



Menyusun proposal bisnis (pitch deck) dan mitigasi risiko

Pelatihan Pengurus Koperasi Desa / Kelurahan Merah Putih

Konsep Dasar Proposal Bisnis

Definisi Proposal Bisnis

Definisi Proposal Bisnis

Proposal bisnis merupakan dokumen tertulis yang menjelaskan ide usaha dan tujuan bisnis secara jelas.

Rencana Pelaksanaan

Proposal mencakup rencana pelaksanaan yang rinci untuk mencapai tujuan bisnis yang diajukan.

Tujuan dan Dukungan

Dokumen digunakan untuk mendapatkan dukungan atau pendanaan dari pihak terkait.





FUNGSI DAN TUJUAN PROPOSAL BISNIS

Meyakinkan Pemangku Kepentingan

Proposal bisnis membantu meyakinkan pemangku kepentingan tentang potensi dan kelayakan usaha yang diajukan.

Alat Komunikasi Strategis

Proposal berfungsi sebagai media komunikasi untuk memperoleh investasi, kerjasama, dan izin usaha.

BAGIAN-BAGIAN UTAMA DALAM PROPOSAL BISNIS



Ringkasan Eksekutif

Ringkasan singkat yang menjelaskan tujuan dan inti dari proposal bisnis secara keseluruhan.

Deskripsi Produk atau Jasa

Penjelasan detail mengenai produk atau jasa yang ditawarkan dalam proposal bisnis.

Analisis Pasar dan Strategi Pemasaran

Evaluasi target pasar dan rencana pemasaran untuk menjangkau pelanggan potensial.

Rencana Operasional dan Proyeksi Keuangan

Rencana pelaksanaan bisnis beserta perkiraan keuangan yang mendukung kelangsungan usaha.

3.1 Memahami Proposal Bisnis

- Proposal bisnis koperasi berisi **rencana usaha yang menjelaskan ide, strategi, dan arah** kegiatan koperasi.
- Penting disusun dengan **data dan asumsi yang realistis** agar bisa menarik **kepercayaan** anggota maupun mitra.
- Proposal membantu **anggota memahami arah usaha dan menyamakan visi** koperasi.

Kapan dibuat?

Setelah visi, misi, dan tujuan ditentukan.

Durasi perencanaan:

- Biasanya 1–3 tahun, dengan isi mencakup: model usaha, kebutuhan dana, strategi pasar, dan proyeksi keuangan.

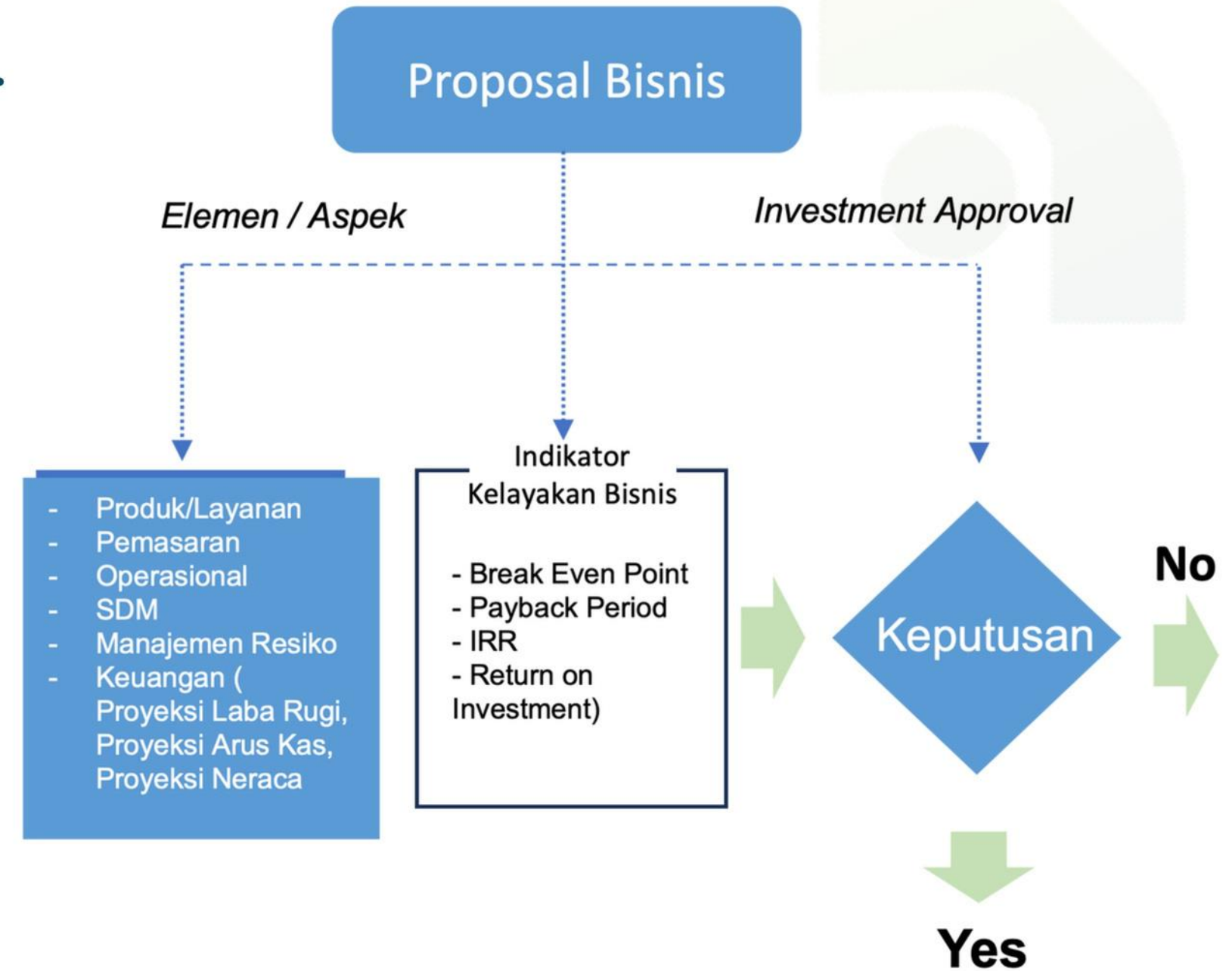


3.2 Kerangka Bisnis Plan

Struktur Proposal Bisnis idealnya **maksimal 15 halaman**.

Terdiri dari:

- Ringkasan Eksekutif
- Profil Bisnis
- Produk/Layanan
- Rencana Produksi
- Analisis Pasar & Pemasaran
- SDM & Organisasi
- Rencana Operasional
- Risiko & Strategi Mitigasi
- Proyeksi Keuangan
- Rencana Aksi



Proposal bukan hanya syarat formalitas, tapi **alat strategis untuk mendapatkan dukungan dan mengarahkan operasional** koperasi.

3.3 Aspek Proposal Bisnis Plan

Tiga Aspek Utama dalam Proposal



Aspek Pemasaran

- Analisis permintaan dan penawaran
- Identifikasi segmen pasar dan target konsumen
- Analisis pesaing
- Strategi pemasaran yang efektif (Mis. 4P)



Aspek Operasional

- Rencana produksi dan distribusi
- Kebutuhan SDM dan struktur organisasi
- Manajemen rantai pasok



Aspek Keuangan

- Perencanaan kebutuhan anggaran dan sumber pendanaan
- Proyeksi pendapatan, dan arus kas
- Indikator kelayakan keuangan

3.3.1 Aspek Pasar | Analisis Pasar dan Permintaan

- **Analisis Permintaan:** Ukur potensi pasar, tren, daya beli, dan kebutuhan pelanggan
- **Analisis Penawaran:** Lihat produk/jasa yang sudah tersedia dan kapasitas pasar
- **Keseimbangan Pasar:** Titik pertemuan harga dan volume yang ideal



Contoh Studi Kasus Produksi dan Pemasaran Kopi:
Koperasi Sejahtera Tani

Analisis pasar:

- **Permintaan:** Naik 15%/tahun, harga stabil Rp120.000/kg
- **Penawaran:** Produsen terbatas, belum semua penuhi standar organik
- **Analisis Keseimbangan Pasar:** Konsumsi tumbuh cepat > pasokan belum cukup

Interpretasi Kelayakan:

- Permintaan meningkat, produsen sedikit
- Harga tinggi → margin menjanjikan
- Trend kopi organik mendukung bisnis jangka panjang
- Pasar masih mampu beli

Kesimpulan:

Peluang usaha tinggi. Layak dikembangkan dan diperluas ke kota-kota besar.

3.3.1 Aspek Pasar | Segmentasi dan Target Konsumen

Part 1. Segmentasi Pasar. Kenali konsumen anda dengan 4 pendekatan ini:



Demografis

- Usia, gender, pendidikan, pekerjaan

Contoh: Usia 25-45 tahun, pekerja kantoran yang gemar menikmati kopi premium.



Perilaku

- Kebiasaan, minat

Contoh: Sering membeli kopi dalam kemasan / berlangganan kopi & memperhatikan kualitas kopi



Geografis

- Wilayah, desa, kota

Contoh: Pasar utama di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya.



Psikografis

- Gaya hidup, nilai, motivasi

Contoh: Pecinta kopi yang menghargai rasa dan kualitas produk organik.



Segmentasi membantu menentukan cara komunikasi & strategi produk agar tepat sasaran.

3.3.1 Aspek Pasar | Segmentasi dan Target Konsumen

Part 2. Targeting. Faktor yang dipertimbangkan dalam memilih segmen pasar yang paling potensial:



Ukuran Pasar

- Besar atau kecilnya segmen

Contoh: Pasar kopi organik tumbuh 15% per tahun



Ketersediaan Akses

- Apakah bisa dijangkau?

Contoh: Akses ke *coffee shop* lebih mudah dijangkau dibanding konsumen langsung



Profitabilitas

- Potensi keuntungan

Contoh: *Coffee shop* yang memesan dalam jumlah besar memberikan keuntungan lebih dibandingkan pelanggan individu



Biaya Akuisisi Pelanggan

- Seberapa efisien?

Contoh: Setelah dikalkulasi perbandingan pemasaran ke *coffee shop* lebih murah dibanding konsumen langsung



Contoh: Koperasi memilih segmen B2B seperti cafe, hotel, dan distributor ekspor untuk volume & efisiensi lebih tinggi.

3.3.1 Analisis Pesaing

Siapa Kompetitor Kita? Apa Keunggulan Kita?



Manfaat Analisis Pesaing:

1. Mengetahui kelemahan dan kelebihan pesaing
2. Mengidentifikasi peluang dan ancaman
3. Meningkatkan kinerja bisnis
4. Meningkatkan fokus Pemasaran

Contoh: Matriks pesaing kopi – lihat kualitas, strategi harga, dan saluran distribusi

Faktor	Koperasi Sejahtera Tani	Kompetitor 1	Kompetitor 2
Kualitas Produk	Premium Organik	Premium	Standar
Diferensiasi produk	Kopi organic, sertifikasi berkelanjutan	Kopi premium	Kopi massal
Strategi pemasaran	Digital, Mitra café	Retail	Distributor
Saluran distribusi	B2B Coffee shop	Retail	Agen

3.3.1 Strategi Pemasaran yang Efektif

Marketing Mix: Produk, Harga, Tempat, Promosi



Produk

Apa yang ditawarkan dan apa keunikannya?

