

## PENGEMBANGAN PERENCANAAN STRATEGI BISNIS PADA UKM DI KOTA TANGERANG

**M. Tony Nawawi<sup>1</sup>, Darryl<sup>2</sup> & Jennifer Dinata<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

*Email: tonyn@fe.untar.ac.id*

<sup>2</sup>Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta

*Email: darryl.115190002@stu.untar.ac.id*

<sup>3</sup>Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta

*Email: jennifer.115190007@Stu.untar.ac.id*

### **ABSTRACT**

*Development Business planning is very important for an entrepreneur to maintain the continuity of his business, through the development of a business strategy he can provide solutions for his business operations in the future. A business is said to be successful or successful if the business has a measurable business planning strategy. This PKM activity aims to help Home Businesses (SMEs) understand the importance of developing a business planning strategy in running a business. The PKM Partners are Home Businesses engaged in the used basket business which is processed into various types of functions for households. In terms of implementing a partner's business, it requires the development of a business planning strategy, especially in maintaining business sustainability, but partners face problems in developing an optimal business plan strategy. This is due to the lack of partner knowledge about what partners should know in the business plan. For this reason, PKM activities aim to help partners increase partner knowledge in terms of optimally introducing business plan strategies. The method offered in this activity is offline training/socialization. Materials that will be delivered include: introduction to strategy, benefits of business plans, business plan formats and others. Through this activity, it is hoped that problems that arise in the partner's business will be resolved, and partners can understand the importance of a business plan strategy in running a business.*

**Keywords:** *development, strategy, business planning, home business*

### **ABSTRAK**

Pengembangan Perencanaan bisnis sangat penting bagi seorang pengusaha untuk menjaga kelangsungan bisnisnya, melalui pengembangan strategi bisnis dapat memberikan solusi operasional bisnisnya di masa yang akan datang. Sebuah Bisnis terbilang berhasil atau sukses bilamana, bisnisnya memiliki strategi perencanaan bisnis yang terukur. Kegiatan PKM kali ini bertujuan untuk membantu Usaha Rumahan (UKM) memahami pentingnya Pengembangan strategi perencanaan bisnis dalam menjalankan suatu bisnisnya. Adapun Mitra PKM ini adalah Usaha Rumahan bergerak pada usaha keranjang bekas yang diolah menjadi berbagai jenis fungsi untuk Rumah tangga. Dalam hal pelaksanaan usaha mitra memerlukan pengembangan strategi perencanaan bisnis terutama dalam menjaga keberlanjutan usaha, namun mitra menghadapi permasalahan dalam pengembangan strategi rencana bisnis secara optimal. Hal ini dikarenakan minimnya pengetahuan mitra tentang hal yang harus diketahui mitra dalam rencana bisnis. Untuk itu kegiatan PKM bertujuan membantu mitra meningkatkan pengetahuan mitra dalam hal pengenalan strategi rencana bisnis secara optimal. Metode yang ditawarkan pada kegiatan ini adalah pelatihan/sosialisasi secara luring. Materi yang akan disampaikan meliputi: pengenalan strategi, manfaat rencana bisnis, format rencana bisnis dan lainnya. Melalui kegiatan ini diharapkan, masalah yang muncul pada usaha mitra akan teratasi, mitra dapat memahami pentingnya strategi rencana bisnis dalam menjalankan usaha.

**Kata kunci:** pengembangan, strategi, perencanaan bisnis, usaha rumahan

## 1. PENDAHULUAN

Strategi Perencanaan bisnis diperlukan dalam upaya mengatasi permasalahan usaha rumahan (UKM), rencana bisnis merupakan ringkasan tertulis mengenai usulan pendirian usaha oleh UKM yang berisikan rincian kegiatan operasi, rencana keuangan, peluang, strategi pemasaran, serta keterampilan dan kemampuan manajer. Rencana yang disusun merupakan bukti tertulis bahwa UKM telah melakukan bisnis dengan memanfaatkan peluang bisnis, dan siap untuk melaksanakan sebuah ide bisnis baru dengan menentukan arah usaha yang ingin dicapai. Bryson (2011) memandang perencanaan sebagai proses yang sadar dan sistematis yang menyediakan peta jalan bagi organisasi untuk mengejar visi dan tujuan organisasinya. Scarborough dan Cornwall (2016) Rencana bisnis adalah ringkasan tertulis dari seorang wirausaha yang mengusulkan bisnisnya, rincian operasional dan keuangan, peluang pemasaran dan strategi, dan keterampilan dan kemampuan manajernya.

