## 

**RANCANGAN PERNIAGAAN**

**ISI KANDUNGAN**

[**1. PENGENALAN**](#_v976dteliexm) **3**

[1.1. Nama Perniagaan dan Jenis Perniagaan](#_88s6zuhgvt80) 3

[1.2. Latar Belakang Perniagaan](#_sl1kaz1huafv) 3

[1.3. Visi Perniagaan](#_bopma68odrr6) 4

[1.4. Misi Perniagaan](#_ss7vq0f94zo4) 4

[1.5. Objektif Perniagaan](#_2g9p93fykjfd) 5

[1.6. Keunikan Perniagaan (Unique Selling Proposition - USP)](#_gknlwlttt1lo) 5

[1.7. Gambaran Industri](#_bwirx5lg5cpg) 6

[**2. ANALISIS PASARAN**](#_8ylhq9m0uuhm) **6**

[2.1. Gambaran Pasaran](#_4kh1d3txribg) 6

[2.2. Sasaran Pasaran](#_1dm6cxjk02lh) 7

[2.3. Analisis Persaingan](#_2nsgdiwy3zfa) 8

[2.4. Kelebihan Kompetitif (Unique Selling Proposition, USP)](#_ytkcxiwicb5f) 9

[2.5. Peluang Pasaran (Market Opportunity)](#_gehkfqq9me6p) 9

[**3. STRATEGI PEMASARAN**](#_bsipmy54w715) **10**

[3.1. Penjenamaan (Branding)](#_1qf1d08w4mij) 10

[3.2. Strategi Promosi (Promotional Strategy)](#_yfj5r5o14kba) 10

[3.3. Penentuan Harga (Pricing Strategy)](#_of6i54tt69iv) 11

[3.4. Lokasi dan Pengedaran (Place & Distribution)](#_5dd2ju2eje7) 11

[3.5. Strategi Memperluas Pasaran (Market Expansion Strategy)](#_empfhlt65rj) 12

[**4. OPERASI PERNIAGAAN**](#_28lu9fmjlxiv) **13**

[4.1. Lokasi dan Kemudahan Fizikal](#_ktst8sa57kt9) 13

[4.2. Peralatan dan Keperluan Operasi](#_m1uxdcabexki) 14

[4.3. Proses Operasi Harian](#_tsfx03rb57o) 14

[4.4. Pengurusan Stok dan Pembekalan](#_16qtgeizvvpk) 15

[4.5. Sumber Tenaga Kerja (Workforce Management)](#_4ygx8680e53v) 16

[4.6. Pengurusan Kualiti](#_2wef91w73x7q) 16

[**5. KEWANGAN**](#_sdx09b87bg14) **17**

[5.1. Kos Permulaan (Start-up Costs)](#_6i2tc09uhv8r) 17

[5.2. Sumber Pembiayaan (Sources of Financing)](#_8utqzt1fnqon) 18

[5.3. Anggaran Jualan dan Pendapatan (Sales and Revenue Projections)](#_6flpwtefjjbd) 18

[5.4. Anggaran Perbelanjaan Bulanan (Operating Expenses)](#_z688ocwl3hkf) 19

[5.5. Keuntungan Bersih (Net Profit)](#_t5twzupicegc) 20

[5.6. Unjuran Aliran Tunai (Cash Flow Projections)](#_7h99grs5ftol) 20

[5.7. Penyata Untung Rugi (Profit and Loss Statement)](#_ya41q3o5ke0j) 21

[5.8. Analisis Titik Pulang Modal (Break-Even Analysis)](#_ajtwp8x0jups) 21

[5.9. Risiko Kewangan dan Strategi Mitigasi](#_sliq8rjzkgo8) 22

[**6. Risiko dan Penyelesaian**](#_4m4p68a8bg2n) **22**

[6.1. Risiko Operasi](#_1unumsjw4ih9) 23

[6.2. Risiko Kewangan](#_igistg28sizw) 23

[6.3. Risiko Sumber Tenaga Kerja](#_tpc0tb1gvglt) 24

[6.4. Risiko Persaingan](#_kenlgt34zp9c) 25

[6.5. Risiko Pasaran dan Perubahan Permintaan](#_lsla4avp5wp1) 25

[6.6. Risiko Perundangan](#_nu9ynf7abcv1) 26

[**7. Lampiran**](#_r6pdje3aglr0) **26**

## 

## 

## 

## 

## 

## 

## 

## 

## 

# **1. PENGENALAN**

Bahagian ini memberi gambaran keseluruhan tentang perniagaan makanan yang akan dibangunkan. Ia berfungsi untuk memberikan pembaca (pelabur, rakan kongsi, atau pihak berkepentingan) pemahaman mendalam tentang visi, misi, dan identiti perniagaan.

## **1.1. Nama Perniagaan dan Jenis Perniagaan**

**a. Nama Perniagaan**

Pilih nama perniagaan yang menarik, menggambarkan konsep perniagaan dan mudah diingati. Contoh: “Selera Nusantara”, “Aroma Fusion Cafe”, atau “Rasa Korea”.

**b. Jenis Perniagaan**

Nyatakan bentuk entiti perniagaan; samada enterprise atau syarikat Sendirian Berhad.

Enterprise sesuai untuk perniagaan kecil atau mikro. Syarikat Sendirian Berhad (Sdn. Bhd.): Untuk perniagaan berskala besar.

**c. Alamat atau Lokasi Perniagaan**

Nyatakan alamat dan lokasi perniagaan dengan tepat.

## **1.2. Latar Belakang Perniagaan**

Bahagian ini menjelaskan idea asas perniagaan, sejarah penubuhan, dan matlamat utamanya.

**a. Idea Asas Perniagaan**

* Gambaran ringkas tentang produk atau perkhidmatan yang ditawarkan.
  + Contoh: Menyediakan masakan Melayu asli, hidangan fusion Barat-Asia, atau makanan sihat dengan konsep mesra alam.
* Sebab utama perniagaan dimulakan:
  + Contoh: Mengisi kekosongan dalam pasaran makanan halal berkualiti tinggi atau memenuhi permintaan makanan sihat.