Harga

Kompetitif tapi tetap menguntungkan

Tempat

Kanal distribusi—ritel, cafe, marketplace, B2B

Promosi

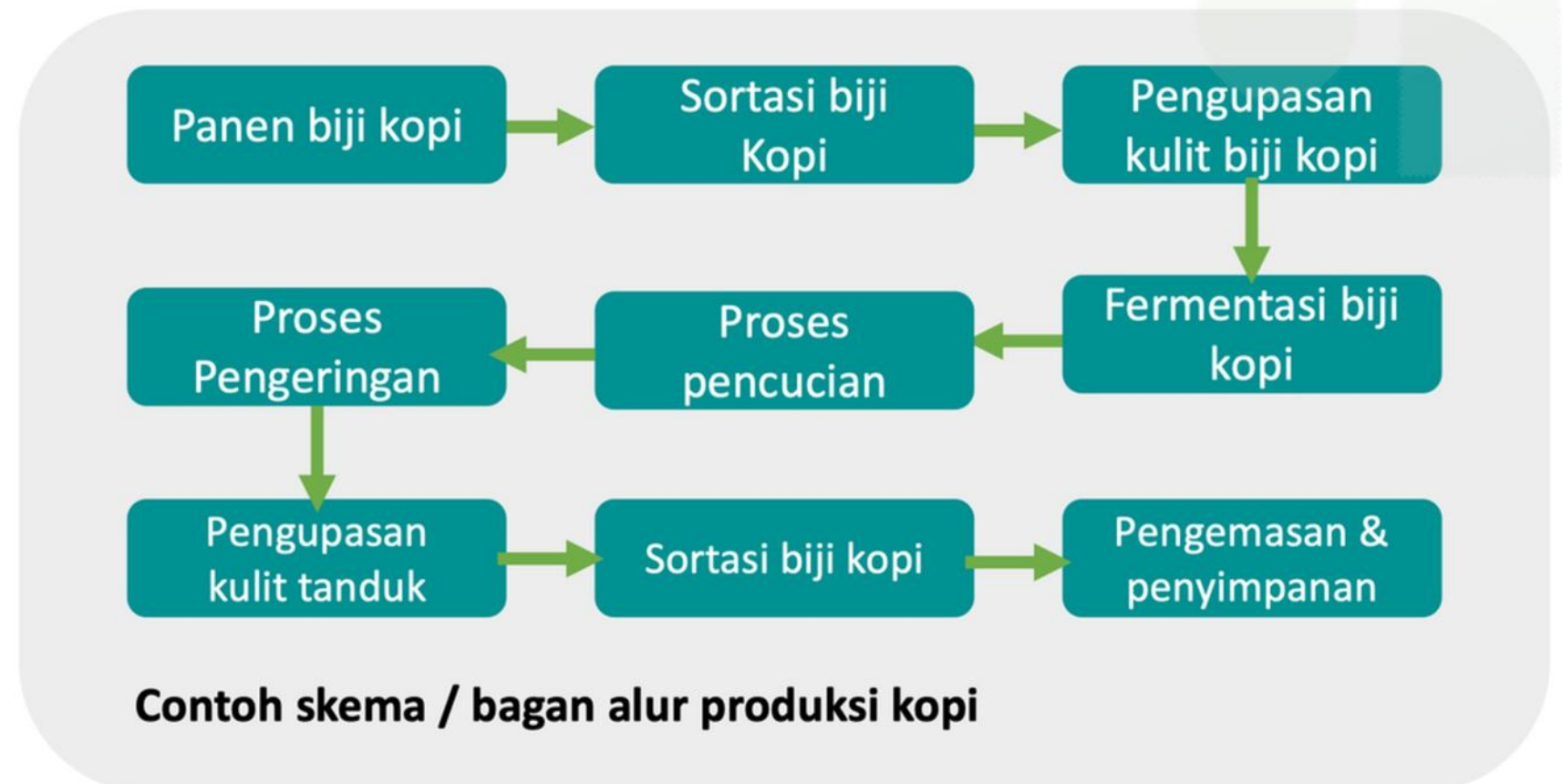
Media sosial, testimoni, branding lokal

4P adalah strategi pemasaran paling dasar yang wajib dikuasai oleh koperasi.

3.3.2 Aspek Operasional | Strategi Produksi dan Distribusi

Rencana Produksi: Proyeksi & Skema Proses. Isi rencana produksi biasanya meliputi jenis dan jumlah produk, jadwal panen/produksi, kapasitas alat & SDM, dan rantai proses.

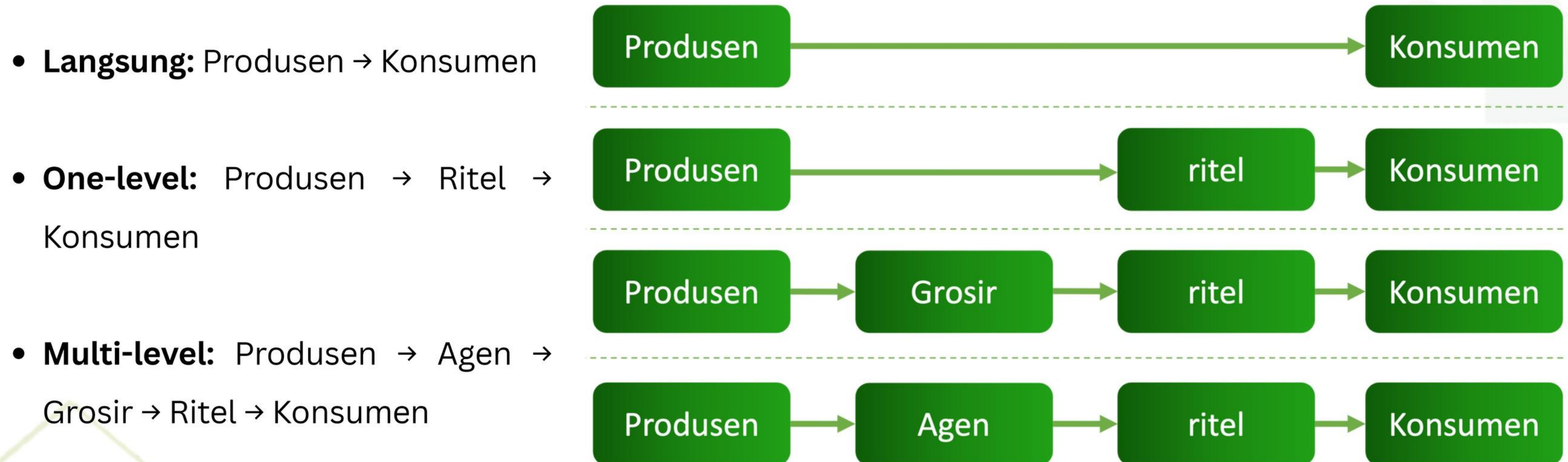
Rencana Produksi	Periode Proyeksi					
	Tahun I 2023/musim		Tahun II 2024/musim		Tahun III 2025/musim	
	I	II	I	II	I	II
Jumlah Petani	307	307	350	350	400	400
Luas Lahan	0,5 Ha	0,5Ha	0,5Ha	0,5Ha	1,0Ha	1,0Ha
Hasil	0	80	120	120	120	120
Panen/Kw						
Harga/Kw	0	2.000.000	3.000.000	3.000.000	5.000.000	5.000.000
Rencana Agregat %	0	50%	55%	55%	60%	60%
Agregat per kwintal	0	40	66	66	72	72
Rencana Penjualan	0	80.000.000	198.000.000	198.000.000	360.000.000	360.000.000



Contoh: Proyeksi kapasitas produksi. Strategi ini dibutuhkan agar **koperasi mampu meningkatkan kapasitas produksi** secara berkelanjutan dan memenuhi permintaan pasar.

3.3.2 Aspek Operasional | Strategi Produksi dan Distribusi

Jenis Rantai Distribusi yang Efisien:



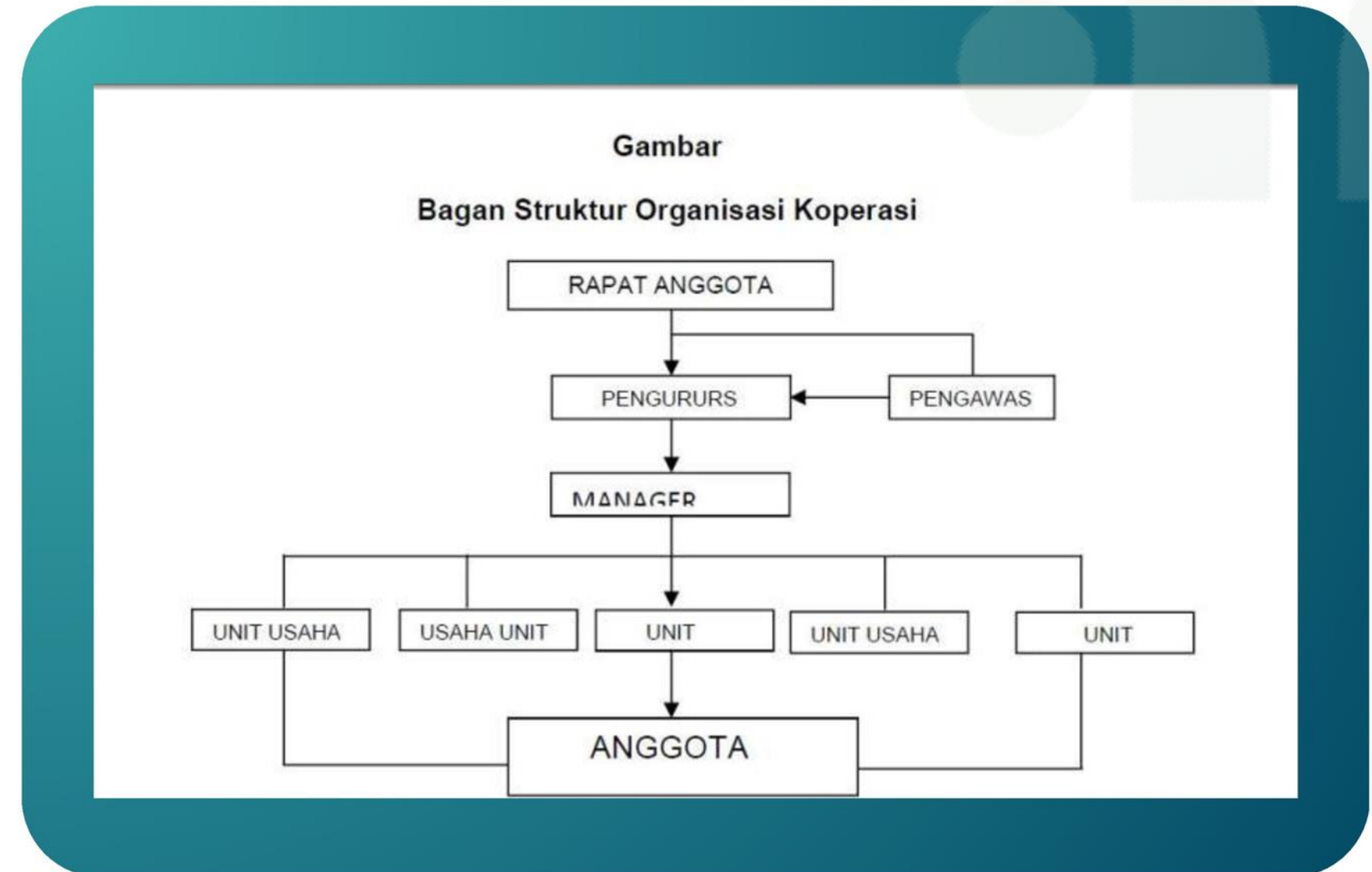
Untuk produk kecil volume & margin tinggi gunakan **langsung**. Untuk pasar luas & efisiensi gunakan multi-level.

