

RENCANA BISNIS KOPERASI

Diselenggarakan oleh
PBMT Pekalongan Raya

Copy right by
Ahmad Subagyo



Tidak boleh disebarluaskan tanpa seijin Penulis



PROFIL NARASUMBER



Ahmad Subagyo



Chairman of GICI Business School



Konsultan Finance & Market di Bank Dunia



Komisaris Independen PT. Asuransi Takaful



Tenaga Pengajar di LSP P2 PP Polri



Asesor Kompetensi BNSP



TUJUAN pembelajaran

- 01** Mengetahui Proses Perencanaan
- 02** Memahami langkah-langkah dalam penyusunan rencana bisnis
- 03** Mengetahui Pihak-Pihak terkait (stakeholder) dalam menyusun Rencana Bisnis
- 04** Mampu menyusun laporan Rencana Bisnis

Tidak boleh disebarluaskan tanpa seijin Penulis

Roadmap for PowerPoint



Contoh Roadmap for PowerPoint



2005

Aset Koperasi Rp. 800M
Merombak system manajemen tradisional
Menjadi modern berbasis pada IT

Revitalisasi

2015

Melakukan takeover Lembaga keuangan formal untuk menunjang bisnis utama holding

Ekspansi Horizontal

2010

Aset Koperasi di atas Rp.1T
Menjadi holding untuk menunjang
Kebutuhan fasilitas core business

Ekspansi Vertikal

2020

Sinergi holding ke sector riil berbasis IT dengan metode O2O

Ekosistem

STRATEGI 5TH PERTAMA 2005-2010

REVITALISASI MELALUI PERUBAHAN INFORMATION TECHNOLOGI

Di jaman kemajuan teknologi yang demikian cepatnya, Kospin JASA jauh-jauh hari, sudah mempersiapkan tantangan tersebut dengan membangun sistem IT dari 0 sampai bisa melakukan transaksi online real times seperti saat ini.

Yang membanggakan, seluruh sistem IT Kospin JASA di bangun oleh SDM internal Kospin JASA, sehingga tidak menggantungkan kepada pihak lain.



Bersama membangun usaha



MKK (Mobil Kas Keliling)





Kasir Keliling dengan Layanan Tablet



Transfer Adi
untuk bayar
kuliah

Transaksi
sukses



Nikmati kemudahan terbaru layanan **bertransaksi**

Hanya dengan mengaktifkan layanan **M-JASA** dari **Blackberry** atau **Ponsel Android**, Anda dapat melakukan :



Transfer ke Kospin Jasa



Transfer ke
layanan Syariah



Cek Saldo &
Cek Mutasi



Transfer ke
Semua Bank



Produk
Produk



Bayar Speedy. Telepon Rumah. Fax & Telkom Vision

Pembelian Pulsa Simpati & As Prabayar

Dimana saja dan kapan saja melalui ponsel Anda
tanpa harus datang ke kantor layanan Kospin Jasa.

Fitur Layanan M-JASA



- ✓ **Compatible : iOS, Android dan Blackberry**
- ✓ **Informasi produk**
- ✓ **Cek Saldo & Mutasi**
- ✓ **Transfer antar Kospin JASA**
- ✓ **Transfer ke Bank lain**
- ✓ **Isi Pulsa**
- ✓ **Pembayaran (Payment Online) :**
- ✓ **Pembayaran produk telkom dan**
- ✓ **Penjualan Pulsa Telkomsel**
- ✓ **Pembayaran lainnya.**

ATM Kospin JASA



PENGEMBANGAN PRODUK



Simpanan dan Tabungan

- Simpanan Harian
- Simpanan Berjangka
- Simpanan Hari Koperasi (HARKOP)
- Tabungan Koperasi
- Tabungan SAFARI (Sadar manFAat kopeRasi)
- Tabungan "Labbaik"
- Tabungan Pundi Artha Jasa
- Tabungan Sikesra
- Tabungan Bhakti Ibu
- Tabungan INTAN

Pinjaman

- Pinjaman Harian
- Pinjaman Berjangka
- Pinjaman Insidental
- Pinjaman Anuitet
- Pinjaman UMK
- Talangan Dana Haji/Haji Plus
- Talangan Dana Umroh
- Pinjaman Pendidikan
- Pinjaman Anjak Piutang
- Pinjaman Paket
- Kendaraan

Deposit and Saving

- Daily Deposit
- Time Deposit
- Cooperation Day Deposit (HARKOP)
- Cooperation Saving Account
- Safari Saving Account (Sadar manFAat kopeRasi)
- "Labbaik" Hajj Saving Account
- Pundi Artha Jasa Saving Account
- Sikesra Saving Account
- Bhakti Ibu Saving Account
- INTAN Saving Account

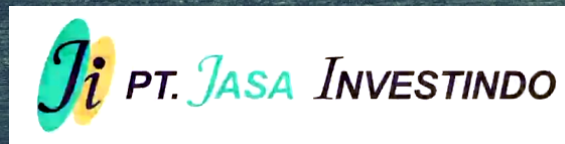
Financing

- Daily Financing
- Time Financing
- Incidental Financing
- Annuity Financing (Installment Payment)
- UMK Financing
- Hajj Bridging Financing
- Anjak Finance
- Education Financing



