
PENDAMPINGAN RENCANA BISNIS GUNA PENGEMBANGAN USAHA KULINER JAJANAN TRADISIONAL KHAS JAMBI

Lydiawati Soelaiman¹

¹Program Studi S1 Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: lydiawatis@fe.untar.ac.id

ABSTRACT

Every region certainly has their unique traditional snacks that reflect their identity and culture. Similarly, Jambi has its own unique traditional snacks which have the potential to generate economic growth. Traditional snacks not only meet the needs of the local community, but also demands at tourist destinations or as souvenirs. Unfortunately, many traditional snacks business owners have not realized the full potential of their products. They operate their business without much planning for product development. They are facing capital, product development, and marketing constraints which can be minimized with a robust business plan, which may contain strategic planning on marketing, capital, manufacturing, and human resources. Therefore, this community service program aims to assist SMEs in developing business plans for their future management and business development, in the areas of business strategy, marketing, management and organization, production, and finance. This activity is carried out online. In this PKM activity, business actors are assisted to outline a business development plan from business strategy, marketing aspects, management and organizational aspects, production aspects and financial aspects. As a result, entrepreneurs of Jambi traditional snacks would be able to devise their own business plans to improve their business performance and also can maximize profits and offers to run a business.

Keywords: *traditional snacks business, business plan, performance*

ABSTRAK

Setiap daerah tentunya memiliki jajanan tradisional yang mencerminkan identitas dan karakteristik budaya dari suatu daerah tertentu. Begitu pula halnya dengan Jambi yang memiliki jajanan khas Jambi sebagai produk yang berpotensi mendatangkan keuntungan secara ekonomis. Hal ini dikarenakan jajanan tradisional tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat lokal tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama di tujuan maupun sebagai oleh-oleh. Tetapi sayangnya para pelaku bisnis jajanan tradisional di Jambi belum menyadari potensi produknya. Mereka hanya menjalankan usahanya secara sederhana tanpa merencanakan pengembangan produknya. Padahal mereka dihadapi oleh kendala permodalan, pengembangan produk dan pemasaran yang sebenarnya dapat diminimalisir jika pelaku bisnis memiliki perencanaan pengabdian masyarakat yang menyangkut pemasaran, permodalan, manufaktur dan sumber daya manusia. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini mencoba untuk melakukan pendampingan kepada UMKM untuk membuat suatu rencana bisnis yang dapat bermanfaat dalam pengelolaan dan pengembangan usaha ke depannya. Kegiatan pendampingan rencana bisnis ini dilaksanakan secara daring. Dalam kegiatan PKM ini, para pelaku usaha dibantu untuk menguraikan rencana pengembangan bisnis dari strategi bisnis, aspek pemasaran, aspek manajemen dan organisasi, aspek produksi dan aspek keuangan. Hasil dari kegiatan ini diharapkan para pelaku usaha kuliner jajanan tradisional khas Jambi mampu menghasilkan suatu rencana bisnis yang dapat meningkatkan kinerja usahanya serta dapat memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan risiko selama menjalankan usaha.

Kata kunci: usaha jajanan tradisional, rencana bisnis, kinerja usaha

1. PENDAHULUAN

Makanan tradisional lokal merupakan salah satu identitas dan karakteristik budaya dari suatu daerah tertentu. Tidak heran jika banyak wisatawan melakukan wisata kuliner saat berkunjung ke suatu daerah tertentu untuk mencari pengalaman dengan makanan lokal tersebut. Makanan atau kuliner daerah mempunyai peran penting sebagai salah satu faktor yang dapat meningkatkan pariwisata suatu daerah (Wijaya, S., 2019). Oleh karena itu, Indonesia yang terdiri dari beragam kuliner lokal perlu menjaga dan melestarikan potensi kuliner tradisional.

Makanan tradisional adalah semua jenis makanan dan jajanan tradisional yang menggunakan bahan baku lokal, pengemasan dan penyajian dengan bahan lokal, diproduksi oleh masyarakat lokal, dikelola oleh industri rumah tangga dan mencerminkan identitas masyarakat lokal setempat (Harsana, et al., 2018). Umumnya jajanan tradisional diproduksi dari resep tradisional turun menurun dengan menggunakan bahan-bahan yang sederhana, murah harganya serta mudah dicari



sehingga dapat dijual dengan harga yang terjangkau. Setiap daerah, tentunya memiliki jajanan tradisional seperti kue ataupun camilan. Begitu pula halnya dengan Jambi yang terkenal dengan jajanan khas Jambi seperti kue padamaran, kue muso, kue bangkit, kue naam, bolu kojo dan lainnya. Kue tradisional khas Jambi telah dimanfaatkan menjadi produk ekonomi yang mendatangkan keuntungan secara ekonomis (Karmela, S.H & Azmi,U., 2020). Hal ini karena makanan tradisional berkembang tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat lokal tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama di tujuan maupun sebagai oleh-oleh (Harsana, et al., 2018).

