

## RENCANA BISNIS UMKM DJ YOGYAKARTA MITRA USAHA PT STU

**Esty Pratiwi<sup>1</sup>, Teguh Budi Trisnanto<sup>2</sup>, Fadila Marga Saty<sup>2\*</sup>**

*<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Agribisnis, <sup>2</sup>Dosen Program Studi Agribisnis  
Politeknik Negeri Lampung Jl. Soekarno-Hatta No. 10 Rajabasa Bandar Lampung  
Telp (1369) 754904, Fax: (2186) 137743*

### ABSTRAK

*UMKM DJ is a newly established business. UMKM DJ wants to develop, but has competitors and do not yet have skilled human resources and infrastructure that support production activities. Therefore, UMKM DJ developed a business plan as a means of business control so that it remained focused. UMKM DJ uses a method developed by PT STU which was adopted from the balanced scorecard method. The purpose of this paper is to analyze targets and achievement plans on the perspective of (1) finance, (2) customers, (3) internal business processes, (4) learning and growth. The author uses a qualitative descriptive method to explain the targets and achievement plans on 4 perspectives. Based on the results and discussion, it was found that: product diversification and increase in production volume will be carried out to achieve financial targets, promotion plans and complaints services will be carried out to achieve customer targets, additional infrastructure and service improvements will be carried out to achieve internal business process targets, training, studies and employee appreciation conducted to achieve learning and growth targets.*

*Keyword: UMKM DJ, PT STU, Business Plan, Target*

### ABSTRAK

UMKM DJ merupakan salah satu UMKM yang baru merintis. UMKM DJ ingin berkembang, tetapi harus menghadapi pesaing serta belum memiliki sumber daya manusia yang terampil dan sarana prasarana yang mendukung kegiatan produksi. Oleh karena itu, UMKM DJ menyusun rencana bisnis sebagai alat kendali usaha agar tetap terarah. UMKM DJ menggunakan metode yang dikembangkan PT STU yang diadopsi dari metode *balanced scorecard*. Tujuan penulisan ini adalah menganalisis target dan rencana pencapaian pada perspektif (1) keuangan, (2) pelanggan, (3) proses bisnis internal, (4) pembelajaran dan pertumbuhan. Penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menjelaskan target dan rencana pencapaian pada 4 perspektif. Berdasarkan hasil dan pembahasan diperoleh bahwa: diversifikasi produk dan penambahan volume produksi dilakukan untuk mencapai target keuangan, rencana promosi dan pelayanan keluhan dilakukan untuk mencapai target pelanggan, penambahan sarana prasarana dan peningkatan pelayanan dilakukan untuk mencapai target proses bisnis internal, pelatihan dan kajian serta apresiasi karyawan dilakukan untuk mencapai target pembelajaran dan pertumbuhan.

Kata Kunci: UMKM DJ, PT STU, Rencana Bisnis, Target

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor usaha yang menopang perekonomian Indonesia. UMKM memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian Indonesia. Peran UMKM tidak hanya dirasakan bagi beberapa pihak saja, tetapi UMKM memiliki pengaruh terhadap banyak pihak. UMKM memberikan lapangan pekerjaan dan menyerap tenaga kerja yang pada akhirnya mensejahterakan masyarakat. UMKM tersebar luas di seluruh Indonesia dan salah satunya berada di kota Yogyakarta. Jumlah UMKM di kota Yogyakarta setiap tahunnya juga mengalami perkembangan, salah satunya pada sektor aneka industri termasuk industri pakaian. UMKM sektor aneka industri di Yogyakarta sejak 2015 sampai 2017 meningkat sampai 6.830. Jumlah UMKM yang terus meningkat tentunya akan menimbulkan persaingan yang ketat pula. Semakin banyak pesaing maka para pelaku usaha harus bisa menghadapi agar tetap bisa eksis dan tidak kalah dengan pesaing-pesaing baru.