RENSTRA 5TH KEDUA 2010-2015

1. PT. JASA INVESTINDO (Perusahaan Pengelola Asset)
2. PT. PERINTIS JASA GRAFIKA (Perusahaan Percetakan)
3. MEDIA JASA (Media Informasi Anggota Kospin Jasa)



RENSTRA 5TH KETIGA 2015-2020

1. PT. JMA SYARIAH (Perusahaan Asuransi Syariah)
2. PT. Jasa Gadai Syariah (Perusahaan Gadai Syariah)
3. PT. Jasa Utama Capital Securitas (Perusahaan Sekuritas)
4. PT. Asuransi Takaful Umum (Perusahaan Asuransi Umum)



MATERI RENCANA BISNIS

1

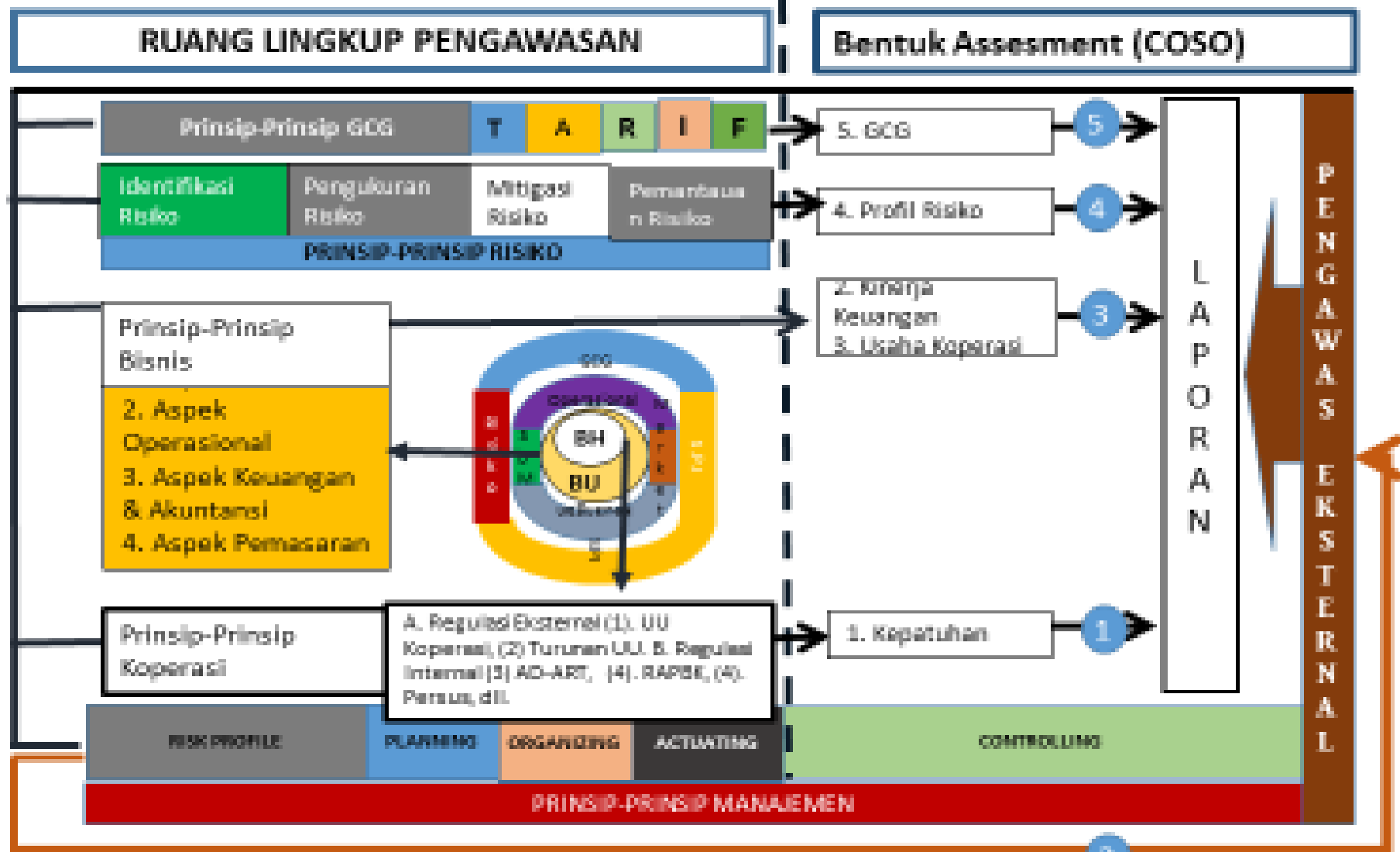
RENCANA STRATEGIS

2

RENCANA AKSI

FRAMEWORK TATA KELOLA KOPERASI

FRAMEWORK: Pengawasan Koperasi



4 CIRI PERENCANA YANG BAIK



1. Mengetahui
Dasar-Dasar
Manajemen



2. Memahami
Visi & Misi
Organisasi



3. Menguasai
alat-alat Analisis



4. Memiliki
wawasan yang
luas

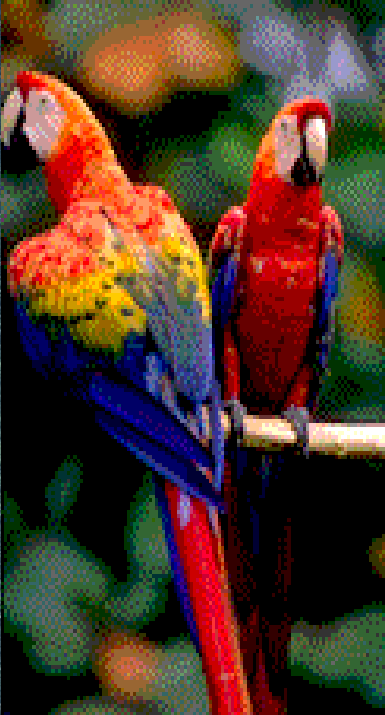


Perencanaan (Planning)