3.3.2 Aspek Operasional | Organisasi dan SDM

Rencana SDM membantu koperasi mengenali kebutuhan tenaga kerja dan tugas tiap posisi. Sedangkan Struktur organisasi memudahkan koordinasi dan efektivitas kerja.

Contoh Analisis Kebutuhan SDM Koperasi Tani Sejahtera:

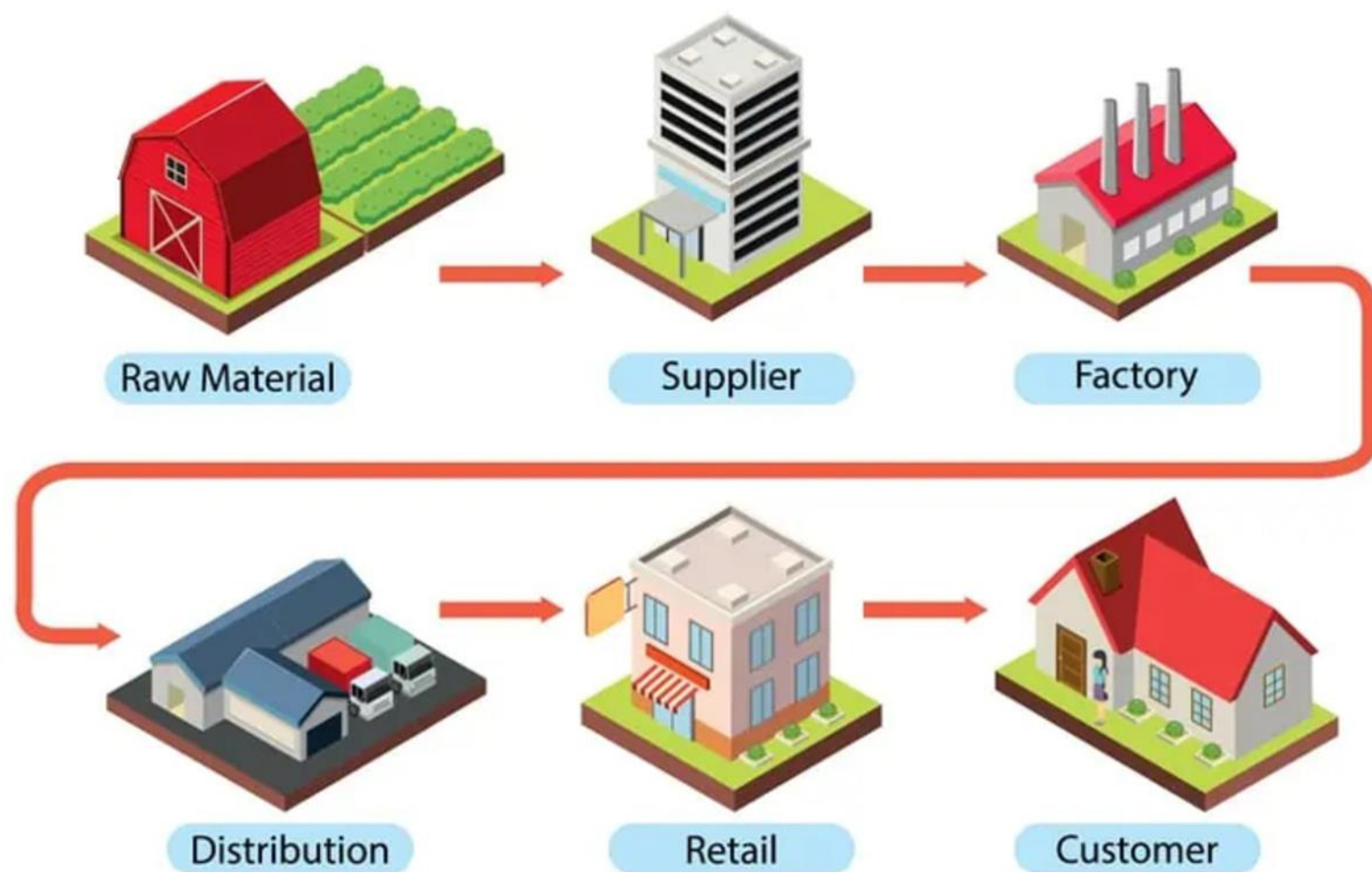
Kebutuhan SDM	28 orang
Jabatan dan uraian tugas	<ul style="list-style-type: none">• Manajer: Bertanggung jawab atas perencanaan strategis, pengelolaan operasional, dan pengambilan keputusan dalam koperasi. Memastikan koordinasi antar divisi berjalan dengan baik.• Pekerja pengalahan kopi : Bertanggung jawab atas proses pascapanen, termasuk pencucian, pengeringan, dan pengolahan biji kopi agar siap untuk dijual.• dll
Jenis Tenaga Kerja	5 karyawan tetap 3 karyawan kontrak 20 tenaga kerja harian



Struktur dan perencanaan SDM = fondasi operasional yang kuat

3.3.2 Aspek Operasional | Manajemen Rantai Pasok

Alur Barang dari Bahan Baku ke Konsumen



Tiga tahap utama:

1. **Upstream:** dari pemasok ke perusahaan
2. **Internal:** dari gudang ke proses produksi
3. **Downstream:** dari gudang ke distributor/konsumen

Manajemen rantai pasok yang baik = efisiensi, kontrol mutu, dan keuntungan optimal

3.3.3 Aspek Keuangan| Memahami Dasar Istilah Keuangan

Jenis	Contoh	Catatan
Fixed Asset	Tanah, alat produksi	Aset jangka panjang, tidak dijual ulang
Non-Asset	Biaya hukum, riset, pelatihan	Tak berwujud tapi penting untuk proyek
Biaya Tetap	Gaji tetap, sewa, asuransi	Tidak berubah meski produksi naik/turun
Biaya Variabel	Listrik, bahan baku	Fluktuatif, tergantung jumlah produksi

3.3.3 Aspek Keuangan| Kebutuhan Anggaran (Initial Investment) dan sumber pendanaan

Keterangan	Qty	Satuan	Harga (Rp)	Total Harga (Rp)
A. INVESTASI FIX ASSET				
1. Tanah	10	Ha	50.000.000	500.000.000
2. Bangunan	1	Unit	300.000.000	300.000.000
3. Mesin & Peralatan	5	Unit	50.000.000	250.000.000
4. Inventaris Kantor	1	Set	100.000.000	100.000.000
5. Kendaraan	1	Unit	200.000.000	200.000.000
6. Lain-lain	-	-	50.000.000	50.000.000
TOTAL HARGA TETAP				1.400.000.000
B. INVESTASI PRA-OPERASI				
1. Rencana Usaha	1	Paket	50.000.000	50.000.000
2. Perijinan	1	Paket	5.000.000	5.000.000
3. Pelatihan	3	Sesi	15.000.000	45.000.000
4. Produksi Percobaan	1	Paket	75.000.000	75.000.000
5. Lain-lain	-	-	10.000.000	10.000.000
TOTAL PRA-OPERASI				200.000.000
C. INVESTASI (A+B)				1.600.000.000
D. MODAL KERJA				
BIAYA POKOK PRODUKSI				
1. Bahan Baku	100	kw	300.000.000	300.000.000
2. Upah Tenaga Produksi	96	hari	100.000.000	100.000.000
3. Biaya Umum Perusahaan	-	-	100.000.000	100.000.000
TOTAL BIAYA POKOK PRODUKSI				500.000.000
BIAYA USAHA				
1. Gaji Pimpinan	3	org	100.000.000	100.000.000
2. Gaji Manajer Pemasaran & Staf	5	org	80.000.000	80.000.000
3. Gaji Manajer Produksi & Staf	-	-	90.000.000	90.000.000
4. Gaji Manajer SDM & Staf	-	-	70.000.000	70.000.000
5. Gaji Administrasi & Keuangan	-	-	60.000.000	60.000.000
6. Biaya Pemasaran	-	-	50.000.000	50.000.000
7. Biaya Maintenance	-	-	40.000.000	40.000.000
8. Suplai Kantor (ATK)	-	-	30.000.000	30.000.000
9. Biaya Sewa	-	-	100.000.000	100.000.000
TOTAL BIAYA USAHA				620.000.000
TOTAL MODAL KERJA				1.120.000.000
TOTAL BIAYA PROYEK (Investasi + Modal Kerja)				2.720.000.000

contoh skenario kebutuhan investasi

Berapa Dana yang Dibutuhkan, dan dari Mana?

- **Anggaran** mencakup investasi awal + biaya operasional awal
- **Sumber dana** bisa kombinasi: simpanan anggota, hibah, investor luar

No	Sumber Pendanaan	Jumlah	Persentase
1	Anggota	Rp 500.000.000	18,38%
2	Hibah	Rp 1.500.000.000	55,15%
3	Pendanaan dari luar	Rp 720.000.000	26,47
	Total	Rp 2.720.000.000	100%

contoh skenario sumber pendanaan

Rencana pendanaan = dasar untuk implementasi nyata

3.3.3 Aspek Keuangan| Proyeksi Laba Rugi dan Perhitungan Penyusutan

Keterangan	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
A. Penjualan	1.200.000.000	1.500.000.000	1.800.000.000	2.000.000.000	2.200.000.000
B. Biaya Pokok Produksi					
Bahan Baku	300.000.000	375.000.000	450.000.000	500.000.000	550.000.000
Upah Tenaga Produksi	100.000.000	125.000.000	150.000.000	175.000.000	200.000.000
Biaya Umum Pabrik	100.000.000	110.000.000	120.000.000	130.000.000	140.000.000
Total Biaya Pokok Produksi	500.000.000	610.000.000	720.000.000	805.000.000	890.000.000
C. Laba Kotor (A-B)	700.000.000	890.000.000	1.080.000.000	1.195.000.000	1.310.000.000
D. Biaya Usaha					
Gaji Pimpinan	100.000.000	110.000.000	120.000.000	130.000.000	140.000.000
Gaji Manajer Pemasaran & Staf	80.000.000	90.000.000	100.000.000	110.000.000	120.000.000
Gaji Manajer Produksi & Staf	90.000.000	100.000.000	110.000.000	120.000.000	130.000.000
Gaji Manajer SDM & Staf	70.000.000	80.000.000	90.000.000	100.000.000	110.000.000
Gaji Administrasi & Keuangan	60.000.000	70.000.000	80.000.000	90.000.000	100.000.000
Biaya Pemasaran	50.000.000	55.000.000	60.000.000	65.000.000	70.000.000
Biaya Maintenance	40.000.000	45.000.000	50.000.000	55.000.000	60.000.000
Suplai Kantor (ATK)	30.000.000	35.000.000	40.000.000	45.000.000	50.000.000
Biaya Sewa	100.000.000	100.000.000	100.000.000	100.000.000	100.000.000
Total Biaya Usaha	620.000.000	690.000.000	750.000.000	815.000.000	880.000.000
E. Laba Usaha (C-D)	80.000.000	200.000.000	330.000.000	380.000.000	430.000.000
F. Biaya Bunga	20.000.000	18.000.000	15.000.000	12.000.000	10.000.000
G. Laba Sebelum Pajak (E-F)	60.000.000	182.000.000	315.000.000	368.000.000	420.000.000
H. Pajak (20%)	12.000.000	36.400.000	63.000.000	73.600.000	84.000.000
I. Laba Bersih (G-H)	48.000.000	145.600.000	252.000.000	294.400.000	336.000.000
J. BEP (E/C) 100%	11.4%	22.5%	30.6%	31.8%	32.8%

contoh tabel proyeksi laba rugi

Apakah Koperasi Kita Untung atau Rugi?