UMKM DJ merupakan usaha yang baru berjalan dari maret 2018. Sebagai usaha baru, UMKM DJ harus melawan para pesaing untuk dapat berkembang. Selain itu, masalah internal yang dihadapi UMKM DJ yaitu belum memiliki sumber daya manusia yang terampil dan sarana

prasarana yang mendukung kegiatan produksi. Untuk dapat bersaing mengikuti perkembangan zaman, UMKM DJ membutuhkan rencana dalam rangka pengembangan usahanya. Rencana bisnis merupakan alat yang sangat penting bagi pengusaha maupun pengambil keputusan kebijakan perusahaan. Tujuan rencana bisnis adalah agar kegiatan bisnis yang akan dilaksanakan maupun yang sedang berjalan tetap berada di jalur yang benar sesuai yang direncanakan (Rangkuti, 2000).

PT STU merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa konsultan keuangan, manajemen, dan bisnis. PT STU hadir membantu pelaku UMKM untuk menyusun rencana bisnis dalam rangka pengembangan usaha. Pembuatan rencana bisnis bertujuan untuk memberikan motivasi pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya dengan optimis dan alat untuk kendali agar usaha tetap pada tujuan awal. Metode yang digunakan PT STU merupakan adopsi dari metode *Balanced Scorecard* yang terdiri dari empat perspektif: finansial, pelanggan, proses bisnis internal, serta pertumbuhan dan pembelajaran. *Balanced Scorecard* tidak hanya mengukur kinerja finansial perusahaan karena finansial hanya menceritakan sebagian tindakan masa lalu dan tidak mampu memberikan pedoman yang memadai bagi upaya penciptaan nilai

finansial masa depan yang dilaksanakan saat ini dan kemudian (Kaplan and Norton, 2014).UMKM DJ merupakan salah satu mitra dari PT STU, sehingga UMKM DJ menyusun rencana bisnis menggunakan metode yang dibuat PT STU.

### **Tujuan**

Tujuan dari penulisan ini yaitu menganalisis target dan rencana pencapaian pada perspektif keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan UMKM DJ.

### **Metodologi pelaksanaan**

Penelitian dilakukan di PT STU dari bulan Februari sampai April 2019. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara kepada pemilik UMKM DJ dan partisipasi aktif melibatkan diri dalam kegiatan pendampingan dan pelatihan UMKM yang diselenggarakan oleh PT STU.

Metode analisis data yang digunakan dalam proses penyusunan laporan tugas akhir ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk menjelaskan target dan rencana pencapaian UMKM DJ pada perspektif keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan

pertumbuhan sesuai dengan metode yang dikembangkan PT STU.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Perspektif Keuangan**

Keuangan merupakan salah satu faktor penting dalam pencapaian visi dan misi dari suatu perusahaan, setiap kegiatan operasional maupun pengembangan bisnis membutuhkan sumberdaya keuangan yang mencukupi agar tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai (Ardianto, 2016). Target yang digunakan oleh UMKM DJ yaitu total pendapatan karena UMKM DJ merupakan UMKM yang masih baru atau berdasarkan teori BSC masih pada tahap perkembangan industri *growth*. Perusahaan yang berada pada tahap *growth*, tujuan keuangannya difokuskan pada pertumbuhan penerimaan, penghasilan/laba positif, serta peningkatan penjualan dan pangsa pasar. Target usaha yang telah ditetapkan dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Target usaha perspektif keuangan

Keterangan	Total Pendapatan (Rp)
Tahun berjalan 2018	63.750.000
Rencana capaian:	
2019 (tahun I)	500.225.000
2020 (tahun II)	752.550.000
2021 (tahun III)	1.027.050.000

Keuangan pada usaha UMKM DJ pada awal berjalan memiliki pendapatan yang kurang memuaskan bagi pemilik. Hal tersebut dikarenakan usaha yang

belum mencapai 1 tahun dan produksi barang tidak dilakukan secara teratur. Produksi hanya dilakukan apabila ada order dan jenis produk yang masih sangat sedikit. Produksi yang dilakukan hanya pada saat order karena (1) belum memiliki mitra pembatik tetap, (2) belum menjalin kerjasama yang tetap dengan penjahit, dan (3) Menghindari risiko produk tidak terjual.

