

## **RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS PADA UMKM XYZ DI PT ABC**

Evi Karina<sup>1</sup>, Teguh Budi Trisnanto<sup>2</sup>, Analiasari<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Agribisnis, <sup>2</sup>Dosen Program Studi Agribisnis, <sup>3</sup>Dosen Program Studi Agribisnis, Jurusan Ekonomi dan Bisnis, Politeknik Negeri Lampung  
Jl. Soekarno-Hatta No. 10 Rajabasa Bandar Lampung  
Telp (1369) 754904, Fax: (2186) 137743  
Email: evikarina3@gmail.com

### ***Abstract***

The UMKM XYZ experience obstacles in developing a business that is not yet having a business plan so that it is difficult to determine business prospects, decision making and competition. The purpose of this paper (1) identifies the strengths and weaknesses of the UMKM XYZ. (2) Explain the 6 indicators of the UMKM XYZ business target plan. The method used (1) describes the strengths and weaknesses of UMKM and strategies for optimizing strengths and minimizing weaknesses. (2) Identifying 6 (six) indicators using the balance scorecard method created by PT ABC. Conclusions and results of the discussion of the strength of the UMKM XYZ (1) the strength of quality raw materials and practical products. (2) Weaknesses in the scale of small businesses and limited capital. Identification of 6 (six) indicators, (1) financial perspective indicators are planned to increase every year. (2) Customer perspective indicators increase customer satisfaction. (3) Indicators of business process perspective adding service time. (4) Indicators of learning and innovation perspective (HR) pay attention to employee welfare. (5) Infrastructure perspective indicators adding infrastructure and (6) Management perspective systems indicators for employee training plans.

Keywords: Balance scorecard, Business, Development, Plan, UMKM

### ***Abstrak***

UMKM XYZ mengalami kendala dalam mengembangkan bisnis yaitu belum memiliki rencana bisnis sehingga kesulitan menentukan prospek usaha, pengambilan keputusan dan persaingan. Tujuan penulisan ini (1) mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan UMKM XYZ. (2) Menjelaskan 6 indikator rencana target bisnis UMKM XYZ. Metode yang digunakan (1) mendeskripsikan kekuatan dan kelemahan UMKM serta strategi mengoptimalkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan. (2) Mengidentifikasi 6 (enam) indikator menggunakan metode *balance scorecard* yang dibuat PT ABC. Kesimpulan dan hasil pembahasan kekuatan UMKM XYZ (1) kekuatan bahan baku berkualitas dan produk praktis. (2) Kelemahan skala usaha kecil dan terbatasnya modal. Identifikasi 6 (enam) indikator, (1) indikator perspektif keuangan direncanakan meningkat setiap tahun. (2) Indikator perspektif pelanggan meningkatkan kepuasan pelanggan. (3) Indikator perspektif proses bisnis penambahan waktu pelayanan. (4) Indikator perspektif pembelajaran dan inovasi (SDM) memperhatikan kesejahteraan karyawan. (5) Indikator perspektif sarana prasarana penambahan sarana prasarana dan (6) Indikator perspektif sistem manajemen rencana pelatihan karyawan.

***Kata Kunci:*** *Balance scorecard, Bisnis, Pengembangan, Rencana, UMKM.*

## PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki proporsi unit bisnis terbesar dalam perekonomian Indonesia yang memiliki peran penting dalam pengembangan bisnis di Indonesia dan juga merupakan cikal bakal dari tumbuhnya bisnis besar. UMKM harus terus ditingkatkan dan aktif agar dapat maju dan bersaing dengan perusahaan besar. UMKM menghadapi banyak permasalahan yaitu terbatasnya modal kerja, rendahnya kualitas sumber daya manusia, kurangnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi. Permasalahan lain yang dihadapi UMKM yaitu keterkaitan dengan kurang jelasnya prospek usaha dan perencanaan, dan belum mantapnya visi dan misinya (Alyas, 2017).