- **Proyeksi laba rugi** = laporan keuangan prediktif untuk 1–3 tahun ke depan
- **Menampilkan:** pendapatan – biaya – laba bersih
- **Penyusutan:** alokasi biaya dari aset tetap (mesin, kendaraan, dll)

Wajib untuk menunjukkan kesehatan finansial koperasi ke mitra & anggota

Penyusutan	Nilai (Rp)	Umur (Tahun)	Penyusutan/Tahun (Rp)
Bangunan	500.000.000	20	25.000.000
Mesin & Peralatan	300.000.000	10	30.000.000
Inventaris Kantor	100.000.000	5	20.000.000
Kendaraan	200.000.000	8	25.000.000
Dan lain-lain	100.000.000	5	20.000.000
Total	1.200.000.000		120.000.000
Amortisasi	Nilai (Rp)	Umur (Tahun)	Amortisasi/Tahun (Rp)
Investasi Pra-Operasi	200.000.000	5	40.000.000
Total Penyusutan dan Amortisasi per Tahun			160.000.000

contoh skenario sumber pendanaan

3.3.3 Aspek Keuangan| Proyeksi Arus Kas

Keterangan	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Total Penjualan	1.200.000.000	1.500.000.000	1.800.000.000	2.000.000.000	2.200.000.000
A. ARUS KAS MASUK					
Penjualan Tunai	800.000.000	1.000.000.000	1.200.000.000	1.400.000.000	1.600.000.000
Penerimaan Piutang	200.000.000	250.000.000	300.000.000	350.000.000	400.000.000
Modal Sendiri	100.000.000	0	0	0	0
Kredit Investasi	300.000.000	0	0	0	0
Kredit Modal Kerja	100.000.000	50.000.000	0	0	0
Saldo Kas Masuk	0	80.000.000	100.000.000	120.000.000	150.000.000
TOTAL KAS MASUK	1.500.000.000	1.380.000.000	1.600.000.000	1.870.000.000	2.150.000.000
B. ARUS KAS KELUAR					
Investasi	500.000.000	0	0	0	0
Biaya Pokok Produksi	500.000.000	610.000.000	720.000.000	805.000.000	890.000.000
Biaya Usaha sebelum Penyusutan & Amortisasi	620.000.000	690.000.000	750.000.000	815.000.000	880.000.000
Bunga	20.000.000	18.000.000	15.000.000	12.000.000	10.000.000
Pajak	12.000.000	36.400.000	63.000.000	73.600.000	84.000.000
TOTAL KAS KELUAR	1.652.000.000	1.354.000.000	1.545.000.000	1.735.600.000	1.864.000.000
C. KAS NETTO (A-B)	-152.000.000	26.000.000	55.000.000	134.400.000	286.000.000
D. KEWAJIBAN BANK					
Angsuran Kredit Investasi	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
Angsuran Modal Kerja	50.000.000	50.000.000	50.000.000	0	0
TOTAL KEWAJIBAN BANK	110.000.000	110.000.000	110.000.000	60.000.000	60.000.000
E. SALDO KAS AKHIR (C-D)	-262.000.000	-84.000.000	-55.000.000	74.400.000	226.000.000

contoh tabel proyeksi arus kas

Uang Masuk, Uang Keluar – Tetap Terkendali

- **Arus kas masuk:** Dari penjualan, investasi
- **Arus kas keluar:** Biaya produksi, cicilan, operasional

Tujuan dari ini adalah untuk memastikan koperasi tidak kehabisan dana di tengah jalan.

Karena, **arus kas positif = koperasi bisa berjalan tanpa ketergantungan terus-menerus pada pinjaman.**

3.3.3 Aspek Keuangan| Indikator Kelayakan Keuangan

Indikator	Keterangan	Interpretasi / Tujuan
Net Present Value (NPV)	Selisih antara nilai sekarang dari arus kas masuk di masa depan dengan total investasi awal	Jika NPV positif → proyek menguntungkan dan layak dijalankan
Internal Rate of Return (IRR)	Tingkat pengembalian investasi yang menyamakan nilai NPV menjadi nol	IRR harus lebih besar dari suku bunga pinjaman → proyek efisien
Payback Period	Waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan investasi awal dari arus kas bersih	Semakin pendek waktu pengembalian → semakin baik dan minim risiko
Break Even Point (BEP)	Titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya (tidak untung atau rugi)	Harus dicapai untuk mengetahui kapan koperasi mulai menghasilkan laba
Return on Investment (ROI)	Persentase keuntungan bersih dibandingkan dengan total investasi	Semakin tinggi ROI → proyek semakin menarik bagi investor atau lembaga pembiayaan
Benefit-Cost Ratio (BCR)	Rasio antara manfaat ekonomi (benefit) dan biaya (cost) dari suatu proyek	Jika rasio > 1 → proyek layak untuk dijalankan secara ekonomi

4. Manajemen Risiko

4. Manajemen Risiko

Manajemen risiko adalah proses mengenali dan mengendalikan potensi masalah, dengan tujuan mengurangi kerugian dan memaksimalkan peluang.

No	Risiko	Probabilitas	Dampak	Mitigasi Risiko
1	Fluktuasi harga kopi di pasar global	Tinggi	Tinggi	Menjalin kontrak jangka panjang dengan pembeli; Diversifikasi produk turunan kopi (kopi bubuk, kopi siap seduh, dll.); Meningkatkan kualitas untuk mendapatkan harga premium.
2	Gagal panen akibat perubahan iklim	Sedang	Tinggi	Mengadopsi teknik pertanian berkelanjutan; Menggunakan varietas kopi tahan perubahan iklim; Membangun sistem irigasi yang lebih baik.
3	Kesulitan akses modal untuk petani anggota koperasi	Sedang	Sedang	Mengembangkan skema pinjaman mikro berbunga rendah; Bermitra dengan lembaga keuangan untuk pembiayaan usaha tani; Meningkatkan simpanan wajib dan sukarela anggota.
4	Kualitas biji kopi tidak memenuhi standar ekspor	Tinggi	Sedang	Memberikan pelatihan budidaya dan pascapanen kepada petani; Menerapkan sistem kontrol kualitas ketat; Menggunakan alat pengolahan modern.
5	Menurunnya partisipasi anggota dalam koperasi	Sedang	Sedang	Meningkatkan transparansi dalam pengelolaan koperasi; Mengadakan program insentif bagi anggota aktif; Meningkatkan manfaat koperasi bagi petani (akses pasar, harga lebih baik).

Tahapani identifikasi manajemen risiko:



5. Business Pitch Deck

5. Contoh Pitch Deck



Referensi pitch deck bisa didownload di bit.ly/contohpitchdeckkmp

Halaman I : Cover Slide

Tujuan:

Membangun kesan pertama yang profesional dan menarik.

Apa yang Harus Ada:

- Nama koperasi / proyek / usaha .
- Tagline yang menggambarkan visi atau value utama.
- Logo dan elemen visual brand (warna, font, dll).
- Nama presenter dan kontak (opsional).

5. Contoh Pitch Deck

Koperasi Kopi Nusantara

Koperasi Kopi Nusantara hadir untuk memberdayakan petani kopi melalui akses langsung ke pasar, pengurangan ketergantungan pada tengkulak, dan harga jual yang lebih adil. Dengan menyediakan pelatihan, dukungan teknologi, dan infrastruktur pascapanen, koperasi membantu meningkatkan produktivitas serta kualitas kopi. Melalui kemitraan strategis, koperasi juga membuka jalur ekspor, memperluas peluang pasar global. Model ini menciptakan keuntungan bersama, memperkuat posisi petani, dan mendorong keberlanjutan industri kopi Indonesia.

Visi:

Mewujudkan komunitas petani kopi yang mandiri, sejahtera, dan berkelanjutan melalui semangat koperasi.

Misi:

1. Menciptakan ekosistem koperasi yang inklusif bagi seluruh petani kopi.
2. Meningkatkan nilai tambah produk kopi dari hulu ke hilir.
3. Membangun infrastruktur dan fasilitas pendukung untuk pengolahan kopi berkualitas.
4. Mendorong kolaborasi antara petani, pelaku usaha, dan mitra strategis.
5. Menjaga kelestarian alam melalui praktik pertanian ramah lingkungan.



Halaman 2 : Deskripsi Umum

Siapa Anda & Apa yang Anda Bawa?

Tujuan:

Sebagai ringkasan umum tentang Koperasi Anda

Apa yang Harus Ada:

- **Deskripsi umum:** Siapa Anda, apa yang Anda lakukan, siapa target pasar Anda, dan nilai unik yang ditawarkan.
- **Visi:** Pernyataan inspiratif tentang tujuan jangka panjang perusahaan
- **Misi:** Poin-poin yang menjelaskan bagaimana perusahaan akan mencapai visinya

Referensi pitch deck bisa didownload di bit.ly/contohpitchdeckkmp

***Tips:** Gunakan bahasa ringkas tapi inspiratif

5. Contoh Pitch Deck



Referensi pitch deck bisa didownload di bit.ly/contohpitchdeckkmp

Halaman 3 : SWOT

Tujuan:

Memberikan gambaran objektif tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan untuk menunjukkan kesiapan dan strategi menghadapi tantangan pasar.

Apa yang Harus Ada:

- Judul jelas: SWOT Analysis
- Pastikan audiens langsung tahu bahwa ini analisis SWOT.
- Analisis SWOT yang realistis berdasarkan riset bukan asumsi

***Tips:** Gunakan data atau insight nyata, bukan asumsi

5. Contoh Pitch Deck

I Permasalahan

- **40%** petani kopi di Indonesia masih menjual kopi dalam bentuk biji mentah dengan harga rendah
- **Fluktuasi harga kopi** global bisa mencapai **30%** dalam satu tahun, menyebabkan ketidakpastian pendapatan bagi petani
- Lebih dari **60%** petani kopi belum memiliki **akses** langsung ke pasar internasional
- **Produktivitas** rata-rata kopi di Indonesia hanya sekitar **700 kg per hektar**, jauh di bawah rata-rata **Vietnam (2.300 kg/ha)**



Akses Pasar Terbatas



Rendahnya Produktivitas



Harga Tidak Stabil



Ketergantungan Perantara



Kualitas Tidak Konsisten



07 | Koperasi Kopi Nusantara

Referensi pitch deck bisa didownload di bit.ly/contohpitchdeckkmp

Halaman 4: Permasalahan

Masalah nyata di lapangan

Tujuan: Membuat audiens merasa bahwa masalah yang kamu angkat itu nyata dan penting untuk dipecahkan.

