

PENYUSUNAN BUSINESS PLAN SEBAGAI PEDOMAN USAHA UMKM DI WILAYAH DEPOK

Sri Mulyantini¹, dan Noegrahini Lastiningsih

Program Studi Manajemen, FE UPN "Veteran" Jakarta
Jl. R.S. Fatmawati Pondok Labu Jakarta Selatan – 12450
Telp. 021 7656971

Abstract

Dedication to the community through the preparation of a business plan to guide efforts for businesses of SMEs in the region Depok, conducted in March to May 2015. The Business Players Association member SMEs incorporated in Depok. Conducted through the step of administering an understanding, document preparation and monitoring stages. The activity resulted in an increased level of understanding of the importance of a business plan, the availability of simple Business rencanan document that contains the plan of marketing, Human Resources field, field production, and the financial sector businesses that can be used as guidelines. But the results of the monitoring to the implementation of the business plan is not maximized given the limitations of time. The results are expected to improve business performance in future.

Key Words: *business plan, guide efforts, businesses*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro merupakan salah satu bentuk kegiatan usaha yang memiliki peranan dan kedudukan sangat penting dan strategis dalam perkembangan perekonomian Indonesia. Hal ini karena Usaha Mikro mempunyai kontribusi yang sangat berarti dalam memberikan kesempatan dan penyerapan tenaga kerja, memperluas kesempatan usaha, pemerataan, serta merupakan sumber pendapatan bagi sebagian besar masyarakat. Dengan demikian maka pengembangan Usaha Mikro merupakan suatu keniscayaan dalam rangka peningkatan ekonomi rakyat, percepatan dan pertumbuhan serta peningkatan ekonomi daerah. Beberapa hasil penelitian dan data yang ada Usaha Mikro di Indonesia masih relatif buruk, bukan saja dibandingkan dengan Usaha Besar tetapi juga dibandingkan dengan Usaha Mikro di Negara Maju, Tambunan (2009 a,b,c, 2010). Apalagi dengan diberlakukannya rencana penerapan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) tahun

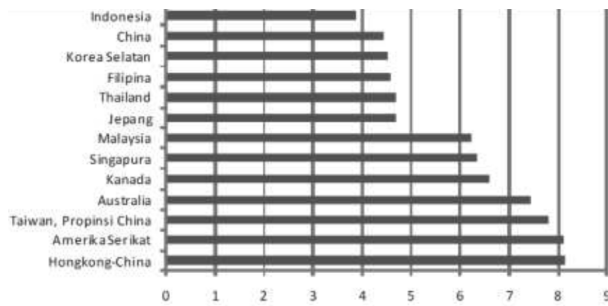
2015, yang intinya tidak ada lagi hambatan terhadap arus barang dan jasa, manusia dan modal antara negara-negara anggota ASEAN.

Permasalahan UKM di Indonesia antara lain adalah: (1) pemasaran, (2) modal dan pendanaan, (3) inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi, (4) pemakaian bahan baku, (5) peralatan produksi, (6) penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja, (7) rencana pengembangan usaha, dan (8) kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal, diantaranya kondisi sosial politik didalam negeri, sesuai dengan hasil penelitian Sriyana (2010) dan Sodiq (2013). Meskipun banyak permasalahan namun masih terdapat beberapa usaha kecil yang ternyata dapat menjadi usaha yang dikenal sampai manca negara, misalnya penelitian yang dilakukan oleh Henky Lisan Suwarno dkk (2012) dimana produk tradisional Indonesia mampu menembus pasar internasional

Pemerintah telah berupaya melakukan pembinaan secara maksimal namun hasilnya belum menggembirakan jika dibandingkan dengan negara lain, misalnya negara ASEAN seperti Filipina, Thailand, Malaysia, dan

1 Kontak Person : Sri Mulyantini
Prodi Manajemen, FE UPNV Jakarta
Telp. 021 7656971

Singapura, dimana posisi daya saing UKM Indonesia masih tertinggal seperti terlihat pada gambar 1.



Gambar 1. Daya Saing UMKM di Sejumlah Negara/ Ekonomi APEC

Sumber: APEC 2010

Tabel 1. Indikator UMKM

No	Indikator	SAT	Tahun 2011		Tahun 2012		Perkembangan	
			Jumlah	S	Jumlah	S	Jumlah	n
	Unit Usaha (A+B)		55.211.396		56.539.560		1.328.163	
A.	UMKM	unit	55.206.444	9,99	56.534.592	9,99	1.328.147	,41
	Usaha Mikro	unit	54.559.969	8,82	55.856.176	8,79	1.296.207	,38
	Usaha Kecil	unit	602.195	,09	629.418	,11	27.223	,52
	Usaha Menengah	unit	44.280	,08	48.997	,09	4.717	,65
B.	Usaha Besar	unit	4.952	,01	4.969	,01	16	,32
	Tenaga Kerja (A+B)		104.613.681		110.808.154		6.194.473	,92
A.	UMKM	orang	101.722.458	7,24	107.657.509	7,16	5.935.051	,83
	Usaha Mikro	orang	94.957.797	,77	99.859.517	,12	4.901.720	,16
	Usaha Kecil	orang	3.919.992	,75	4.535.970	,09	615.977	5,71
	Usaha Menengah	orang	2.844.669	,72	3.262.023	,94	417.354	4,67
B.	Usaha Besar	orang	2.891.224	,76	3.150.645	,84	259.422	,97

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM

Untuk mengatasinya kelemahan Usaha Kecil tersebut diatas, diperlukan strategi misalnya melalui kerjasama dengan pihak-pihak terkait seperti asosiasi pengusaha, perguruan tinggi, dinas/instansi terkait. Sehingga masih ada harapan yang besar terhadap kemajuan Usaha Kecil. Dari sekian banyak permasalahan, maka salah satu permasalahan UMKM di Kota Depok saat ini adalah masih belum meratanya program pendampingan serta pembinaan dari pemerintah dalam rangka pengembangan usaha.