**b. Sejarah Penubuhan**

* Siapa pengasasnya, bila ia dimulakan, dan bagaimana idea tercetus.
  + Contoh: Diasaskan oleh seorang chef profesional dengan pengalaman lebih 10 tahun dalam industri makanan.
* Kronologi ringkas jika perniagaan telah beroperasi sebelumnya (contoh: bermula sebagai perniagaan kecil dari rumah sebelum berkembang).

**c. Matlamat Jangka Pendek dan Panjang**

* Matlamat jangka pendek:
  + Contoh: Mencapai 1,000 pelanggan tetap dalam tempoh 6 bulan pertama.
* Matlamat jangka panjang:
  + Contoh: Membuka cawangan baru dalam tempoh 3 tahun atau menjadi jenama terkenal dalam industri makanan halal.

## **1.3. Visi Perniagaan**

Visi adalah pernyataan aspirasi jangka panjang perniagaan. Nyatakan visi yang anda ingin capai. Contoh;

* “Menjadi peneraju utama dalam industri makanan halal yang menyajikan hidangan berkualiti tinggi dengan pengalaman pelanggan yang luar biasa.”
* “Mengubah cara pelanggan menikmati makanan tradisional dengan pendekatan moden, inovatif, dan lestari.”

## **1.4. Misi Perniagaan**

Misi adalah langkah-langkah utama untuk mencapai visi. Nyatakan misi perniagaan anda.

**Contoh:**

1. Menyediakan makanan berkualiti tinggi dengan bahan mentah segar dan halal.
2. Memberikan perkhidmatan pelanggan yang mesra dan profesional.
3. Menerapkan teknologi digital untuk memudahkan tempahan dan penghantaran makanan.
4. Mempromosikan amalan perniagaan lestari dengan menggunakan pembungkusan mesra alam.

## **1.5. Objektif Perniagaan**

Nyatakan objektif spesifik perniagaan yang boleh diukur dalam jangka masa tertentu.

**a. Objektif Jangka Pendek (1 Tahun). Contoh:**

* Mencapai pendapatan bulanan RM30,000 dalam 12 bulan pertama.
* Membina pangkalan pelanggan tetap sebanyak 2,000 orang.
* Meningkatkan kesedaran jenama melalui pemasaran digital dengan 10,000 pengikut di media sosial.

**b. Objektif Jangka Sederhana (3 Tahun). Contoh:**

* Membuka satu lagi cawangan di lokasi strategik.
* Mencapai pendapatan tahunan RM500,000.
* Memperkenalkan menu baru setiap suku tahun untuk mengekalkan daya tarikan pelanggan.

**c. Objektif Jangka Panjang (5 Tahun). Contoh:**

* Mengembangkan perniagaan ke pasaran antarabangsa melalui francais.
* Menjadi pilihan utama pelanggan dalam kategori makanan halal berkualiti tinggi.

## **1.6. Keunikan Perniagaan (Unique Selling Proposition - USP)**

Kenapa pelanggan perlu memilih perniagaan anda berbanding pesaing? Nyatakan kelebihan kompetitif anda. Contoh:

**a. Menu Unik dan Kreatif**

* Menawarkan hidangan yang tidak terdapat di restoran lain, seperti makanan fusion unik atau resepi keluarga turun-temurun.

**b. Fokus pada Kualiti dan Halal**

* Menjamin 100% bahan mentah halal dan segar.

**c. Pengalaman Pelanggan yang Luar Biasa**

* Menyediakan suasana restoran yang mesra keluarga, moden, dan selesa.

**d. Sokongan Teknologi**

* Mempunyai aplikasi mudah alih untuk tempahan dan penghantaran makanan.

**e. Nilai Lestari**

* Menggunakan pembungkusan mesra alam untuk mengurangkan pencemaran.

## 

## **1.7. Gambaran Industri**

Berikan gambaran ringkas tentang keadaan semasa Industri Makanan.

**a. Pertumbuhan Industri Makanan di Malaysia**

* Industri makanan di Malaysia bernilai RMxx bilion (data boleh diambil dari sumber terkini).
* Pertumbuhan pesat sektor penghantaran makanan berikutan pandemik dan perubahan gaya hidup.

**b. Potensi Pasaran**

* Permintaan tinggi terhadap makanan halal berkualiti di kalangan masyarakat tempatan dan pelancong.
* Pertumbuhan trend makanan sihat dan mesra alam.

**c. Cabaran Industri**

* Persaingan tinggi dalam kalangan restoran dan perniagaan kecil.
* Kos bahan mentah yang semakin meningkat.

# **2. ANALISIS PASARAN**

Tujuan analisis pasaran adalah untuk anda memahami keseluruhan pasaran yang anda ingin masuki. Tujuannya adalah untuk anda mengetahui kehendak/keperluan pelanggan, peluang-peluang baru yang boleh dimasuki, memahami kekuatan/kelemahan pelanggan dan bagaimana anda boleh menawarkan sesuatu yang lebih baik berbanding pesaing-pesaing. Di peringkat ini, anda perlu melakukan [kajian pasaran yang menyeluruh](https://foodbisnes.com/penyelidikan-pasaran-kepentingannya-di-dalam-industri-makanan).

## **2.1. Gambaran Pasaran**

Industri Makanan di Malaysia adalah salah satu sektor yang paling kompetitif dan pesat berkembang, terutamanya dengan permintaan tinggi terhadap makanan halal, makanan sihat, dan konsep penghantaran makanan. Dengan populasi lebih daripada 30 juta, terdapat pelbagai segmen pelanggan yang menawarkan peluang besar kepada usahawan dalam bidang ini.