Apa yang Harus Ada:

- Apa masalah utama anggota/target audiens
- Tambahkan data riset atau fakta yang mendukung (statistik, kutipan, atau cerita pengguna).
- Bisa tambahkan narasi singkat tentang siapa yang terdampak oleh masalah ini.

5. Contoh Pitch Deck

Solution

Koperasi Sebagai Motor Penggerak Daya Saing Petani Kopi

Koperasi Kopi Nusantara hadir sebagai solusi untuk mengatasi tantangan yang dihadapi petani kopi. Melalui koperasi, petani mendapatkan akses langsung ke pasar, mengurangi ketergantungan pada tengkulak, dan memperoleh harga yang lebih adil. Koperasi menyediakan pelatihan dan dukungan teknologi untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas kopi, serta membangun infrastruktur pascapanen yang memadai. Dengan membangun kemitraan yang kuat, koperasi juga memfasilitasi akses pasar ekspor, membuka peluang bagi petani untuk menjual kopi berkualitas tinggi dengan harga yang lebih kompetitif. Model koperasi ini memberikan keuntungan bersama, memberdayakan petani, dan mendorong keberlanjutan sektor kopi di Indonesia.

09 Koperasi Kopi Nusantara



Halaman 5: Solusi

Apa Solusimu? Apa Keunggulannya?

Tujuan:

Meyakinkan audiens bahwa solusi kamu relevan dan efektif.

Apa yang Harus Ada:

- Jelaskan produk/layanan yang kamu tawarkan.
- Jelaskan bagaimana solusi kamu secara spesifik mengatasi masalah di slide sebelumnya.
- Tambahkan keunikan solusi atau teknologi yang digunakan.

Referensi pitch deck bisa didownload di bit.ly/contohpitchdeckkmp

5. Contoh Pitch Deck

Koperasi Kopi menawarkan produk yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan setiap pemangku kepentingan di sektor pertanian



Anggota Petani

- Pasokan input berkualitas tinggi yang terjamin
- Pembiayaan modal kerja yang berfokus pada petani
- Penyerapan hasil panen dengan akses pasar yang adil
- Pengumpulan, pengolahan, dan pengiriman hasil panen
- Pemantauan rutin dan sesi konsultasi budidaya
- Alat digital untuk bantuan teknis dan pelatihan
- Titik komunitas yang memberikan dukungan bagi keluarga petani

- ✓ Peningkatan pemanfaatan kapasitas
- ✓ Peningkatan hasil panen
- ✓ Peningkatan produksi
- ✓ Peningkatan pendapatan



Toko Tani

- ✓ Peningkatan penjualan
- ✓ Perputaran inventaris yang lebih cepat
- ✓ Peningkatan keuntungan

- Prediksi, manajemen, dan agregasi pesanan
- Pembiayaan inventaris dengan sistem tertutup
- Alat digital untuk pencatatan transaksi, POS, dan manajemen inventaris



Hilirisasi

- ✓ Pasokan yang terjamin
- ✓ Harga yang terjamin
- ✓ Pengadaan yang lebih efisien

- Pengadaan pasokan skala besar
- Pembiayaan faktur
- Alat digital untuk memantau dan memproyeksikan tren permintaan dan penawaran

09 Koperasi Kopi Nusantara



Halaman 6: Model Bisnis

Bagaimana Koperasi Menyampaikan Nilai

Tujuan: Menyampaikan *unique value proposition* kepada para pihak

Apa yang Harus Ada:

- Keunggulan kompetitif yang ditawarkan
- Unique value proposition yang disusun

Referensi pitch deck bisa didownload di bit.ly/contohpitchdeckkmp

5. Contoh Pitch Deck



Halaman 7: Profil Keanggotaan

Kekuatan Utama Ada di Anggota

Tujuan: Menyampaikan kekuatan keanggotaan yang akan menunjang keunggulan dari solusi yang ditawarkan

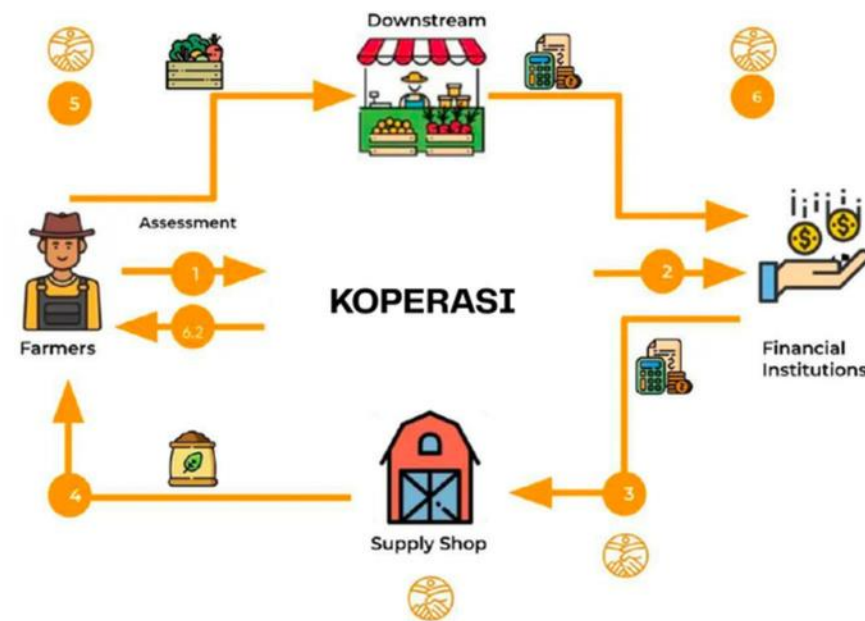
Apa yang Harus Ada:

- Data anggota koperasi dari sebaran wilayah, jenis kelami, usia, dll

Referensi pitch deck bisa didownload di bit.ly/contohpitchdeckkmp

5. Contoh Pitch Deck

I Koperasi Koperasi Nusantara Bisnis Proses



- 1. Pencairan modal kerja secara tepat waktu dalam bentuk input pertanian dan upah pekerja tani
- 2. Pemantauan rutin, bantuan teknis, dan pelatihan yang diberikan untuk mengurangi risiko kegagalan dan meningkatkan hasil produksi
- 3. Menjual hasil panen dengan harga yang adil guna mengurangi volatilitas harga dan meningkatkan kepercayaan diri petani



Halaman 8: Bisnis Proses

Dari Produksi ke Konsumen: Alur Kerja Nyata

Tujuan: Memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana bisnis berjalan dari hulu ke hilir. Menunjukkan bahwa perusahaan memiliki proses operasional yang jelas, terstruktur, dan efisien.

Apa yang Harus Ada:

- Diagram Alur atau Visualisasi Proses Bisnis
- Keterlibatan para pihak
- Nilai tambah yang tercipta
- Peran teknologi / Inovasi jika ada
- Fokus pada value delivery

5. Contoh Pitch Deck

Perencanaan Pengembangan Koperasi Kopi Nusantara



Halaman 9: Perencanaan Pengembangan dan Milestone

Apa Targetmu dalam 1-3 Tahun ke Depan?

Tujuan: Memberikan pandangan jelas tentang arah perkembangan bisnis dalam jangka pendek, menengah, hingga jangka panjang.

Apa yang Harus Ada:

- Tahapan pengembangan produk/bisnis
- Milestone kunci
- Visualisasi sederhana
- milestone yang sudah diraih

Referensi pitch deck bisa didownload di bit.ly/contohpitchdeckkmp

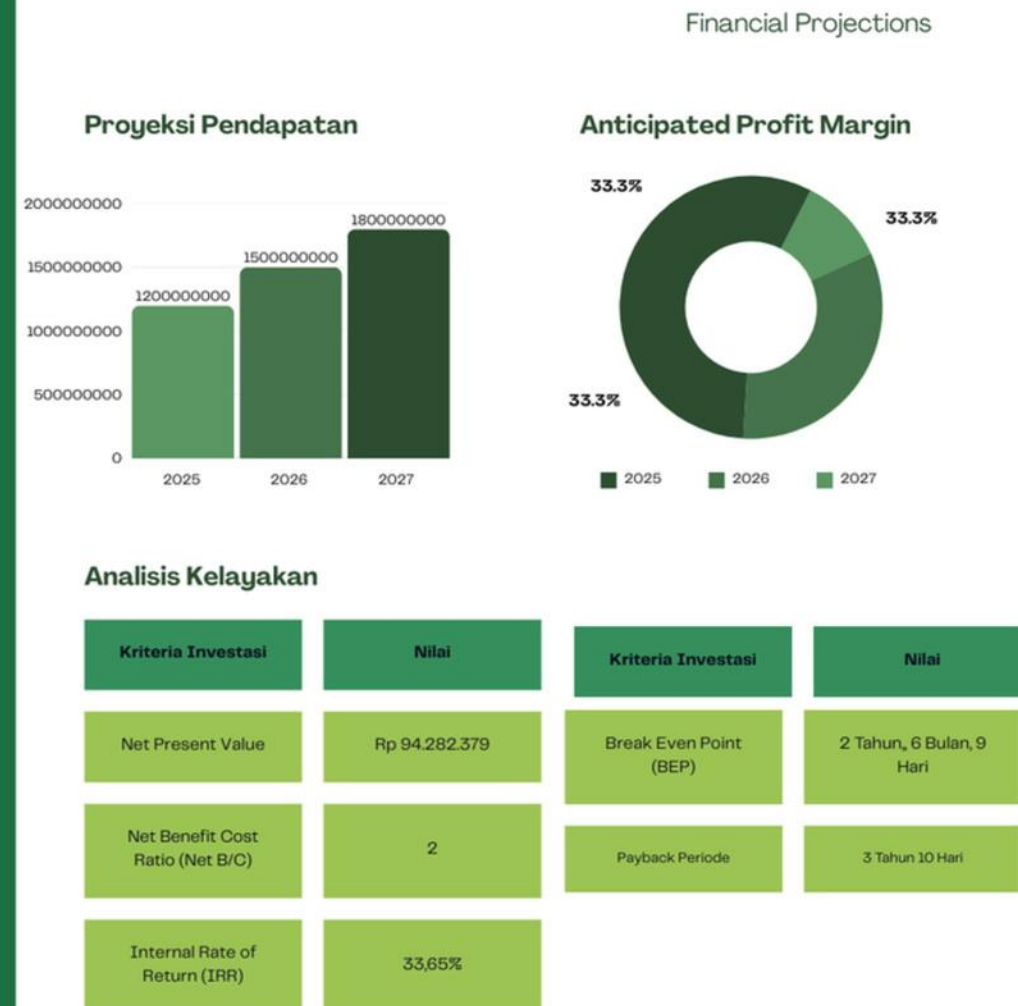
5. Contoh Pitch Deck

Proyeksi Keuangan



Total Kebutuhan Investasi yakni Rp **2.720.000.000**

No	Sumber Pendanaan	Jumlah	Persentase
1	Anggota	Rp 500.000.000	18,38%
2	Hibah	Rp 1.500.000.000	55,15%
3	Pendanaan dari luar	Rp 720.000.000	26,47
	Total	Rp 2.720.000.000	100%



Halaman 10: Proyeksi Keuangan

Tampilkan Gambaran Finansial Bisnis

Tujuan: Agar audiens memahami potensi profitabilitas, keberlanjutan bisnis, dan seberapa menarik bisnis Anda dari sisi investasi

Apa yang Harus Ada:

- Proyeksi Pendapatan dan laba rugi
- Jumlah investasi yang dibutuhkan
- Proyeks arus kas
- Analisis kelayakan (BEP, B/C Ratio, NPV, IRR, Payback Periode)

Referensi pitch deck bisa didownload di bit.ly/contohpitchdeckkmp

***Tips:** Pastikan angka-angka disampaikan dengan visual yang mudah dipahami

5. Contoh Pitch Deck

Mitra Kami

Community Enablers

- MERCY CORPS
- Wahana Visi INDONESIA
- IFC International Finance Corporation WORLD BANK GROUP
- UN CDF
- AIP-PRISMA Australia-Indonesia Partnership for Promoting Rural Income through
- UN BIA
- cultivate
- Palladium MAKE IT POSSIBLE
- petani milenial
- Pemprov Jawa Barat co-created Petani Millennial with CROWDE's facilitation & technical support to accelerate farmers regeneration in West Java.