Usaha jajanan tradisional di Jambi banyak ditekuni oleh industri rumah tangga (*home industry*) yang umumnya dikelola oleh ibu-ibu rumah tangga. Usaha ini banyak diminati oleh ibu-ibu rumah tangga karena bisnis ini tidak memerlukan modal yang besar dan juga merupakan implementasi dari kegemaran memasak. Umumnya para ibu rumah tangga memulai bisnis ini hanya sekedar mencoba-coba untuk membantu pembiayaan kebutuhan rumah tangga. Sebagian besar bisnis kuliner kue tradisional ini masih dijalankan dengan sangat sederhana sehingga tidak ada perencanaan dalam menjalankan bisnis tersebut. Masih banyak pelaku bisnis ini yang belum memikirkan untuk melebarkan sayap bisnisnya. Padahal jika usaha ini digeluti dengan lebih baik tidak hanya meningkatkan pendapatan rumah tangga tetapi juga pembangunan daerah.

Usaha kuliner jajanan tradisional khas Jambi merupakan salah satu industri yang dapat mendukung pariwisata di kota Jambi. Tetapi sayangnya para pelaku bisnis jajanan tradisional di Jambi belum menyadari potensi produknya. Para pelaku usaha mengalami beberapa kendala terutama dari segi permodalan, pengembangan produk dan pemasaran. Kendala tersebut sebenarnya dapat diminimalisir jika pelaku bisnis memiliki perencanaan bisnis yang dapat memberikan arah sesuai dengan tujuan usaha (Mulyantini & Lastiningsih, 2015). Oleh karena itu, Pusat Studi Kewirausahaan LPPM bekerjasama dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata serta Gerakan Ekonomi Kreatif (GEKRAF) provinsi Jambi mengadakan program yang bertujuan untuk membantu para pelaku usaha di Jambi mengembangkan usahanya dengan mengadakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pendampingan penyusunan Rencana Bisnis.

Menurut Slamet, Franky., et al (2014) rencana bisnis adalah dokumen tertulis yang dipersiapkan untuk calon pengusaha yang menggambarkan semua unsur – unsur maupun elemen – elemen yang relevan baik internal maupun eksternal mengenai keseluruhan dari perusahaan yang didirikan untuk memulai usaha yang berisi mengenai perencanaan terpadu menyangkut pemasaran, permodalan, manufaktur dan sumber daya manusia. Rencana bisnis mempunyai manfaat dari sisi internal wirausaha dan juga investor. Penyusunan rencana bisnis tentunya memiliki manfaat dalam pengelolaan dan pengembangan usaha (Frederick et al, 2006). Pelaku usaha dapat memanfaatkan rencana bisnis untuk dapat mengintrospeksi usahanya secara lebih dalam dari keseluruhan aspek-aspek yang termuat di dalam rencana bisnis. Dengan demikian pelaku usaha mampu menganalisis persaingan, ekonomi dan keuangan untuk selanjutnya ditetapkan strategi agar dapat mencapai hasil yang diharapkan. Dokumen dari rencana bisnis juga dapat membantu pelaku usaha untuk mendapatkan bantuan pemodal. Rencana bisnis dengan informasi yang jelas dan lengkap merupakan penilaian investor untuk mengevaluasi kelayakan bisnis dan keuangan pemilik bisnis.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Sehubungan kegiatan PKM dilaksanakan pada saat masa pandemi Covid-19, maka kegiatan pendampingan rencana bisnis dilaksanakan secara daring. Pada tahap awal tim kegiatan pengabdian masyarakat melakukan investigasi dengan mewawancarai para pelaku bisnis mengenai kondisi bisnisnya saat ini. Dari hasil wawancara diketahui hampir sebagian besar dari

pelaku bisnis tersebut berawal dari mencoba-coba berjualan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya. Mereka hanya menjalankan bisnis seadanya dan belum mempunyai rencana ke depannya. Untuk itu, pada tahap awal tim pelaksana PKM memaparkan mengenai manfaat rencana bisnis bagi pemilik bisnis. Pada pertemuan ini dijabarkan apa saja komponen dari rencana bisnis serta penjelasan dari setiap komponen tersebut. Pelaksanaan kegiatan PKM tidak berhenti hanya sebatas pemaparan semata. Selanjutnya dilakukan pendampingan yang lebih intens dalam penyusunan rencana bisnis untuk setiap UMKM sehingga tersusun rencana bisnis yang dapat diimplementasikan oleh UMKM.