**Trend Terkini dalam Industri Makanan Malaysia**:

* **Permintaan untuk Makanan Halal**: Pasaran halal terus berkembang, dengan ramai pengguna Muslim mencari produk makanan yang memenuhi piawaian JAKIM.
* **Kecenderungan terhadap Makanan Sihat**: Pengguna semakin berminat kepada makanan organik, rendah kalori, dan bebas gluten.
* **Penggunaan Teknologi**: Platform penghantaran makanan seperti GrabFood, Foodpanda, dan ShopeeFood menjadi popular.
* **Populariti Konsep "Cloud Kitchen"**: Perniagaan makanan tanpa kedai fizikal semakin menjadi pilihan usahawan untuk mengurangkan kos.

## 

## **2.2. Sasaran Pasaran**

Pelanggan sasaran adalah kumpulan yang anda ingin fokuskan berdasarkan produk atau perkhidmatan anda. Sila nyatakan siapa yang anda ingin sasarkan. Kenal pasti demografi, psikografi, dan keperluan mereka.

**Contoh Sasaran Pasaran:**

1. **Demografi**:
   1. Umur: 18–45 tahun
   2. Jantina: Lelaki dan perempuan
   3. Lokasi: Kawasan bandar atau pinggir bandar seperti Kuala Lumpur, Selangor, Penang, dan Johor.
2. **Psikografi**:
   1. **Pelajar Universiti dan Golongan Bekerja**: Menghargai makanan yang mudah, pantas, dan berpatutan.
   2. **Golongan Berkeluarga**: Memerlukan makanan yang sihat, sesuai untuk anak-anak dan ibu bapa.
   3. **Penggemar Makanan**: Menyukai makanan unik atau fusion yang memberi pengalaman baharu.
3. **Keperluan dan Masalah Pelanggan**:
   1. Kekurangan masa untuk memasak di rumah.
   2. Sukar mencari makanan halal berkualiti di kawasan tertentu.
   3. Keinginan mencuba makanan yang inovatif dan moden.

## **2.3. Analisis Persaingan**

Di dalam perniagaan makanan, mengenali pesaing anda adalah langkah penting untuk memahami bagaimana anda dapat menonjolkan diri di pasaran. Analisis persaingan melibatkan kajian terhadap kekuatan dan kelemahan perniagaan lain yang menyediakan produk atau perkhidmatan yang serupa.

**Senaraikan pesaing-pesaing utama.** Contoh:

1. **Restoran A**
   1. **Kekuatan**: Makanan murah, lokasi strategik.
   2. **Kelemahan**: Kebersihan yang tidak konsisten, waktu operasi terhad.
2. **Food Truck B**
   1. **Kekuatan**: Menu unik seperti burger dengan resepi fusion.
   2. **Kelemahan**: Lokasi yang sukar dijangka, tiada penghantaran.
3. **Cloud Kitchen C**
   1. **Kekuatan**: Fokus kepada penghantaran makanan dengan kos operasi rendah.
   2. **Kelemahan**: Tiada hubungan langsung dengan pelanggan.

**Bandingkan Produk Anda Dengan Pesaing-Pesaing Utama**

Gunakan jadual untuk menunjukkan kelebihan produk atau perkhidmatan anda berbanding pesaing. Contoh:

| Ciri | Perniagaan Anda | Pesaing A | Pesaing B | Pesaing C |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Harga | Sederhana | Sederhana | Murah | Mahal |
| Pilihan menu | Pelbagai | Pelbagai | Terhad | Unik |
| Lokasi | Strategik | Strategik | Kurang strategik | Strategik |
| Penghantaran | Disediakan | Tidak disediakan | Tidak disediakan | Tidak disediakan |

## **2.4. Kelebihan Kompetitif (Unique Selling Proposition, USP)**

Kelebihan kompetitif adalah apa yang menjadikan perniagaan anda unik berbanding pesaing lain di pasaran.

**Contoh USP untuk Perniagaan Makanan:**

1. **Bahan-Bahan Premium**: Menggunakan bahan organik atau buatan tempatan untuk menjamin kesegaran dan kualiti.
2. **Konsep Hidangan**: Menawarkan hidangan yang kreatif dan tidak terdapat di tempat lain.
3. **Servis Pelanggan**: Perkhidmatan penghantaran pantas dengan kemasan yang menarik.
4. **Kesedaran Sosial**: Menyumbang sebahagian keuntungan kepada program komuniti atau alam sekitar.

**Maka, anda perlu pilih naratif USP anda. Contoh:**

*"Restoran kami menumpukan pada menyajikan hidangan fusion Melayu-Asia yang inovatif menggunakan bahan organik tempatan, disokong oleh penghantaran pantas untuk memenuhi keperluan gaya hidup moden pelanggan."*

## **2.5. Peluang Pasaran (Market Opportunity)**

Kenal pasti jurang di pasaran atau trend yang boleh dimanfaatkan oleh perniagaan anda.

**Contoh Peluang Pasaran**

* Peningkatan minat terhadap makanan vegan dan vegetarian.
* Kawasan perumahan baharu yang tiada restoran halal yang mencukupi.
* Permintaan untuk penghantaran makanan yang lebih pantas dan konsisten.
* Kecenderungan pengguna membeli makanan melalui aplikasi penghantaran seperti GrabFood dan Foodpanda.

**Cadangan untuk Memanfaatkan Peluang**

* Wujudkan menu vegan atau vegetarian untuk menarik pelanggan yang mementingkan kesihatan.
* Fokus pada lokasi perumahan baharu dengan promosi pembukaan besar-besaran.
* Berkolaborasi dengan platform penghantaran makanan untuk meningkatkan jualan.

# **3. STRATEGI PEMASARAN**

## **3.1. Penjenamaan (Branding)**

Penjenamaan adalah aspek penting dalam memastikan perniagaan makanan anda dikenali dan diingati oleh pelanggan. Jenama anda harus menyampaikan nilai, kualiti, dan keunikan yang membezakan anda daripada pesaing.