Financial Institution Partners

- bank bjb Bank BJB supports MSME in West Java area by channeling KUR, the credit guarantee scheme and strategically co-develop agri businesses with local government
- good return crevisse
- mandiri Bank Mandiri adjusted risk profiling and disbursement process according to CROWDE's agridata to support MSME in ag across Indonesia
- BANK PERKREDITAN RAKYAT RAMA GANDA
- CREDIT SAISON
- BPR SUPRA
- PEFINDO
- BNI
- OCBC Bank
- nmi NORDIC MICROFINANCE INITIATIVE

Insurance / Guarantor Partners

- asuransi jasindo
- asuransi jasindo syarah
- ACA ASURANSI
- good return 09 Good Return Australia channels DFAT loan guarantee scheme for a gender-lens investment through a technical designed to improve the financial wellbeing of farming communities and ensure food security.

Downstream Customers

- Indofood
- TopFood
- 7 ESTELER
- sayurbox
- paskomnas
- EdenFarm
- KSIP AGRO
- Sreeya



Halaman 11: Mitra Kami

Bisnis Kuat Butuh Jaringan Kuat

Tujuan: Menunjukkan kekuatan jaringan dan kolaborasi strategis bisnis Anda. Meningkatkan kredibilitas di mata investor dan audiens.

Apa yang Harus Ada:

- Logo atau Nama Mitra Strategis
- Klasifikasi Mitra (Opsional)
- Rencana Kolaborasi ke Depan (Opsional)


Referensi pitch deck bisa didownload di bit.ly/contohpitchdeckkmp

***Tips:** Slide ini meningkatkan kepercayaan audiens dan investor

5. Contoh Pitch Deck


Team Kami

Tim Koperasi Tani Nusantara memiliki semangat untuk memberdayakan petani dan memajukan pertanian berkelanjutan.




Budi Nugroho
Ketua Koperasi

Memimpin inisiatif strategis dan memastikan koperasi berjalan sesuai dengan nilai dan tujuan jangka panjangnya, serta mendorong kolaborasi di seluruh departemen.




Rina Rahmawati
Manajer Keuangan

Mengelola anggaran, pelaporan keuangan, dan alokasi modal untuk mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan dan memaksimalkan nilai bagi anggota koperasi.




Diana Wahid
Pengembangan Keanggotaan

Berinteraksi dengan anggota komunitas untuk memahami kebutuhan mereka dan mengembangkan program yang memberdayakan petani lokal dan pelaku usaha kecil.



Lukman Wijaya
Manajer Operasional

Mengawasi operasi harian dan logistik untuk memastikan efisiensi rantai pasok dan memenuhi standar layanan koperasi.



Lukas Firmansyah
Manajer Produksi dan Pemasaran

Memproduksi dan menjalankan kampanye pemasaran untuk membangun kesadaran merek dan menyampaikan misi koperasi kepada khalayak yang lebih luas.

04 | Koperasi Tani

Halaman 11: Team Kami

Kenalkan Siapa di Balik Usaha Ini

Tujuan: Menunjukkan kekuatan dan kredibilitas tim pendiri dan manajemen inti.



Apa yang Harus Ada:

- Foto profesional
- Nama lengkap dan jabatan
- Bio singkat dari masing-masing nama
- Tagline atau highlight spirit team yang diusung
- Tata letak yang menarik

Referensi pitch deck bisa didownload di bit.ly/contohpitchdeckkmp

***Tips:** Tim yang kuat = eksekusi rencana bisnis yang lebih meyakinkan

5. Contoh Pitch Deck



Referensi pitch deck bisa didownload di bit.ly/contohpitchdeckkmp

Halaman 12 : Closing Statement

Ucapkan Terima Kasih dan Ajak Bertindak

Tujuan: Penutup

Apa yang Harus Ada:

- Ajakan bertindak / call to action
- Nomor dan email yang bisa dihubungi
- Website yang bisa dicari
- sosial media
- Ucapan terimakasih
- Logo dan identitas bisnis

***Tips:** Akhiri dengan kuat, karena kesan terakhir itu penting

Refleksi: Proposal Bisnis dan Kelayakannya

Berkoperasi bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan bersama melalui usaha kolektif. Sebagai perusahaan setiap koperasi harus memiliki perencanaan bisnis dan menjalankan usahanya secara profesional agar dapat bertahan, berkembang, dan menjadi perusahaan yang berkelanjutan.

Sebagai Talenta Koperasi Indonesia, mungkin ada baiknya Anda tanyakan ke diri sendiri:

1. Apakah usaha ini lahir dari kebutuhan nyata anggota?
2. Apakah sudah libatkan anggota lain dalam pengembangannya?
3. Apakah sudah berbasis analisis dan riset pasar?
4. Apakah mampu menciptakan nilai tambah?
5. Apakah sudah layak didanai berdasarkan indikator keuangan?

Jika dalam hati Anda terjawab: Ya, Ya, dan Ya – maka bisnis koperasi anda layak untuk dilanjutkan dan menerima investasi.

Selamat melanjutkan perjalanan sebagai Talenta Koperasi Indonesia yang berdaya dan berdampak. 🚀🌱

Tahapan Penyusunan Proposal Bisnis yang Efektif

IDENTIFIKASI PELUANG DAN IDE BISNIS

Mengenali Peluang Pasar

Memahami kebutuhan pasar adalah langkah penting untuk menemukan peluang bisnis yang relevan dan berpotensi sukses.

Ide Bisnis Potensial

Mengidentifikasi ide bisnis yang sesuai dengan tren terkini membantu memastikan usaha yang direncanakan tetap relevan dan diminati.

RISET PASAR DAN ANALISI PERSAINGAN

Memahami Segmen Pelanggan

Riset pasar membantu memahami karakteristik dan kebutuhan segmen pelanggan secara detail.

Analisis Permintaan Pasar

Menilai permintaan pasar untuk produk atau layanan guna mengidentifikasi peluang bisnis.

Evaluasi Kompetitor

Menganalisis kekuatan dan kelemahan kompetitor untuk menyusun strategi bisnis yang efektif.



PENYUSUNAN RENCANA OPERASIONAL DAN KEUANGAN

Rencana Operasional Jelas

Rencana operasional yang terperinci membantu mengatur proses bisnis dan memastikan kelancaran operasional harian.

Proyeksi Keuangan Realistis

Proyeksi keuangan yang realistis menjadi dasar meyakinkan pihak terkait tentang kelayakan dan potensi bisnis.



Mengapa Koperasi Perlu RENCANA?

**Karena, tanpa RENCANA,
Koperasi akan berjalan tanpa arah**

**Dengan RENCANA,
Koperasi tahu, mau kemana dan
apa yang harus dilakukan.**

Atau mungkin terlihat banyak kegiatan,
semua sibuk kesana kesini, tapi **TIDAK** saling nyambung.



Apa bedanya? Strategi Bisnis dan Perencanaan? (Business Strategy vs Business Plan)

Strategi = Arah dan Pilihan

Menentukan jalan besar Koperasi



Contoh:

Mau fokus ke sembako, apotek, logistic, atau lainnya?

Perencanaan = Rincian Langkah

Menentukan langkah konkrit untuk menjalankan strategi



Contoh:

Siapa yang lakukan apa, kapan,
dan dengan apa?



URUTAN PERENCANAAN

Menentukan langkah konkrit untuk menjalankan strategi

1. Menentukan tujuan perencanaan.
2. Membuat Analisa lingkungan luar koperasi terdiri dari kebiasaan, teknologi yang ada, peraturan yang ada, pesaing, pembeli .
3. Buat Analisa internal kemampuan produksi, tenaga kerja, permodalan dan teknologi koperasi.
4. Buat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk penjualan ikan melalui digital.
5. Buat rencana pelaksanaannya.

**Apa yang harus dianalisa sebelumnya?
Internal dan/atau eksternal?**

Analisa Internal

Kelebihan (Strength) dan Kekurangan (Weakness)

Strength (Kelebihan):	Weakness (Kekurangan):
Apa yang menjadi keunggulan koperasi kita?	Apa yang masih jadi masalah di dalam koperasi?
Contoh: lokasi strategis, pengurus aktif, banyak anggota setia, produk unggulan	Contoh: pencatatan belum rapi, kurang promosi, belum ada SOP

Strength (S) vs Weakness (W)



Analisa Eksternal

Kesempatan (Opportunity) dan Tantangan (Threat)

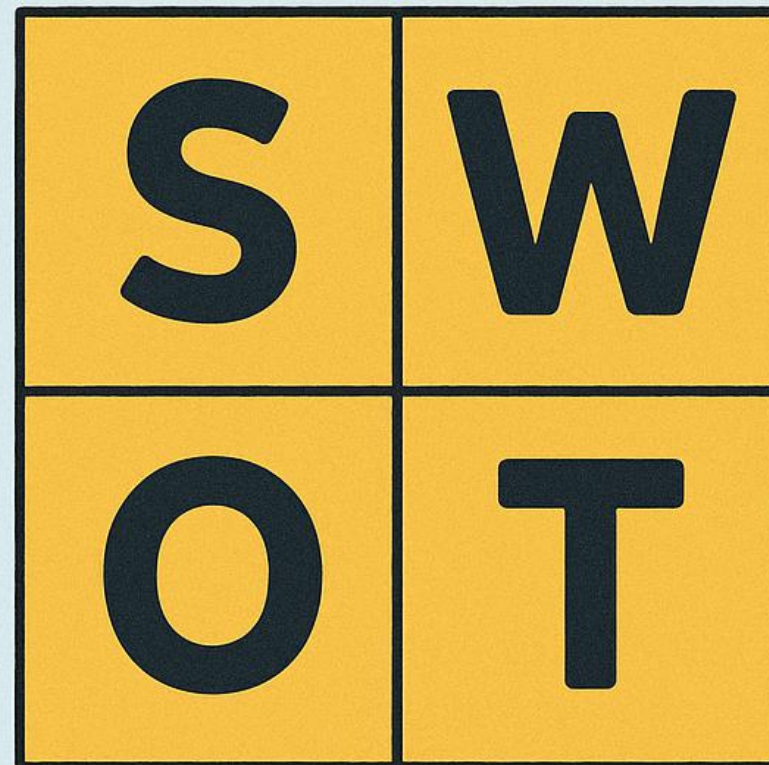
Opportunity (Peluang):	Threat (Ancaman):
Apa yang bisa dimanfaatkan dari lingkungan sekitar?	Apa yang bisa jadi hambatan dari luar?
Contoh: program pemerintah, tren lokal, teknologi baru, CSR Perusahaan	Contoh: pesaing, harga pasar turun, regulasi baru, cuaca ekstrem