Pelaku UMKM dan tim abdimas UNTAR saling bertukar informasi dan berdiskusi mengenai beberapa hal seperti:

- a. Profil Perusahaan yaitu gambaran umum yang merepresentasikan perusahaan dari awal berdiri sampai target atau tujuan yang akan dicapai dalam jangka waktu tertentu.
- b. Strategi Bisnis yaitu strategi untuk menentukan tujuan jangka panjang melalui penerapan tindakan yang perlu dilakukan guna mencapai tujuan usaha. Analisis SWOT dan analisis kompetitif digunakan sebagai panduan dalam mempertimbangkan penetapan strategi usaha.
- c. Aspek Pemasaran yaitu pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan usahanya yang terdiri dari 6 aspek yaitu: target pasar, motivasi pelanggan untuk membeli, ukuran dan tren pasar, promosi, penetapan harga dan saluran distribusi (Scarborough, dkk., 2009)
- d. Aspek Organisasi dan Manajemen yaitu pengorganisasian kegiatan-kegiatan pada pekerjaan sehingga dapat tercapai tujuan usaha yang telah ditetapkan.
- e. Aspek Produksi yaitu perencanaan produksi agar mampu menghasilkan kuantitas dan kualitas produk seperti yang diharapkan oleh konsumen.
- f. Aspek Keuangan yaitu perkiraan keuangan yang dapat menginformasikan mengenai kondisi keuangan dan hasil yang telah dicapai dalam suatu periode tertentu.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha kuliner jajanan tradisional dari kota Jambi ini sebagian besar dilakukan oleh para wanita yang memang berprofesi sebagai ibu rumah tangga. Sebagian besar UMKM merupakan industri rumah tangga dan menjalankan usahanya kurang dari 5 tahun. Awal mulanya, bisnis kuliner dipilih oleh UMKM karena bisnis ini sederhana, mudah dieksekusi, tidak memerlukan modal yang terlalu besar dan tentunya kuliner merupakan salah satu dari kebutuhan pokok. Selama ini para pelaku usaha jajanan tradisional ini hanya menjalankan usahanya untuk kebutuhan hidup sehari-hari tanpa mempunyai perencanaan ke depannya. Kegiatan PKM mengenai pentingnya perencanaan bisnis telah membuka wawasan para pelaku UMKM jajanan tradisional, bahwa meskipun bisnis sederhana tetapi jika dikelola dengan baik maka akan mempunyai potensi untuk berkembang dengan baik.

Adapun usaha jajanan tradisional yang diproduksi oleh UMKM seperti kembang goyang, kue bangkit, kacang tojin, kue kacang, padamaran, maksuba, enggak ketan, putu ayu, pempek dan sebagainya. Tentunya semua makanan tersebut memiliki makna filosofi sendiri dibanding kota lainnya sehingga menjadi ciri khas dari kuliner kota Jambi. Hal ini tentunya dapat memperkaya kamus kuliner tradisional di Indonesia. Ragam jajanan tradisional hasil produksi UMKM dapat dilihat pada Gambar 1.

Gambar 1

Ragam Jajanan Tradisional Hasil Produksi UMKM



Berdasarkan hasil wawancara dan selama proses pendampingan pembuatan rencana bisnis masing-masing UMKM, maka secara garis besar rangkuman analisis SWOT dari produk kuliner jajanan tradisional yang dikelola oleh mitra UMKM adalah sebagai berikut:

a. Kekuatan (*Strength*)

