

Strategi Perencanaan Bisnis untuk Meningkatkan Keberhasilan UMKM

Dedi Suwardi Bahagia¹, An Numan², Samin Saputra³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Sosial & Ilmu Politik STISIP BEKASI, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Dedi Suwardi Bahagia

E-mail: dedibahagia25@gmail.com

Abstrak

Keberhasilan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja di banyak negara. Namun, UKM menghadapi banyak tantangan dalam proses perencanaan bisnis mereka, termasuk sumber daya yang terbatas, kurangnya keahlian, dan persaingan yang ketat. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan strategi perencanaan bisnis yang efektif untuk meningkatkan keberhasilan UKM. Makalah ini menyajikan abstrak untuk artikel jurnal yang bertujuan untuk memberikan wawasan dan panduan bagi UKM dalam mengembangkan rencana bisnis mereka. Era globalisasi telah membawa perubahan signifikan pada lanskap bisnis, khususnya bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Persaingan yang semakin ketat, akses pasar yang lebih luas, dan teknologi yang berkembang pesat menjadi tantangan dan peluang bagi UMKM untuk berkembang. Dalam era globalisasi seperti sekarang, persaingan antara bisnis dari segala ukuran, baik kecil, menengah, maupun besar, semakin ketat dari tahun ke tahun. Hal ini menuntut pebisnis untuk bersaing dengan kompetitor lainnya. Salah satu cara untuk bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain adalah melalui perencanaan strategi yang matang. Tujuan dari artikel penelitian ini adalah membahas strategi perencanaan bisnis yang efektif dalam era globalisasi untuk meningkatkan keberhasilan UMKM. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana perencanaan bisnis yang tepat dapat mempengaruhi keberhasilan jangka panjang suatu usaha UMKM. Penelitian ini menggunakan metode penelitian menganalisis berbagai strategi perencanaan bisnis yang relevan dengan kondisi global saat ini, dengan menggunakan metode statistik deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan pentingnya strategi perencanaan bisnis yang komprehensif dan adaptif dalam menghadapi tantangan globalisasi. Dengan menerapkan strategi yang tepat, UMKM dapat meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan mencapai keberhasilan yang berkelanjutan. Sebuah perencanaan bisnis yang matang sebelum memulai usaha sangatlah penting untuk mengantisipasi segala resiko yang mungkin terjadi di masa depan.

Kata Kunci - Perencanaan, Teknologi Digital Bisnis, Inovasi dan, Sumber Daya Manusia

Abstract

The success of Small and Medium Enterprises (SMEs) is critical to economic growth and job creation in many countries. However, SMEs face many challenges in their business planning process, including limited resources, lack of expertise, and intense competition. Therefore, it is important to develop effective business planning strategies to enhance the success of SMEs. This paper presents an abstract for a journal article that aims to provide insights and guidance for SMEs in developing their business plans. The era of globalization has brought significant changes to the business landscape, especially for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). Increasingly tight competition, wider market access, and rapidly developing technology are challenges and opportunities for MSMEs to grow. In the current era of globalization, competition between businesses of all sizes, whether small, medium, or large, is getting tighter from year to year. This requires business people to compete with other competitors. One way to survive and compete with other companies is through careful strategic planning. The purpose of this research article is to discuss effective business planning strategies in the era of globalization to increase the success of MSMEs. To find out and analyze how proper business planning can affect the long-term success of an MSME business. This study uses a research method to analyze various business

planning strategies that are relevant to current global conditions, using descriptive statistical methods with a qualitative approach by conducting interviews. The results of the study show the importance of a comprehensive and adaptive business planning strategy in facing the challenges of globalization. By implementing the right strategy, MSMEs can increase competitiveness, expand markets, and achieve sustainable success. A mature business plan before starting a business is very important to anticipate any risks that may occur in the future.

Keywords - Planning, Digital Business Technology, Innovation and, Human Resources

PENDAHULUAN

Pasar global semakin saling terhubung dan kompetitif, sehingga penting bagi bisnis untuk memiliki rencana strategis yang solid agar berhasil. Hal ini terutama berlaku bagi usaha kecil menengah (UMKM), yang sering kali menghadapi keterbatasan sumber daya dan tantangan unik di pasar. Dalam konteks ini, memahami strategi dan praktik terbaik perencanaan bisnis dapat memberikan keuntungan yang signifikan bagi UMKM di era globalisasi.