Sebenarnya pelaku UKM memiliki peluang yang baik, terlebih secara geografis dan ekonomi Depok tidak jauh dari Jakarta cukup potensial. Namun mereka masih sulit mengembangkan usahanya, beberapa kendala terutama dari segi permodalan, pengembangan produk dan pemasarannya, kendala tersebut seharusnya dapat dikurangi jika pelaku bisnis memiliki perencanaan bisnis (*business plan*) yang dapat membantu

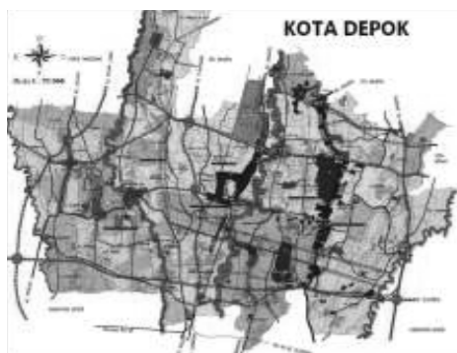
Sementara itu terdapat perbedaan antara perkembangan pangsa pasar usaha mikro, kecil dan usaha menengah, dimana usaha mikro kecil mengalami perkembangan sebesar 2,58 dan 4,52% pada tahun 2012, sedangkan usaha menengah sebesar 10,65%. Maka terlihat bahwa perkembangan usaha mikro dan kecil mengalami perkembangan yang lebih rendah dari usaha menengah, hal ini menunjukkan bahwa usaha mikro dan usaha kecil masih memerlukan perhatian yang lebih dari pemerintah mengingat pentingnya keberadaan usaha tersebut (lihat tabel 1).

mengarahkan bisnis sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Dokumen perencanaan bisnis diperlukan oleh pihak-pihak investor perbankan yang potensial, konsultan, staf karyawan, pemasok barang dan bahkan konsumen. Pelaku bisnis memerlukan sebuah rencana bisnis yang matang, serta harus meluangkan waktu untuk mengumpulkan sebanyak mungkin informasi yang berhubungan dengan perkembangan usaha, dimulai dengan mencatat apa saja yang terlintas di pikiran, kemudian cari informasi dan data-data lainnya, apa saja yang harus disertakan dan apa saja yang tak perlu disertakan, bagaimana melengkapi dan dimana mendapatkan sumber-sumber informasi untuk menyusun rencana bisnis yang baik. Jadi rencana bisnis atau business plan adalah tahapan awal yang sebaiknya dilakukan oleh seorang calon entrepreneur atau wirausaha. *Business plan juga merupakan blueprint* usaha dan sebagai alat untuk mencari sumber pendanaan

dalam rangka pengembangan bisnis, terutama bagi pihak-pihak terkait yang terlibat dalam perencanaan bisnis. *Business plan* adalah sarana komunikasi untuk menarik orang lain, pemasok, konsumen, dan penyandang dana. Dalam hal ini Bank adalah sebagai mitra penyandang dana yang handal sesuai dengan *Thorsten Beck, Demirgüç (2008)*, dimana bank menganggap UKM sebagai usaha yang menguntungkan dan hampir semua bank memiliki klien UKM. Untuk menyiapkan dokumen diperlukan narasumber yang mampu memberikan pembekalan bagai-mana menyusun rencana bisnis yang baik. Keikutsertaan banyak pihak juga sangat diperlukan untuk memberikan bantuan pembinaan dan pendampingan secara berkelanjutan.

Dunia pendidikan dalam hal ini Perguruan Tinggi mempunyai tanggung jawab pengabdian sebagai bagian dari kegiatan Tridharma Perguruan Tinggi. Pembimbingan dan pendampingan dalam membuat perencanaan bisnis oleh kalangan akademisi merupakan bentuk nyata pengabdian kepada masyarakat. Perguruan Tinggi diharapkan secara aktif memberikan bentuk pembimbingan dan pendampingan yang komunikatif dan mudah diimplementasikan, melalui contoh kasus nyata agar mudah diterima oleh para pelaku bisnis usaha kecil.

Wilayah Kota Depok dengan luas wilayah 200,29 Km₂ memiliki batas-batas sebagai berikut sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Tangerang dan DKI Jakarta, sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Bogor, sebelah timur berbatasan dengan Kota Bekasi dan Kabupaten Bogor, dan sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Bogor. Secara geografis, kota Depok berbatasan langsung dengan Jakarta atau berada dalam lingkungan wilayah Jabodetabek.



Gambar 2. Profil Wilayah Kota Depok

Tahun 2011 ada 15 ribu UMKM di Depok, terdiri dari 9.891 usaha mikro, 4.554 usaha kecil dan sisanya yang usaha menengah. Dalam rangka pembinaan telah dibentuk asosiasi UKM Depok yang memiliki sekitar 400 lebih anggota.