Pada tahun 2019, untuk peningkatan volume produksi diatasi dengan menggunakan jasa penjahit dan mitra pembatik. Pada tahun 2020-2021 akan ada penambahan tenaga kerja bagian produksi, mesin penunjang kegiatan produksi, dan sudah memiliki mitra pembatik tetap di daerah Wijirejo Bantul serta adanya rencana promosi tambahan menggunakan website.

Pengumpulan data dilakukan setiap bulan dan akan di analisa setiap tiga bulan sekali. Data-data akan diinput oleh bagian keuangan sekaligus penanggungjawab. Untuk meningkatkan pendapatan yang telah ditetapkan, rencana pencapaian target yaitu:

**Tabel 2.** Rencana penjualan UMKM DJ tahun 2019-2021 (pcs)

Produk	2019	2020	2021
	Volume	Volume	Volume
Hanbok Jawa	400	500	650
Hanbok Batik	350	430	550
Hanbok HoeHoe	230	400	500
Hanbok Tenun	200	300	400
Hanbok Kids		200	250
Outer Batik			200
<b>Total</b>	<b>1180</b>	<b>1830</b>	<b>2550</b>

Hanbok jawa merupakan produk pertama yang diproduksi oleh UMKM

#### a. Diversifikasi produk

Diversifikasi produk dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai akibat dilaksanakannya pengembangan produk, sementara produk lama secara ekonomis masih dapat dipertahankan (Assauri, 2013). Pengembangan produk yang dilakukan yaitu mengembangkan varian *design* model hanbok dan melakukan inovasi batik menjadi bentuk lain. Pada tahun 2019, UMKM DJ akan menambah 2 *design* baru yaitu hanbok hoehoe dan hanbok tenun. Tahun 2020 akan diluncurkan hanbok kids dan outer batik sebagai produk baru di tahun 2021. Hanbok kids dipilih karena berdasarkan hasil wawancara, salah satu segmentasi pasarnya yaitu ibu-ibu.

#### b. Menambah volume penjualan

Peningkatan pendapatan dibarengi dengan peningkatan penjualan suatu usaha yang berarti volume produk yang dijual juga bertambah. Berikut rencana penjualan yang dibuat untuk mencapai target keuangan.

DJ dan berdasarkan keterangan pemiliki UMKM masih menjadi produk dengan

penjualan paling banyak. Agar rencana peningkatan penjualan dapat tercapai maka akan ada penambahan tenaga kerja bagian. Pada target keuangan, terdapat rencana peningkatan volume penjualan yang artinya membutuhkan pelanggan sebagai individu yang menggunakan produknya, maka UMKM DJ menargetkan jumlah pelanggan untuk mencapai target keuangan yang telah ditetapkan. UMKM DJ juga menargetkan kepuasan pelanggan karena tujuan dari sebuah bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan yang puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk rekomendasi gethok tular positif yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 2015). UMKM DJ melihat kepuasan pelanggan dari jumlah keluhan pelanggan yang diterima. Target usaha pada perspektif pelanggan dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3.** Target usaha perspektif pelanggan

Rencana (tahun)	Keterangan		
	Jumlah interaksi pelanggan	Jumlah komplain pelanggan	Kepuasan pelanggan (%)
2018	142	6	96
2019	1.180	35	97
2020	1.830	36	98
2021	2.550	26	99
Rata-rata			97,5

Jumlah pelanggan pada tabel 3 diasumsikan bahwa 1 pelanggan membeli 1 produk. Jumlah pelanggan tahun 2018 dirasa pemilik jumlahnya masih sedikit. Jumlah tersebut dikarenakan usaha baru berdiri dan promosi belum maksimal. Keluhan pelanggan yang diterima mencapai 6 keluhan karena lamanya waktu tunggu produksi. Proses produksi cukup lama dan dilakukan saat waktu open pre order sudah habis. Sistem *pre order (PO)* adalah sistem penjualan dimana pembeli harus memesan terlebih dahulu barang atau produk yang akan dibelinya kepada penjual (Adi, 2013). Sehingga pada tahun 2019-2021 ditargetkan jumlah keluhan menurun dan kepuasan pelanggan meningkat. UMKM DJ optimis target tersebut dapat dicapai karena produk akan di produksi terlebih dahulu kemudian baru dipasarkan dan sudah memiliki pelanggan, serta mengetahui apa yang menghambat penjualan UMKM DJ pada tahun berjalan setelah adanya keluhan pelanggan. Segmentasi pasar dari UMKM DJ yaitu kalangan menengah ke atas dan wanita baik remaja, dewasa, maupun ibu-ibu.