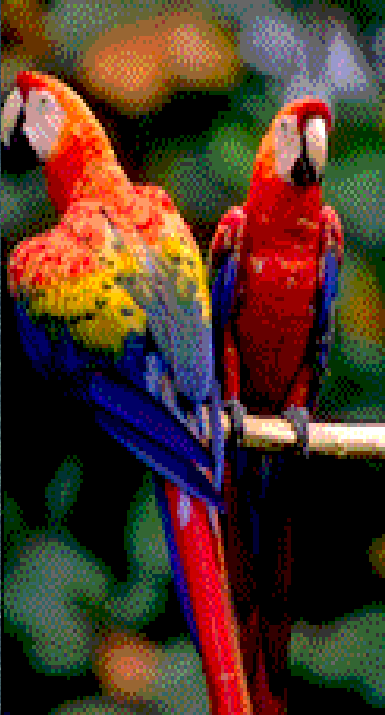
Keputusan tentang apa (what), bagaimana (how), kapan (when), di mana (Where) dan siapa (who) yang akan melaksanakan atas sasaran dan kegiatan yang akan dilakukan

Fungsi Perencanaan



1. Mengurangi ketidak pastian (uncertainty)
2. Fokus pada sasaran yang jelas
3. Tercapainya tujuan secara efektif & efisien
4. Controlling

Jenis & Jenjang Perencanaan



1

Visi

Vission

Tujuan organisasi yg berlaku umum / cita-cita organisasi.

2

Misi

Mission

Tujuan khusus organisasi yg membedakan dg organisasi lainnya.

3

Sasaran

Objectives

Target yg harus dicapai

4

Strategi

Strategy

Pengaturan berbagai sumber daya jangka panjang agar tdk kalah dlm persaingan

5

Anggaran

Budget

Rencana kerja keuangan jangka pendek (1 tahun)

PENGERTIAN RENCANA BISNIS

Suatu rangkaian rencana usaha yang meliputi rencana pasar dan pemasaran, rencana operasional dan rencana keuangan yang disusun untuk menjadi pedoman bagi organisasi dalam mencapai visi-misi dan tujuan mereka.

