

BUSINESS PLAN SEBAGAI ALTERNATIF STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA

Larisa Yohanna¹, Siska Maya²

Universitas Indraprasta PGRI ^{1,2}
larisayohanna@gmail.com

ABSTRAK

Perancangan business plan adalah salah satu faktor internal untuk meningkatkan atau mengembangkan sebuah usaha. Bisnis plan mendeskripsikan manajemen yang telah dilakukan oleh suatu usaha atau juga manajemen yang belum dilakukan, dengan kata lain masih dalam perencanaan. Kurangnya informasi mengenai bisnis plan dan manfaatnya di lingkungan usaha terjadi saat ini. Oleh karena itu kegiatan pengabdian kepada masyarakat kali ini bertujuan sebagai berikut: 1) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha pentingnya perencanaan bisnis yang baik yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang; 2) Pelaku usaha dapat membuat dan mendokumentasikan konsep bisnis model usaha mereka melalui bisnis model kanvas; dan 3) Pelaku usaha memahami elemen dalam perancangan suatu business plan sesuai dengan model bisnis konsep mereka. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat kali ini dinyatakan berhasil sesuai dengan target, yakni: 1) Awal pelaksanaan hanya 11% yang telah mengenal Business Model Canvas namun diakhir sesi adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai business model canvas serta pembuatannya; 2) Para pelaku usaha (peserta) memahami dan dapat menkonsepkan model bisnis mereka, terlihat dari 7 dari 9 peserta di hari pertama atau 78% yang mengumpulkan Business Model Canvas Sheet dengan baik, 3) Antusias peserta pada sesi tanya jawabpun terlihat khususnya mengenai strategi pemasaran untuk meningkatkan omset penjualan dan pengelolaan keuangan usaha.

Kata Kunci : Business Plan, Business Model Canvas.

ABSTRACT

Designing a business plan is one of the internal factors to increase or develop a business. Business plan describes the management that has been carried out by a business or management that has not been carried out, in other words it is still in planning. Lack of information about the business plan and its benefits in the business environment occur at this time. Therefore, community development activities aims at: 1) Emerging awareness of participant (entrepreneur) about the importance of good business planning, both short and long term; 2) Creating the business concept through a canvas business model by participant; and 3) Understanding the elements in the design of a business plan in accordance to participant concept business model. The implementation of community development activities this time was declared successful in accordance to the outcomes as follow: 1) The initial implementation only 11% had known Business Model Canvas but at the end of the session there was an increase in participants' understanding of the business model canvas and its manufacture; 2) Participants understand and can conceptualize their business model, as seen Business Model Canvas gathering properly from 7 out of 9 participants on the first day or 78% 3) Participants' enthusiasm in the question and answer session is visible, especially regarding marketing strategies to increase sales turnover and business financial management.

Keywords: Business Plan, Business Model Canvas.

PENDAHULUAN

Penambahan jumlah Usaha Kecil Mikro Menengah sangat baik saat ini. Hal ini dikarenakan adanya intervensi pemerintah di Usaha Mikro Kecil Menengah khususnya aspek pembiayaan. Hal ini perlu disambut

baik oleh para pelaku UMKM karena faktor pendukung eksternal perkembangan usaha sudah terbantu. Faktor pendukung perkembangan usaha selain eksternal, harus juga didukung secara internal. Faktor internal adalah faktor dari si pemilik usahanya

sendiri. Jika di kerucutkan maka bisa dikatakan dari manajemen usaha UMKM tersebut. James K. Mbugua, dkk (2013) mengatakan pemerintah, organisasi pendukung usaha dan stakeholder bekerjasama mengembangkan program pelatihan yang tujuannya meningkatkan keterampilan manajemen kepada pemilik atau pengelola usaha.

Bisnis plan adalah salah satu faktor internal untuk meningkatkan atau mengembangkan usaha. Dalam bisnis plan terdapat manajemen keuangan, manajemen sumberdaya manusia, manajemen produksi dan tidak kalah pentingnya manajemen pemasaran. Bisnis plan mendeskripsikan manajemen yang sudah dilakukan dan juga manajemen yang belum dilakukan atau dengan kata lain masih dalam perencanaan.