Opportunity (O) vs Threat (T)



**Apa yang harus dianalisa sebelumnya?
Internal dan/atau eksternal?**

Analisa SWOT



S = Kelebihan koperasi kita

W = Kekurangan

O = Peluang

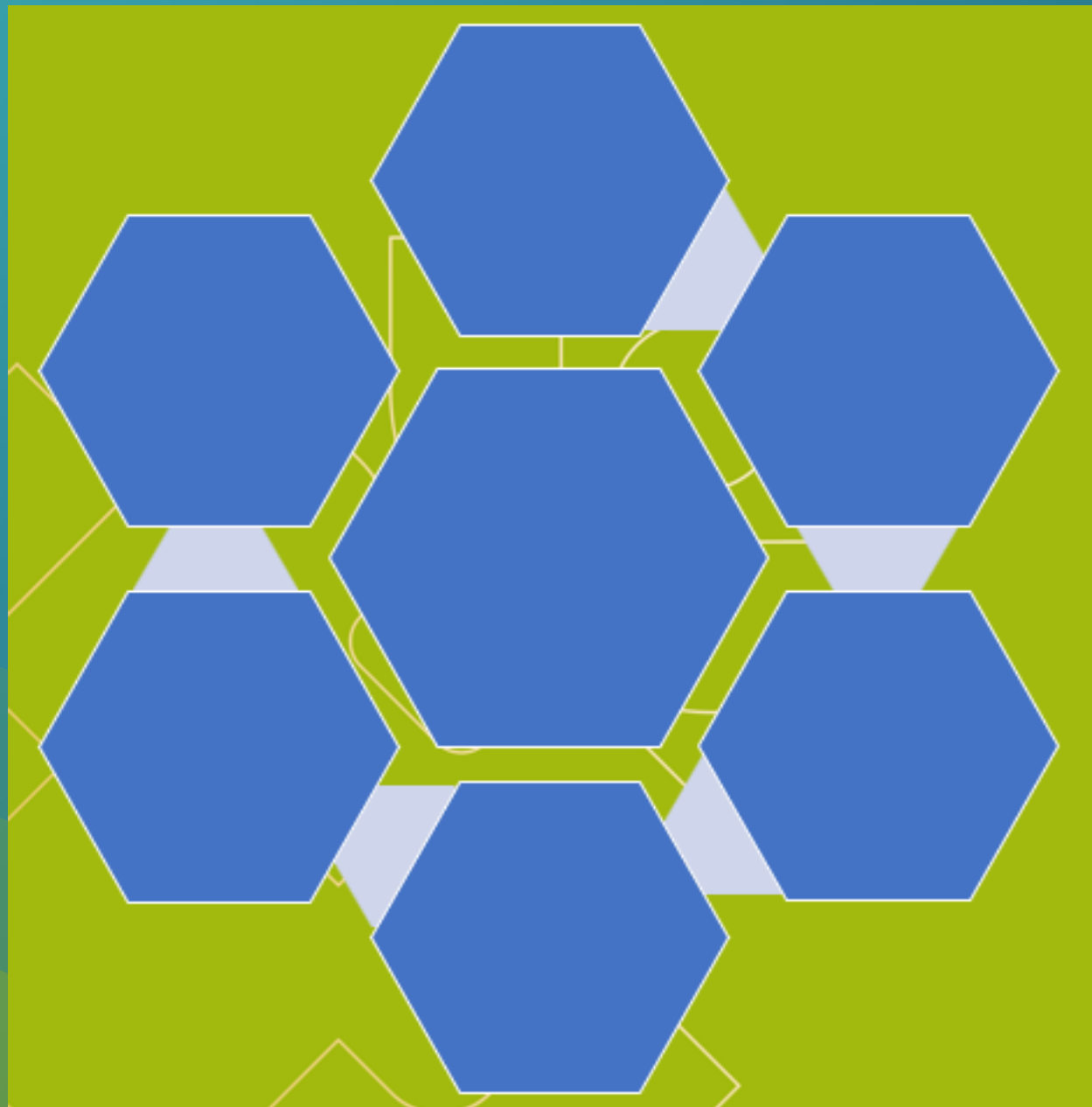
T = Tantangan/musuh koperasi

Proposal Bisnis

Koperasi Desa/Kelurahan Merah Putih

Model Bisnis





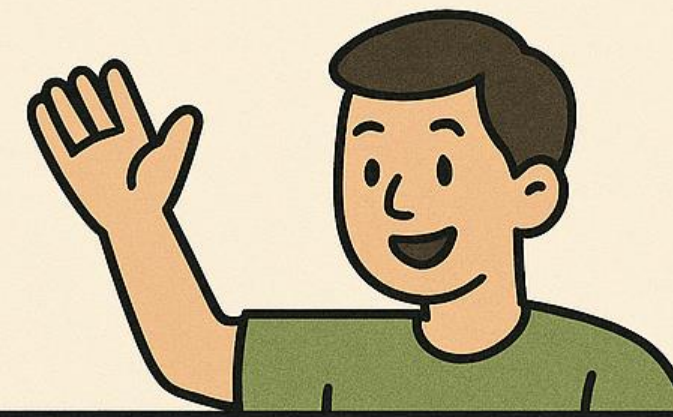
- Apa yang ingin dicapai?
- Siapa yang dilayani?
- Bagaimana caranya?
- Apa yang dibutuhkan?
- Siapa yang bisa diajak kerja sama?

Business Model Canvas

**Products/Services
Koperasi**



**Siapa yang
Membeli/Anggota**



**Bagaimana
Menjual**

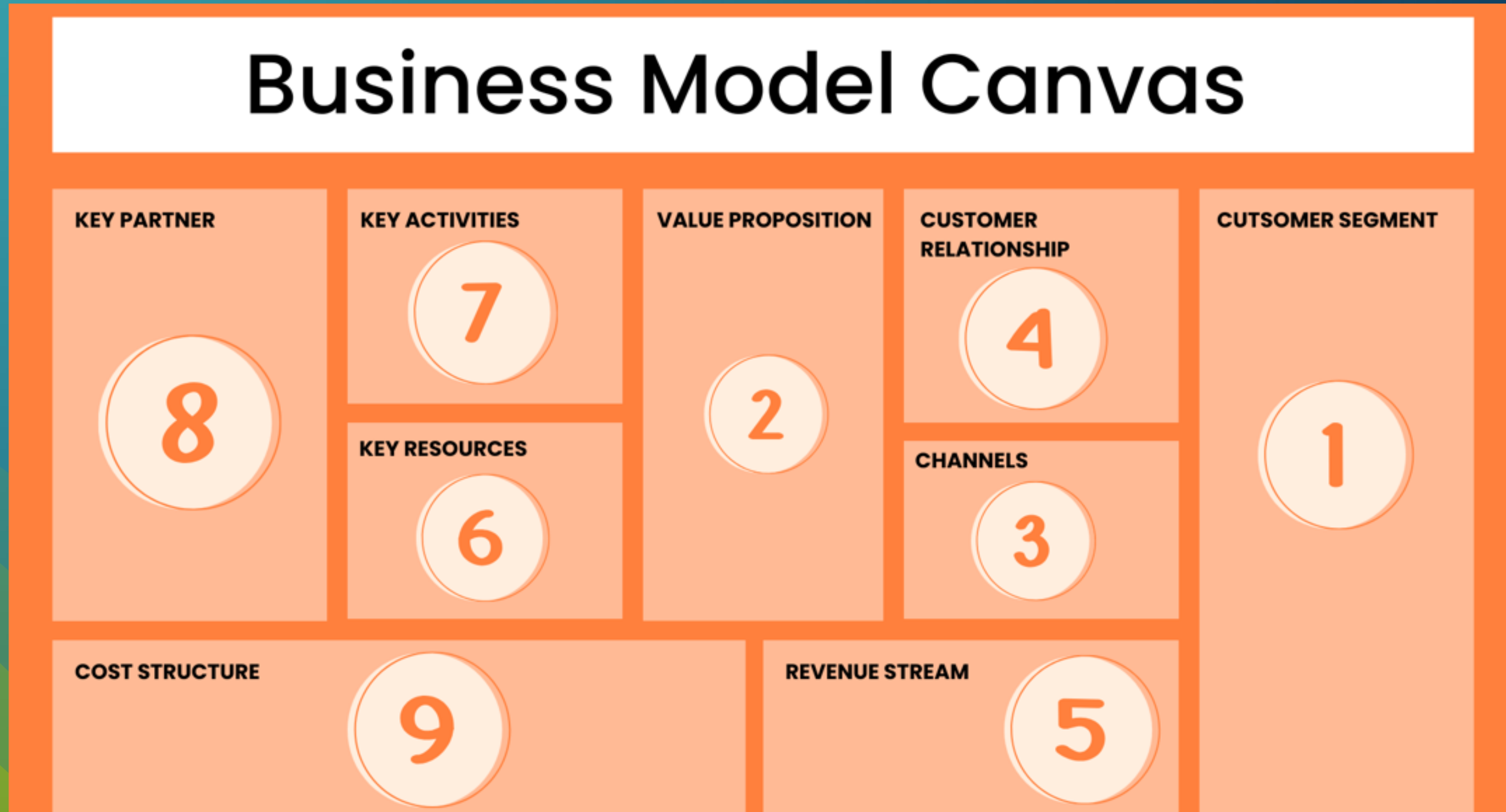


**Siapa yang
Bantu/Mitra**



Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas



Customer Segments (Segmen Pelanggan)

- Anggota koperasi (petani, nelayan, pedagang, ibu rumah tangga, buruh)
- UMKM lokal
- BUMDes/Desa
- Masyarakat sekitar yang membutuhkan layanan keuangan, konsumsi, atau jasa lainnya

Value Propositions (Proposisi Nilai)

- Akses ke layanan keuangan mikro yang terjangkau dan aman
- Sumber barang kebutuhan pokok dengan harga bersaing
- Pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas
- Keuntungan dibagikan kembali dalam bentuk SHU kepada anggota
- Pendampingan usaha dan pelatihan bisnis

Channels (Saluran Distribusi)