- Ahmad Subagyo -

TUJUAN RENCANA BISNIS



Tidak boleh disebarluaskan tanpa seijin Penulis

PENYUSUN RENCANA BISNIS



PENGURUS



PENGAWAS



PENGELOLA



TEKNIK PENYUSUNAN RENCANA STRATEGIS

Tidak boleh disebarluaskan tanpa seijin Penulis

SISTEMATIKA RENSTRA



01

VISI – MISI – TUJUAN ORGANISASI

02

ANALISIS SWOT

03

BIDANG STRATEGI

04

KEY PERFORMANCE INDICATOR

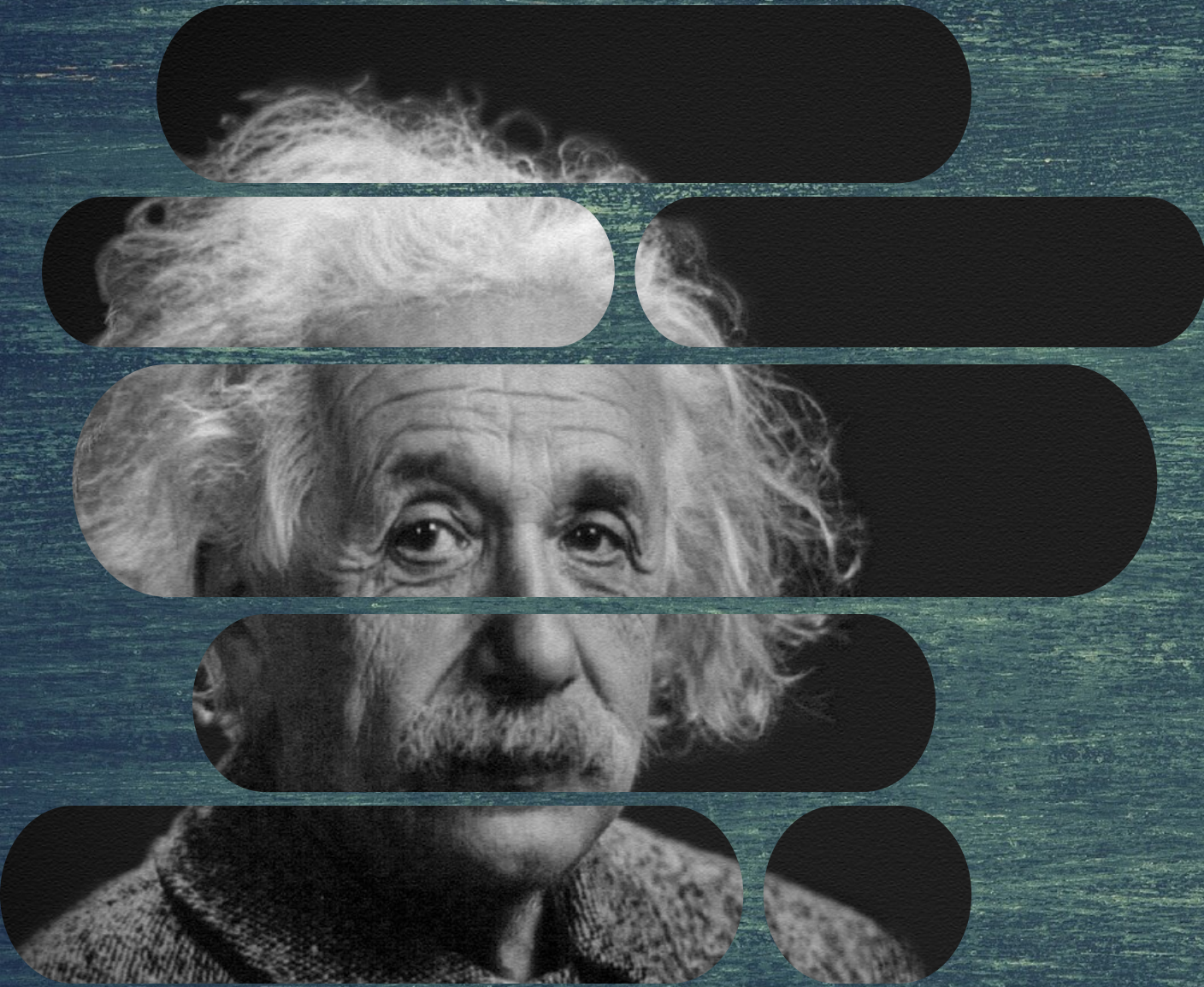
05

RENCANA ANGGARAN

PROSES PERENCANAAN



Tidak boleh disebarluaskan tanpa seijin Penulis



VISI ADALAH SUATU
KONDISI IDEAL YANG
DIHARAPKAN DI
MASA YANG AKAN
DATANG

#Ahmad Subagyo

Tidak boleh disebarluaskan tanpa seijin Penulis

Visi mengandung 4 kata kunci

01

To be
Menjadi

02

Superlative
Terbesar
Terbaik

03

Field
Dalam bidang

04

Locus
Di

CONTOH

“Menjadi Koperasi
Komunitas Berbasis
Digital Terbesar di
Indonesia”

#ahmadsubagyo

Tidak boleh disebarluaskan tanpa seijin Penulis





Misi adalah
“Pernyataan dari
visi”

#ahmadsubagyo

Tidak boleh disebarluaskan tanpa seijin Penulis

CONTOH

MISI

“Menjadi Koperasi **Komunitas** Berbasis **Digital** Terbesar di Indonesia”

1

Membangun jejaring antar pelaku usaha di Indonesia dalam suatu platform

2

Menyediakan teknologi informasi yang memberikan nilai tambah (value) bagi setiap pelaku usaha dan pengguna jasa usaha

TUJUAN



Sasaran yang ditetapkan sebagai suatu arah kegiatan yang akan dilakukan ke depan.

TUJUAN KOPERASI

CONTOH

01

Mengkoneksikan kerjasama antar pelaku usaha dalam sebuah platform digital

02

Meningkatkan kinerja usaha pengusaha mikro-kecil-menengah melalui platform digital

03

Mengintegrasikan anggota yang berbasis usaha sector riil dengan anggota yang berbasis usaha sector riil melalui platform digital