McKeever (2014) mengemukakan bahwa rencana bisnis adalah rencana tertulis memuat gambaran dan tujuan bisnis, cara kerja dan rincian keuangan/permodalan susunan para pemilik dan manajemen dan bagaimana cara mencapai tujuan bisnisnya. Zimmerer dan Scarborough (2008) menyatakan bahwa rencana bisnis adalah ringkasan tertulis mengenai usulan pendirian perusahaan oleh wirausahawan yang berisi rincian kegiatan operasi, rencana keuangan, peluang, strategi pemasaran, serta keterampilan dan kemampuan manajer. Rencana yang disusun merupakan bukti tertulis bahwa wirausahawan telah melakukan penelitian yang diperlukan, mempelajari tentang adanya peluang bisnis, dan siap untuk melaksanakan sebuah ide bisnis baru dengan menentukan arah perusahaan, tujuan, tempat yang ingin dituju, dan cara untuk mencapainya.

Singkatnya, rencana bisnis merupakan asuransi terbaik wirausahawan untuk mencegah terjadinya kegagalan dalam mendirikan dan mengelola perusahaan. Rencana bisnis juga bermanfaat untuk membantu para pengusaha agar dapat memimpin perusahaan dengan sukses. Walaupun rencana bisnis akan memberikan panduan dalam mencapai kesuksesan suatu usaha, Namun kecenderungan pelaku usaha termasuk UKM kurang memperhatikan cara menyusun rencana bisnis. Sehingga kegiatan usaha yang dilakukan kebanyakan hanya berdasarkan insting semata, tidak terstruktur dan terdokumentasi secara lengkap. Rencana bisnis adalah alat praktis bagi pengusaha untuk digunakan dalam merancang usaha mereka. Alat ini membantu pengusaha untuk merencanakan ide bisnis sebelum mengambil tindakan (Corbett & Katz, 2016). Kelayakan ide kewirausahaan telah dinilai dengan analisis kelayakan dan studi. Menurut Frederick, Kuratko dan Hodgetts (2006), bagi seorang pengusaha rencana bisnis memberikan panduan operasi perusahaan dengan membuat rencana untuk masa yang akan datang dan menyusun strategi untuk mencapai kesuksesannya.

Mitra yang menjadi tempat kegiatan adalah usaha rumahan yang fokus dengan pengumpulan keranjang bekas yang dirintis sejak pak Romlih di PHK dari pekerjaannya akibat adanya pandemi Covid 19 sekitar bulan Maret 2019. Dengan latar belakang untuk memenuhi kebutuhan hidup yang semakin banyak, sehingga mitra merasa perlu membantu istri dalam memenuhi kebutuhan keluarga. Awal inilah yang menyebabkan mitra memulai usahanya dengan modal terbatas kecil-kecilan. setiap hari banyak yang order keranjang. Harapan Pak Romlih usahanya ini bisa menopang kehidupan keluarga sepenuhnya. Mengembangkan usaha bersama isteri menjadi impian mitra. Untuk itu mitra terus memperhatikan upaya yang perlu dilakukan dalam menjaga kelangsungan hidup usaha. Dibawah ini Foto produk yang dihasilkan mitra adalah:

**Gambar 1**  
*Produk Mitra*



Berbagai jenis usaha dan potensi yang dimiliki mitra, sudah seharusnya memiliki rencana bisnis yang lebih baik. Menurut Julian (2013) mengungkapkan bahwa banyak manajer UKM belum memiliki pengetahuan yang memadai perencanaan strategis. Sehingga partisipasi UKM masih tergolong rendah dalam proses rencana. Mitra cukup kooperatif dalam variasi keranjang yang dijual, memiliki skill dalam mengolah bahan baku menjadi produk yang bernilai jual, adanya permintaan produk yang dihasilkan dan banyak lagi sumber potensi mitra. Untuk itu penting bagi mitra dapat melakukan usaha dengan membuat rencana bisnis yang baik dan benar. Tim dosen dan mahasiswa berkeinginan untuk membantu melakukan memberikan pembekalan tentang pengembangan strategi perencanaan bisnis pada mitra. Agar usaha yang akan dijalankan maupun yang sedang berjalan dapat lebih ditingkatkan, dan menjaga keberlanjutan usaha mitra di masa depan.

#### **A. Langkah-Langkah / Tahapan Pelaksanaan**

Kegiatan sosialisasi dilakukan untuk memberikan pembekalan kepada mitra dalam memahami pengembangan strategi perencanaan bisnis dalam berwirausaha. Banyak hal yang menjadi faktor bagi mitra untuk menjaga keberlanjutan usaha. Terdapat beberapa tahapan kegiatan selama proses sosialisasi berlangsung adalah:

- a. Pelaksana Tim PKM menyiapkan materi yang akan disampaikan ke mitra;
- b. Pelaksana Tim PKM sebagai tutor menghubungi pihak terkait, yaitu pemilik usaha untuk minta izin melakukan sosialisasi;
- c. Pelaksana Tim PKM berkoordinasi dengan pemilik untuk mengikuti kegiatan sosialisasi;
- d. Pelaksana Tim PKM melakukan pembagian tugas dengan mahasiswa yang membantu kegiatan;
- e. Pelaksana Tim PKM menyampaikan materi sosialisasi melalui ceramah, diskusi, dan tanya jawab secara luring dan daring;
- f. Pelaksana Tim PKM menjelaskan tentang apa yang harus dilakukan dalam pengembangan strategi perencanaan bisnis;
- g. Pelaksana Tim PKM meminta mitra untuk bertanya jika belum dimengerti dari materi yang disampaikan;
- h. Pelaksana Tim PKM menanggapi respon mitra tentang materi yang melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan PKM;

## 2.HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM ini dilakukan di Rumah Production yang berlokasi di kp. Bojong Poncol Rt.003, RW. 013, Kelurahan Kunciran Indah, Kecamatan Pinang, Kota Tangerang. sudah mulai beroperasi sejak 2017 untuk memenuhi pesan saudaranya, yang diminta dibuatkan rak untuk piring di rumahnya. Waktu itu Pak Cengo' panggilan dari Pak Romlih ini masih aktif kerja sebagai karyawan di supermarket di Tangerang. Kegiatan awal mulanya, hasil wawancara dengan mitra bahwa ia membantu saudaranya untuk dibuatkan rak piring dari keranjang bekas. Lalu ia mencarikan dan membuatkan saudaranya itu Rak Piring . Dari Masa itu rupanya ada peminatnya. Setelah Pak Romlih ini kena PHK dari pekerjaan, maka ia mulai fokus dengan mengumpulkan keranjang bekas dari berbagai tempat.

Dimana awalnya pemasaran masih manual dan dari mulut ke mulut. Sejak tahun 2020 pemasaran hasil produksi keranjang sudah masuk dan kerjasama dengan saudaranya yg punya bisnis di shopee dan di tokopedia. Sekarang ini kegiatan pemasarannya sudah full online. "Dengan materi yang sudah dipersiapkan, lalu kemudian disosialisasikan pada karyawannya sebanyak 7 orang." "Dalam kegiatan ini tim berkoordinasi dengan Mitra dengan memberikan user id dan passcode untuk Zoom meeting berlangsung." "Penyampaian materi tersebut disajikan dalam bentuk PPT secara daring dan luring yang dibantu oleh mahasiswa." Dalam permasalahan diatas tim menemukan dalam menentukan strategi bisnis menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity and Threats*). Analisis SWOT (Robbins & Coulter, 2016) adalah alat analisis yang berguna untuk mengidentifikasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*) dari internal dan eksternal perusahaan itu sendiri. Berikut ini adalah penjelasan dari 4 aspek analisis SWOT tersebut:

- a. **Strength** (Kekuatan) Menurut Robbins dan Coulter (2016) mengatakan bahwa kekuatan adalah setiap aktivitas perusahaan yang dilakukan dengan baik atau unik dari sisi sumber daya yang dimiliki dan digunakan;
- b. **Weakness** (Kelemahan) Menurut Robbins dan Coulter (2016) bahwa kelemahan adalah setiap aktivitas perusahaan yang tidak dilakukan dengan maksimal dikarenakan kurangnya sumber daya ataupun ketidakpunyaan sumber daya;
- c. **Opportunity** (Peluang) Menurut Robbins dan Coulter (2016) dikatakan bahwa peluang adalah kesempatan positif yang dimanfaatkan perusahaan untuk melebarkan pasar di sisi eksternal / luar perusahaan;
- d. **Threats** (Ancaman) Ancaman dalam Robbins dan Coulter (2016) adalah bahaya atau tren buruk yang dapat menghantam perusahaan di sisi luar atau eksternal perusahaan;

Berikut ini dokumen berupa foto yang berkaitan dengan kegiatan PKM yang telah dilaksanakan sebagai berikut :

**Gambar 2**

*Proses pembersihan komponen rumah production mitra*



**Gambar 3**

*Proses pemotongan komponen Produk Rumah Production Mitra*



**Gambar 4**

*Hasil Produksi yang sudah diPacking dan siap ke toko*



**Gambar 5**

*Penyerahan souvenir berupa baju kaos ke Mitra*



**Gambar 6**

*Via Daring*



**Gambar 7**

*Kegiatan sosialisasi di lokasi PKM secara LURING*



**3. KESIMPULAN**

Kesimpulan dari pelaksanaan kegiatan PKM ini adalah:

- a. Mitra kerjasama PKM ini adalah pemilik rumah Production di Kp. Bojong Poncol, Kunciran Indah, Kec, Pinang, Kota Tangerang;
- b. Bahan presentasi PKM ini adalah strategi dengan cara mensosialisasikan kepada mitra mengenai pengembangan bisnis; pemasaran online;
- c. Pemilik Rumah Production secara bertahap melakukan pembenahan untuk kajian selanjutnya;
- d. Kerjasama berikutnya dapat dilanjutkan dengan materi kegiatan pelatihan dan pendampingan; mengenai cara membuat penyusunan laporan keuangan sesuai standar akuntansi;

### **Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)**

*Acknowledgement* ini ditulis di bawah kesimpulan, sebelum referensi. Dalam *acknowledgement* ini disebutkan pihak-pihak utama yang mendukung penelitian ini, misalnya pemberi dana, instansi/orang pemberi data (dapat disamarkan apabila diperlukan anonim), asisten pelaksana PKM.

### **REFERENSI**

- Bryson, J.M. (2011), *Strategic Planning for Public and Non-Profit Organizations: A Guide to Strengthening and Sustaining Organizational Achievement*, John Wiley & Sons, NJ, Vol.
- Corbett, A. C., & Katz, J. A. (2016). *Models of start-up thinking and action: Theoretical, empirical, and pedagogical approaches*. Bingley, UK: Emerald Group Publishing
- Frederick, Howard H., Kuratko, Donald F dan Hodgetts, Richard H (2006). *Entrepreneurship, Theory, Process, Practice*, South Melbourne, Victoria: Cengage Learning.
- Julian, O. (2013), "Relationship between strategic planning and organization's performance", *Non-Governmental Organizations (NGOS): a Case of Actionaid, Kenya*, Unpublished MBA Project School of Business, University of Nairobi, Nairob
- McKeever, M. P. (2017). *How to write a business plan (13th edition)*. Berkeley, CA: Nolo.
- Scarborough, N. M. & Cornwall, J. R., 2016. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. England: Pearson
- Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Essentials of entrepreneurship and small business management*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.