Perencanaan bisnis adalah proses sistematis yang melibatkan pendefinisian tujuan, strategi, dan tindakan yang diperlukan untuk mencapai keberhasilan dalam suatu bisnis. Hal ini memerlukan pemahaman yang komprehensif tentang faktor internal dan eksternal yang memengaruhi bisnis, serta kemampuan untuk mengantisipasi dan menanggapi perubahan di pasar. Rencana bisnis yang disusun dengan baik dapat membantu UMKM untuk:

- 1) Memperjelas visi, misi, dan tujuan
- 2) Mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (analisis SWOT)
- 3) Mengembangkan strategi untuk memanfaatkan kekuatan, mengurangi kelemahan, memanfaatkan peluang, dan mengatasi ancaman (analisis SWOT)
- 4) Mengalokasikan sumber daya secara efektif dan efisien
- 5) Memantau kemajuan dan menyesuaikan strategi sesuai kebutuhan

Globalisasi telah menghadirkan peluang dan tantangan baru bagi UMKM. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat membantu UMKM untuk sukses di era ini:

Perencanaan Analisis Pasar

Pengertian pasar sangat penting untuk setiap perencanaan bisnis. UMKM harus melakukan analisis pasar secara berkala untuk mengidentifikasi tren, peluang, dan ancaman. Hal ini dapat mencakup analisis demografi, preferensi, dan perilaku pelanggan; menilai kekuatan dan kelemahan pesaing; dan memantau perkembangan industri. Dengan demikian, UMKM dapat menyesuaikan produk atau layanan mereka untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan tetap unggul dari pesaing mereka.

Inovasi

Inovasi adalah kunci untuk tetap kompetitif di pasar global. UMKM harus berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan (R&D) untuk menciptakan produk atau layanan baru atau meningkatkan produk atau layanan yang sudah ada. Mereka juga dapat mengeksplorasi model bisnis atau saluran pengiriman baru yang dapat memberikan keunggulan kompetitif. Misalnya, platform e-commerce telah membuka peluang baru bagi UMKM untuk menjangkau khalayak yang lebih luas di luar pasar lokal mereka.

Teknologi Digital

Peran Teknologi Digital dalam Globalisasi dan Dampaknya bagi UMKM

Peluang:

- a. Akses Pasar Global: Teknologi digital memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar global dengan lebih mudah. Platform e-commerce seperti Amazon dan Alibaba memungkinkan UMKM untuk menjual produk mereka ke seluruh dunia.
- b. Peningkatan Efisiensi: Teknologi digital dapat membantu UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional mereka. Misalnya, sistem manajemen inventaris berbasis cloud dapat membantu UMKM untuk melacak persediaan mereka dengan lebih baik, sementara perangkat lunak akuntansi dapat membantu mereka untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih efisien.
- c. Pengurangan Biaya: Teknologi digital dapat membantu UMKM untuk mengurangi biaya

operasional mereka. Misalnya, penggunaan video konferensi dapat mengurangi biaya perjalanan, sementara penggunaan email dapat mengurangi biaya pengiriman surat.

- d. Peningkatan Keterlibatan Pelanggan: Teknologi digital dapat membantu UMKM untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan mereka. Misalnya, media sosial dapat digunakan untuk membangun komunitas pelanggan, sementara chatbot dapat digunakan untuk memberikan layanan pelanggan yang lebih cepat dan efisien.
- e. Akses ke Modal: Teknologi digital dapat membantu UMKM untuk mendapatkan akses ke modal. Platform crowdfunding seperti Kickstarter dan Indiegogo memungkinkan UMKM untuk mengumpulkan dana dari investor.