- Kantor koperasi fisik di desa/kecamatan
- Agen koperasi keliling
- Aplikasi digital koperasi (jika tersedia)
- Marketplace lokal/kerjasama dengan platform daring
- Program kolaborasi dengan BUMDes, BUMN, Lembaga Keuangan Daerah

Customer Relationships (Hubungan dengan Pelanggan)

- Keanggotaan koperasi sebagai sistem loyalitas
- Komunikasi rutin melalui rapat anggota, pelatihan, forum komunitas
- Pendekatan inklusif berbasis kearifan lokal dan gotong royong

Revenue Streams (Aliran Pendapatan)

- Margin dari penjualan produk dan jasa koperasi
- Bunga dari pinjaman simpan pinjam
- Bagi hasil dari kerja sama usaha dengan pihak luar
- Jasa layanan administrasi atau kemitraan proyek- luran atau kontribusi sukarela anggota

Key Resources (Sumber Daya Utama)

- Modal dari anggota dan lembaga pendukung
- SDM koperasi (pengurus, manajer, staf operasional)
- Infrastruktur fisik (kantor, gudang, kendaraan)
- Sistem informasi dan pencatatan koperasi
- Jaringan mitra (dinas, BUMDes, supplier lokal, institusi keuangan)

Key Activities (Aktivitas Kunci)

- Manajemen keuangan (simpan pinjam)
- Pengadaan dan distribusi barang pokok
- Pelayanan anggota dan mitra usaha
- Edukasi & pelatihan ekonomi anggota
- Pengembangan kemitraan strategis

Key Partnerships (Kemitraan Kunci)

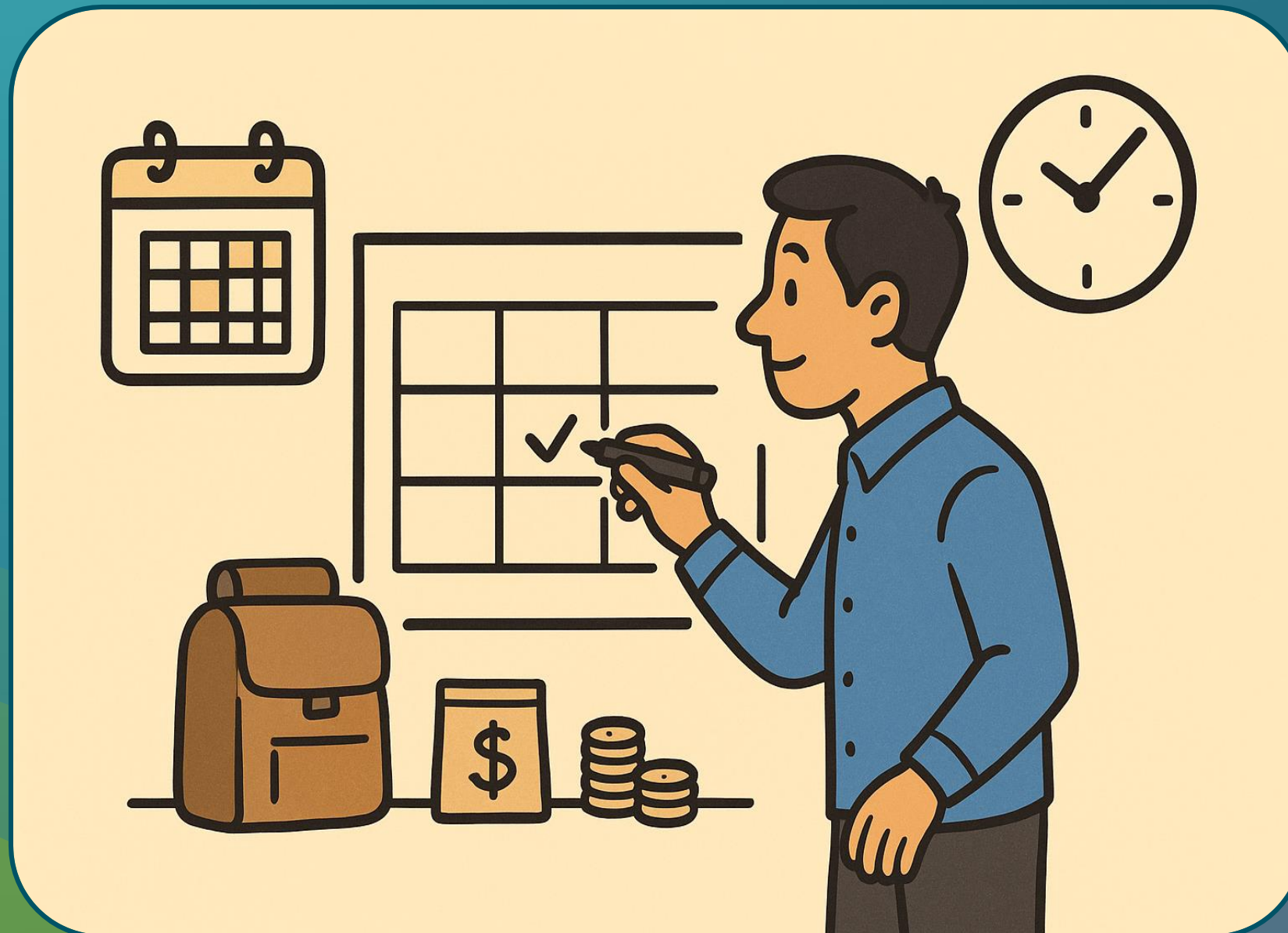
- Pemerintah Desa & BUMDes
- Dinas Koperasi dan UKM
- Lembaga Keuangan (Bank, BPR, fintech, BMT)
- Supplier barang kebutuhan pokok
- Organisasi masyarakat, NGO, akademisi

Cost Structure (Struktur Biaya)

- Gaji dan insentif pengurus serta staf
- Biaya operasional (listrik, transportasi, sewa tempat)
- Biaya pengadaan barang dan logistik
- Biaya pelatihan dan pemberdayaan anggota- Investasi teknologi dan sistem akuntansi koperasi

Menyusun Rencana Aksi (Action Plan) Koperasi Desa/Kelurahan Merah Putih

Menyusun Rencana Aksi (Action Plan)



- Apa yang dilakukan minggu ini?
- Siapa yang bertanggung jawab?
- Kapan harus selesai?

Harus SMART

Contoh Rencana Aksi

Action Plan

Bulan	Aktivitas Utama	Keterangan / Output	Penanggung Jawab
Bulan 1	<ul style="list-style-type: none"> - Sosialisasi rencana digitalisasi ke pengurus & anggota - Rapat kerja & pembagian tugas - Identifikasi mitra teknologi 	<ul style="list-style-type: none"> - Dokumen rencana implementasi - MoU awal dengan mitra potensial 	Ketua Koperasi & Sekretaris
Bulan 2	<ul style="list-style-type: none"> - Pelatihan penggunaan sistem keuangan digital - Mulai pengembangan aplikasi pencatatan digital - Inventarisasi aset koperasi 	<ul style="list-style-type: none"> - 80% pengurus memahami system - Draft aplikasi tahap 1 	Tim IT / Mitra digital
Bulan 3	<ul style="list-style-type: none"> - Uji coba sistem digital simpan pinjam di 1 cabang - Evaluasi & perbaikan system - Sosialisasi ke 50 anggota awal 	<ul style="list-style-type: none"> - Laporan uji coba - Feedback pengguna awal 	Manajer Operasional
Bulan 4	<ul style="list-style-type: none"> - Peluncuran sistem di semua cabang - Penguatan peran agen koperasi - Kick-off program pinjaman berbasis digital 	<ul style="list-style-type: none"> - Sistem aktif penuh - 3 agen koperasi aktif - Penyaluran pinjaman awal 	Tim Operasional & Tim Lapangan
Bulan 5	<ul style="list-style-type: none"> - Monitoring pelaksanaan - Kaji ulang kebijakan suku bunga berbasis data digital - Penyusunan SOP digitalisasi 	<ul style="list-style-type: none"> - SOP final - Rekomendasi perbaikan layanan 	Ketua Koperasi & Bendahara
Bulan 6	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluasi dampak implementasi digitalisasi - Penetapan target baru berbasis data - Penyusunan laporan kinerja semester 1 	<ul style="list-style-type: none"> - Laporan lengkap - Rencana pengembangan lanjut 	Pengurus Inti & Dewan Pengawas

SMART



Specific,
Measurable,
Achievable,
Relevant,
Time-Bound.

Manajemen Risiko

Koperasi Desa/Kelurahan Merah Putih

Risiko = Hal yang bisa mengganggu rencana kita

Contoh risiko:

- Harga jual turun
- Panen gagal
- Customer tidak membayar
- Barang tidak laku



Tanpa manajemen risiko, koperasi bisa rugi dan bubar.

Manajemen Risiko Sederhana

- **Tebak:** Apa saja risiko yang mungkin terjadi?
- **Timbang:** Seberapa besar dampaknya?
- **Tangani:** Apa yang bisa dilakukan kalau itu terjadi?



Contoh lain:

- Siapkan rencana Cadangan
- Buat kas darurat koperasi
- Jaga hubungan baik dengan mitra



Simulasi Praktik Buat Rencana Koperasimu

Apa itu Pitchdeck?

Pitch deck = presentasi singkat untuk menjelaskan ide bisnis/produk kepada calon investor, partner, atau klien

Tujuannya: meyakinkan audiens dalam waktu singkat

Formatnya ringkas, visual, dan langsung ke inti masalah.

Struktur Pitchdeck sederhana

Masalah & Solusi

- Apa masalah yang ada?
- Bagaimana solusi Anda menjawab masalah itu?

Produk / Layanan

- Tampilkan value utama & cara kerjanya

Market & Potensi

- Siapa target audiens?
- Seberapa besar peluang pasarnya?

Tim & Rencana

- Kenapa tim Anda bisa dipercaya?
- Roadmap singkat ke depan.

Tips Pitchdeck

Singkat & jelas → 10–12 slide sudah cukup

Visual > Teks → gunakan gambar, grafik, bullet point

Fokus pada nilai utama → apa yang membedakan Anda dari yang lain?

Practice → latihan presentasi agar pesan tersampaikan dalam < 10 menit.



Tidak ada koperasi (atau Perusahaan/Bisnis) besar tanpa rencana kecil yang dimulai hari ini.

**KERJAKAN DENGAN SERIUS,
DENGAN TULUS, DENGAN BENAR,
KARENA KOPERASI INI TIDAK HANYA UNTUKMU,
TAPI UNTUK KESEJAHTERAAN MASYARAKAT**

Kesimpulan dan Penutup

Peran Proposal Bisnis

Proposal bisnis membantu pengusaha merencanakan dan menyampaikan ide usaha secara sistematis dan jelas kepada pihak terkait.

Evaluasi Kelayakan Usaha

Evaluasi kelayakan usaha memastikan bahwa usaha memiliki potensi sukses dan risiko yang terkelola dengan baik.

Keputusan Strategis

Memahami konsep dan tahapan evaluasi memberikan dasar untuk pengambilan keputusan bisnis yang efektif dan terinformasi.



Kementerian Koperasi Republik Indonesia

Hak Cipta © 2025 Deputi Bidang Pengembangan Talenta dan Daya Saing Koperasi

www.talentakoperasi.id