Beberapa program dari Dinas Koperasi, UKM, dan pasar kota Depok telah diberikan dukungan kepada pelaku UKM, diantaranya menyediakan fasilitas permodalan dan mengikut sertakan pelaku UKM dalam even pameran UKM dimana peserta pelaku UKM didanai oleh dinas. Adapun pelaku UKM yang akan diikutsertakan merupakan hasil lolos seleksi UKM dimana yang lolos akan diberikan barang sesuai dengan bidang (*cluster*) UKM yang bersangkutan. Sedangkan Usaha kecil yang belum lolos harus menunggu untuk menyiapkan standarisasi untuk lolos, inilah yang akan menjadi sasaran bagi kegiatan pengabdian masyarakat (1) wilayah pengabdian meliputi wilayah kota administrasi Depok, dan (2) penetapan bisnis kuliner unggulan daerah dilakukan dengan menghimpun informasi Asosiasi UMKM wilayah Depok.

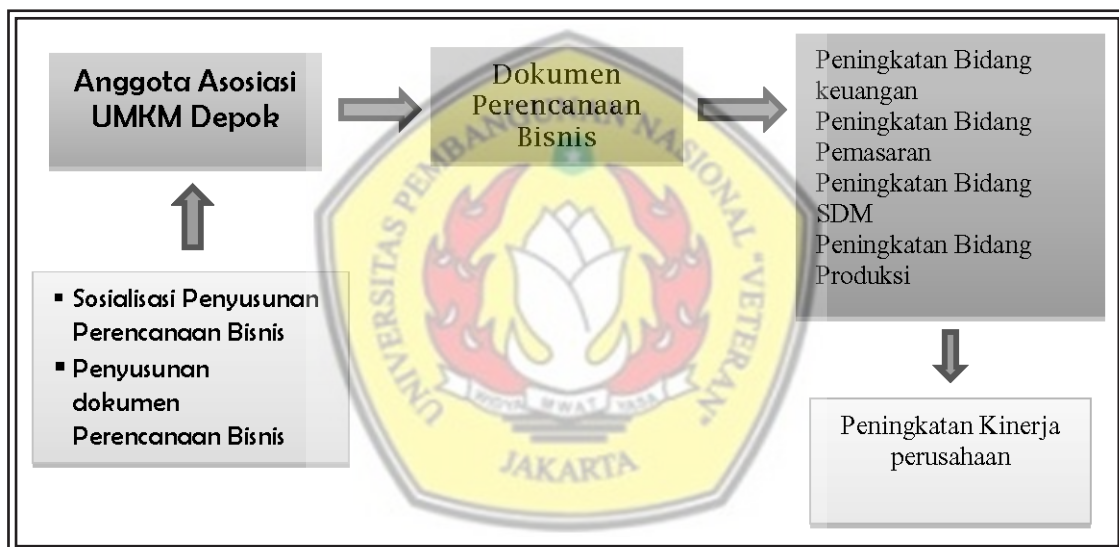
Asosiasi UMKM Depok memiliki visi misi menjadi asosiasi UMKM yang berpengaruh dalam menumbuhkan dan membesarkan UKM di Kota Depok yang berkualitas, dengan pelindung Walikota Depok dan pembinaannya dibawah Kepala Dinas Koperasi UKM dan pasar, memiliki tujuan mempersiapkan anggota asosiasi untuk menghadapi MEA 2015. Meskipun sudah memiliki anggota yang cukup banyak dan kegiatan yang beragam namun program kegiatan tersebut belum dapat menyentuh semua anggota, sehingga masih banyak anggota asosiasi memerlukan bimbingan bagi pengembangan manajemen secara berkelanjutan. Dari data walikota Depok masih banyak anggota yang belum memiliki akses ke lembaga keuangan misalnya dari 60% jumlah UMKM baru hanya 25% yang memiliki kesempatan akses, seandainya dikembangkan jumlahnya tentu saja harus banyak persiapan yang harus dilakukan misalnya tersedianya perencanaan bisnis setiap anggota untuk memudahkan proses akses. Oleh karena itu kegiatan pengabdian masyarakat ini penting dilaksanakan untuk membantu anggota yang tidak tertangani oleh pemerintah maupun lembaga lain.

Adapun kegiatan penyusunan dokumen

Perencanaan Bisnis, dilakukan agar pelaku UMKM sebagai berikut (1) mampu memahami bidang usaha yang akan dijalankan, potensi produk, kemungkinan perkembangan dimasa depan, peluang pasar dan penyesuaian produk dengan perubahan pasar, (2) mampu memahami strategi pemasaran yang akan dijalankan mengenai target pembeli, target penjualan yang merupakan hasil analisa pasar, (3) mampu melakukan analisa pesaing yang digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaing dalam satu pasar yang sama. Untuk menentukan strategi pemasaran produk dengan cara yang berbeda dengan pesaing, (4) mampu menyusun rencana operasional dan manajemen yang dibuat yang fokus pada kebutuhan logistik perusahaan, misalnya bermacam tugas dan tanggung jawab

tim manajemen, bagaimana prosedur penugasan antar divisi dalam perusahaan serta kebutuhan anggaran dan pengeluaran yang berkaitan dengan operasional perusahaan, dan (5) mampu membuat keputusan sumber pendanaan sebagai unsur penting dalam sebuah rencana bisnis. Darimana sumber dana berasal, Sumber pendanaan dari pihak ketiga misal perbankan, investor atau modal ventura memerlukan dokumen tertulis untuk mengetahui bisnis yang akan dibuat bagaimana mengatur anggaran agar efisien namun tetap dapat mengoperasikan seluruh bagian dalam perusahaan agar berjalan lancar.

Jadi hasil dari pendampingan ini diharapkan para pelaku bisnis dapat memiliki kemampuan penyusunan dokumen Perencanaan Bisnis, serta mengimplementasikannya untuk meningkatkan kinerja perusahaan.