Tantangan:

- a. Persaingan yang Lebih Ketat: Globalisasi dan teknologi digital telah menciptakan persaingan yang lebih ketat bagi UMKM. UMKM harus bersaing dengan perusahaan besar dan kecil dari seluruh dunia.
- b. Kebutuhan untuk Beradaptasi: UMKM harus terus beradaptasi dengan perubahan teknologi dan tren pasar. Kegagalan untuk beradaptasi dapat menyebabkan UMKM tertinggal dan kehilangan pangsa pasar.
- c. Kesenjangan Digital: Tidak semua UMKM memiliki akses ke teknologi digital yang sama. Kesenjangan digital ini dapat menyebabkan beberapa UMKM tertinggal dan tidak dapat bersaing dengan yang lain.
- d. Keamanan Siber: Teknologi digital juga menghadirkan risiko keamanan siber. UMKM harus mengambil langkah-langkah untuk melindungi data mereka dari serangan siber.
- e. Regulasi: UMKM harus mematuhi peraturan dan regulasi yang berlaku di setiap negara tempat mereka beroperasi.
- f. Strategi untuk UMKM agar Sukses di Era Digital
- g. Membangun Kehadiran Online yang Kuat: UMKM harus membangun kehadiran online yang kuat dengan membuat situs web dan menggunakan media sosial untuk menjangkau pelanggan potensial.
- h. Memanfaatkan E-commerce: UMKM harus memanfaatkan platform e-commerce untuk menjual produk mereka secara online.
- i. Menggunakan Teknologi Digital untuk Meningkatkan Efisiensi: UMKM harus menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional mereka, seperti sistem manajemen inventaris berbasis cloud dan perangkat lunak akuntansi.
- j. Membangun Hubungan Pelanggan yang Kuat: UMKM harus membangun hubungan pelanggan yang kuat dengan menggunakan media sosial dan chatbot untuk memberikan layanan pelanggan yang lebih baik.
- k. Beradaptasi dengan Tren Pasar: UMKM harus terus beradaptasi dengan perubahan teknologi dan tren pasar.
- l. Mencari Bantuan dari Pemerintah dan Organisasi: UMKM dapat mencari bantuan dari pemerintah dan organisasi untuk mendapatkan akses ke pelatihan, pendanaan, dan sumber daya lainnya.

Keberlanjutan

Keberlanjutan telah menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan konsumen. UMKM harus mempertimbangkan untuk memasukkan praktik berkelanjutan ke dalam operasi mereka, seperti mengurangi limbah atau menggunakan bahan yang ramah lingkungan. Mereka juga dapat mengomunikasikan upaya keberlanjutan mereka kepada pelanggan melalui pelaporan yang transparan atau program sertifikasi. Dengan melakukan hal tersebut, UMKM dapat menarik konsumen yang peduli lingkungan dan membedakan diri dari pesaing mereka yang tidak mengutamakan keberlanjutan.

Saat ini, dalam era globalisasi, persaingan bisnis dari segala ukuran, termasuk kecil, menengah, dan besar, semakin sengit dari tahun ke tahun. Hal ini menuntut pebisnis untuk bersaing dengan kompetitor lainnya, untuk tetap relevan dan bersaing dengan perusahaan lain, penting untuk memiliki perencanaan strategis yang solid. Perencanaan strategi merupakan alat manajemen yang digunakan

untuk mengelola situasi saat ini dan memproyeksikan kondisi di masa depan. Dengan demikian, perencanaan strategi menjadi panduan bagi organisasi atau perusahaan dalam menjalankan aktivitas mereka menuju lima hingga sepuluh tahun ke depan. Agar organisasi atau perusahaan dapat mencapai strategi yang telah ditetapkan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, pimpinan perusahaan dan manajer perlu bekerja keras dalam sistem perencanaan strategis yang telah dibuat.

Rencana bisnis memiliki peran penting dalam membimbing pemilik usaha menuju kesuksesan yang lebih besar. Hal ini karena tujuan utamanya adalah untuk menggarisbawahi arah serta target perusahaan, memastikan pencapaian sasaran yang diinginkan. Selain itu, rencana bisnis juga berperan sebagai alat komunikasi yang efektif untuk menarik minat konsumen, serta sebagai sarana untuk menjalin kerjasama dengan pihak ketiga yang diperlukan (Advisor, 2020). Dengan demikian, rencana bisnis memiliki dua tujuan penting: pertama, berfungsi sebagai peta jalan untuk mencapai kesuksesan perusahaan; kedua, berfungsi sebagai sarana permintaan pendanaan dari investor (Trisninawati & Septayuda, 2014). Menulis rencana bisnis membutuhkan ketelitian dan organisasi agar dapat dipercaya dan dipahami oleh berbagai pihak yang berkepentingan (Parahiyanti, et al., 2020). Akibatnya, setiap bagian dari rencana bisnis perlu dinyatakan sejelas mungkin.