UMKM XYZ merupakan salah satu mitra dari PT ABC yang melakukan pelatihan untuk menyusun rencana pengembangan bisnis. Metode yang digunakan merupakan adopsi dari metode *Balanced Scorecard*.

UMKM XYZ mengalami permasalahan pada pengembangan bisnis yaitu pelaku usaha belum mengerti dalam membuat rencana pengembangan bisnis. Rencana bisnis bertujuan memperkirakan prospek, keuntungan serta meminimalkan risiko

bisnis (Supriyanto, 2009). Pemilik UMKM XYZ menginginkan bahwa usaha yang dijalankan ini terus berkembang dan tidak ingin mengalami kerugian seperti tahun 2014. Pemilik berkeinginan meningkatkan pendapatan usaha dan terus mengembangkan bisnisnya menjadi minuman tradisional yang dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Rencana bisnis harus dibuat secara tertulis dan resmi, karena merupakan alat untuk memegang kendali dan menjaga agar usaha perusahaan tidak menyimpang (Supriyanto, 2009). Pentingnya rencana pengembangan bisnis maka UMKM menentukan target yang akan untuk menentukan prospek usaha di 3 (tiga) tahun yang akan datang.

## METODOLOGI PELAKSANAAN

Penulisan menggunakan metode analisis deskriptif dengan kualitatif dan metode *balance scorecard* dalam hal ini mengidentifikasi tentang indikator perspektif keuangan, indikator perspektif pelanggan, indikator perspektif proses bisnis, indikator perspektif pembelajaran dan inovasi (SDM), indikator perspektif sarana prasarana dan indikator perspektif sistem manajemen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan UMKM XYZ

Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan artinya mencari, menentukan kekuatan dan kelemahan UMKM XYZ dengan cara mewawancarai pemilik. Tujuan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pada UMKM yaitu untuk menentukan kekuatan dan kelemahan yang ada dan UMKM dapat merencanakan strategi atau langkah-langkah untuk mengoptimalkan kekuatan serta meminimalkan kelemahan. Kekuatan: bahan baku berkualitas, hasil produk tidak cacat, produk praktis, kemasan menarik, produk higienis tanpa pengawet, produk bermanfaat bagi tubuh. Kelemahan: skala usaha kecil, kualitas SDM rendah, modal terbatas, pemasaran masih di wilayah Jogja.

Cara untuk mengoptimalkan kekuatan dan meminimalkan. Kekuatan meningkatkan inovasi produk, kesadaran masyarakat akan produk lokal, dan kerjasama. Kelemahan: meningkatkan kreatifitas beriklan, skala usaha, melakukan pelatihan SDM.

### 2. Mengidentifikasi 6 indikator rencana target bisnis UMKM XYZ

Rencana terget bisnis merupakan rencana yang telah ditentukan oleh pemilik UMKM XYZ dalam

merencanakan target yang akan dicapai pada 3 (tiga) tahun yang akan datang pada tahun 2019-2021. Rencana 3 tahun ini masuk dalam rencana jangka menengah, biasanya akan menjangkau waktu sekitar 3-5 tahun kedepan (Umar Husein, 2005). Target bisnis ini ditentukan untuk pengambilan keputusan, memperkirakan prospek, keuntungan maupun risiko bisnis.

Indikator perspektif rencana target bisnis yang digunakan UMKM XYZ diantaranya 1.Indikator perspektif keuangan. 2. Indikator perspektif pelanggan 3. Indikator perspektif proses bisnis 4. Indikator perspektif pembelajaran dan inovasi (SDM) 5. Indikator perspektif sarana prasarana dan 6. Indikator perspektif sistem manajemen.

#### 1. Indikator perspektif keuangan

Tabel 1. Indikator perspektif keuangan

KK-01	Indikator Perspektif Keuangan		
	SPM	(Rp)	Persentase %
Tahun 2018	215.040.000		
Rencana Capaian Pendapatan:			
Tahun 2019	420.000.000		41,9
Tahun 2020	700.000.000		69,9
Tahun 2021	1.000.000.000		99,9

Indikator perspektif keuangan menjelaskan mengenai rencana target usaha jumlah pendapatan yang akan dicapai pada 3 tahun akan datang.