**Elemen Penjenamaan yang Perlu Ditekankan:**

1. **Nama Perniagaan**: Nama yang mudah diingati dan relevan dengan konsep makanan anda.
   * Contoh: "Fusion Flavors" (untuk menu makanan fusion).
2. **Logo dan Slogan**:
   * Logo yang menarik, minimalis, dan sesuai untuk digunakan di pelbagai platform.
   * Slogan: Ungkapan ringkas yang menggambarkan nilai jenama anda. Contoh: *"Hidangan Tradisi dengan Sentuhan Moden."*
3. **Identiti Visual**:
   * Warna, rekaan grafik, dan pembungkusan produk yang konsisten dan menarik perhatian.
4. **Nilai Jenama**:
   * Apakah nilai utama perniagaan anda?  
     Contoh: Kesegaran, kualiti halal, kemampanan, atau keunikan rasa.

## **3.2. Strategi Promosi (Promotional Strategy)**

Promosi adalah cara untuk menarik perhatian pelanggan kepada produk atau perkhidmatan anda. Nyatakan gabungan strategi-strategi yang anda akan gunakan untuk mempromosi perniagaan anda. Contohnya:

**a. Pemasaran Digital (Digital Marketing)**

* **Media Sosial**
  + Gunakan platform seperti **Instagram**, **TikTok**, dan **Facebook** untuk berkongsi gambar makanan, video "behind-the-scenes", resipi, atau promosi istimewa.
  + Contoh kempen: *“Cuba Menu Baru Kami – Diskaun 20% hingga 31 Jan!”*
  + Guna iklan berbayar seperti **Facebook Ads** atau **Google Ads** untuk menjangkau lebih ramai pelanggan.
* **Email Marketing**
  + Hantar buletin kepada pelanggan tetap dengan promosi, kupon, atau kemas kini menu.
* **Influencer Marketing**
  + Berkolaborasi dengan **influencer makanan** untuk ulasan dan promosi. Pastikan mereka mempunyai pengikut yang relevan dengan sasaran pasaran anda.

**b. Promosi di Tempat Fizikal (Offline)**

* **Promosi Pembukaan Besar-Besaran**:
  + Contoh: *“Hari Pembukaan: Dapatkan Set Combo Percuma untuk 50 Pelanggan Pertama.”*
* **Kupon dan Kad Loyalti**:
  + Berikan diskaun kepada pelanggan tetap, seperti program *“Beli 10, Dapat 1 Percuma.”*
* **Penglibatan Komuniti**:
  + Menyertai festival makanan tempatan atau menganjurkan acara kecil seperti pertandingan makan atau kelas masakan.

**c. Promosi Melalui Platform Penghantaran Makanan**

* Berdaftar dengan platform seperti **GrabFood**, **Foodpanda**, dan **ShopeeFood**.
* Berikan diskaun eksklusif untuk pelanggan penghantaran makanan.
* Sertakan promosi di dalam bungkusan makanan, seperti risalah atau kupon untuk pembelian seterusnya.

## 

## **3.3. Penentuan Harga (Pricing Strategy)**

Penentuan harga yang betul adalah penting untuk memastikan keuntungan dan daya saing anda di pasaran. Nyatakan dengan jelas bagaimana harga produk anda ditentukan. Boleh gunakan pelbagai [teknik penentuan harga produk produk makanan](https://foodbisnes.com/panduan-lengkap-menetapkan-harga-produk-makanan).

## **3.4. Lokasi dan Pengedaran (Place & Distribution)**

Lokasi perniagaan dan saluran pengedaran menentukan kemudahan pelanggan untuk mengakses makanan anda. Nyatakan kaedah bagaimana produk makanan anda dijual.

**a. Lokasi Fizikal**

* Lokasi strategik di kawasan yang ramai orang seperti pusat bandar, taman perumahan, atau kawasan pelancongan.
* Pastikan lokasi mempunyai akses mudah dan tempat letak kereta yang mencukupi.

**2. Saluran Pengedaran**

* **Penghantaran Dalam Talian:**
  + Gunakan platform penghantaran makanan seperti **GrabFood**, **Foodpanda**, dan **ShopeeFood** untuk mencapai pelanggan yang lebih luas.
  + Sediakan sistem penghantaran dalaman untuk kawasan berhampiran, dengan caj penghantaran rendah.
* **Jualan Langsung:**
  + Pelanggan datang terus ke premis anda untuk makan di tempat (dine-in) atau membeli secara bawa pulang (takeaway).
* **Kolaborasi:**
  + Bekerjasama dengan kedai runcit tempatan untuk menjual produk makanan seperti kuih-muih atau makanan ringan.
  + Bekerjasama dengan perniagaan lain seperti kafe untuk menjual menu anda sebagai tambahan kepada tawaran mereka.

## **3.5. Strategi Memperluas Pasaran (Market Expansion Strategy)**

Bagi perniagaan makanan, memperluaskan pasaran adalah penting untuk mencapai lebih ramai pelanggan dan meningkatkan keuntungan. Maka, anda perlu nyatakan dengan jelas strategi untuk memperluaskan pasaran anda, termasuk tempoh bagi strategi ini dilaksanakan. Menetapkan tempoh waktu membantu memastikan perancangan dan pelaksanaan strategi tersebut lebih **teratur**, **berfokus**, dan **terukur**. Contoh;

**a. Pengembangan Geografi**

* Membuka cawangan baru di kawasan lain pada tahun ke-3.
* Contoh: Bermula di Lembah Klang → Kembangkan ke Johor dan Pulau Pinang.

**b. Diversifikasi Produk**

* Menambah menu baru berdasarkan trend pasaran atau permintaan pelanggan pada tahun ke-2.
* Contoh: Jika kini fokus pada hidangan Barat, tambah menu masakan tempatan seperti Nasi Lemak Fusion.

**c. Strategi Penyesuaian Produk**

* Menawarkan pilihan makanan yang sesuai untuk pelbagai kumpulan pelanggan selepas 6 bulan. Contoh: Menu vegetarian, makanan bebas gluten, atau hidangan kanak-kanak.