Organisasi yang efektif adalah organisasi yang memiliki tujuan yang jelas berdasarkan visi dan misi yang ditetapkan dengan baik yang telah disetujui oleh para pendirinya. Tujuan ini memandu pengambilan keputusan organisasi, alokasi sumber daya, dan strategi keseluruhan. Agar efektif, organisasi harus memiliki struktur organisasi yang kuat, saluran komunikasi yang jelas, dan tenaga kerja yang termotivasi dan terlibat.

Struktur organisasi yang efektif mendefinisikan peran dan tanggung jawab setiap karyawan dalam organisasi. Struktur ini harus mendukung visi dan misi organisasi dengan memfasilitasi komunikasi, koordinasi, dan kolaborasi antara berbagai departemen. Struktur organisasi yang dirancang dengan baik dapat membantu merampingkan proses, mengurangi redundansi, dan meningkatkan efisiensi secara keseluruhan.

Saluran komunikasi yang jelas sangat penting untuk organisasi yang efektif. Komunikasi yang efektif memastikan bahwa semua karyawan menyadari peran dan tanggung jawab mereka, serta tujuan dan sasaran organisasi. Saluran komunikasi harus terbuka, transparan, dan dapat diakses oleh semua karyawan. Ini dapat membantu membangun kepercayaan, mendorong kolaborasi, dan mempromosikan budaya organisasi yang positif. Organisasi yang efektif adalah yang memiliki tujuan yang jelas berdasarkan visi dan misi yang telah disepakati oleh para pendirinya. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan strategi yang dapat mengarahkan langkah-langkah organisasi. Selanjutnya, perencanaan, kebijakan, serta program aksi disusun untuk mengarahkan pencapaian tujuan tersebut. Namun, dalam praktiknya, unsur-unsur tersebut dapat mengalami perubahan karena ketidaksesuaian antara asumsi yang digunakan dalam perencanaan dengan realitas, seperti ketidaksesuaian sumberdaya yang diperoleh dengan harapan awal. Selain itu, tujuan yang terlalu abstrak juga dapat menyebabkan perubahan tersebut karena jauh dari harapan yang diinginkan.

Setiap perusahaan membutuhkan rencana, yang disebut sebagai perencanaan strategis dalam korporasi. Dalam menghadapi persaingan yang meningkat, perencanaan strategis membantu dalam penilaian rutin yang diperlukan untuk mencapai tujuan, mendorong pertumbuhan dan perkembangan bisnis, dan meningkatkan pangsa pasar. Pemilihan pasar dan strategi kompetitif dalam menghadapi persaingan adalah dua faktor penting dalam keberhasilan perencanaan strategis. Membedakan barang dan jasa seseorang dari pesaing sangat penting bagi saingan.

Banyak penelitian tentang perencanaan Michael E. Porter adalah ekonom dan profesor ternama di Harvard Business School, penelitiannya yang mendalam tentang strategi kompetitif, Igor Ansoff adalah konsultan manajemen terkemuka dan profesor di University of California, karyanya tentang manajemen dan perencanaan strategis, strategos (Armstrong, 1982) dan teori dikembangkan (Hax dan Majluf, 1991; Higgins dan Vienze, 1993; Pearce dan Robinson, 1994) mengemukakan bahwa ada tiga bagian utama dalam proses perencanaan strategis:

(1) perumusan, yang meliputi penetapan tujuan, pengembangan misi, dan penilaian lingkungan internal dan eksternal, serta evaluasi dan pemilihan strategi alternatif; (2) implementasi; dan (3)

pengawasan/pengendalian.