Jumlah pendapatan ini merupakan pendapatan yang telah ditentukan oleh pemilik sebagai target usaha dimasa yang akan datang.

Peningkatan pada pendapatan ini dapat dilihat dari persentase setiap tahun meningkat tahun 2019 41,9%, pada tahun 2020 69,9% dan tahun 2021 99,9%. Peningkatan persentase target keuangan karena peningkatan jumlah produksi secang dan jahe.

Cara mencapai target pendapatan Rp420.000.000 tahun 2019 UMKM XYZ harus memproduksi dan memasarkan produk secang dan jahe masing-masing 15.000 kemasan. Tahun 2020 target pendapatan sebesar Rp700.000.000 produksi 25.000 kemasan dan target pendapatan pada tahun 2021 sebesar Rp1.000.000.000 dengan memproduksi produksi 35.715 kemasan.

## 2. Indikator perspektif pelanggan

Indikator perspektif kepuasan pelanggan mengutamakan pelayanan dan nyaman bagi konsumen karena bukan hanya pada bagian keuangan melainkan bagian non keuangan maka keduanya harus seimbang. Tujuannya untuk menggambarkan tingkat kepuasan terhadap produk dan pelayanan dari UMKM. Kenaikan kepuasan setiap tahunnya sampai mencapai 99% artinya cukup puas terhadap pelayanan dan produk UMKM XYZ.

Tabel 2. Indikator perspektif pelanggan

KK-02			
Indikator Perspektif Pelanggan			
SPM			
Rencana capaian (tahun)	Jumlah interaksi pelanggan (1)	Jumlah komplain pelanggan (2)	Kepuasan pelanggan ((1)-(2))/(1) (%)
2018	6.400	650	89
2019	23.810	345	98
2020	28.571	230	99
2021	35.714	90	99

Wibowo (2017) menjelaskan bahwa range peningkatan pelanggan >110% = baik sekali, 100-110% = baik, 90-100% = cukup, 80-90% = kurang, dan <80% = kurang sekali.

Peningkatan persentase kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh adanya penambahan sarana prasarana penambahan mesin pengemas tahun 2021 sehingga lebih cepat dalam proses pengemasan sehingga pelayanan pada konsumen dilakukan lebih efektif dan efisien. Kepuasan pelanggan yaitu tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan (Rudianto, 2013). Rencana pembuatan kuisisioner untuk melihat komplain pelanggan. UMKM XYZ memiliki strategi untuk mengatasi keluhan atau komplain pelanggan yaitu dengan melakukan survei pasar dan *call center*.

### 1. Survei pasar

UMKM XYZ akan memberikan kuisisioner kepada pelanggan untuk mengetahui tingkat kepuasan terhadap produk dan pelayanan. Kuisisioner ini akan dijadikan bahan evaluasi. Rencana untuk mencapai target yang sesuai dengan kebutuhan konsumen yang serba ingin praktis maka kedepannya UMKM akan mengeluarkan produk minuman tradisional pada kemasan cup siap minum. UMKM XYZ juga melakukan promosi untuk memperkenalkan produknya pada konsumen. Perusahaan melakukan promosi untuk memperkenalkan dan memasarkan produk agar dapat diterima konsumen, serta mampu bersaing dengan produsen lain (Putra, 2014).

### 2. Layanan *call center*

*Call center* sebagai wadah informasi bagi pelanggan baik untuk menyampaikan pesanana, komplain, dan saran sehingga pelanggan dapat memberikan pendapat mengenai produk dan pelayanan kapan saja dan sangat mempermudah baik pelanggan maupun UMKM.

### 3. Indikator perspektif proses bisnis

Indikator perspektif proses bisnis menjelaskan mengenai kecepatan waktu pelayanan yang dibutuhkan untuk melayani pelanggan.

