

RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) (Studi Kasus Pada UMKM Garmen di Yogyakarta)

¹ Rizky Priyo Widodo, ² Teguh Budi Trisnanto, ² Marlinda Apriyani

¹ Mahasiswa Program Studi Agribisnis, ² Dosen Program Studi Agribisnis Politeknik Negeri Lampung
Jalan Soekarno-Hatta Nomor 10 Rajabasa Bandar Lampung
Telp (0721) 703995, Fax (0721) 787309
Email:rizkypriyowidodo@gmail.com

ABSTRACT

SMEs ABC is a Garment, which produces hanbok. SMEs ABC requires a business development plan. The aim of this research are to set business targets, business strategies and business needs of SMEs ABC. The method in this research is business plan. Based on the result of the research, SMEs revenue target of ABC increases from 2019 to 2021, from 2019 to 2020 the revenue target is projected to increase by 50%, and from 2020 to 2021 the revenue target will be projected to increase by 40%. The business strategy used is product diversification and innovation. Business needs in 2019-2021 are needed 1 mobile phone in 2019, in 2020 requires 3 production machines and one laptop unit. In 2021, it will add one production machine, one mobile phone, one vehicle, one laptop and build a shop. The aspects of human resources need are to recruit employees and employees training. In the management system aspect needed product promotion and assistance from consulting institutions.

Keywords: *Business Needed, Business Plan, Targets, Strategies, SMEs.*

ABSTRAK

UMKM ABC adalah sebuah UMKM Garmen, yang menghasilkan produk pakaian hanbok. UMKM ABC membutuhkan rencana pengembangan bisnis. Tujuan penulisan Penelitian ini adalah menyusun target usaha, strategi bisnis dan kebutuhan usaha UMKM ABC. Metode yang digunakan adalah dengan metode penyusunan rencana bisnis. Target pendapatan UMKM ABC meningkat setiap Tahunnya, Tahun 2019 ke Tahun 2020 target pendapatan diproyeksikan akan naik sebesar 50%, Tahun 2020 ke Tahun 2021 target pendapatan akan diproyeksikan naik sebesar 40%. Strategi bisnis yang digunakan adalah diversifikasi dan inovasi produk. Kebutuhan usaha Tahun 2019-2021 yaitu dibutuhkan 1 alat komunikasi pada Tahun 2019, Tahun 2020 membutuhkan 3 mesin produksi dan satu unit laptop. Pada Tahun 2021 menambah satu unit mesin produksi, satu unit alat komunikasi, satu unit kendaraan, satu unit laptop dan membangun sebuah toko. Kebutuhan pada aspek sumber daya manusia yaitu dengan merekrut pegawai dan melakukan pelatihan pegawai. Pada aspek sistem manajemen dibutuhkan promosi produk dan pendampingan dari lembaga jasa konsultan.

Kata Kunci: Kebutuhan Usaha, Rencana Bisnis, Target, Strategi, UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu bentuk kegiatan usaha yang memiliki peranan dan kedudukan yang sangat penting dan strategis dalam perkembangan perekonomian Indonesia. Hal ini karena UMKM mempunyai kontribusi yang sangat berarti dalam memberikan kesempatan dan penyerapan tenaga kerja, memperluas kesempatan usaha, pemerataan, serta merupakan sumber pendapatan bagi sebagian besar masyarakat (Mulyantini, 2013). UMKM juga memiliki kelebihan mampu meningkatkan ekonomi kerakyatan/padat karya, berorientasi ekspor dan substitusi impor (Apriyani & Saty, 2018).

UMKM di Indonesia mengalami pertumbuhan setiap tahunnya. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2017) menyatakan bahwa jumlah UMKM di Indonesia mencapai 62 juta unit. Kontribusi terbesar UMKM adalah usaha mikro yang mencapai 98% yang berarti bahwa UMKM memiliki kekayaan sebesar Rp50.000.000 dan penjualan per tahun paling banyak sebesar Rp300.000. Hal tersebut terjadi karena UMKM dihadapkan dengan beberapa permasalahan. Berikut beberapa permasalahan yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM seperti: (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 (Business Plan), dan (8) Kesiapan menghadapi tantangan lingkungan

eksternal, diantaranya kondisi sosial politik didalam negeri (Mulyantini, 2013).