Pelaksanaan pengabdian masyarakat bisnis plan melibatkan dua mitra. Sasaran mitra yang kami adalah Asosiasi UMKM Depok di ITC Lt. Dasar dan Crafter depok di detos margonda. Kedua Mitra memiliki peran sangat penting dalam membumikan UMKM khususnya di wilayah Depok.

Asosiasi UMKM berperan dalam membangun, mengelola dan mengembangkan, serta memberdayakan potensi UMKM kota Depok menuju UMKM yang mandiri dan sejahtera. Selain itu, Asosiasi UMKM juga mewadahi pengusaha berskala mikro dan menengah se-Kota Depok. Asosiasi UMKM mendorong dan memprakarsai pembaruan dengan menyelenggarakan usaha dan kegiatan konstruktif serta memberikan advokasi bagi para anggota. (Rachma Fitriati:2015)

Pada awalnya, crafter Depok bermula dari sosial media (facebook) dan saat ini berkembang ke arah dunia nyata. Crafter Depok adalah sebuah nama komunitas dan terdiri dari banyak anggota. Komunitas yang resmi berdiri tanggal 20 Oktober 2013 ini, sangat aktif mengikuti bazar dan work shop. Berdirinya komunitas ini berawal dari minat dan ketertarikan yang sama.

Asosiasi UKM dan *crafter* Depok belum membuat perencanaan bisnis atau usaha secara tertulis baik manajemen keuangan, manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia atau manajemen operasional. Perencanaan

sangat krusial (penting) dilakukan dalam dunia usaha agar usaha yang dilakukan memiliki langkah yang jelas. Kurangnya informasi mengenai bisnis plan dan manfaatnya bisnis plan di lingkungan usaha terjadi saat ini. Bisnis plan bisa menjadi alternatif strategi bisnis agar suatu usaha bisa berkembang dengan baik. Oleh karena itu tim pelaksana melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk memberikan informasi tentang bisnis plan dengan pendekatan model bisnis kanvas dan simulasi mengenai pembuatan model bisnis.

METODE

Metode Pelaksanaan

Perencanaan bisnis merupakan alat yang penting bagi pengusaha untuk mempertajam rencana-rencana yang diharapkan, kegiatan bisnis yang akan dilaksanakan maupun berjalan tetap berada di jalur yang benar, dan mendapatkan dana dari pihak ke tiga. (Rangkuti, 2010)

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat akan dilaksanakan 2 (dua) hari dengan acara kegiatan sebagai berikut:

Hari Pertama (Pukul 08.00-16.00)

Berdasarkan informasi yang kami dapat sebelumnya, para pelaku usaha sudah memahami dan memiliki rencana bisnis masing-masing. Namun mereka belum memahami kosep bisnis mereka, sehingga mereka memiliki kesulitan untuk mendeskripsikan model bisnis masing-masing. Oleh karena itu dihari pertama kegiatan, kami memfokuskan kepada materi "BUSINESS MODEL KANVAS" dengan skedul kegiatan sebagai berikut :

1. Perbedaan Alur Membangun Bisnis antara Dulu.
2. Alur Pengembangan Rencana Bisnis Sekarang Ini dengan Model Bisnis Canvas.
3. Pemaparan 9 Elemen BMC
4. Analisis Model Bisnis Air Asia & Dapur Coklat
Tanya Jawab
Latihan membuat model bisnis kanvas (Tugas)
5. Penyusunan Business Plan yang baik dan benar dengan materi sebagai berikut:

- a. Cakupan/element dalam business plan.
- b. Ringkasan Eksekutif.
Ringkasan ini dibuat secara jelas, tepat dan menjelaskan mengenai :
 - 1) Mengapa kita tertarik bergelut dibidang usaha ini ?
 - 2) Cara bagaimana mengimplementasikan keinginan-keinginan yang hendak kita capai.
- c. Latar Belakang Perusahaan.
Memberikan informasi mengenai kapan bisnis didirikan dan apa saja yang telah berhasil diperolehnya dengan menekankan faktor-faktor yang diperlukan untuk kegiatan bisnis, misi dan tujuan yang ingin dicapai serta cara mencapai (misi) dan tujuan tersebut.
- d. Produksi barang atau Jasa .
Menjelaskan terperinci produk atau jasa yang telah dan akan dibuat serta cara /proses produksi atau pelayanan jasa dari awal hingga sampai ke user (konsumen).
- e. Analisis Pasar dan Pesaing
Menjelaskan target pasar, siapa saja pesaingnya, kondisi persaingannya, dan lainnya.
- f. Analisis Produk atau Jasa.
Mendefinisikan produk atau jasa yang dihasilkan, melakukan analisis pesaing (SWOT) dengan membanding keunggulan dan kelemahan yang kita miliki dibandingkan produk atau jasa pesaing, mengemukakan mengapa produk atau jasa tersebut memiliki nilai lebih dibandingkan produk-produk lain sejenis dan kemungkinan tingkat keberhasilannya. agar solusi untuk menguatkan usaha diperoleh.
- g. Strategi Pemasaran
Strategi yang tepat untuk menentukan positioning produk atau jasa sehingga produk/jasa kita memiliki nilai lebih dimata konsumen.

Hari Kedua (09.00-12.00)

1. Analisis Keuangan
Menjabarkan mengenai sumber dan penggunaan dana, analisis break event point, membuat laporan/proyeksi

keuangan , dan analisis kelayakan usaha.

2. Perencanaan Sumber Daya Manusia.

Proses penyediaan SDM jumlah, kualifikasi dan waktu harus sesuai dengan kebutuhan agar usaha dapat berjalan secara efektif dan efisien. Analisis jabatan diperlukan untuk menetapkan job description masing-masing karyawan, job specification dalam rekrutment dan job evaluation untuk menetapkan gaji karyawan.

Pengukuran keberhasilan kegiatan ini sebagai berikut:

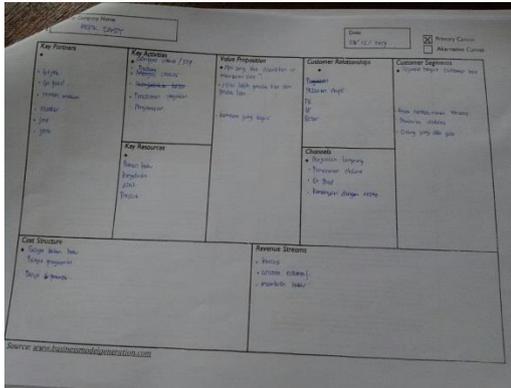
1. Tumbuhnya kesadaran peserta tentang pentingnya *business plan* dengan pendekatan konsep *business model canvas*
2. Adanya lembar *business model canvas* dari masing-masing umkm yang terlibat di pengabdian masyarakat ini.