# **4. OPERASI PERNIAGAAN**

### 

## **4.1. Lokasi dan Kemudahan Fizikal**

**Lokasi** memainkan peranan penting dalam kejayaan operasi perniagaan makanan. Lokasi yang strategik akan menarik lebih ramai pelanggan dan meningkatkan pengeluaran.

**a. Lokasi Utama Perniagaan**

* **Alamat Lokasi**: Nyatakan lokasi spesifik perniagaan anda, contohnya restoran, food truck, atau dapur komersial (cloud kitchen).
* **Tuliskan Sebab Pemilihan Lokasi**. Contohnya;
  + Kawasan tumpuan ramai seperti pusat bandar, kawasan pejabat, universiti, atau kawasan perumahan.
  + Akses mudah untuk pelanggan dan penghantar makanan.
  + Tempat letak kereta yang mencukupi atau berhampiran dengan stesen pengangkutan awam.

**b. Saiz dan Rekaan Premis:**

* **Saiz Premis**: Berapa keluasan yang diperlukan untuk operasi seperti dapur, ruang makan (jika ada), dan stor.
  + Contoh: 1,500 kaki persegi dengan dapur, ruang makan untuk 50 orang, dan stor bahan mentah.
* **Rekaan Premis**:
  + Rekaan dalaman yang selesa dan menarik untuk pelanggan.
  + Penggunaan ruang yang efisien di dapur untuk mempercepatkan proses penyediaan makanan.
  + Pematuhan terhadap keperluan kesihatan dan keselamatan seperti sistem pengudaraan dan laluan keluar kecemasan.

## **4.2. Peralatan dan Keperluan Operasi**

Nyatakan peralatan yang diperlukan untuk operasi harian perniagaan makanan anda, termasuk dapur, penghantaran, dan pengurusan stok.

**a. Peralatan Dapur**

* Ketuhar gas atau elektrik.
* Dapur memasak (burner stove).
* Mesin pemanggang (grill).
* Mesin pencampur (mixer) untuk roti atau kek.
* Peralatan penyimpanan suhu rendah seperti peti sejuk dan peti beku.

**b. Peralatan Penyajian**

* Pinggan, mangkuk, dan kutleri (pisau, garpu, sudu).
* Pembungkusan makanan (contoh: bekas mesra alam untuk makanan penghantaran).

**c. Peralatan Teknologi**

* Sistem Point of Sale (POS) untuk transaksi pembayaran.
* Tablet atau komputer riba untuk menguruskan pesanan penghantaran dalam talian.
* Kamera CCTV untuk keselamatan dan pemantauan operasi.

**d. Alat Kebersihan**

* Mesin pencuci pinggan.
* Tong sampah dengan pengasingan untuk kitar semula dan sisa makanan.

## **4.3. Proses Operasi Harian**

Huraikan langkah-langkah operasi harian untuk memastikan kelancaran perniagaan.

**a. Penyediaan Harian**

* Staf dapur memulakan persiapan bahan mentah seperti memotong sayur, menyiapkan perapan, atau membuat stok sup.
* Periksa inventori bahan mentah untuk memastikan bekalan mencukupi sepanjang hari.

**b. Penyediaan Pesanan**

* Pesanan diterima melalui pelbagai saluran: walk-in, aplikasi penghantaran makanan, atau telefon.
* Proses penyediaan makanan di dapur mengikut standard operasi (SOP) untuk memastikan kualiti dan konsistensi.

**c. Penyajian dan Penghantaran**

* Hidangan untuk makan di restoran disajikan dengan gaya menarik.
* Hidangan penghantaran dibungkus dengan kemas dan selamat untuk perjalanan.

**d. Pembersihan dan Penutupan**

* Selepas waktu operasi, dapur dan ruang makan dibersihkan sepenuhnya.
* Alat memasak dan peralatan lain disterilkan untuk digunakan pada hari berikutnya.

## **4.4. Pengurusan Stok dan Pembekalan**

Pengurusan stok yang berkesan adalah penting untuk memastikan bahan mentah mencukupi tanpa berlaku pembaziran.

**a. Pembekal Utama**

* Kenal pasti pembekal bahan mentah, seperti daging segar, sayur-sayuran, rempah, dan produk pembungkusan.
* Pastikan pembekal yang dipilih:
  + Mempunyai reputasi yang baik.
  + Mematuhi piawaian halal (jika diperlukan).
  + Boleh memberikan bekalan tepat pada masanya.

**b. Proses Pembelian**

* Buat pesanan bahan mentah secara mingguan atau harian, bergantung kepada keperluan operasi.
* Gunakan sistem rekod digital untuk memantau kuantiti bahan mentah yang ada.

**c. Kawalan Stok**

* Gunakan sistem pengurusan inventori untuk:
  + Mengesan bahan mentah yang hampir tamat tempoh.
  + Memastikan bahan mentah disimpan mengikut suhu yang sesuai (contohnya, peti sejuk untuk makanan mudah rosak).

**d. Pengurangan Pembaziran**

* Gunakan bahan mentah yang berlebihan untuk menu khas atau promosi.
* Latih pekerja untuk memaksimumkan penggunaan bahan mentah (contoh: potongan sayur boleh digunakan untuk membuat stok).

## **4.5. Sumber Tenaga Kerja (Workforce Management)**

Operasi perniagaan makanan memerlukan tenaga kerja yang cekap dan terlatih.

**a. Struktur Pasukan**

* **Pengurus Operasi**: Memantau keseluruhan operasi harian, termasuk pengurusan staf dan peralatan.
* **Chef Utama**: Bertanggungjawab terhadap kualiti makanan dan menu.
* **Pembantu Dapur**: Membantu chef dalam penyediaan bahan mentah dan kebersihan dapur.
* **Staf Perkhidmatan**: Menyediakan perkhidmatan pelanggan, termasuk menerima pesanan dan menghantar makanan.
* **Pekerja Penghantaran** (jika ada): Menghantar makanan kepada pelanggan dengan pantas.