Pada tahun berjalan kepuasan pelanggan hanya 96% dari total pelanggan. Keluhan didapat dari yang dibagikan secara online. Poin-poin yang terdapat pada kuisisioner yang dibagikan

yaitu kualitas produk, harga produk, dan pengiriman produk. Data-data tersebut akan diinput oleh bagian pemasaran

sekaligus penanggung jawab. Perhitungan kepuasan pelanggan yaitu:

$$\text{Kepuasan pelanggan} = \frac{\text{Jumlah interaksi pelanggan} - \text{jumlah komplain pelanggan}}{\text{jumlah interaksi pelanggan}} \times 100\%$$

Rencana pencapaian target pada perspektif pelanggan yaitu

**a. Rencana promosi**

Rencana promosi yang dilakukan yaitu dengan cara membuat iklan berbayar melalui *instagram ads*, mengikuti event dan pameran, berkolaborasi dengan *public figure*, dan menampilkan tampilan yang menarik pada laman penjualan.

**b. Pelayanan keluhan**

Pelayanan keluhan dilakukan untuk mengurangi jumlah keluhan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu UMKM DJ menetapkan cara-cara untuk mengatasi keluhan yaitu disediakan *Customer service* melalui nomor telpon dan website selama 24 jam, *Quality control* sebelum produk dikirim, dan penggantian produk apabila ada produk cacat yang diterima pelanggan.

**Perspektif proses bisnis internal**

Metode yang digunakan PT STU untuk membuat rencana bisnis pada indikator ini berfokus pada proses operasi. Proses operasi merupakan proses untuk membuat dan menyampaikan produk atau jasa. Target yang dibuat yaitu

kecepatan waktu produksi (pcs/hari) dan waktu pelayanan (jam).

**Tabel 4.** Target usaha perspektif proses bisnis internal

Rencana capaian (tahun)	Kecepatan waktu produksi (pcs/hari)	Waktu pelayanan (jam/hari)
2018 (tahun berjalan)	1	8
2019 (tahun I)	4	8
2020 (tahun II)	6	24
2021 (tahun III)	9	24

Target kecepatan waktu produksi pada tahun 2019-2021 diasumsikan 6 hari kerja dalam satu minggu, sehingga setahun 288 hari. Perhitungan dilakukan dengan cara:

$$\text{Kecepatan waktu produksi} = \frac{\text{target produksi (pcs)}}{\text{waktu produktif (hari)}}$$

Target produksi jumlahnya sama dengan target interaksi pelanggan karena diasumsikan 1 pelanggan membeli 1 produk. Agar target penjualan tersebut dapat tercapai maka dibuat target kecepatan waktu produksi. Waktu pelayanan juga menjadi target karena UMKM DJ melakukan penjualan melalui internet maka pelayanan yang dilakukan juga hanya melalui internet.

Data jumlah kecepatan produksi dan data jumlah waktu pelayanan akan dikumpulkan setiap bulan dan akan di analisa setiap tiga bulan sekali. Sumber

data-data tersebut dapat diperoleh dari bagian produksi dan pemasaran sekaligus penanggung jawab.

Upaya untuk mencapai kecepatan waktu produksi dan meningkatkan pelayanan, maka disusun rencana sebagai berikut:

**a. Penambahan sarana dan prasarana**

Untuk mmencapai target kecepatan waktu produksi, UMKM DJ membuat rencana penambahan sarana dan prasarana. Pada tahun 2020 akan ditambah sarana prasarana berupa mesin jahit

sebanyak 2 unit dan 1 mesin obras. Pada tahun 2021 mesin produksi akan ditambah 1. Pada tahun 2018-2021, UMKM DJ hanya mempunyai kendaraan berupa sepeda motor guna mempermudah kegiatan UMKM DJ. Alat komunikasi dan laptop digunakan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, bangunan pada tahun 2018-2020 merupakan rumah pemilik sekaligus tempat pengemasan. Tahun 2021 ada penambahan bangunan sebagai toko *offline*.