Tabel 3. Indikator perspektif proses bisnis

KK-03			
Indikator Perspektif Proses Bisnis			
SPM			
Rencana capaian (tahun)	Kecepatan waktu produksi -1	Waktu pelayanan- 2	Target (1)/(2)
2018	320	8 jam	40
2019	625	8 jam	78,1
2020	1041,63	9 jam	115,7
2021	1448,12	10 jam	144,8

Waktu pelayanan untuk melayani pelanggan setiap tahun semakin meningkat ini menunjukkan bahwa pelayanan yang dilakukan semakin baik. Indikator ini harus memiliki efektivitas dan kenyamanan bagi pelanggan sehingga akan tergambar efektivitas proses bisnis.

Indikator perspektif proses bisnis dimulai dari rencana pencapaian tahun 2018 memproduksi 320 kemasan/minggu secang dan jahe dengan waktu pelayanan selama 8 jam/hari, maka target menghasilkan target 40%. Tahun 2019-2021 terjadi peningkatan jumlah produksi secang dan jahe 625-1488,12 kemasan. Waktu pelayanan meningkat pada tahun 2019-2021 yaitu 8-10 jam.

Peningkatan waktu pelayanan ini dikarenakan pemilik usaha ingin konsumen merasa diberikan pelayanan secara maksimal, waktu pelayanan yang ditingkatkan bukan hanya untuk pelayanan secara langsung melainkan untuk pelayanan secara tidak langsung seperti pemesanan produk melalui media sosial, seperti melalui instgram, web

atau toko online milik UMKM sehingga tercapainya kepuasan pelanggan dengan adanya waktu pelayanan yang lebih.

Cara pencapaian dari proses bisnis UMKM XYZ akan melakukan:

1. Penambahan jumlah produksi

Rencana UMKM XYZ dalam meningkatkan proses bisnis yaitu dengan melakukan penambahan jumlah produksi secang dan jahe serta melakukan penambahan karyawan, pada 2019 bertambah 1 orang untuk melayani pelanggan.

2. Peningkatan pelayanan

Peningkatan pelayanan yang dilakukan dengan cara mengantarkan produk ke kios-kios yang telah menjadi langganan secara tepat waktu, selain itu UMKM XYZ melakukan pelayanan melalui media sosial seperti instagram, web atau toko online UMKM agar mempermudah pemesanan produk yang bisa dilakukan kapan saja sesuai jam kerja.

**4. Indikator perspektif pembelajaran dan inovasi (SDM)**

Menurut Hasibuan (2014) perputaran karyawan adalah perbandingan antara masuk dan berhentinya karyawan suatu perusahaan.

UMKM XYZ melakukan penambahan karyawan sebanyak 1 orang sehingga jumlah karyawan menjadi 3 orang dengan presentase

perputaran karyawan 10%, tahun 2020-2021 tidak ada penambahan jumlah karyawan sehingga persentase 0%.

Tabel 4. Indikator perspektif pembelajaran dan inovasi (SDM).

<b>KK-04 Indikator Perspektif Pembelajaran dan Inovasi (SDM)</b>					
<b>KK-04 SPM</b>	$\Sigma$ diteri ma	$\Sigma$ Ke lu ar	$\Sigma$ A wa l	$\Sigma$ Ak hir	<b>Perputaran Karyawan</b>
<i>(tahun)</i>	-1	-2	-3	-4	$\frac{(1) - (2)}{0,5 \times ((3) + (4))}$
<b>2018</b>	0	0	2	2	0%
<b>2019</b>	1	0	2	3	10%
<b>2020</b>	0	0	3	3	0%
<b>2021</b>	0	0	3	3	0%

Indikator perspektif pembelajaran dan inovasi (SDM) UMKM menargetkan penambahan jumlah karyawan pada tahun 2019 dan mempertahankan jumlah karyawan sampai tahun 2021 untuk mempermudah dalam menentukan jumlah biaya yang akan dikeluarkan serta mempermudah dalam melakukan evaluasi bagian sumberdaya manusia.

