out Flow* = PV COF) dengan nilai sekarang dari aliran kas masuk (*Present Value Cash In Flow* = PV CIF); hasil IRR ini dibandingkan dengan tingkat bunga pinjaman bank/ r_i , jika $IRR > r_i$; maka proyek layak; (3) NPV yaitu mencari nilai bersih sekarang, dapat dicari $NPV = PV\ CIF - PV\ COF$; jika nilai NPV positif maka proyek layak, sebaliknya jika negatif proyek tidak layak.

Tujuh komponen utama dalam suatu perencanaan bisnis minimal harus ada sebagaimana diuraikan di depan. Namun jika yang kita kerjakan suatu rencana bisnis/proyek yang nilai besar tentunya masih diperlukan tinjauan aspek-aspek lain, seperti aspek ekonomi makro/nasional, aspek hukum, aspek sosial budaya dan aspek dampak terhadap lingkungan.

E. Siapa saja yang Membutuhkan Perencanaan Bisnis?

Kita membutuhkan sebuah perencanaan bisnis jika kita akan menjalankan suatu bisnis. Sebuah **perencanaan bisnis** adalah ibarat sebuah **peta dan kompas** untuk menjalankan bisnis, sehingga tanpa perencanaan bisnis maka perjalanan bisnis kita ibarat orang yang berjalan dalam kegelapan. Dengan sebuah perencanaan kita dapat menetapkan tujuan utama bisnis kita, skala prioritas, dan menetapkan *cash flow*.

Di sisi lain, kita juga membutuhkan perencanaan bisnis untuk dapat dikomunikasikan kepada semua pihak, baik pihak internal maupun pihak eksternal/luar perusahaan, komunikasi ini dibutuhkan misalnya kita ingin:

1. mencari pinjaman dana ke bank
2. mencari investor
3. mengkomunikasikan dengan pihak manajemen
4. pihak-pihak lain

F. Bagaimana Membuat Perencanaan Bisnis Yang Baik?

1. Perencanaan yang baik adalah sebuah proses, bukan hanya sekedar perencanaan. Perencanaan yang baik indikatornya antara lain:
 - a. **Sederhana**, perencanaan yang baik adalah perencanaan yang mudah dimengerti dan mudah dilaksanakan (mengandung kemudahan dan kepraktisan)
 - b. **Spesifik**, perencanaan yang baik adalah yang konkret, terukur, spesifik dalam waktu, personalianya dan anggarannya.
 - c. **Realistik**, perencanaan yang baik adalah perencanaan yang realistik dalam tujuan, anggaran maupun target pencapaian waktunya.
 - d. **Komplit** atau lengkap, perencanaan yang baik adalah perencanaan yang lengkap semua elemennya.
2. Perencanaan yang baik adalah perencanaan yang dapat dipergunakan untuk berbagai hal, seperti:
 - a. Mendefinisikan dan menetapkan tujuan
 - b. Menciptakan laporan bisnis secara reguler

- c. Mendefinisikan bisnis-bisnis baru
- d. Mensupport aplikasi pinjaman
- e. Mendefinisikan berbagai perjanjian dengan partner
- f. Serangkaian nilai untuk pencapaian tujuan secara legal
- g. Untuk mengevaluasi masalah produk-produk, promosi maupun ekspansi

G. Kesimpulan

Dalam dunia praktek sehari-hari, ternyata banyak kendala yang ditemui baik dalam membuat *business plan* maupun implementasinya. Kendala yang sering ditemui dalam membuat *business plan* adalah sulitnya menemukan ide-ide yang dapat dijadikan proyek bisnis yang menguntungkan. Kendala lahirnya ide-ide kreatif yang punya nilai ekonomis ini banyak terjadi karena kita sendiri sering kali kurang menyadari bahwa ide adalah hasil proses alam bawah sadar sehingga ide tidak akan hadir berkali-kali. Di sisi lain kita juga sering kurang peka terhadap lingkungan sekitar dan mudah menyerah ketika menghadapi tantangan, padahal ide-ide kreatif, inovatif dan bernilai ekonomis justru sering lahir dari kepekaan kita terhadap lingkungan dan kemampuan kita merubah tantangan menjadi peluang.

Setelah kita mampu membuat *business plan*-pun seringkali tidak bisa diimplementasikan, alasan utama adalah kendala modal. Kadangkala modal tidak menjadi masalah tetapi keberanian untuk memulai yang belum ada atau nyaris tidak ada. Banyak faktor yang menyebabkan semua ini terjadi, ada faktor di luar ekonomi, misalnya kultur di Indonesia yang masih menganggap profesi wirausaha sebagai profesi kurang terhormat, sehingga banyak orang tua yang lebih menginginkan anak-anaknya berprofesi sebagai PNS, ABRI atau Pegawai Swasta. Faktor lain adanya anggapan bahwa berwirausaha selalu faktor modal yang utama, padahal banyak bukti pengusaha/*entrepreneur* sukses justru memulai usaha dari nol alias tanpa modal. Banyak *entrepreneur* sukses menganggap dalam memulai bisnis modal utamanya adalah ide-ide cemerlang, relasi ataupun impian-impian yang tinggi yang kadang menurut orang lain tidak masuk akal, tapi dengan sedikit kecerdikan dan keberanian mengambil risiko (ciri seorang *entrepreneur*) mampu melahirkan pengusaha-pengusaha yang handal dan sukses.

Harapan penulis mudah-mudahan setelah membaca tulisan ini pembaca akan tertarik untuk menuangkan ide cemerlangnya menjadi sebuah rencana usaha/*business plan* yang **layak diimplementasikan**, **profitable** dan **berprospek cerah**, sehingga hasil akhirnya akan mampu melahirkan wirausahawan yang berhasil.

Daftar Pustaka:

- Andrias Harefa. (2008). *Berwirausaha dari Nol 10 Kiat Sukses dengan Modal Seadanya*. Jakarta: Gramedia.
- Feddy Rangkuti. (2000). *Business Plan, Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ismail Solichin. (2007). *Memahami Business Plan*. Jakarta: Salemba.
- Linda Pinson. (2003). *Panduan Lengkap Menyusun Proposal dan Rencana Bisnis*. Jakarta: Canary.
- Purdi E Chandra. <http://www.purdiechandra.net>
- Suad Husnan dan Soewarsono . (2003). *Studi Kelayakan Proyek*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Sutoyo. (1995). *Studi Kelayakan Proyek*. Jakarta: LPPM