**Tabel 5.** Rencana penambahan sarana dan prasarana

Rencana Capaian (tahun)	Sarana Prasarana	Jumlah Sarana Prasarana yang Dimiliki (1)	Jumlah Kebutuhan Sarana Prasarana (2)
2018 (tahun berjalan)	Alat Produksi	0	0
	Kendaraan	1	1
	Alat Komunikasi	1	1
	Laptop/computer	1	1
	Bangunan	1	1
2019 (tahun I)	Alat Produksi	0	0
	Kendaraan	1	1
	Laptop/computer	1	1
	Bangunan	1	1
2020 (tahun II)	Alat Produksi	1	1
	Kendaraan	1	1
	Laptop/computer	1	1
	Alat Komunikasi	1	1
	Bangunan	1	1
2021 (tahun III)	Alat Produksi	4	4
	Kendaraan	1	1
	Laptop/computer	1	1
	Alat Komunikasi	1	1
	Bangunan	1	1

**a. Peningkatan pelayanan**

Pada tahun berjalan, UMKM DJ hanya dapat melayani pelanggan melalui sosial media yaitu *instagram* dan *whatsapp* selama 8 jam dalam sehari. Tahun 2019, UMKM DJ mulai menggunakan *keypad selly* pada *whatsapp*. Sedangkan pada tahun 2020 dan 2021, UMKM DJ memiliki rencana untuk bekerjasama dengan perusahaan yang memiliki aplikasi pengelolaan website selama 24 jam/hari karena dikendalikan oleh aplikasi.

**Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan**

Pada indikator ini, PT STU memfokuskan pada sumber daya manusia perusahaan karena untuk mencapai target pada 3 indikator sebelumnya dibutuhkan sumber daya manusia sebagai pelaku dalam usaha.

Target yang dibuat yaitu target jumlah karyawan masuk dan karyawan keluar dan perputaran karyawan pada usahanya. Jumlah karyawan awal sama

dengan jumlah karyawan akhir pada tahun sebelumnya. Jumlah karyawan akhir yaitu karyawan pada akhir tahun.

Target jumlah karyawan diterima digunakan untuk menetapkan karyawan yang akan diterima sesuai kebutuhan. Jumlah karyawan yang dibutuhkan dihitung dengan menggunakan rumus analisis beban kerja (Hasibuan, 2013).

$$\text{Analisis beban kerja} = \frac{\text{volume pekerjaan}}{\text{standar prestasi}} \times 1 \text{ orang}$$

Volume pekerjaan perhari dapat dilihat pada tabel 4 yaitu pada kolom kecepatan waktu produksi. Pada tahun 2019, UMKM DJ masih menggunakan jasa penjahit, sehingga kebutuhan karyawan pada bagian produksi yang dihitung hanya pada tahun 2020 dan 2021. Pada tahun 2020, karyawan yang diterima akan diletakkan seluruhnya di bagian produksi. Sedangkan pada tahun 2021, 3 karyawan yang diterima masing-masing akan diletakkan di bagian produksi, *marketing*, dan administrasi.

**Tabel 6.** Target usaha perspektif pembelajaran dan pertumbuhan

Rencana capaian (tahun)	Jumlah karyawan diterima	Jumlah karyawan keluar	Jumlah karyawan awal	Jumlah karyawan akhir	Perputaran karyawan
2018 (tahun berjalan)	0	0	0	0	-
2019 (tahun I)	0	0	0	0	-
2020 (tahun II)	2	0	0	2	200%
2021 (tahun III)	3	0	2	5	86%

Perputaran karyawan adalah perbandingan antara masuk dan berhentinya karyawan dari suatu

perusahaan. Besarnya perputaran karyawan dihitung dengan cara sebagai berikut (Hasibuan, 2013).



$$\text{Perputaran karyawan} = \frac{\text{jumlah karyawan diterima} - \text{jumlah karyawan keluar}}{0,5 \times (\text{jumlah karyawan awal} + \text{jumlah karyawan akhir})} \times 100$$

Meskipun karyawan yang keluar ditargetkan 0, tetapi setiap tahun terdapat karyawan yang masuk sehingga menyebabkan persentase perputaran karyawannya tinggi.