Alasan UMKM XYZ melakukan penambahan jumlah karyawan pada tahun 2019 sesuai kebutuhan untuk memperluas pasar dengan membuka kios sehingga memerlukan karyawan untuk produksi, distribusi dan penjaga toko.

Cara pencapaian SDM yang baik maka perlu memperhatikan kesejahteraan karyawan agar bekerja dengan setia atau loyal pada UMKM. Kesejahteraan karyawan mulai dari

diperhatikan kesehatannya, diberikan insentif berbentuk materil dan non materil seperti gaji, fasilitas dan untuk mendekatkan antar karyawan maka perlu melakukan perjalanan bersama-sama *refreshing*.

### 5. Indikator perspektif sarana prasarana

Indikator perspektif sarana prasarana dibutuhkan agar usaha UMKM lebih efektif dan efisiensi karena adanya sarana prasarana mempermudah dalam menjalankan usaha.

Tabel 5. Indikator perspektif sarana prasarana

KK-05 SPM	Indikator Perspektif Sarana Prasarana			
	Rencana Capaian (tahun)	Sarana Prasarana	Jumlah Sarana Prasarana yang Dimiliki	Jumlah Kebutuhan Sarana Prasarana
2018	Mesin Produksi		1	1
	Kendaraan		1	1
	Alat Komunikasi		1	1
	Bangunan		1	1
2019	Mesin Produksi		1	1
	Kendaraan		1	1
	Alat Komunikasi		1	1
	Bangunan		1	1
2020	Mesin Produksi		1	1
	Kendaraan		1	1
	Alat Komunikasi		1	1
	Bangunan		1	1
2021	Mesin Produksi		1	1
	Kendaraan		1	1
	Alat Komunikasi		1	1
	Bangunan		1	1
	Mesin pengemas		1	1

Tujuan adanya sarana prasarana untuk mempermudah selain itu sarana

prasarana digunakan dan diadakan sesuai dengan kebutuhan. UMKM XYZ telah memiliki sarana dan prasarana yang memadai dan baik 100%. Sarana prasarana pada UMKM XYZ pada tahun 2021 akan ditambah 1 unit mesin pengemas. Tujuan penambahan sarana prasarana sesuai dengan kebutuhan usaha untuk mempermudah dan agar berjalan efektif.

### 6. Indikator perspektif sistem manajemen

Tabel 6. Indikator perspektif sistem manajemen

KK-06 SPM	Indikator Perspektif Sistem Manajemen		
	Pelaksanaan Pelatihan	Rencana Pelatihan	Persentase
Rencana Capaian (tahun)			
2018	-	-	-
2019	-	-	-
2020	-	-	-
2021	-	-	-

Indikator perspektif sistem manajemen perlu diadakan untuk melatih sumberdaya manusia yang ada agar lebih terampil dan kompeten dalam bidangnya. Tujuannya agar dapat menggambarkan berapa kali pelatihan sumberdaya manusia akan dilakukan oleh UMKM

Indikator perspektif sistem manajemen UMKM XYZ belum akan merencanakan pelatihan dikarenakan karyawan yang telah diterima memiliki keahlian sesuai yang dibutuhkan dan untuk menekan biaya yang dikeluarkan.

## KESIMPULAN

Kekuatan dan kelemahan yang telah diidentifikasi dapat dijadikan UMKM XYZ sebagai penentuan langkah yang tepat untuk mengoptimalkan kekuatan sehingga dapat mengembangkan bisnisnya. Target indikator perspektif keuangan meningkat setiap tahun dengan meningkatkan produksi secang dan jahe. Indikator perspektif pelanggan rencana meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan pelayanan. Indikator perspektif proses bisnis meningkatkan waktu pelayanan secara langsung dan tidak langsung. Indikator perspektif pembelajaran dan inovasi (SDM) penambahan jumlah karyawan serta memperhatikan kesejahteraannya. Indikator perspektif sarana prasarana penambahan sarana agar lebih efektif dan efisien. Indikator perspektif sistem manajemen belum akan direncanakan pelatihan karyawan.