HASIL

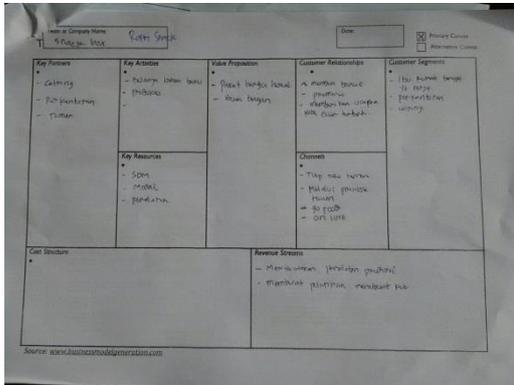
Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat kali ini dihadiri oleh 9 peserta (Hari Pertama) yang terdiri 1 laki-laki dan 8 wanita. Kemudian peserta (Hari Kedua) dihadiri oleh 14 peserta 3 laki-laki dan 9 wanita dengan 71,5% nya adalah usaha UKM. Pada awal kegiatan hari pertama, pelaksana menanyakan kepada peserta mengenai apakah mereka sudah mengetahui mengenai *business model canvas* dan *business plan*. Semua sudah mengetahui apa itu *business plan* namun elemen dalam business plan belum mereka ketahui seluruhnya. Ditemukan 1 peserta yang sudah mengenal *business model canvas* (11%) tetapi belum memahami sepenuhnya tujuan adanya *business model canvas* walaupun sudah mengikuti beberapa pelatihan mengenai hal tersebut. Oleh karena itu sebelum masuk kepada materi penyusunan *business plan*, kami memaparkan lebih detail dengan penjelasan yang mudah dipahami mengenai *business model canvas* dan bagaimana mereka membuat atau menganalisa suatu model bisnis usaha yang mereka miliki atau akan direncanakan. Dari 9 peserta hanya 7 peserta yang telah membuatnya dan

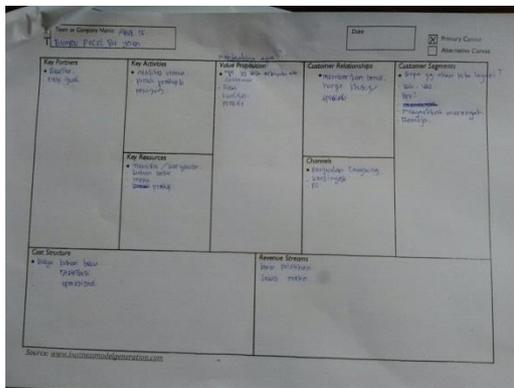
menunjukkan kepada pelaksana kegiatan untuk didokumentasikan.