**b. Jadual Kerja**

* Buat jadual kerja yang fleksibel dan adil untuk mengelakkan keletihan staf.
* Contoh:
  + **Shift Pagi**: 8 pagi – 3 petang
  + **Shift Petang**: 3 petang – 10 malam

**c. Latihan dan Pembangunan**

* Latih pekerja dalam:
  + Penjagaan kebersihan dan keselamatan makanan.
  + Kemahiran melayan pelanggan dengan mesra.
  + Penggunaan peralatan dapur dan teknologi seperti sistem POS.

## **4.6. Pengurusan Kualiti**

Kualiti makanan dan perkhidmatan adalah kunci kepada kejayaan jangka panjang.

**a. Standard Operasi Prosedur (SOP):**

* Tetapkan SOP untuk setiap aspek operasi seperti:
  + Penyimpanan dan penyediaan bahan mentah.
  + Penyajian makanan (contoh: saiz hidangan, cara pembungkusan).
  + Pembersihan dan sanitasi dapur.

**b. Pematuhan Kesihatan dan Keselamatan:**

* Pastikan premis mematuhi semua piawaian yang ditetapkan oleh Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM).
* Lakukan pemeriksaan berkala untuk memastikan tiada pencemaran makanan atau risiko kesihatan.

**c. Pengurusan Maklum Balas Pelanggan:**

* Sediakan saluran untuk pelanggan memberikan maklum balas seperti:
  + Borang ulasan di restoran.
  + Ruangan komen di media sosial atau aplikasi penghantaran makanan.
* Gunakan maklum balas ini untuk memperbaiki makanan dan perkhidmatan anda.

# **5. KEWANGAN**

## **5.1. Kos Permulaan (Start-up Costs)**

Bahagian ini merangkumi semua kos yang diperlukan untuk memulakan perniagaan makanan, dari pembelian peralatan hingga pemasaran awal. Kos permulaan perlu diperincikan untuk memahami jumlah pelaburan yang diperlukan.

**a. Kos Pembelian Peralatan**

* Peralatan dapur: ketuhar, dapur gas, peti sejuk, peti beku, mesin pencampur.
  + Contoh: Ketuhar komersial – RM8,000, Peti Sejuk Komersial – RM4,500.
* Peralatan makan dan pembungkusan: pinggan mangkuk, bekas mesra alam.
  + Contoh: Bekas makanan – RM2,000.

**b. Kos Renovasi dan Sewa Premis**

* Sewa awal premis (biasanya untuk 2–3 bulan deposit).
  + Contoh: Sewa bulanan premis – RM4,000 (deposit 3 bulan = RM12,000).
* Renovasi: pemasangan dapur, rekaan dalaman, cat, perabot.
  + Contoh: Kos renovasi dapur dan ruang makan – RM20,000.

**c. Kos Pemasaran Awal**

* Rekaan logo dan bahan pemasaran.
  + Contoh: Kos rekaan logo – RM1,500.
* Iklan digital awal (Facebook Ads, Google Ads).
  + Contoh: RM1,000 untuk bulan pertama.

**d. Modal Kerja Awal (Working Capital)**

* Stok bahan mentah (contoh: daging, rempah, sayuran).
  + Contoh: Stok awal bahan mentah – RM5,000.
* Gaji pekerja bulan pertama.
  + Contoh: Gaji pekerja (6 orang x RM2,000) – RM12,000.

**Jumlah Kos Permulaan Anggaran**

* Contoh: RM70,000 – RM100,000 bergantung kepada skala perniagaan.

## **5.2. Sumber Pembiayaan (Sources of Financing)**

Jelaskan bagaimana modal permulaan akan diperolehi.

**a. Modal Sendiri**

* Simpanan peribadi atau dana keluarga yang digunakan untuk memulakan perniagaan.

**b. Pinjaman**

* Pinjaman bank komersial dengan kadar faedah rendah.
  + Contoh: Pinjaman perniagaan SME dari Bank Negara Malaysia (BNM).
* Pinjaman mikro atau koperasi.
  + Contoh: TEKUN, Amanah Ikhtiar Malaysia (AIM).

**c. Pelabur**

* Rakan kongsi atau pelabur individu yang bersedia melabur dalam perniagaan anda sebagai rakan strategik.

**d. Geran dan Bantuan Kerajaan**

* Program seperti Dana SME dari MARA, MITI, atau agensi berkaitan industri makanan.

## **5.3. Anggaran Jualan dan Pendapatan (Sales and Revenue Projections)**

Bahagian ini meramal pendapatan bulanan atau tahunan berdasarkan sasaran pelanggan dan harga jualan.

**a. Jumlah Pelanggan**

* Sasarkan jumlah pelanggan harian:
  + Contoh: 50 pelanggan sehari (untuk makan di premis) + 20 pesanan penghantaran makanan.

**b. Harga Purata Setiap Pesanan**

* Contoh: RM15 setiap pelanggan.

**c. Pendapatan Bulanan**

* Anggaran pendapatan:
  + 50 pelanggan x RM15 = RM750 sehari.
  + RM750 x 30 hari = RM22,500 sebulan.
* Tambahan dari pesanan penghantaran:
  + 20 pesanan x RM12 = RM240 sehari.
  + RM240 x 30 hari = RM7,200.
* **Jumlah Pendapatan Bulanan:**
  + RM22,500 + RM7,200 = RM29,700.

**d. Pendapatan Tahunan**

* RM29,700 x 12 bulan = RM356,400.

#### 

## **5.4. Anggaran Perbelanjaan Bulanan (Operating Expenses)**

Nyatakan perbelanjaan bulanan untuk memastikan operasi berjalan lancar.

**a. Sewa Premis**

* Contoh: RM4,000 sebulan.

**b. Gaji Pekerja**

* Contoh: 6 pekerja x RM2,000 = RM12,000 sebulan.

**c. Kos Bahan Mentah**

* Contoh: RM8,000 sebulan (anggaran 30% dari pendapatan).

**d. Utiliti**

* Elektrik, air, dan gas: RM2,500 sebulan.

**e. Kos Pemasaran**

* Contoh: RM1,000 untuk iklan digital.