UMKM ABC adalah sebuah UMKM Garmen. UMKM garmen merupakan sebuah industri yang menghasilkan produk pakaian jadi dan merupakan salah satu bagian subsektor industri kreatif. Salah satu subsektor dari industri kreatif adalah bidang fesyen (Haryono dkk, 2018). UMKM ABC adalah sebuah UMKM yang bergerak di bidang *fashion* dengan ciri khas utama desain baju hanbok dengan bahan utama kain batik tulis asli Yogyakarta. Hanbok adalah pakaian tradisional khas masyarakat negara Korea Selatan. UMKM ABC berada di Yogyakarta dan hadir ke PT ABC untuk mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan UMKM yang diselenggarakan oleh PT ABC. UMKM ABC yang berdiri tahun 2018 lalu dan bisa dikatakan salah satu usaha *Start Up*, karena usaha yang didirikan masih dalam tahap merintis. UMKM ABC menemukan kesulitan dalam menjalankan usaha dan belum memiliki rencana pengembangan bisnis sehingga, hadirnya UMKM ABC pada kegiatan pelatihan dan pendampingan UMKM di PT ABC menginginkan untuk membuat rencana pengembangan bisnis sebagai pedoman untuk menjalankan usahanya. Berdasarkan uraian permasalahan di atas penulis mengajukan judul Penelitian yaitu “Rencana Pengembangan Bisnis pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)”.

Tujuan

Tujuan dari penulisan penelitian ini adalah menyusun target usaha, strategi bisnis dan kebutuhan usaha pada UMKM ABC.

ISI

Metodologi Pelaksanaan

Data Penelitian diperoleh berdasarkan pengamatan langsung di PT ABC yang dilaksanakan pada tanggal 4 Februari - 4 April 2019. Data yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam Penelitian di PT ABC adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif digunakan menguraikan dan mendeskripsikan Target usaha, Strategi Bisnis dan analisis kebutuhan pada aspek sarana prasarana dan sistem manajemen. Metode kuantitatif digunakan untuk menganalisis kebutuhan tenaga kerja. Dalam menentukan jumlah tenaga kerja yang akan dipekerjakan oleh UMKM ABC dihitung berdasarkan analisis beban kerja karyawan dengan rumus sebagai berikut

$$\text{Analisis Beban Kerja} = \frac{\text{Volume Pekerjaan}}{\text{Standar Prestasi Kerja}} \times 1 \text{ Orang}$$

(Hasibuan, 2014)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rencana bisnis adalah *blueprint* usaha atau pedoman kegiatan operasional bagi pimpinan dan karyawan serta pihak pihak yang bekerjasama (Mulyantini & Lastiningsih, 2013). Rencana pengembangan bisnis ini berisi mengenai target usaha, strategi bisnis dan analisis kebutuhan serta rencana keuangan

UMKM ABC untuk tiga Tahun mendatang yaitu Tahun 2019 sampai Tahun 2021. Target usaha UMKM ABC berupa target pendapatan yang akan dicapai pada setiap Tahunnya. Strategi bisnis berupa strategi yang akan digunakan untuk mencapai target usaha yang telah dibuat. Penentuan kebutuhan usaha ditentukan berdasarkan 3 aspek yaitu sarana prasarana, sumber daya manusia, dan sistem manajemen. Berikut rencana pengembangan bisnis UMKM ABC.

1. Target Usaha

Target usaha dalam hal ini berupa capaian yang ingin dicapai oleh pelaku usaha dalam kurun waktu tertentu. Target usaha yang ditetapkan untuk UMKM ABC adalah target usaha dalam bentuk pendapatan yang akan dicapai dalam kurun waktu 3 Tahun mendatang yaitu Tahun 2019 sampai Tahun 2021. Target usaha disusun agar meningkatkan pendapatan UMKM ABC, sehingga keuntungan yang diperoleh akan lebih tinggi. Keuntungan diperoleh dari hasil penerimaan dikurangi dengan jumlah biaya yang dikeluarkan, jadi untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi harus di imbangi dengan menaikkan jumlah produksi agar keuntungan juga meningkat.

Target usaha yang ditetapkan UMKM ABC untuk Tahun pertama yaitu Tahun 2019 sebesar Rp501.500.000,- lalu untuk Tahun 2020 menetapkan target pendapatan sebesar Rp752.550.000,- dan untuk Tahun ke 3 yaitu 2021 UMKM ABC menetapkan target usaha sebesar Rp1.053.753.300. Target pendapatan UMKM ABC meningkat setiap Tahunnya, jika di presentase Tahun 2019 ke Tahun 2020

target pendapatan diproyeksikan akan naik sebesar 50% sedangkan pada Tahun 2020 ke Tahun 2021 target pendapatan akan diproyeksikan naik sebesar 40%.