04

Meningkatkan pendapatan anggota koperasi

Tidak boleh disebarluaskan tanpa seijin Penulis



SASARAN

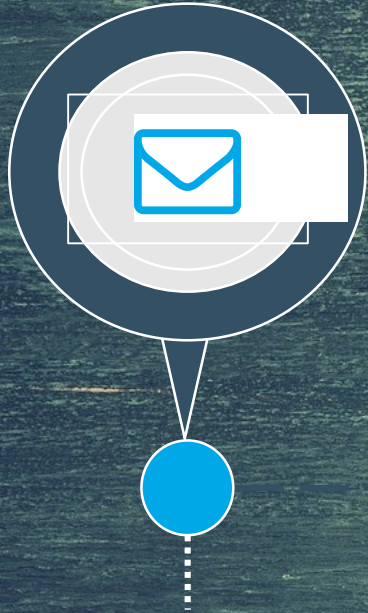
PUSAT DAN SUMBER
PENGGERAK ORGANISASI
DALAM MENCAPAI VISI & MISI
ORGANISASI



Tidak boleh disebarluaskan tanpa seijin Penulis

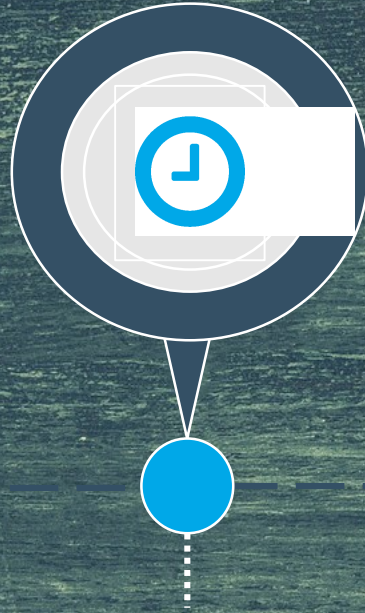
CONTOH

4 SASARAN



PENGEMBANGAN PLATFORM

Bidang Kegiatan yang dijalankan untuk mencapai tujuan pertama



PENDIDIKAN & PELATIHAN

Bidang Kegiatan yang dijalankan untuk mencapai tujuan kedua



ORGANISASI & KEANGGOTAAN

Bidang Kegiatan yang dijalankan untuk mencapai tujuan ketiga



INVESTASI DAN USAHA

Bidang Kegiatan yang dijalankan untuk mencapai tujuan keempat

Tidak boleh disebarluaskan tanpa seijin Penulis

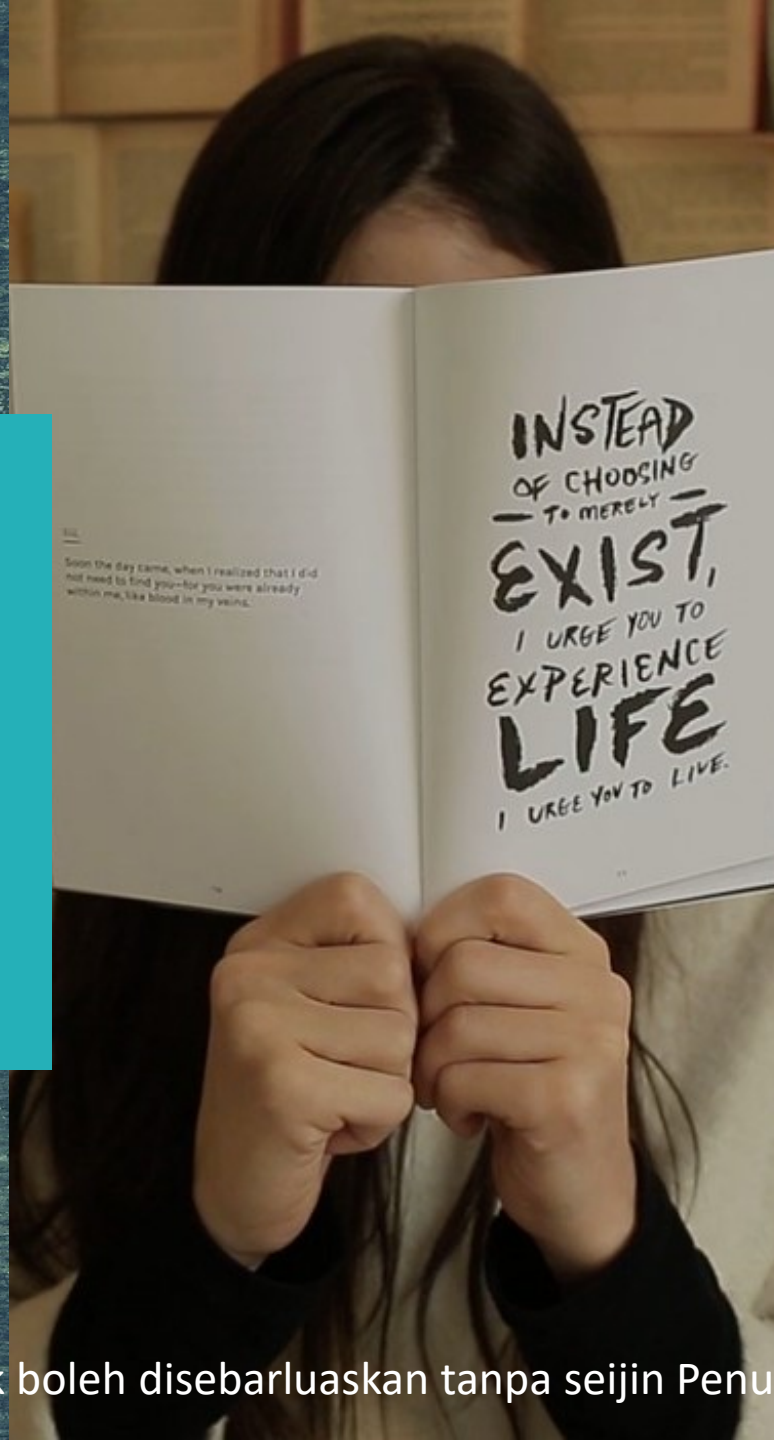
CONTOH

STRUKTUR ORGANISASI KOPERASI



Indikator Kinerja Bidang Pengembangan Platform

Adanya peningkatan jumlah user dari marketplace koperasi



SASARAN STRATEGIS

- 01 Anggota UKM di wilayah kabupaten/kota yang bergabung dalam marketplace tiap tahun sebesar minimal 20 %.
- 02 Koperasi berbasis keuangan yang bergabung menjadi anggota minimal tiap tahun sebesar 20% pertahun.
- 03 Peningkatan penjualan anggota pengguna marketplace sebesar 10% pertahun
- 04 Memiliki MOU dengan Perusahaan/koperasi minimal 20% pertahun

ADA 3 LANGKAH

1. Analisis Internal dan Eksternal Organisasi (SWOT)
2. Susun strategi pemasaran, operasional dan keuangan organisasi
3. Review dan Tetapkan sebagai Dokumen Resmi Organisasi