**f. Kos Penyelenggaraan**

* Contoh: RM1,000 untuk servis dapur, pembaikan kecil, atau pembelian alat tambahan.

**Jumlah Perbelanjaan Bulanan Anggaran**

* RM28,500.

## **5.5. Keuntungan Bersih (Net Profit)**

Untuk menentukan keuntungan bersih bulanan, tolak jumlah perbelanjaan bulanan daripada pendapatan bulanan.

**a. Formula Keuntungan Bersih**Pendapatan Bulanan – Perbelanjaan Bulanan.

**b. Contoh Pengiraan**

* Pendapatan Bulanan: RM29,700.
* Perbelanjaan Bulanan: RM28,500.
* **Keuntungan Bersih:** RM29,700 – RM28,500 = RM1,200.
* Keuntungan bersih boleh meningkat apabila operasi lebih stabil, perbelanjaan dikurangkan, atau pelanggan bertambah.

## **5.6. Unjuran Aliran Tunai (Cash Flow Projections)**

Unjuran aliran tunai penting untuk memastikan perniagaan mempunyai modal mencukupi setiap bulan bagi membiayai operasi.

**a. Aliran Masuk Tunai (Cash Inflows)**

* Pendapatan harian/jualan bulanan.
* Pinjaman atau pelaburan awal.

**b. Aliran Keluar Tunai (Cash Outflows)**

* Perbelanjaan operasi seperti sewa, gaji, bahan mentah, dan utiliti.

**c. Penyata Aliran Tunai:**

* Contoh unjuran untuk 3 bulan pertama:
  + Bulan 1: Aliran masuk = RM50,000 (pinjaman/modal), Aliran keluar = RM40,000 → Baki: RM10,000.
  + Bulan 2: Aliran masuk = RM29,700, Aliran keluar = RM28,500 → Baki: RM11,200.
  + Bulan 3: Aliran masuk = RM29,700, Aliran keluar = RM28,500 → Baki: RM12,400.

## **5.7. Penyata Untung Rugi (Profit and Loss Statement)**

Gunakan penyata ini untuk menunjukkan prestasi kewangan tahunan.

**1. Contoh Format Penyata Untung Rugi**

| **Butiran** | **Jumlah (RM)** |
| --- | --- |
| Pendapatan jualan | 100,000.00 |
| Kos tetap | 20,000.00 |
| Kos pembolehubah | 40,000.00 |
| **Keuntungan bersih** | **40,000.00** |

## **5.8. Analisis Titik Pulang Modal (Break-Even Analysis)**

Titik pulang modal (break-even point) adalah jumlah jualan minimum untuk menampung kos operasi.

**a. Formula Titik Pulang Modal:**Titik Pulang Modal = Jumlah Kos Tetap ÷ (Harga Jual – Kos Pembolehubah).

**b. Contoh Pengiraan:**

* Jumlah Kos Tetap: RM20,000 (satu bulan).
* Harga Jual: RM15 setiap pelanggan.
* Kos Pembolehubah: RM5 setiap pelanggan.
* Titik Pulang Modal = RM20,000 ÷ (RM15 – RM5) = 2,000 pelanggan.
* **Maksudnya:** Anda perlu menjual kepada **2,000 pelanggan sebulan** untuk mencapai titik pulang modal.

## 

## **5.9. Risiko Kewangan dan Strategi Mitigasi**

Nyatakan risiko kewangan yang mungkin dihadapi dan cara untuk menguruskannya.

**1. Risiko:**

* Jualan tidak mencapai sasaran.
* Kos bahan mentah meningkat.
* Kegagalan aliran tunai menyebabkan kesukaran membayar bil atau gaji.

**2. Strategi Mitigasi:**

* Simpan dana kecemasan (contoh: 3 bulan kos operasi).
* Cari pembekal alternatif yang lebih murah.
* Jalankan promosi untuk meningkatkan jualan apabila diperlukan.

# **6. RISIKO DAN PENYELESAIAN**

Setiap perniagaan, termasuk perniagaan makanan, terdedah kepada pelbagai jenis risiko yang boleh menjejaskan operasi dan keuntungan. Bahagian ini menggariskan risiko utama yang mungkin dihadapi oleh perniagaan dan langkah-langkah penyelesaian yang boleh diambil untuk mengurangkan kesannya.

## **6.1. Risiko Operasi**

**1. Kegagalan Peralatan Dapur atau Premis**

* Risiko: Peralatan dapur seperti ketuhar, peti sejuk, atau dapur gas mengalami kerosakan yang mengakibatkan gangguan kepada operasi harian.
* **Penyelesaian:**
  + Jadualkan penyelenggaraan berkala untuk semua peralatan.
  + Pastikan ada kontrak perkhidmatan dengan pembekal untuk pembaikan segera.
  + Sediakan peralatan gantian mudah alih seperti dapur gas kecil.

**2. Masalah Kebersihan dan Kesihatan**

* Risiko: Pemeriksaan oleh pihak berkuasa kesihatan menemui pelanggaran seperti makanan tercemar, dapur kotor, atau penyimpanan bahan mentah yang tidak mengikut piawaian.
* **Penyelesaian:**
  + Latih staf dalam pengendalian makanan dan pematuhan piawaian kesihatan.
  + Laksanakan pemeriksaan dalaman berkala terhadap kebersihan premis.
  + Sediakan SOP kebersihan yang ketat.

**3. Kekurangan Stok Bahan Mentah**

* Risiko: Kekurangan bahan mentah tertentu disebabkan oleh kelewatan penghantaran atau masalah bekalan.
* **Penyelesaian:**
  + Gunakan pembekal alternatif sebagai pelan sokongan.
  + Pastikan inventori sentiasa dikemas kini dan buat pesanan lebih awal untuk bahan mentah kritikal.
  + Guna bahan mentah yang boleh diganti tanpa menjejaskan kualiti makanan (contoh: jenis sayuran).