TINJAUAN PUSTAKA

Perencanaan strategis, adalah aktivitas manajemen yang bertujuan untuk memastikan bahwa perusahaan dan semua pemangku kepentingannya bekerja sama untuk mencapai tujuan bisnis yang sama. Ini adalah cara bagi bisnis atau organisasi untuk menetapkan prioritas, memfokuskan, dan mengalokasikan sumber daya, sambil memastikan bahwa semua aktivitas harian selaras dengan tujuan jangka panjang. Perencanaan strategis sangat penting untuk pertumbuhan dan keberhasilan bisnis, karena membantu mempersiapkan perusahaan untuk menghadapi tantangan dan perubahan, dan memungkinkannya untuk memanfaatkan peluang saat muncul. Pengertian umum dari strategi adalah misi organisasi, yang mencakup penetapan tujuan dengan menggabungkan faktor internal dan eksternal. Pencapaian tujuan dan sasaran organisasi juga akan dipastikan dengan desain rencana khusus untuk mencapai tujuan ini dan memastikan bahwa rencana tersebut dilaksanakan dengan benar. Strategi adalah metode komprehensif yang terdiri dari konsep, perencanaan, dan pelaksanaan suatu kegiatan dalam kerangka waktu tertentu. Tim yang bekerja sama, mengidentifikasi komponen pendukung mereka berdasarkan eksekusi logis dari prinsip-prinsip ide, efektivitas pendanaan, dan teknik pencapaian tujuan adalah semua komponen dari strategi yang dirancang dengan baik.

Alfred Chandler mendefinisikan strategi sebagai proses menetapkan tujuan, mengalokasikan sumber daya yang dibutuhkan untuk memenuhi tujuan tersebut, dan memilih tindakan. Kenneth Andrew mendefinisikan strategi sebagai seperangkat tujuan dan rencana untuk kebijakan. Penelitian harus dilakukan untuk mencapai tujuan. Ini dapat dipamerkan dengan mendefinisikan bisnis yang didukung dan jenis organisasi yang akan didirikan. Buzzel dan Gale menegaskan bahwa strategi adalah pedoman dan pilihan manajemen penting yang secara signifikan mempengaruhi kinerja keuangan. Biasanya, pilihan dan kebijakan ini membutuhkan sumber daya yang sulit diganti.

Perencanaan adalah alat yang berharga untuk mengatasi masalah kompleks yang membutuhkan perspektif jangka panjang. Perencanaan melibatkan analisis tren, peramalan skenario masa depan, dan pengembangan strategi untuk mencapai hasil yang diinginkan. Misalnya, dalam bidang pembangunan ekonomi, perencanaan dapat melibatkan analisis indikator ekonomi, mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, dan mengembangkan kebijakan serta program untuk mendorong pertumbuhan dan pembangunan. Dalam konteks sosial, perencanaan dapat melibatkan penanganan masalah terkait kemiskinan, pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan sosial. Merencanakan juga berarti mempertimbangkan masa depan. Perencanaan juga memerlukan pengambilan keputusan dan manajemen. Ini adalah prosedur terstruktur untuk mendapatkan hasil yang dapat diamati dalam berbagai jenis penilaian yang sesuai dengan sistem. Menurut para ahli, perencanaan didefinisikan sebagai berikut:

METODE

Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif dengan fokus kualitatif. Penelitian yang bertujuan untuk mengkarakterisasi suatu gejala, peristiwa, atau kejadian saat ini dikenal sebagai penelitian deskriptif. Metode yang efisien untuk memeriksa teknik perencanaan bisnis yang dapat meningkatkan peluang keberhasilan perusahaan adalah penelitian kualitatif.

Melakukan wawancara mendalam dengan manajer, pemilik usaha, atau eksekutif tingkat atas yang terlibat langsung dalam pengambilan keputusan strategis dan perencanaan bisnis adalah langkah awal dari pendekatan ini.

Penulis menggunakan data kualitatif untuk penelitian ini, yang meliputi kata-kata, kalimat, skema, dan gambar dari buku dan teori yang relevan dengan penelitian penulis. Para penulis penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang belum diproses yang diperoleh langsung dari sumber primer dan perlu ditangani oleh peneliti.

Penulis menggunakan sumber data primer dan sekunder untuk penyelidikan ini. Data primer berasal dari wawancara langsung dan pengamatan subjek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan bagian yang sangat signifikan dalam kontribusi perekonomian negara. Namun, sukses UMKM masih menjadi tantangan yang signifikan. Salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM adalah keberadaan strategi perencanaan bisnis yang efektif. Berikut ini adalah hasil dan pembahasan dari jurnal yang berjudul Strategi Perencanaan Bisnis untuk Meningkatkan Keberhasilan UMKM.