CORE BUSINESS



Tidak boleh disebarluaskan tanpa seijin Penulis

ANALISIS SWOT

Analisis terhadap kondisi internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (kesempatan dan ancaman) yang terdapat dalam organisasi

Ahmad Subagyo

ANALISIS SWOT

Analisis internal untuk mengetahui kekuatan yang dimiliki organisasi

KEKUATAN

Kekuatan dan kelemahan dapat ditinjau dari aspek internal organisasi yaitu aspek bisnis yaitu Pasar, Operasi, SDM dan keuangan serta legalitas usaha

Analisis internal untuk mengetahui unsur2 kelemahan

KELEMAHAN

Analisis eksternal untuk mengetahui adanya gap permintaan

PELUANG

Peluang dan Ancaman dapat ditinjau dari aspek eksternal, antara lain Pertumbuhan pasar, kebutuhan masyarakat, jumlah pesaing, produk substitusi, dsb.

Analisis eksternal untuk mengetahui posisi pesaing, perubahan ekonomi, geografis dan demografi

ANCAMAN

KEKUATAN



01

Pengguna jasa adalah anggota koperasi

02

Koperasi memiliki modal social yang tinggi

03

Memiliki jaringan kerjasama yang luas

04

Memiliki SDM yang qualified di bidang IT

KELEMAHAN

01.

Modal yang terbatas

02.

Belum memiliki pengalaman bisnis di bidang IT

03.

Fasilitas dan sarana prasarana IT yang terbatas

04.

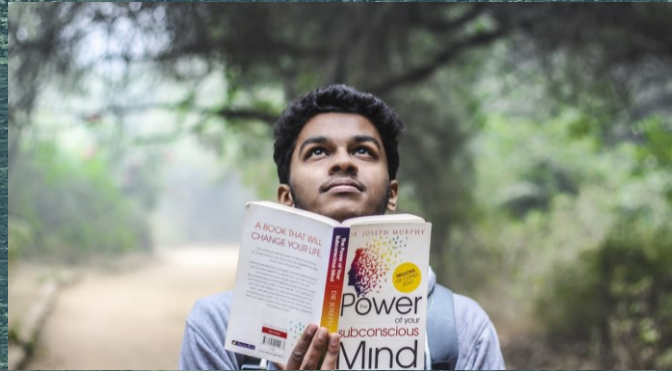
Produk yang belum teruji di pasar



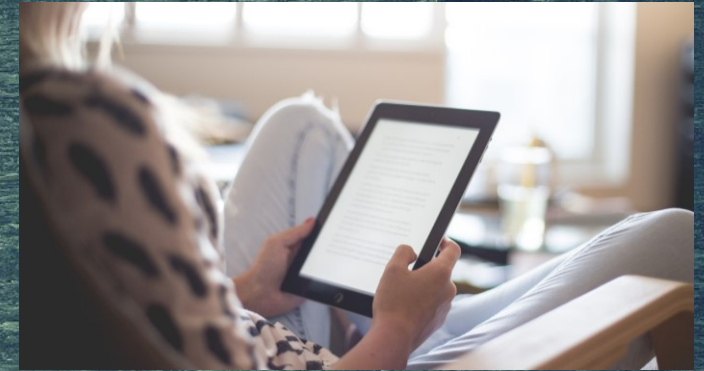
PELUANG



SAAT INI BERADA
DALAM MASA BONUS
GEOGRAFIS YG
MEMILIKI ANGK KERJA
LEBIH DARI 50%



- MINDSET GENERASI
REVOLUSI 4.0 BERBASIS
IT
- Masyarakat mayoritas
Muslim



SHIFTING DARI
KONVENSIONAL
KE DIGITAL

ANCAMAN

```
graph LR; A((ANCAMAN)) --- B(01 Kondisi ekonomi yang memburuk); A --- C(02 Start up asing yang bebas masuk ke dalam negeri); A --- D(03 Kerjasama antar koperasi yang masih lemah); A --- E(04 Kecenderungan individualisme yang makin menguat di tengah masyarakat);
```

01

Kondisi ekonomi yang memburuk

02

Start up asing yang bebas masuk ke dalam negeri

03

Kerjasama antar koperasi yang masih lemah

04

Kecenderungan individualisme yang makin menguat di tengah masyarakat

Analisis SWOT (Internal)/IFAS "BS"

No	Keterangan	Bobot	Nilai	Score
Strenght				
1	Pengguna adalah anggota koperasi	0,12	4	0,48
2.	Memiliki modal social yang tinggi	0,13	3	0,39
3.	Memiliki jaringan kerjasama yang luas	0,12	3	0,36
4.	Memiliki SDM yang qualified di bidang IT	0,13	3	<u>0,39</u>
				1,62
Weakness				
1.	Modal yang terbatas	0,12	4	0,48
2.	Belum memiliki pengalaman bisnis di bidang IT	0,13	3	0,39
3.	Fasilitas dan sarpras IT yang terbatas	0,12	2	0,24
4.	Produk yang belum teruji di pasar	0,13	3	<u>0,39</u>
				1,50
	Total Score	1,00		1,62+1,50= 3,12

1. Total **Strenght** > total **Weakness**, yaitu **1,62 > 1,50**
2. Total the WEIGHTED SCORE for an average firm in an BS is **3,12**.
Artinya; Dari sisi Internal, BS **Bagus dan prospek untuk dikembangkan**