Agar tidak ada karyawan yang keluar maka harus terus memperhatikan karyawannya, memantau kesejahteraan karyawan, dan meningkatkan pengetahuan karyawan karena dengan meningkatnya tingkat pengetahuan mereka akan meningkatkan pula kemampuannya untuk berpartisipasi dalam pencapaian hasil ketiga perspektif sebelumnya dan tujuan perusahaan (Rudianto, 2013). Oleh karena itu dibuat rencana pelatihan untuk karyawan.

**Tabel 7.** Rencana pelatihan

Rencana capaian (tahun)	Rencana pelatihan
2018 (tahun berjalan)	1
2019 (tahun I)	1
2020 (tahun II)	1
2021 (tahun III)	1

Pelatihan dilakukan untuk mengembangkan ketrampilan karyawan dan memberikan rasa percaya diri bagi karyawan.

UMKM DJ menargetkan jumlah karyawan yang akan ditambah dan karyawan yang keluar. UMKM DJ menargetkan tidak ada karyawan yang keluar untuk 3 tahun kedepan. Oleh karena itu, dibuat rencana pemeliharaan karyawan untuk mempertahankan

karyawan agar setia dan loyal terhadap perusahaan untuk terus dapat meningkatkan produktivitasnya, yaitu:

**a. Pelatihan dan kajian**

Pelatihan dilakukan untuk meningkatkan ketrampilan yang dimiliki karyawan. Suatu usaha tidak hanya memerlukan karyawan yang berkompeten, tetapi juga yang memiliki kepribadian yang baik. oleh karena itu, UMKM DJ memiliki rencana melakukan kajian untuk menanamkan nilai-nilai kebaikan, kejujuran, dan taat terhadap agama yang akan berpengaruh dan diterapkan pada kegiatan sehari-hari.

Pelatihan-pelatihan yang akan dilakukan 3 tahun ke depan dari 2019-2021 yaitu *digital marketing, fashion, dan ekspor.*

**b. Apresiasi kepada karyawan**

Bentuk apresiasi yang akan dilakukan UMKM DJ yaitu:

**a. Insentif**

Insentif diberikan kepada karyawan sebagai tanda terimakasih dalam pencapaian target. Insentif yang diberikan yaitu berupa produk UMKM DJ.

**b. Refreshing bersama karyawan**

Untuk menjalin hubungan yang harmonis antara pemiliki dengan karyawan dan karyawan dengan

karyawan di adakan *refreshing* bersama.

- c. Program kesejahteraan karyawan  
Kesejahteraan karyawan Program kesejahteraan yang direncanakan oleh UMKM DJ yaitu tunjangan hari raya berupa finansial baik uang maupun barang.

### **KESIMPULAN**

Target pada perspektif keuangan yaitu total pendapatan. Target akan dicapai dengan diversifikasi produk dan menambah volume penjualan. Target pada perspektif pelanggan yaitu jumlah interaksi pelanggan/jumlah pelanggan, keluhan, dan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dilihat dari keluhan pelanggan. Target dicapai dengan promosi dan pelayanan keluhan. Target pada perspektif proses bisnis internal yaitu kecepatan waktu produksi per hari dan waktu pelayanan. Untuk mencapai target dilakukan rencana penambahan sarana dan prasarana dan peningkatan pelayanan. Target pada perspektif pembelajaran dan pertumbuhan yaitu jumlah perputaran karyawan yang terus menurun dan tidak ada karyawan yang keluar. Maka dilakukan pelatihan, kajian dan apresiasi terhadap karyawan.