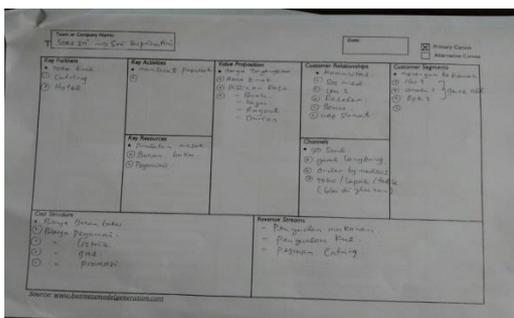
Gambar 1. BMC peserta pertama



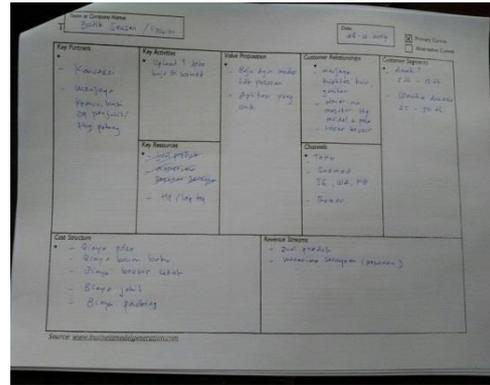
Gambar 2. BMC peserta kedua



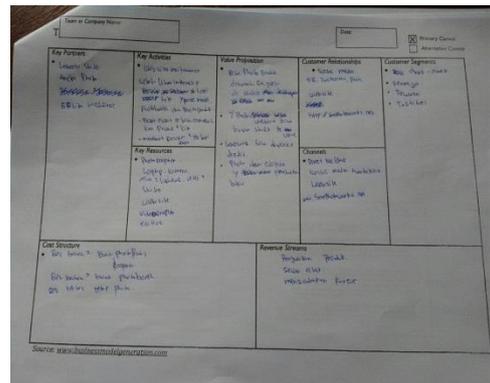
Gambar 3. BMC peserta ketiga



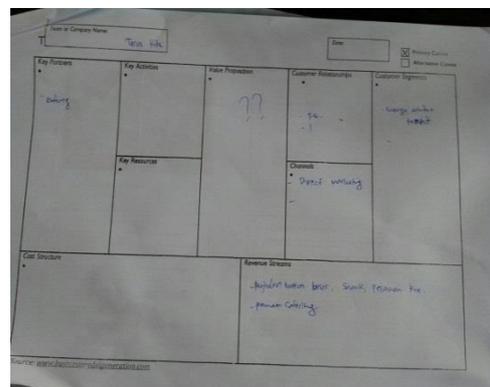
Gambar 4. BMC peserta keempat



Gambar 5. BMC peserta kelima



Gambar 6. BMC peserta keenam



Gambar 7. BMC peserta ketujuh

Pada sesi tanya jawab peserta antusias menanyakan elemen *business model canvas* yang berkaitan dengan *customer relationship*, *value proposition* dan *key partner*. Dari 9 peserta hanya 1 peserta yang memiliki jenis usaha bidang *fashion* (butik) dan sisanya 8 orang bergerak dibidang kuliner. Mayoritas dari mereka menanyakan kesulitan yang mereka hadapi seperti penurunan omset, bagaimana membuat kemasan yang menarik, dan manajemen keuangan yang baik. Penurunan omset dikarenakan menurunnya penjualan akibat

kesulitan mempertahankan *repeat customer* dan mendatangkan *new customer*. Mereka memerlukan saran ide kreatif dalam memelihara *customer relationship* dan bagaimana tetap memiliki spirit menjalankan usaha dalam masa sulit.

Target yang telah dicapai pada pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah :

1. Adanya pemahaman pentingnya tentang perencanaan bisnis yang terencana dengan baik dan benar.
2. Dapat menganalisa atau membuat model bisnis masing-masing dengan pendekatan Business Model Canvas.

SIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (para pelaku UKM Depok) mencapai target luaran yang direncanakan dengan tumbuhnya pemahaman mereka tentang pentingnya merancang bisnis plan sebagai alternatif strategi pengembangan usaha. Mereka sudah memahami dan dapat menkonsepkan model bisnis mereka, terlihat dari 7 dari 9 peserta di hari pertama atau

78% yang mengumpulkan Business Model Canvas Sheet dengan baik. Awalnya hanya 11% yang telah mengenal *Business Model Canvas* dan diakhir sesi adanya peningkatan wawasan dari peserta, dari yang sebelumnya belum mengenal business model canvas hingga menjadi sudah memahami apa itu *business model canvas* serta membuatnya. Antusias mereka pada sesi tanya jawabpun terlihat khususnya mengenai strategi pemasaran untuk meningkatkan omset penjualan.

Pada hari kedua, meningkatnya jumlah peserta dikarenakan antusias mereka untuk lebih memahami mengenai aspek keuangan dalam menjalankan usaha. Beberapa masukan dari peserta menyatakan bahwa mereka membutuhkan lebih rinci lagi mengenai aspek ini. Oleh karena itu agar dapat memberi manfaat kepada masyarakat lebih luas maka diperlukan workshop yang lebih komprehensif, khususnya di bidang strategi pemasaran dan aspek keuangan (pengelolaan keuangan usaha dan analisis kelayakan usaha).

DAFTAR RUJUKAN

Mbugua, K James dkk. 2013. *Factors Affecting the Growth of Micro and Small Enterprises: A Case of Tailoring and Dressmaking Enterprises in Eldoret*. International Journal of Business and Social Science. Vol. 4 No. 5

Fitriati, Rachma. 2015. *Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif (Sebuah Riset Tindakan Berbasis Soft Systems Methodology)*. Yayasan Pusaka Obor Indonesia Jakarta.

https://books.google.co.id/books?id=8C5GDAAAQBAJ&pg=PA55&lpg=PA55&dq=asosiasi+umkm+depok+itc&source=bl&ots=CJwEq25jx&sig=uZ5C8Nh5H9w6GhScddMAKeg_RMk&hl=id&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=asosiasi%20umkm%20depok%20itc&f=false

Rangkuti, Freddy. 2010. *Business Plan (Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus)*. PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.