Analisis SWOT (Eksternal)/EFAS "BS"

No	Keterangan	Bobot	Nilai	Score
Opportunity				
1	Memiliki bonus demografis	0,13	4	0,52
2.	Masyarakat Mayoritas Muslim	0,13	3	0,39
3.	Mindset Revolusi 4.0 Berbasis It	0,12	3	0,36
4.	Shifting Dari Konvensional Ke Digital	0,12	3	<u>0,36</u>
				1,63
Threats				
1.	Kondisi ekonomi yang memburuk	0,13	4	0,52
2.	Start up asing yang bebas masuk ke dalam negeri	0,13	2	0,26
3.	Kerjasama antar koperasi yang masih lemah	0,12	2	0,24
4.	Kecenderungan individualisme yang makin menguat di tengah masyarakat	0,12	3	<u>0,36</u>
				1,38
Total Score		1,00		1,63+1,38=3,01

1. Total **Opportunity** > total **Threats**, yaitu **1,63 > 1,38**

2. The total **WEIGHTED SCORE** for an average firm in an BS is **3,01**

Artinya; dari sisi Eksternal, BS masih Bagus dan Prosfek untuk dikembangkan

MATRIKS IE (INTERNAL-EKSTERNAL)

MATRIKS SWOT 2018

Rangkuman hasil perhitungan:			
Nilai Peluang			1,63
Nilai Ancaman			1,38
Total Nilai Faktor Eksternal			3,010
Nilai Kekuatan			1,60
Nilai Kelemahan			1,52
Total Nilai Faktor Internal			3,120

TOTAL SKOR (B X R) KEKUATAN EKSTERNAL (DAYA TARIKI)

TOTAL SKOR (B X R) KEKUATAN INTERNAL (KEKUATAN KOMPETISI)

	KUAT/TINGGI 4,00	SEDANG/RATA-RATA 3,00	LEMAH/RENDAH 2,00	1,00
KUAT/TINGGI	Strategi 1: GROWTH - Konsentrasi melalui integrasi vertikal. - Dengan cara mengambil alih fungsi supplier. - Dengan cara mengambil alih fungsi distributor. - Untuk perusahaan yang punya posisi kompetitif yang kuat. - Mengintegrasikan seluruh proses dari bahan mentah sampai jadi untuk menjamin kualitas produk. - Keuntungan: biaya turun dan meningkatnya koordinasi dan kontrol.	Strategi 2: GROWTH - Konsentrasi melalui integrasi horizontal. - Memperluas perusahaan dengan membangun di lokasi lain. - Meningkatkan jenis produk serta jasa. - Meningkatkan penjualan dan profit. - Dapat memperluas pasar, fasilitas produksi dan teknologi.	Strategi 3: RETRENCHMENT - Pengurangan - Turnaround (berubah haluan) - Memperkecil atau mengurangi usaha.	
	Strategi 4: STABILITY - Menjaga Stabilitas - Tanpa mengubah arah strategi.	Strategi 5: GROWTH - Konsentrasi melalui integrasi horizontal. - Memperluas perusahaan dengan membangun di lokasi lain. - Meningkatkan jenis produk serta jasa. - Meningkatkan Konsolidasi - Dapat memperluas pasar, fasilitas produksi dan teknologi. Strategi 5: STABILITY - Menjaga Stabilitas - Tanpa mengubah arah strategi.	Strategi 6: RETRENCHMENT - Pengurangan - Captive (mengamati) - Divestment (pembebasan dari kepentingan-kepentingan)	
	Strategi 7: GRWTH - Diversifikasi konsentrik. (keberagaman konsentrik) - Dengan cara memanfaatkan kekuatannya untuk membuat produk baru secara efisien.	Strategi 8: GRWTH - Diversifikasi konglomerat. (keberagaman konglomerasi) - Melakukan pertumbuhan melalui kegiatan-kegiatan yang tidak saling berhubungan.	Strategi 9: RETRENCHMENT	
SEDANG/RATA-RATA				
LEMAH/RENDAH				
				2.076

Pilihan/ Alternatif Strategi : Strategi 8 GROWTH

Genuine V
 Prosedur C
 1. Kita ting
 mengese
 merah put
 sesuai put
 sesuai NIL
 PERHITUN
 STRATEGI
 dihasilkan
 2. Isi kolor
 bawah tab
 sesuai pilih
 strategi yg

