

# **Business Activity Planning**

**Perencanaan & Penyelarasan Kegiatan Bisnis**

# Tujuan Pertemuan Ini

Setelah sesi ini, kamu bisa:

- Menyusun **Activity Plan** yang terstruktur untuk semester ini
- Membuat **Sales Plan** dengan target yang realistis dan terukur
- Menyelaraskan arah tim agar semua bergerak ke tujuan yang sama

## Konteks

Bisnis kamu **sudah berjalan** — bukan mulai dari nol.

Tantangan sekarang bukan lagi "*mau jual apa*", tapi:

| "*Bagaimana kita tumbuh secara terencana?*"

Perencanaan di tahap ini fungsinya adalah **menjaga momentum** dan memastikan tim tidak jalan sendiri-sendiri.

## Dua Dokumen yang Akan Dibuat

Dokumen	Fungsi
Activity Plan	Peta kegiatan bisnis selama satu semester
Sales Plan	Target dan strategi penjualan yang terukur

Keduanya saling terhubung — Activity Plan adalah *rencana besarnya*, Sales Plan adalah *fokus pada sisi penjualan*.

# Kenapa Bisnis yang Sudah Jalan Tetap Butuh Rencana?

Banyak bisnis yang sudah berjalan tiba-tiba stagnan karena:

- Tidak ada target yang jelas, jadinya tidak terasa kalau bisnis tidak berkembang
- Tim sibuk tapi tidak tahu mana prioritas yang paling penting
- Keputusan dibuat reaktif, bukan proaktif

Rencana yang baik membantu kita **tahu kapan harus berubah arah dan kapan harus tetap fokus.**

## Activity Plan

Dokumen yang berisi **semua kegiatan kunci bisnis** selama satu semester, lengkap dengan jadwal dan penanggung jawabnya.

Bukan sekadar to-do list — tapi peta jalan yang bisa dievaluasi setiap minggu.

# Komponen Activity Plan

<b>Komponen</b>	<b>Penjelasan</b>
<b>Tujuan Semester</b>	Apa 1–2 hal utama yang ingin dicapai bisnis ini di akhir semester?
<b>Kegiatan</b>	Kegiatan konkret yang mendukung tujuan tersebut
<b>Minggu</b>	Minggu keberapa kegiatan itu dijalankan
<b>Penanggung Jawab</b>	Nama anggota yang bertanggung jawab atas kegiatan tersebut
<b>Indikator Sukses</b>	Bagaimana tahu kegiatan ini berhasil? (angka, output, dll)

# Template Activity Plan

Tujuan Semester: *(tuliskan di sini — max 2 kalimat)*

No	Kegiatan	Minggu ke-	Penanggung Jawab	Indikator Sukses
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				

## Cara Mengisi Activity Plan

- **Kegiatan** — tulis spesifik, bukan umum. Bukan "*promosi*", tapi "*bikin konten Instagram 3x seminggu*"
- **Minggu ke-** — tentukan minggunya dengan jelas, boleh rentang misal "*3–5*"
- **Penanggung Jawab** — satu nama per kegiatan agar jelas akuntabilitasnya
- **Indikator Sukses** — pakai angka kalau bisa. Contoh: "*10 konten tayang*", "*50 pelanggan baru*"

## Sales Plan

Dokumen yang berisi **target penjualan dan strategi untuk mencapainya** — bukan sekadar harapan, tapi rencana yang bisa diukur setiap minggu.

Kalau Activity Plan adalah peta perjalanan, Sales Plan adalah **kompas yang menunjukkan ke mana uang harus datang.**

# Komponen Sales Plan

Komponen	Penjelasan
Profil Produk	Nama, deskripsi, harga, dan keunggulan produk
Profil Pelanggan	Siapa pembelinya — demografi, kebiasaan, kebutuhan
Target Penjualan	Jumlah unit dan nilai Rupiah yang ingin dicapai per minggu
Strategi Penjualan	Pendekatan yang digunakan untuk menjangkau pembeli
Kanal Penjualan	Di mana transaksi terjadi — online, offline, atau keduanya
Biaya Penjualan	Estimasi biaya promosi / operasional per minggu
Proyeksi Laba	Pendapatan dikurangi biaya penjualan per minggu

## Template Sales Plan — Profil Produk

<b>Nama Produk / Jasa</b>	
<b>Deskripsi Singkat</b>	
<b>Harga Jual per Unit</b>	Rp
<b>HPP (Harga Pokok Produksi)</b>	Rp
<b>Margin per Unit</b>	Rp
<b>Keunggulan vs Kompetitor</b>	
<b>Kanal Penjualan</b>	

## Template Sales Plan — Profil Pelanggan

<b>Segmen Utama</b>	<i>(contoh: mahasiswa usia 18–25, ibu rumah tangga, dll)</i>
<b>Lokasi</b>	
<b>Kebutuhan / Pain Point</b>	<i>(apa masalah yang produk ini selesaikan?)</i>
<b>Kebiasaan Belanja</b>	<i>(kapan, di mana, bagaimana mereka biasa membeli?)</i>
<b>Cara Menjangkau</b>	<i>(media sosial, komunitas, marketplace, dll)</i>

## Template Sales Plan — Target & Proyeksi Mingguan

Minggu ke-	Target Unit	Pendapatan (Rp)	Biaya Promosi (Rp)	Estimasi Laba (Rp)	Strategi Utama
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
<b>Total</b>					

## Template Sales Plan — Strategi per Kanal

Kanal	Aktivitas	Target per Minggu	Penanggung Jawab
Instagram / TikTok			
WhatsApp / Broadcast			
Marketplace			
Penjualan Langsung			
Referral / Word of Mouth			

## Cara Mengisi Sales Plan

- **HPP & Margin** — hitung dulu biaya produksi per unit agar tahu margin yang sebenarnya
- **Target per minggu** — acuan dari data penjualan sebelumnya, naikkan 10–20% secara realistis
- **Biaya promosi** — termasuk ongkos iklan, bahan konten, atau biaya pengiriman sampel
- **Estimasi laba** = Pendapatan – HPP total – Biaya promosi
- **Strategi per kanal** — fokus pada 2–3 kanal yang paling efektif, jangan semua dicoba sekaligus

## Link Penting

 <b>Absensi</b>	<a href="https://wbiic.wbi.ac.id/absensi">https://wbiic.wbi.ac.id/absensi</a>
 <b>Materi</b>	<a href="https://wbiic.wbi.ac.id/materi">https://wbiic.wbi.ac.id/materi</a>
 <b>Daftar Kelompok Bisnis</b>	<a href="https://wbiic.wbi.ac.id/entrepreneurship/register">https://wbiic.wbi.ac.id/entrepreneurship/register</a>

## Ringkasan

- **Activity Plan** = rencana kegiatan bisnis per minggu, lengkap dengan penanggung jawab dan indikator sukses
- **Sales Plan** = target penjualan per minggu dan strategi untuk mencapainya
- Keduanya bukan dokumen sekali buat — **evaluasi setiap minggu** dan sesuaikan kalau perlu

Bisnis yang berkembang bukan yang paling keras bekerja, tapi yang paling tahu **ke mana arahnya**. 🚀