Gambar 3. Kegiatan Abdimas

Pengertian business plan

"The business plan is a written document prepared by the entrepreneur that describe all the relevant external and internal elements involved in starting a new venture. It is often an integration of functional plans such as marketing, finance, manu-facturing and human resources." (Hisrich, Peter, 1995:113). Jadi business plan adalah dokumen tertulis yang disiapkan oleh wirausaha yang menggambarkan semua unsur-unsur yang relevan baik internal, maupun eksternal mengenai perusahaan untuk memulai usaha. Isinya sering merupakan perencanaan terpadu menyangkut pemasaran, permodalan,

manufaktur dan sumber daya manusia.

Menurut Max Coulthard, Andrea Howell, and Geoff. Clarke: *"Business plan is a detailed study of the organization's activities, which highlights where the organization has been, where it is owe and where it might get to in the future, and incorporates an action program to achieve these results."* (M.Coulthard, A.Howell,G.Clarke, 1999:3). *It is a written statement setting forth the business's mission and objectives, its operational and financial details, its ownership and management structure and how it hopes to achieve its objectives* (Megginson, 2000).

Business plan adalah suatu rencana tertulis

yang memuat misi dan tujuan bisnis, cara kerja dan rincian keuangan/permodalan susunan para pemilik dan manajemen dan bagaimana cara mencapai tujuan bisnisnya. *A business plan is a document that convincingly demonstrates the ability of your business to sell enough of its product or service to make a satisfactory profit and be attractive to potential backers.* Artinya *Business Plan* merupakan suatu dokumen yang menyatakan keyakinan akan kemampuan sebuah bisnis untuk menjual barang atau jasa dengan menghasilkan keuntungan yang memuaskan dan menarik bagi penyandang dana.

Definisi yang lebih baik menyatakan bahwa *Business Plan* adalah sebuah *selling document* yang mengungkapkan daya tarik dan harapan sebuah bisnis kepada penyandang dana potensial. Lebih lanjut Bygrave menjelaskan bahwa: *Business Plan* adalah dokumen yang disediakan oleh *entrepreneur* sesuai pula dengan pandangan penasihat profesionalnya yang memuat rincian tentang masa lalu, keadaan sekarang dan kecenderungan masa depan dari sebuah perusahaan. Isinya mencakup analisis tentang manajerial, keadaan fisik bangunan, karyawan, produk, sumber permodalan, informasi tentang jalannya perusahaan selama ini dan posisi pasar dari perusahaan. *Business Plan* juga berisi tentang rincian *profit*, neraca perusahaan, proyeksi aliran kas untuk dua tahun yang akan datang. Juga memuat pandangan dan ide dari anggota tim manajemen. Hal ini menyangkut strategi tujuan perusahaan yang hendak dicapai.

Business plan dibuat dalam bentuk jangka pendek ataupun jangka panjang yang pertama kali diikuti untuk tiga tahun berjalan. *Business plan* merupakan rencana perjalanan atau road map yang akan diikuti oleh wirausaha. *Business plan* seakan-akan menjawab pertanyaan: *Where am I now? Where am I going? How will I get there?*

Mengapa harus membuat Business Plan sebelum mulai usaha?

Dalam menjalankan wirausaha, pemahaman akan *Business Plan* yang benar sangat penting. Dalam pembahasan kali ini, kita akan mencoba memahami pengertian *Business Plan* seperti yang sudah didefinisikan oleh para ahli. Kadangkala,

banyak sekali perencanaan bisnis tidak sesuai hasilnya dengan kenyataan setelah operasional. Hal itu sangat mungkin terjadi dan tidak dapat disalahkan karena parameter ekonomi di *real market* (pasar yang nyata) sangat sulit diduga dan selalu berubah-ubah. Itulah yang menyebabkan suatu bisnis bertahan atau tetap berjalan walaupun hasilnya menyimpang dari rencana semula. Sebelum menjalankan usaha pebisnis harus mengetahui usaha macam apa yang akan dibuat, sasaran pasarnya siapa, tempat lokasi strategisnya bagaimana, dan sederet rencana panjang yang muncul dalam pikiran pebisnis. Ketika semua rencana, gagasan, dan ide tadi hanya berputar-putar di dalam otak, maka kemungkinan akan terdistorsi oleh ide lain, kehilangan fokus, melewatkan hal yang seharusnya mendapat perhatian lebih, akhirnya akan membuat bingung harus mulai dari mana, atau kalau sudah berjalan bisa terjadi hilang arah karena ternyata rencana tidak bisa berjalan. Berbeda jika kita menuliskan semua rencana tadi dalam bentuk *Business Plan* yang baik. Kita akan mudah melihat ulang, orang lain yang kita sodori juga bisa melihat sisi lebih dan kurangnya. Sehingga seandainya pihak lain akan menolak untuk bekerja sama, kita bisa dengan mudah memperbaikinya, karena semua tercatat dengan sistematis. Intinya, kita tidak harus memulai setiap kali dari awal lagi.