1.455

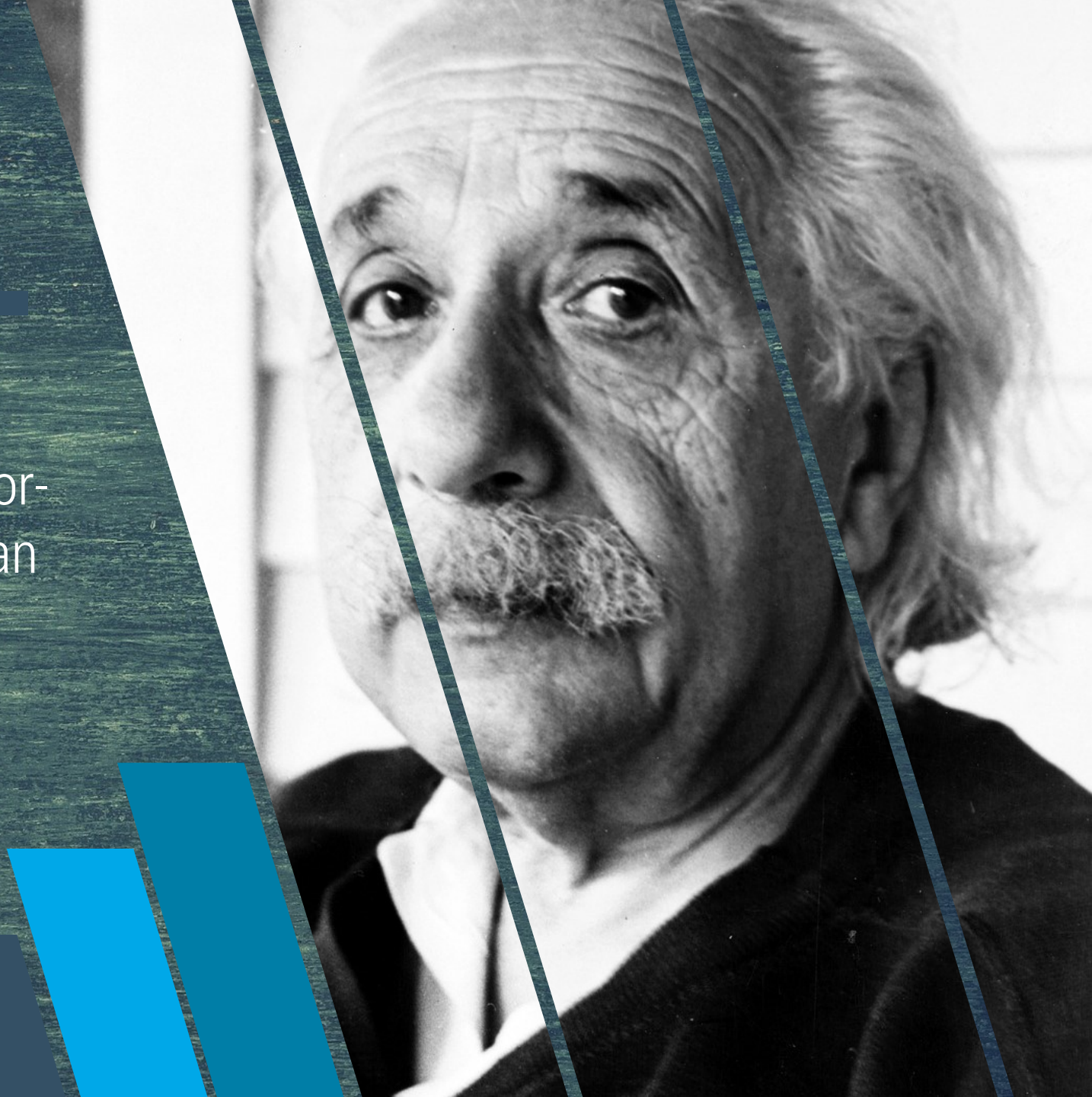


TEKNIK PENYUSUNAN RENCANA AKSI

RENCANA AKSI

Rencana kegiatan yang akan dilakukan untuk memenuhi indicator-indicator dalam pencapaian Sasaran Strategis

-- Ahmad Subagyo --





4 UNSUR

RENCANA AKSI

1

INDIKATOR SASARAN.



2

DAFTAR KEGIATAN



3

WAKTU KEGIATAN



4

ANGGARAN BIAYA

RENCANA AKSI – ACTION PLAN

Indikator Utama Bidang Pengembangan Platform		Kegiatan	Waktu		Biaya
No	Uraian	2019	Smt-1	Smt-2	
1					
2					
3					
4					

CONTOH

Indikator Utama Bidang Pengembangan Platform		Kegiatan	Waktu		Biaya
No	Uraian	2019	Smt-1	Smt-2	
1	Anggota UKM di wilayah kabupaten/kota yang bergabung dalam marketplace tiap tahun sebesar minimal 20 %.	1. Mengidentifikasi UKM riil di tiap pedesaan/kelurahan 2. Menghasilkan laporan jumlah UKM riil di tiap pedesaan/kelurahan 3. Melakukan sosialisasi marketplace 4. Mendaftarkan menjadi anggota koperasi digital	Bulan-I Bulan-II Bulan-III	 Bulan-7	Rp. 15.juta
2	Anggota Koperasi berbasis keuangan yang bergabung menjadi anggota minimal tiap tahun sebesar 20% pertahun.	5. Melakukan sosialisasi marketplace 6. Mendaftarkan menjadi mitra agen koperasi digital	Bulan-IV Bulan-V Bulan-VI		Rp. 10.juta
3	Peningkatan penjualan anggota pengguna marketplace sebesar 10% pertahun	7. Memberikan edukasi manfaat penggunaan marketplace 8. Memberikan insentif bagi pengguna marketplace 9. Membuat program bersama antar-koperasi		Bulan-VI Bulan-VII Bulan-VIII	Rp. 10.juta
4	Memiliki MOU dengan Perusahaan/koperasi minimal 20% pertahun	10. Mengirimkan penawaran kerjasama ke Koperasi dan perusahaan; 11. Menandatangani MOU	Bulan-IV Bulan-V	Bulan-IX Bulan-X	Rp. 10.juta