Jajanan tradisional Jambi memiliki cita rasa yang enak dan memiliki ciri khas yang membedakan dengan daerah lainnya. Jajanan tradisional pada umumnya menggunakan bahan baku yang dapat diperoleh dengan mudah dengan harga yang murah pula sehingga harga jual kue tradisional pun relatif terjangkau. Selain itu, jajanan tradisional yang diproduksi oleh UMKM tidak menggunakan bahan pengawet maupun bahan pewarna yang membahayakan sehingga aman untuk dikonsumsi. Sebagian besar UMKM juga telah memiliki izin usaha Mikro dan Kecil yang diberikan oleh Pemerintah Provinsi Jambi, sertifikasi halal dan Surat Keterangan Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT) yang menjadi modal bagi para pelaku usaha untuk dapat masuk ke pasar yang lebih luas.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Hal yang menjadi kelemahan dari jajanan tradisional ini pada umumnya adalah produk yang tidak bertahan lama dikarenakan tidak menggunakan bahan pengawet sehingga mereka tidak berani untuk memproduksi banyak atau hanya memproduksi jika hanya ada pesanan. Sistem pemasaran mereka juga masih sangat sederhana yaitu memasarkan dari mulut ke mulut sehingga jumlah pesanan sangat terbatas. Meskipun beberapa UMKM telah melakukan promosi dengan media sosial, tetapi tidak terlalu berdampak karena media sosial mereka belum dikelola dengan baik. Di samping itu, pengemasan dari jajanan tradisional ini masih sangat sederhana sehingga belum memiliki nilai jual apalagi jika dijadikan sebagai produk oleh-oleh khas Jambi. Hal ini mungkin terjadi karena keterbatasan modal yang dimiliki.

c. Peluang (*Opportunity*)

Jajanan tradisional ini tentunya perlu dipertahankan karena selain menjadi daya tarik untuk wisata kuliner, tentunya juga mempertahankan kearifan lokal dari kuliner nusantara. Beberapa produk UMKM ini bahkan layak untuk dijadikan sebagai oleh-oleh makanan khas Jambi. Pemerintah Jambi juga terus mendukung para UMKM kuliner ini dengan memberikan kesempatan bagi para UMKM untuk memasarkan produknya di pojok UMKM di kelurahan dan bahkan beberapa UMKM yang mempunyai produk siap jual

diberikan kesempatan untuk memasarkan produknya pada stand produk UMKM di bandara Jambi.

d. Ancaman (*Threat*)

Ancaman utama dari jajanan tradisional itu sendiri justru dari perilaku konsumen khususnya anak muda yang sudah terbawa dengan budaya luar sehingga lebih memilih jajanan modern daripada jajanan tradisional. Selain itu UMKM yang bergerak di bidang kuliner cukup banyak sehingga membuat persaingan usaha semakin ketat. Belum lagi kondisi pandemi Covid 19 yang menyebabkan daya beli masyarakat menurun dimana pembelian jajanan tradisional bukan lagi menjadi skala prioritas.

Berdasarkan analisis SWOT tersebut maka diperlukan suatu perencanaan bisnis yang lebih matang agar dapat berstrategi untuk mengembangkan usaha ke depannya. Adapun beberapa rencana dari setiap aspek yang menjadi fokus para pemilik bisnis usaha kuliner untuk pengembangan usaha terangkum sebagai berikut:

a. Aspek Pemasaran:

Pelaku usaha mampu menjabarkan segmentasi serta target pasar dari produknya dengan jelas. Dengan demikian pelaku usaha dapat menerapkan rencana pemasaran yang tepat untuk konsumennya. Para pelaku usaha juga merencanakan pemasaran yang bersikap proaktif baik secara *offline* dengan aktif mencari bazar, menjalin kerjasama dengan pemerintah Provinsi Jambi ataupun organisasi ALISA (Asosiasi Muslimah Pengusaha) Khadijah – ICMI Jambi. Selain dengan metode *offline*, para pelaku usaha juga akan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dengan melakukan penjualan secara lebih aktif melalui media *online* seperti media sosial maupun *marketplace*. Bentuk kegiatan promosi yang dilakukan bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen melakukan pembelian. Oleh karena itu, pelaku usaha menyadari bahwa visual dari produk tentunya perlu menjadi perhatian dari pemilik UMKM agar memiliki nilai jual yang lebih baik.

b. Aspek Organisasi dan Manajemen

Para pelaku usaha melakukan pengkoordinasian setiap kegiatan dalam pekerjaan dengan lebih rinci sehingga visi dan misi yang ingin dicapai dapat tercapai. Demikian pula halnya dengan jadwal perencanaan sehingga ketersediaan sumber daya yang terbatas dapat diintegrasikan secara efektif. Selain itu, para pemilik usaha akan melengkapi perijinan yang diperlukan dalam menjalankan usaha kuliner ini sehingga peluang untuk melebarkan usahanya semakin terbuka.