Tujuan Business Plan

Secara ringkas, alasan dan tujuan mengapa *business plan* harus dibuat dengan baik, adalah: (1) *Business plan* adalah *blueprint* usaha atau sebagai rencana aksi (*Action Plan*), yang menjadi pedoman kegiatan operasional bagi pimpinan dan karyawan serta pihak-pihak yang bekerjasama. Membantu pimpinan dan karyawan tersebut agar tetap kreatif dan fokus pada tujuan yang telah ditetapkan, (2) *Business plan* dapat berfungsi sebagai alat untuk mencari sumber pendanaan dalam rangka pengembangan bisnis, terutama bagi pihak-pihak terkait yang terlibat dalam perencanaan bisnis, (3) *Business plan* adalah sarana komunikasi untuk menarik orang lain, pemasok, konsumen, *Business plan* akan membuat mereka mengerti tujuan dan cara operasional bisnis, (4) *Business plan* Sebagai Peta Jalan (*Road*

Map), sehingga akan mempermudah pengusaha dalam menjalankan usaha dengan mengetahui langkah-langkah praktis menghadapi persaingan, membuat promosi, yang lebih efektif, (5) membuat pengawasan lebih mudah dalam kegiatan operasionalnya, apakah mengikuti atau sesuai dengan rencana atau tidak, (6) sebagai alat penjualan (*Sales Tool*) Mungkin yang paling penting adalah bahwa sebuah perencanaan usaha merupakan sebuah alat bantu penjualan (*Sales Tool*), sehingga sebuah perencanaan usaha merupakan alat yang bisa dipergunakan untuk meyakinkan investor untuk menempatkan investasinya di usaha tersebut. Sebuah perencanaan usaha yang ditulis dengan baik akan mendekatkan pengelola usaha dengan pihak-pihak yang melihat bahwa ide bisnis yang ditawarkan akan juga menguntungkan mereka, (7) sebagai peta jalan (*RoadMap*), seketika memulai sebuah usaha, perencanaan usaha akan menjadi alat yang sangat berguna agar usaha tetap pada arah yang diinginkan. Dalam kegiatan bisnis sehari-hari yang hiruk-pikuk, sangat mudah bagi seseorang untuk kehilangan arah usaha untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Sebuah rencana bisnis membantu untuk tetap fokus dalam arah yang diinginkan untuk mencapai tujuan yang telah dicanangkan. Juga perencanaan usaha akan membantu pihak lain untuk memahami visi usaha yang akan dijalankan, termasuk supplier, pekerja, mitra bisnis, teman dan keluarga, dan (8) sebagai rencana aksi (*Action Plan*), sebuah perencanaan usaha akan membantu untuk bergerak dan mengambil tindakan bisnis. Kita mungkin sudah lama memikirkan untuk memulai sebuah usaha, tetapi prosesnya mungkin tampak seperti sesuatu yang ‘menakutkan’ dan terlalu kompleks. Sebuah rencana usaha akan membantu untuk memilah-milah proses dimaksud menjadi bagian-bagian kecil yang lebih jelas. Dengan demikian sebuah masalah bisnis yang besar dapat dilihat sebagai sebuah urutan masalah-masalah kecil. Dan dengan memecahkan masalah masalah kecil dimaksud, otomatis masalah besar tersebut juga akan dapat terpecahkan. Jadi menulis sebuah perencanaan usaha akan membantu dalam mengambil tindakan bisnis dengan membagi masalah besar ke dalam masalah-masalah kecil yang tidak terlalu rumit.

Siapa yang memerlukan Business Plan ?

Investor yang potensial perbankan, konsultan, staf karyawan, pemasok barang dan bahkan konsumen akan mempelajari *business plan*. Sebuah *business plan* dapat dinilai oleh pembaca dengan memberikan bobot penilaian sangat bagus, bagus, sedang, dan kurang baik. Mengenai kedalaman dan rincian dari sebuah business plan sangat tergantung kepada luasnya bisnis yang dilakukan, apakah bisnisnya merupakan sebuah industri berskala besar atau hanya toko barang-barang kelontong. *Business Plan* adalah dokumen penting dan sangat berguna bagi sebuah bisnis, yang memperlihatkan keadaan sekarang dan masa depan yang dikehendaki. Jadi perencanaan bisnis atau business plan merupakan penelitian mengenai kegiatan organisasi sekarang dan yang akan datang dan menyusun kegiatan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan yang dituangkan dalam suatu dokumen perencanaan. Perencanaan bisnis/*business plan* merupakan penelitian mengenai kegiatan organisasi sekarang dan yang akan datang dan menyusun kegiatan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan yang dituangkan dalam suatu dokumen perencanaan.

Business plan sangat erat hubungannya dengan wirausaha, sebab perencanaan bisnis ini dibuat agar hasil penciptaan usaha yang dibuat mendekati dengan kenyataannya. Diharapkan dengan perencanaan bisnis yang baik maka perencanaan dengan kenyataannya memiliki perbedaan yang cukup kecil. Karena itu perencanaan bisnis ini dapat digunakan sebagai pedoman penciptaan usaha. Dalam upaya untuk turut mengembangkan dan memberdayakan UMKM tersebut maka dilakukan program abdimas melalui pendampingan penyusunan rencana bisnis dan keuangan bagi pelaku usaha bidang kuliner. Untuk memulai sebuah usaha diperlukan sebuah rencana bisnis yang matang, kita harus meluangkan waktu untuk mengumpulkan sebanyak mungkin informasi yang berhubungan dengan usaha nantinya, dimulai dengan mencatat apa saja yang terlintas di pikiran kita, kemudian cari informasi dan data-data lainnya, apa saja yang harus disertakan dan apa saja yang tak perlu disertakan, bagaimana melengkapi dan dimana anda dapat mendapatkan sumber-sumber informasi untuk menyusun rencana bisnis yang

baik. Ada tujuh komponen dalam menyusun rencana bisnis (*Business Plan*), semua bagian tersebut penting, saling terkait dan berhubungan dalam kegiatan perencanaan bisnis sehingga menghasilkan sebuah persiapan yang baik untuk memulai bisnis.