## **6.2. Risiko Kewangan**

**a. Jualan Tidak Mencapai Sasaran**

* Risiko: Pendapatan perniagaan tidak mencukupi untuk menampung kos operasi.
* **Penyelesaian:**
  + Tingkatkan promosi melalui media sosial dan aplikasi penghantaran makanan.
  + Perkenalkan menu istimewa atau diskaun untuk menarik pelanggan.
  + Buat analisis trend jualan untuk memahami waktu puncak dan strategi penawaran.

**b. Kos Bahan Mentah yang Tidak Stabil**

Risiko: Kenaikan mendadak harga bahan mentah seperti daging, minyak masak, atau rempah menyebabkan peningkatan kos operasi.

* **Penyelesaian:**
  + Bekerjasama dengan pembekal tetap untuk mendapatkan harga kontrak yang stabil.
  + Ubah menu jika perlu untuk memaksimumkan penggunaan bahan mentah yang lebih mampu milik.
  + Pantau pasaran bahan mentah untuk merancang pembelian semasa harga rendah.

**c. Isu Aliran Tunai**

* Risiko: Aliran tunai negatif menyebabkan kelewatan pembayaran kepada pembekal atau pekerja.
* **Penyelesaian:**
  + Simpan dana kecemasan sekurang-kurangnya untuk 3 bulan kos operasi.
  + Gunakan sistem pengurusan kewangan untuk memantau aliran masuk dan keluar tunai.
  + Tawarkan promosi prabayar seperti baucar makan untuk meningkatkan tunai.

## **6.3. Risiko Sumber Tenaga Kerja**

**a. Kekurangan Staf Berpengalaman**

* Risiko: Kekurangan chef atau staf perkhidmatan berpengalaman boleh menjejaskan kualiti makanan dan layanan pelanggan.
* **Penyelesaian:**
  + Latih pekerja baru melalui program latihan dalaman.
  + Tawarkan insentif atau faedah tambahan untuk mengekalkan pekerja sedia ada.
  + Gunakan pekerja separuh masa atau pekerja sambilan semasa waktu sibuk.

**b. Keletihan dan Kadar Keluar-Masuk Pekerja yang Tinggi**

* Risiko: Staf mengalami keletihan akibat jadual kerja yang padat, mengakibatkan prestasi rendah dan kadar berhenti kerja yang tinggi.
* **Penyelesaian:**
  + Buat jadual kerja yang seimbang dan fleksibel.
  + Sediakan hari cuti bergilir untuk mengelakkan burnout.
  + Berikan bonus atau penghargaan bagi pekerja yang menunjukkan prestasi cemerlang.

## **6.4. Risiko Persaingan**

**a. Persaingan Tinggi dari Perniagaan Lain**

* Risiko: Kehadiran banyak restoran atau perniagaan makanan berhampiran mengurangkan jumlah pelanggan.
* **Penyelesaian:**
  + Fokus pada keunikan produk seperti menu khas atau konsep restoran unik.
  + Tawarkan pengalaman pelanggan yang luar biasa melalui layanan mesra dan suasana restoran yang menarik.
  + Gunakan strategi penjenamaan yang kuat melalui pemasaran digital.

**b. Kebergantungan pada Platform Penghantaran Makanan**

* Risiko: Platform seperti GrabFood dan Foodpanda mengenakan komisen tinggi, mengurangkan margin keuntungan.
* **Penyelesaian:**
  + Galakkan pelanggan membeli secara langsung melalui laman web atau aplikasi milik sendiri dengan menawarkan diskaun.
  + Tingkatkan pengalaman pelanggan dalam restoran untuk menarik pelanggan walk-in.
  + Rundingkan kadar komisen lebih rendah dengan platform jika jualan cukup tinggi.

## **6.5. Risiko Pasaran dan Perubahan Permintaan**

**a. Perubahan Corak Permintaan Pelanggan**

* Risiko: Pelanggan mula mengutamakan pilihan makanan yang sihat atau mesra alam, menyebabkan menu tidak lagi relevan.
* **Penyelesaian:**
  + Tambahkan pilihan menu sihat seperti salad, makanan rendah kalori, atau makanan vegetarian.
  + Gunakan bahan mentah organik atau pembungkusan mesra alam untuk memenuhi kehendak pelanggan yang lebih sedar tentang kelestarian.

**b. Krisis Ekonomi atau Pandemik**

* Risiko: Situasi luar kawalan seperti pandemik COVID-19 atau kelembapan ekonomi mengurangkan kuasa beli pelanggan.
* **Penyelesaian:**
  + Tawarkan pilihan makanan bajet atau pakej keluarga untuk memenuhi kemampuan pelanggan.
  + Tingkatkan perkhidmatan penghantaran makanan dengan promosi penghantaran percuma.
  + Rancang untuk meminimumkan kos tetap dalam tempoh ekonomi tidak menentu.

## **6.6. Risiko Perundangan**

**a. Ketidakpatuhan terhadap Peraturan Kesihatan dan Keselamatan:**

* Risiko: Denda atau penutupan perniagaan oleh pihak berkuasa akibat ketidakpatuhan peraturan.
* **Penyelesaian:**
  + Sentiasa kemas kini lesen perniagaan, sijil halal, dan pemeriksaan kesihatan.
  + Adakan audit berkala untuk memastikan semua operasi mematuhi undang-undang.

**b. Isu Cukai atau Perlesenan:**

* Risiko: Kesilapan dalam pemfailan cukai atau pembaharuan lesen menyebabkan penalti.
* **Penyelesaian:**
  + Gunakan perkhidmatan akauntan profesional untuk memastikan cukai difailkan dengan betul.
  + Pantau tarikh tamat semua lesen dan lakukan pembaharuan awal.

# 7. LAMPIRAN

* Gambar lokasi, logo, atau produk.
* Surat sokongan atau dokumen lesen.
* Penyelidikan pasaran (jika ada).

**Adakah anda memerlukan bantuan untuk membuat rancangan perniagaan anda? Jika YA, hubungi kami di 011-11112538. Kami sedia membantu.**