Upaya yang dilakukan agar menaikkan volume produksi dengan menambah sarana prasarana, sumber daya manusia, dan kebutuhan-kebutuhan usaha yang di butuhkan untuk menunjang kegiatan usaha serta mengadakan sebuah pelatihan karyawan sebagai upaya meningkatkan keterampilan karyawan agar dapat menghasilkan produk dalam jumlah yang lebih banyak.

Penetapan target usaha tersebut disusun agar UMKM ABC dapat menaikkan jumlah produksi dan volume penjualan. Menaikan jumlah produksi dan volume penjualan diharapkan akan dapat meningkatkan pendapatan UMKM ABC yang nantinya akan digunakan untuk menambah sarana prasarana dan menambah sumber daya manusia serta kebutuhan-kebutuhan yang lain yang akan menunjang kegiatan usaha.

2. Strategi Bisnis

Setiap lembaga atau perusahaan tentunya memiliki strategi tersendiri untuk mencapai tujuannya, yang perlu dilakukan adalah membuat rencana dan mengimplementasikan ke usaha yang sedang dilakukan agar memaksimalkan target usaha, tentunya untuk mengimplementasikan rencana tersebut harus diiringi dengan komitmen serta konsistensi agar rencana yang telah disusun dapat berjalan sesuai dengan rencana. Strategi bisnis yang bisa diterapkan atau diadopsi adalah sebagai berikut: a. Diversifikasi yaitu strategi bisnis untuk meningkatkan hasil produksi dengan

cara mengembangkan jenis produk. Diversifikasi merupakan salah satu cara untuk meningkatkan volume penjualan, dengan diversifikasi produk suatu perusahaan tidak akan bergantung pada satu jenis produk saja, tetapi produk lainnya (Khamidi dkk, 2008)

b. Inovasi yaitu strategi bisnis untuk meningkatkan hasil produksi dengan melakukan usaha pembaharuan dan pengembangan untuk menghasilkan produk baru. Produk baru meliputi produk orisinal, produk yang disempurnakan, produk yang dimodifikasi dan merek baru yang dikembangkan melalui usaha riset atau pengembangan (Haryono dan Marniyati, 2017)

UMKM ABC menerapkan strategi bisnis diversifikasi dan inovasi produk yaitu strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan produktivitas perusahaan dengan melakukan pengembangan jenis produk, dan melakukan pembaharuan serta pengembangan untuk menghasilkan produk baru. Pengembangan jenis produk yang dapat ditingkatkan ialah mengembangkan varian model design hanbok mulai dari bahan perbedaan bahan dasar dan model hanbok, yaitu menggunakan bahan dasar dari tenun dan model hanbok untuk anak-anak dan melakukan inovasi menjadi bentuk yang lain yaitu outer batik serta membuat target target penjualan sebagai berikut:

Tabel 2. Target Pendapatan UMKM ABC Tahun 2019-2021

Tahun 2019			
Produk	Volume	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)
Hambok Jawa	400	425.000	170.000.000
Hambok Batik	350	425.000	148.750.000
Hambok HoeHoe	230	425.000	97.750.000
Hambok Tenun	200	425.000	85.000.000
Total	1180		501.500.000
Tahun 2020			
Hambok Jawa	500	425.000	212.500.000
Hambok Batik	430	425.000	182.750.000
Hambok HoeHoe	400	425.000	170.000.000
Hambok Tenun	300	425.000	127.500.000
Hambok Kids	200	299.000	59.800.000
Total	1830		752.550.000
Tahun 2021			
Hambok Jawa	650	436.050	283.432.500
Hambok Batik	550	436.050	239.827.500
Hambok HoeHoe	500	436.050	218.025.000
Hambok Tenun	400	436.050	174.420.000
Hambok Kids	250	306.774	76.693.500
Outer Batik	200	306.774	61.354.800
Total	2550		1.053.753.300

Tabel 2 menjelaskan bahwa target pendapatan UMKM ABC sudah berisikan strategi bisnis diversifikasi dan inovasi. Hal tersebut dibuktikan dengan rencana peningkatan hasil produksi dengan cara mengembangkan jenis produk yang dimiliki oleh ABC dan berinovasi dengan menciptakan produk baru pada setiap Tahunnya, seperti penambahan produk hambok tenun pada Tahun 2019 sehingga target pendapatan yang akan dicapai sebesar Rp501.500.000, kemudian penambahan produk hambok kids pada Tahun 2020 dan target yang akan dicapai sebesar Rp752.550.000 serta penambahan produk outer batik pada Tahun 2021 untuk melengkapi produk UMKM ABC, sehingga target yang akan dicapai pada Tahun 2021 sebesar Rp1.053.753.300.