Komponen Business Plan

Banyak pedoman yang digunakan untuk mengetahui komponen-komponen apa yang harus diperhatikan dalam *menyusun business plan*, namun umumnya komponen-komponen penting dalam menyusun sebuah rencana bisnis adalah sebagai berikut: (1) **Ulasan Deskripsi Bisnis**, disini anda harus menjelaskan secara singkat apa bidang usaha yang akan dijalankan. Tuliskan potensi produk anda saat ini dan kemungkinannya dimasa depan. Juga berikan informasi peluang pasarnya serta perkembangan produk untuk bisa bertahan dan menyesuaikan dengan pasar yang ada, (2) **Strategi Pemasaran**, strategi pemasaran yang dijalankan haruslah merupakan hasil analisa pasar yang telah dilakukan dengan cermat. Analisa pasar adalah kekuatan yang harus anda gunakan untuk menciptakan target pembeli, anda harus memahami seluruh aspek yang berkaitan dengan pasar sehingga target penjualan dapat ditentukan (kemana produk anda dipasarkan), (3) **Analisa Pesaing**, analisa Pesaing digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaing anda dalam satu pasar yang sama. Setelah menemukan kekuatannya, kemudian mencari strategi untuk memasarkan produk dengan cara yang berbeda dengan pesaing. Anda juga harus mencari strategi untuk menghalangi pesaing masuk dan meniru strategi yang sama dengan anda. Demikian juga dengan kelemahan yang ditemukan, dapat dieksploitasi dengan mengembangkan produk yang lebih baik dari pesaing anda, (4) **Rencana Desain dan Pengembangan**, rencana desain dan pengembangan diperlukan untuk menunjukkan tahap perencanaan produk, grafik pengembangan dalam konteks produksi dan penjualan. Ini berguna untuk membuat rencana anggaran biaya produksi yang sesuai dengan kebutuhan, (5) **Rencana Operasional dan Manajemen**, rencana operasional dan manajemen dibuat untuk menjelaskan bagaimana

usaha akan berjalan dan berkelanjutan. Rencana operasional akan berfokus pada kebutuhan logistik perusahaan, misalnya bermacam tugas dan tanggung jawab tim manajemen, bagaimana prosedur penugasan antar divisi dalam perusahaan serta kebutuhan anggaran dan pengeluaran yang berkaitan dengan operasional perusahaan, (6) **Pembiayaan dan sumber pendanaan**, faktor pembiayaan menjadi unsur penting dalam sebuah rencana bisnis. Darimana sumber dana berasal, Sumber pendanaan dari pihak ketigamisal perbankan, investor atau modal ventura memerlukan dokumen tertulis untuk mengetahui bisnis yang akan dibuat bagaimana mengatur anggaran agar efisien namun tetap dapat mengoperasikan seluruh bagian dalam perusahaan, dan (7) **Kesimpulan Usaha**, kesimpulan dari seluruh kerangka *business plan*. ditampilkan jadwal waktu tiap komponen yang akan dilakukan, perkiraan waktunya dan hal-hal penting lainnya yang akan mendukung segala aktifitas dalam memulai usaha.

Oleh sebab itu tantangan seorang calon *entrepreneur* adalah membuat rencana bisnis atau *business plan* yang menjual. Ada banyak versi yang menjelaskan mengenai rencana bisnis. Salah satunya adalah pendapat dari Garret Sutton seorang pakar hukum bisnis dan penulis buku *The ABC's of Writing Winning Business Plan*, Banyak orang merasa tidak perlu repot-repot untuk membuat *business plan*, kecuali jika perusahaan sedang membutuhkan pendanaan atau investor. Mereka belum mengetahui ada banyak manfaat yang bisa didapatkan dengan membuat *business plan* saat perusahaan berjalan.

METODE KEGIATAN

Untuk mengetahui dan menjangkau informasi tentang permasalahan/kendala, faktor penghambat dan pendukung serta kebijakan pemerintah dalam pengembangan bisnis usaha kecil, khususnya yang menjadi bisnis unggulan yang terpilih dalam pengembangan UMKM, dilakukan pengumpulan data melalui "*Indepth Interview*" kepada pelaku bisnis anggota asosiasi UMKM.

Tahap Pertama

Tahap pertama adalah penentuan permasalahan yang akan diangkat sebagai materi pembimbingan dan pendampingan sekaligus

membuat profil bisnis kuliner unggulan juga dilakukan pemetaan bisnis kuliner wilayah kota administratif Depok: (1) jumlah unit usaha/rumah tangga usaha atau volume produksi untuk masing-masing pelaku bisnis anggota asosiasi UMKM, (2) jangkauan pemasaran; dan (3) ketersediaan bahan baku/sarana produksi (persepsi nara sumber):

Tahap Kedua

Tahap Kedua melakukan pembimbingan penyusunan yang menghasilkan dokumen yang mudah diimplementasikan, hal ini juga dilakukan melalui kunjungan langsung ke masing-masing pelaku bisnis.

Tahap Ketiga

Melakukan monitoring dari implementasi *Business plan* yang telah disusun sehingga dilakukan perbaikan untuk rencana yang tidak sesuai. Namun kegiatan monitoring tersebut belum dapat dilakukan secara maksimal karena perlu waktu minimal 2 (dua) tahun, sementara waktu yang diberikan lembaga hanya beberapa bulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

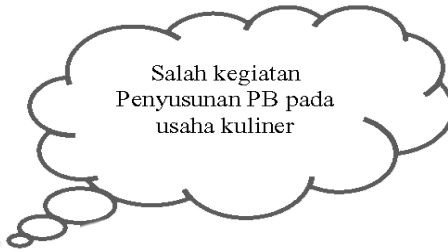
Pemilihan khalayak sasaran yaitu kelompok UMKM wilayah Depok yang memiliki potensi untuk dikembangkan dan menjadi bisnis unggulan.