Peran Strategi Perencanaan Bisnis

Strategi perencanaan bisnis merupakan langkah awal yang harus dilakukan oleh setiap UMKM. Hal ini dapat membantu pemilik UMKM dalam mengidentifikasi tujuan, mengatur sasaran, dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Selain itu, strategi perencanaan bisnis juga dapat membantu UMKM dalam mengambil keputusan yang lebih baik, mengelola risiko, dan mengembangkan solusi yang inovatif.

Implementasi strategi perencanaan bisnis merupakan tahap yang penting dalam meningkatkan keberhasilan UMKM. Hal ini dapat dilakukan dengan mengambil tindakan yang konkrit dan terjadwal, serta mengukur hasil yang dicapai. Selain itu, UMKM juga dapat mengambil tindakan untuk mengembangkan kultur organisasi yang mendukung strategi perencanaan bisnis.

Penanganan Ancaman dan Tantangan

UMKM juga harus memikirkan tantangan dan ancaman yang mungkin akan dialami saat mengimplementasikan strategi perencanaan bisnis. Hal ini dapat dilakukan dengan mengambil tindakan preventif atau korektif sehingga UMKM dapat segera menanggapi tantangan dan ancaman tersebut. Kunci kesuksesan dalam memulai bisnis adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide kreatif dan inovatif yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Ide tersebut harus direfleksikan dalam sebuah rencana bisnis yang komprehensif dan realistis, yang mencakup alokasi sumber daya, fokus pada faktor-faktor kunci, serta analisis terhadap tantangan dan peluang yang dihadapi. Perencanaan bisnis menjadi sangat penting dalam menjalankan sebuah usaha, sebagaimana halnya sebuah peta dan kompas yang memberikan arahan dan pedoman. Dengan perencanaan yang matang, tujuan utama bisnis dapat ditetapkan, prioritas dapat disusun, dan target dapat diidentifikasi. Sebuah rencana bisnis yang solid dapat meningkatkan peluang kesuksesan dalam menjalankan bisnis.

Hasil penelitian kami menunjukkan bahwa perencanaan bisnis harus mencakup pengelolaan berbagai aspek kegiatan usaha, mulai dari pemasaran, produksi, pengembangan, hingga keuangan dan sumber daya manusia. Dalam berbisnis, tidak hanya tentang mencari keuntungan semata, tetapi juga tentang strategi dalam membangun sistem manajemen yang kuat agar bisnis dapat bertahan dan berkembang. Sebuah perencanaan bisnis yang matang sebelum memulai usaha sangatlah penting untuk mengantisipasi segala risiko yang mungkin terjadi di masa depan. Business plan menjadi instrumen kunci dalam melakukan proyeksi dan analisis bagi pengambilan keputusan, serta menjadi pedoman strategis untuk mencapai tujuan bisnis yang diinginkan. Dalam menyusun perencanaan bisnis atau business plan, terdapat 3 (tiga) komponen krusial yang memerlukan perhatian serius, yakni: konsep bisnis, analisis pasar, dan aspek finansial.

Manajemen sumber daya manusia (SDM) secara efektif untuk membantu inisiatif perencanaan bisnis. Salah satu aset perusahaan yang paling berharga adalah departemen sumber daya manusianya, dan mereka memainkan peran penting dalam melaksanakan rencana bisnis. Bisnis harus memastikan bahwa SDM memiliki kemampuan, pengetahuan, dan dorongan untuk mendukung tujuan organisasi. Dalam situasi ini, tindakan penting yang mempromosikan efektivitas teknik perencanaan perusahaan termasuk pengembangan staf dan pelatihan serta manajemen kinerja yang efisien.

Pemantauan dan penilaian kinerja secara berkala sehubungan dengan penerapan teknik perencanaan bisnis. Bisnis dapat menentukan area dalam rencana bisnis mereka yang memerlukan perbaikan dengan melakukan evaluasi menyeluruh. Selain membantu bisnis dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan implementasi strategi perencanaan bisnis, penilaian kinerja yang tepat dapat membantu mereka menilai sejauh mana mereka telah memenuhi tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.