c. Aspek Produksi

Pelaku usaha mencari informasi mengenai kebutuhan dan keinginan dari pelanggan sehingga produk yang dihasilkan sesuai dengan harapan konsumen. Pemilihan bahan baku yang berkualitas serta pemasok merupakan kunci utama dari kualitas produknya. Selanjutnya para pelaku usaha juga merencanakan jumlah kapasitas yang akan diproduksi, proses produksi, mesin dan peralatan yang dibutuhkan serta penjadwalan pembelian dengan pemasok.

d. Aspek Keuangan

Keuangan merupakan aspek terpenting karena mengukur kelayakan usaha yang dijalankan dari sisi moneter. Sebagian besar para pelaku usaha mengaku keuangan untuk usaha dan pribadi seringkali tercampur sehingga tidak mengetahui kondisi keuangan usahanya. Pelaku usaha perlu dibiasakan mencatat transaksi keuangan yang sistematis sehingga dapat dilakukan evaluasi keuangan dengan jelas. Untuk itu, pemilik UMKM melakukan analisis keuangan sederhana seperti neraca, laporan laba-rugi dan laporan arus kas. Pemilik UMKM juga melakukan analisis kelayakan usaha dan juga analisis keuntungan selama

beberapa tahun ke depan. Perencanaan keuangan ini dapat menjadi tolok ukur dan bahan evaluasi bagi UMKM jika nantinya hasil aktual tidak sesuai dengan perencanaan.

Proses produksi jajanan tradisional dapat dilihat pada Gambar 2.

Gambar 2

Proses Produksi Jajanan Tradisional



4. KESIMPULAN DAN SARAN

Rencana bisnis merupakan pedoman bagi pelaku usaha untuk mengembangkan usaha. Oleh karena itu, meskipun dibuat dengan sederhana, sebaiknya pelaku usaha tetap membuat sebuah rencana bisnis. Perencanaan bisnis bukanlah hanya sebuah proposal yang bertujuan untuk mendapatkan investor dalam bisnisnya, tetapi lebih jauh lagi perencanaan bisnis mampu menjadi panduan bagi seorang pelaku bisnis dalam mengambil peluang, memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan risiko selama menjalankan usaha. Untuk itu, melalui kegiatan pengabdian masyarakat berupa pendampingan penyusunan rencana bisnis untuk para pelaku UMKM khususnya makanan tradisional khas Jambi diharapkan mampu memberikan manfaat dalam meningkatkan kinerja usaha para UMKM dan selanjutnya dapat memberikan kontribusi pada Pemerintah Provinsi Jambi.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Terima kasih diucapkan kepada Pusat Studi Kewirausahaan LPPM yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk terlibat dalam kegiatan PKM ini. Penulis juga berterima kasih kepada para UMKM yang berada di bawah naungan Alisa Khadijah ICMI Kota Jambi atas kerjasamanya dan partisipasinya selama kegiatan ini. Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada para mahasiswa S1 Manajemen yang turut membantu mendampingi para UMKM selama pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat.

REFERENSI

- Frederick, H. H., Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (2006). *Entrepreneurship: theory, process, practice*. Australia: Nelson.
- Harsana, M., Baiquini., M., Harmayani, Eni & Widyaningsih, Yulia. (2018). Potensi Makanan Tradisional Kue Kolombeng Sebagai Daya Tarik Wisata Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *HEJ (Home Economics Journal)*, 1 (2), 40-47
- Karmela, S. H., & Azmi, U. (2020). Women And The World Of Typical Traditional Culinary Business Malays In The Middle Of Digital Era. *Prosiding ISBI Bandung*.

-
- Mulyantini, Sri & Lastiningsih, N. (2015). Penyusunan Business Plan sebagai Pedoman Usaha UMKM di Wilayah Depok. *Bina Widya*, 26 (4), 209-219
- Scarborough, Norman, Zimmerer, Thomas W. (2009). *Kewirausahaan dan manajemen usaha kecil*. Jakarta: Salemba empat.
- Slamet, Franky, Tunjungsari, Hetty Karunia, and Ie, Mei. (2014). *Dasar-dasar kewirausahaan: teori dan praktik*. Jakarta: Indeks.
- Wijaya, S. (2019). Indonesian Food Culture Mapping: A Starter Contribution to Promote Indonesian Culinary Tourism. *Journal of Ethnic Foods*, 6(9), 1-10