Gambar 4. Usaha Pengolahan Makanan



Gambar 5. Usaha Garmen



Gambar 6. Usaha Kuliner

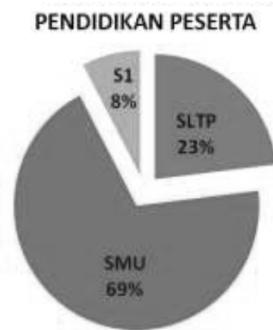
Profil Peserta Abdimas



Gambar 7. Kelompok Usaha

Profil peserta, kami lebih banyak mengambil usaha garmen karena usaha garmen paling dominan menghadapi resiko bisnis, diantaranya adalah ketatnya persaingan dan bahan bakun yang tergantung kepada kondisi makro ekonomi, jika ekonomi terganggu maka industri ini akan mudah merugi. Selain itu industri ini juga lebih banyak mengalami masalah pada sumber daya manusia, karena memerlukan tingkat kompetensi yang memadai, dan perlu perhatian pemerintah untuk menjadi program bapak angkat pada industri ini.

Data selanjutnya disusun oleh UKM yang bergerak pada industri kuliner, dimana permasalahan terbesar adalah dari segi pemasaran dan kualitas standar kesehatan produk. Mengingat di kota Depok terdapat beberapa universitas besar peningkatan jumlah penduduk yang mencari nafkah di Jakarta menjadi pasar yang menjajikan, bidang ini juga terkait dengan usaha peningkatan sektor pariwisata serta menghadapi pemberlakuan zona MEA 2015. Dari pelaku bisnis yang menjadi sasaran pengabdian dapat dijelaskan tingkat kompetensi sebagai sumber daya adalah terlihat pada gambar 8.



Gambar 8. Pendidikan Peserta

Data pendidikan peserta, dapat dijelaskan bahwa tingkat pendidikan tertinggi masih pada level SMU sementara tingkat sarjana masih tergolong rendah, hal ini akan berdampak pada kinerja UKM, peningkatan tingkat kompetensi dapat dilakukan baik secara formal maupun pendidikan non formal. Mengingat hal ini

membutuhkan dana yang cukup besar dapat disiasati dengan melakukan kerja sama dengan pihak-pihak terkait. Bidang garment memerlukan tingkat kompetensi yang unik hal ini dapat diatasi dengan banyak membuat program pendidikan non formal. Kerjasama dengan asosiasi dan lembaga swasta sangat membantu dalam mengatasi kelangkaan sumber daya ini. Pengembangan tingkat kompetensi melalui sharing pendapat maupun pelatihan diperlukan tidak hanya bagi staf/karyawan namun juga bagi pimpinan dan pengelola bisnis untuk menghadapi perubahan teknologi dan persaingan yang ketat.

Hasil Kuesioner Peserta

Hasil survey awal yang dilakukan terhadap pelaku UKM sasaran, maka dapat diperoleh gambaran mengenai pelaksanaan bisnis plan seperti terlihat pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Kuesioner

No	Materi	Ya		Tidak		Jum	Ya (%)		Tidak (%)	
		sblm	ssdh	sblm	ssdh		sblm	ssdh	sblm	ssdh
1	Keberadaan visi, tujuan pendirian usaha anda secara tertulis	15	20	8	0	20	65	100	35	0
2	Keinginan mengembangkan usaha 5 tahun kedepan	23	20	0	0	20	100	100	0	0
3	Penyiapan Dokumen Perencanaan bisnis (<i>Business Plan</i>)?	13	20	10	0	20	57	100	43	0
4	Persiapan konsep pemasaran yang inovatif untuk meningkatkan daya tarik produk	14	18	9	2	20	61	90	39	10
5	Pembagian kerja (<i>Job Deskripsi</i>)	15	18	8	2	20	65	90	35	10
6	Perhitungan dan analisis kebutuhan modal sebelum mendirikan usaha	12	19	11	1	20	52	95	48	5
7	Penyiapan lokasi (<i>Place</i>) usaha	9	12	14	8	20	39	60	61	40
8	Pengamatan terhadap perubahan di pasar yang mempengaruhi operasi bisnis	19	20	4	0	20	83	100	17	0
9	Penetapan kesesuaian Harga produk dengan kualitas produk.	22	18	1	2	20	96	90	4	10
10	Peningkatan jumlah pendanaan selama beberapa periode waktu	18	20	5	0	20	78	100	22	0
11	Peningkatan hasil produksi dalam beberapa periode waktu	16	18	7	2	20	70	90	30	10
12	Peningkatan keuntungan	18	19	5	1	20	78	95	22%	5

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil kuesioner (tabel 2) bahwa peserta abdimas mengalami peningkatan dalam pemahaman tentang pentingnya Perencanaan Bisnis. Pemahaman tersebut meliputi pentingnya visi misi perusahaan meskipun baru tahap awal dan belum mengikuti perkembangan pasar secara luas, demikian, Selanjutnya tingkat pemahaman pentingnya dokumen perencanaan bisnis yang berisi perencanaan pemasaran sederhana, selain itu juga adanya pembagian kerja yang lebih baik dari sebelumnya yaitu sesuai dengan fungsi usaha bisnis yang menyesuaikan tingkat pendidikan dan kompetensi.