KESIMPULAN

Pentingnya Perencanaan Strategis

Perencanaan strategis sangat penting bagi UMKM (Ultimate Micro, Small, and Medium Enterprises) untuk berhasil di pasar yang kompetitif saat ini. Strategi bisnis yang terdefinisi dengan baik membantu organisasi untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman mereka (analisis SWOT) dan membuat keputusan yang tepat berdasarkan tren pasar dan kebutuhan pelanggan. Dengan menetapkan tujuan, sasaran, dan Indikator Kinerja Utama (KPI) yang jelas, UMKM dapat mengukur kemajuan mereka dan menyesuaikan strategi mereka.

Beradaptasi dengan Transformasi Digital

Revolusi digital telah berdampak signifikan pada bisnis di berbagai industri. Merangkul transformasi digital sangat penting bagi UMKM untuk tetap kompetitif dan menjangkau khalayak yang lebih luas. Memanfaatkan perangkat digital seperti platform e-commerce, media sosial, dan solusi berbasis cloud memungkinkan bisnis untuk merampingkan operasi mereka, mengurangi biaya, dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Selain itu, berinvestasi dalam langkah-langkah keamanan siber memastikan perlindungan data sensitif dan menjaga kepercayaan pelanggan.

Inovasi dan Kreativitas

Inovasi memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan bisnis bagi UMKM. Mendorong kreativitas dalam organisasi menumbuhkan lingkungan yang merangkul perubahan dan ide-ide baru. Melakukan riset pasar secara teratur membantu bisnis mengidentifikasi tren yang muncul dan preferensi pelanggan, memungkinkan mereka untuk menyesuaikan produk atau layanan mereka. Berkolaborasi dengan lembaga penelitian atau mitra industri dapat lebih mendorong inovasi dengan menyediakan akses ke teknologi dan sumber daya mutakhir.

Memperkuat Kemampuan Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia sangat penting untuk keberhasilan bisnis apa pun. Berinvestasi dalam program pelatihan karyawan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan, meningkatkan produktivitas dan efisiensi. Memberikan peluang pertumbuhan dalam organisasi mendorong loyalitas dan retensi karyawan, mengurangi biaya pergantian karyawan. Selain itu, membangun budaya kerja positif yang menghargai keberagaman dan inklusivitas berkontribusi pada tenaga kerja yang lebih termotivasi yang mendorong inovasi.

Sebelum memulai bisnis, sangat penting untuk melakukan analisis pasar yang komprehensif. UMKM harus mengidentifikasi target pasar, pesaing, dan proposisi penjualan uniknya. Dengan memahami pasar, UMKM dapat menyesuaikan produk atau layanannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan membedakan diri dari pesaing.

Untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti lebih dalam mengenai strategi perencanaan bisnis untuk meningkatkan keberhasilan suatu usaha dengan memperhatikan lebih banyak aspek untuk membuat strategi suatu bisnis kedepannya. Karena, suatu perencanaan bisnis yang dipersiapkan dengan melihat lebih banyak aspek dalam perusahaan dapat meminimalisir adanya resiko saat bisnis berjalan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus Sri Wahyudi. Manajemen Strategi, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1996) hal:19
- Asmarani, D. E. (2006). Analisis Pengaruh Perencanaan Strategi Terhadap Kinerja Perusahaan Dalam Upaya Menciptakan Keunggulan Bersaing (Studi Empirik pada Industri Kecil Menengah Tenun Ikat di Troso, Jepara) (Doctoral dissertation, program Pascasarjana Universitas Diponegoro).
- Aswajati, D. (2016). Perencanaan Strategis: Konsep, Model, dan Implementasi. PT RajaGrafindo Persada.
- Fandi Tjiptono, Strategi Pemasaran, Cet. Ke-II (Yogyakarta: Andi, 2000) hal: 17
- Fitriyani, I., Sudiyarti, N., & Fietroh, M. N. (2020). Strategi manajemen bisnis pasca pandemi covid-19. Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities, 1(2), 87-95.
- Margolang, A. I., Silalahi, K. A., & Nst, M. R. S. (2024). Rencana Bisnis dalam Meningkatkan Usaha UMKM di Era Digitalisasi. Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(12).

Soelaiman, L., & Liusca, C. (2022). Penyusunan Rencana Bisnis Sebagai Langkah Pengembangan Usaha Coffee Shop. *Madani: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2).

Syafi'i Antonio, Bank Syariah dari Teori ke Praktek, Cet. 1 (Jakarta: Gemalnsani, 2001), hal: 153-15