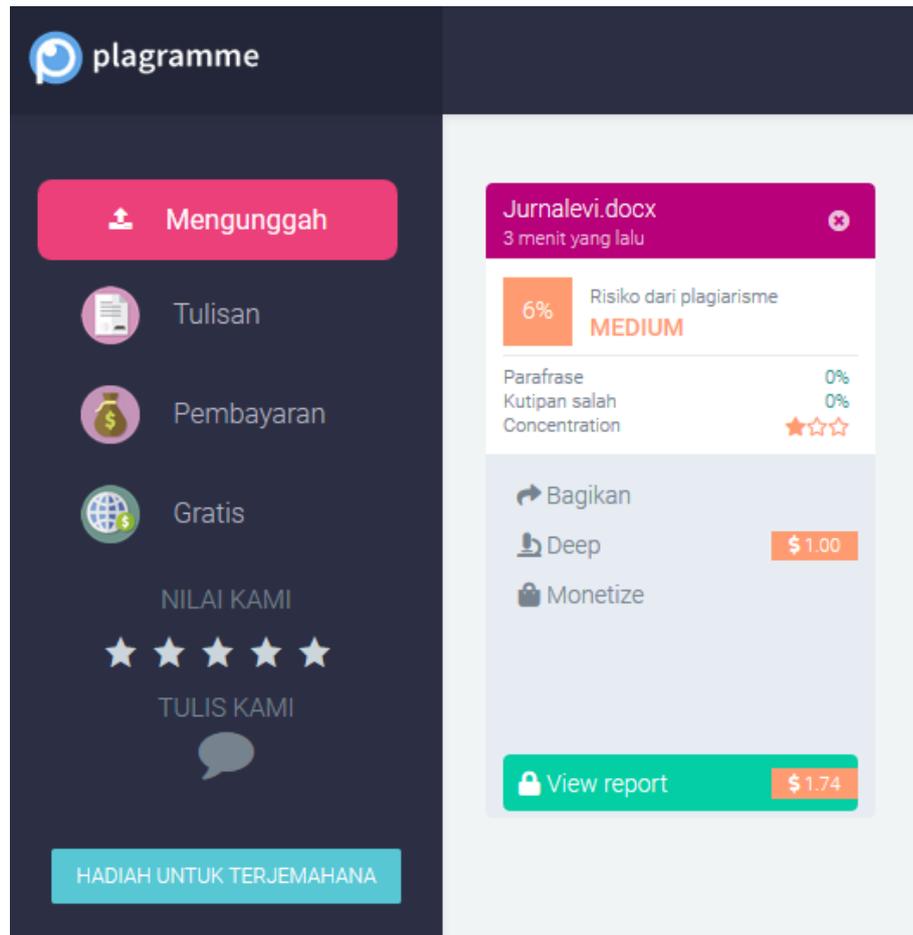
## Saran

UMKM XYZ dapat mengembangkan bisnisnya, mengimplementasikan rencana yang telah disusun secara bertahap dan menjadikan pedoman untuk usaha.

## REFERENSI

- Alyas. Rakib, Muhammad. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros). *Jurnal Sosiohumaniora*. Volume 19. No. 2. Universitas Negeri Makasar. Makasar.
- Rudianto. 2013. *Akuntansi Manajemen*. Erlangga. Jakarta.
- Supriyanto. 2009. Business Plan sebagai Langkah Awal Memulai Usaha. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*. 6.1. Akses pada 25 Juni 2019.
- Putra, Romadhon Angga. Fitriani & Analiasari. 2014. Strategi Bersaing Benih Kangkung Sahara pada PT Andal Hasa Prima. *Karya Ilmiah Mahasiswa*.
- Umar, Husein. 2005. *Studi Kelayakan Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

## Hasil Pengecekan



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

**PARAFRASE**

**0%**

**Resiko Plagiarisme**

**6%**