Namun untuk mencari lokasi bisnis beberapa pelaku bisnis mengalami kendala karena terbentur mahal nya mencari lokasi yang strategis, meskipun beberapa pelaku bisnis ada yang sudah mendapatkan lokasi yang mendukung bisnis yang dilakukan. Pelaku bisnis juga telah berusaha memahami pentingnya perhitungan kebutuhan modal dalam menjalankan usahanya, namun untuk melihat perkembangan keuntungan masih memerlukan waktu paling tidak 2-3 tahun, sehingga perlu kajian selanjutnya. Untuk selanjutnya keberadaan dokumen perencanaan bisnis tentunya sangat bermanfaat untuk dijadikan pedoman dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu peningkatan kinerja Usaha Kecil di wilayah Kota Depok

SIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat melalui peningkatan pemahaman dan penyusunan perencanaan bisnis untuk pelaku bisnis usaha kecil di wilayah Kota Depok, sangat penting dilakukan. Karena hal ini akan memberikan manfaat yang banyak seperti perencanaan produksi, perencanaan sumberdaya manusia, perencanaan keuangan dalam rangka meningkatkan kinerja pada usaha kecil. Penyusunan Rencana bisnis menghasilkan dokumen perencanaan bisnis yang penting sebagai pedoman usaha. Selain bermanfaat bagi pelaku bisnis dan manajemen, dokumen tersebut juga bermanfaat bagi pihak-pihak terkait seperti pihak pemerintah yang berkeinginan untuk mengembangkan kelompok usaha kecil. Seringkali pihak pemerintah daerah memerlukan pemetaan kelompok bagi program pengembangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrew Wolk & Kelley Kreitz, 2006. *Business Planning for A Social-Entrepreneurial Approach to Solving Social Problems*
- Henky Lisan Suwarno. 2012, Penciptaan Keunggulan Bersaing dalam rangka pengembangan usaha melalui pemasaran kreatif.
- Moch Sodik. 2010. Strategi pengembangan kerajinan manik-manik dalam perspektif UMKM di kabupaten Jember, International conference Indonesian Studies. Ethnicity and Globalization.
- Thorsten Beck. 2008, *Bank Financing for SMEs around the World Drivers, Obstacles, Business Models, and Lending Practices*. Policy Research Working Paper

PETUNJUK PENULISAN
MAJALAH ILMIAH “BINA WIDYA”
UPN “VETERAN” JAKARTA

1. Naskah diketik dengan **MS Word**, jenis huruf **Times News Roman 12**, ukuran kertas A4 (297 x 210), dengan jarak 1,5 spasi, jumlah 10 s/d 16 halaman, (termasuk gambar, ilustrasi dan daftar pustaka).
 2. Naskah berupa hasil penelitian atau pengabdian kepada masyarakat, yang merupakan naskah asli dan belum pernah dipublikasikan di media masa manapun. Makalah yang telah dipresentasikan dalam suatu pertemuan ilmiah, apabila belum dipublikasikan dapat diterima.
 3. Sistematika penulisan sebagai berikut :
 - a. **JUDUL**
Singkat, jelas, dan mencerminkan isi
 - b. **Nama (para) penulis atau baris kepemilikan**
Ditulis lengkap tanpa gelar disertai keterangan instansi tempat bekerja, alamat, Telepon, Fax, dan alamat E-mail.
 - c. **ABSTRAK**
Abstrak diawali dengan judul makalah dalam bahasa Inggris. Berisi inti sari makalah, cara penyelesaian masalah, dan hasil yang diperoleh. Selanjutnya abstract ditulis dalam bahasa Inggris, satu alinea dengan maksimal 150 kata. Keyword: berisi 2 s/d 5 kata dalam bahasa Inggris.
 - d. **PENDAHULUAN**
Berisi latar belakang masalah, permasalahan, tujuan, ruang lingkup, dan berisi teori yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan, serta menjelaskan metodologi yang digunakan berisi bahan, alat yang digunakan, dan cara melakukan penelitian.
 - e. **PEMBAHASAN**
Berisi penyajian data dalam bentuk tabel, grafik, gambar dan/atau lain sebagainya. Pembahasan dilakukan terhadap hubungan berbagai variabel baik bebas maupun terikat, analisis tentang keterkaitan data dengan hipotesa penelitian dan kesesuaian hasil penelitian terhadap teori yang digunakan berikut alasannya.
 - f. **SIMPULAN**
Berisi simpulan dari pembahasan.
 - g. **DAFTAR PUSTAKA**
Penulisan daftar pustaka disusun tanpa nomor berdasarkan abjad dengan urutan penulisan sebagai berikut nama pengarang, tahun terbit, judul, penerbit dan kota penerbitan. Nama pengarang mendahulukan nama keluarga atau nama dibalik tanpa gelar.
 4. Naskah ditulis dalam Bahasa Indonesia dengan berpedoman pada Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia yang disempurnakan.
 5. Hindari pemakaian istilah asing (kecuali bila sangat diperlukan). Penulisan istilah asing dicetak dengan huruf miring / *Italic*.
 6. Isi tulisan bukan tanggung jawab redaksi. Redaksi berhak mengedit redaksionalnya, tanpa mengubah arti.
 7. Bagi penulis yang naskahnya diterbitkan akan diberi 1 (satu) eksemplar cetak lepas.
 8. Bagi pengirim naskah harus menyertakan print out naskah serta 1 (satu) CD berisi copy naskahnya dikirim ke Redaksi Majalah Ilmiah “Bina Widya” UPN “Veteran” Jakarta. Jl. R.S. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan – 12450. Telp. +62 21 7656971 Ext.235 atau melalui E-mail. Lppm@upnvj.ac.id
-