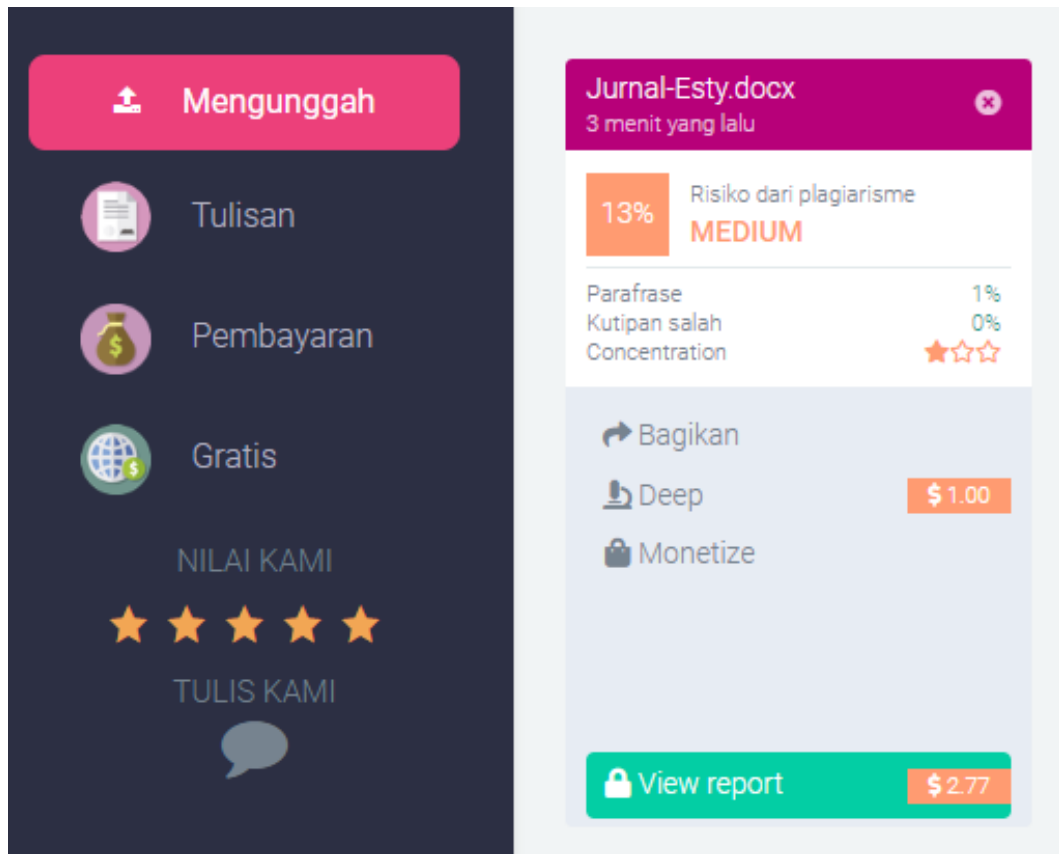
### **Saran**

UMKM DJ diharapkan terus optimis dalam menjalankan usahanya

setelah adanya rencana bisnis yang berisi target dan rencana pencapaiannya, serta mengimplementasikan rencana yang telah disusun secara bertahap. Sebagai langkah awal untuk memasarkan produk melalui website yang terpasang aplikasi, sebaiknya UMKM DJ membuat website terlebih dahulu.

### **REFERENSI**

- Rangkuti, F (2000) *Business plan: Teknik Membuat Rencana Bisnis dan Analisis Kasus*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Rudianto (2013) *Akuntansi Manajemen*. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Assauri, Sofjan (2013) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Adi, Rifqi Nugroho (2013) *Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan Sistem Pre Order Secara Online (PT STUdi Kasus Pada Online Shop Chopper Jersey)*.
- Tjiptono, Fandy (2015) *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Kaplan and Northon (2014) *Balanced Scorecard: Menerapkan Strategi Menjadi Aksi*. Jakarta. Erlangga.
- Hasibuan, Malayu (2013) *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta. Bumi Aksara.



**TELAH DIPERIKSA DENGAN LAYANAN PENCEGAHAN  
PLAGIARISME MELALUI MY.PLAGRAMME.COM DAN  
MEMILIKI:**

**PARAFRASE**

**1%**

**RESIKO PLAGIARISME**

**13%**