3. Kebutuhan Usaha UMKM ABC

Kebutuhan usaha UMKM ABC dianalisis terfokus pada 3 aspek yaitu sarana dan prasarana, aspek sumberdaya manusia dan aspek sistem manajemen. Berikut kebutuhan Usaha UMKM ABC

1. Sarana Prasarana

Produksi pada Tahun 2018 UMKM ABC bermitra dengan penjahit dan tempat produksi kain batik tulis, untuk Tahun 2019 UMKM ABC masih akan bermitra dengan penjahit dan tempat produksi kain batik tulis. Tahun 2020 UMKM ABC akan membeli 3 unit alat produksi guna memproduksi produknya sendiri dan tentunya agar biaya produksi yang dikeluarkan akan lebih rendah. Selain membeli alat produksi di Tahun 2020 ABC akan menambah laptop/ komputer mengingat pemasaran produk UMKM ABC melalui beberapa media online seperti *Instagram*, *Facebook* dan *blog*. Tahun 2021 melengkapi sarana prasarana untuk usaha yang dijalankan seperti menambah 1 unit alat produksi, menambah 1 unit alat komunikasi, 1 unit laptop/komputer, 1 unit kendaraan (Motor) dan akan membangun sebuah toko *offline* guna menambah sarana dan prasarana usaha yang akan dijalankan.

2. Sumber Daya Manusia

Tahun 2019 UMKM ABC masih akan bekerjasama atau bermitra dengan penjahit yang sudah bekerjasama dari awal UMKM ABC berdiri, untuk Tahun 2020 UMKM ABC baru akan merekrut pegawai sebanyak 2 orang untuk dibagian produksi. Tahun 2021 ABC akan melengkapi formasi dengan menambah 3 orang pegawai baru yaitu 1 untuk bagian pemasaran, 1 pegawai dibagian keuangan dan

1 orang pegawai lagi untuk dibagian produksi. Penentuan jumlah karyawan ditetapkan berdasarkan analisis beban kerja karyawan. Setelah melakukan penambahan kuantitas pegawai, dari sisi kualitas pegawai juga perlu diadakan pengembangan kompetensi sesuai dengan bidang keahlian masing-masing yaitu bagian produksi, keuangan dan pemasaran. Hal tersebut bertujuan untuk memaksimalkan potensi yang dimiliki disamping terbatasnya jumlah karyawan, sehingga masing-masing karyawan dapat bekerja secara lebih efektif dan efisien. Berikut rencana kebutuhan sumber daya manusia UMKM ABC:

a. Tenaga Kerja Bagian Produksi

UMKM ABC akan merekrut karyawan sejumlah 2 orang untuk bagian produksi di Tahun 2020. Tugas dan pekerjaan yang dilakukan oleh tenaga kerja bagian produksi yaitu mempersiapkan bahan dan melakukan kegiatan produksi yaitu menjahit baju hanbok. Standar Prestasi kerja yang dimiliki oleh tenaga kerja bagian produksi yaitu dalam satu hari kerja (7 Jam) mampu memproduksi sebanyak 3 set baju hanbok, sehingganya target di Tahun 2020 sebanyak produk membutuhkan 2 orang pegawai. Tahun 2021 dengan target 2550 unit produk membutuhkan tambahan 1 orang tenaga kerja kembali, sehingganya total tenaga kerja yang dibutuhkan sampai Tahun 2021 yaitu 3 orang tenaga kerja bagian produksi. Perhitungan penambahan jumlah karyawan menggunakan analisis beban kerja.

b. Tenaga Kerja Bagian Keuangan

Rencana penambahan tenaga kerja untuk bagian keuangan adalah pada Tahun 2021.

Adapun tugas untuk pegawai bagian keuangan adalah untuk membuat laporan keuangan bulanan dan Tahunan UMKM ABC, sehingganya administrasi keuangan UMKM ABC menjadi lebih baik. Penambahan karyawan bagian keuangan ini baru membutuhkan sebanyak 1 orang pegawai.

c. Tenaga Kerja Bagian Pemasaran

Rencana adanya tenaga kerja dibagian pemasaran yaitu pada Tahun 2021, hal tersebut karena UMKM ABC berencana memiliki toko *offline* pada Tahun 2021. Tugas untuk bagian pemasaran yaitu bertanggung jawab terhadap media online yang digunakan untuk melakukan pemasaran produk ABC dan mencari serta mengumpulkan informasi pasar yang berhubungan dengan segmen pasar. Adapun segmentasi dari produk UMKM ABC adalah kalangan menengah keatas.

3. Sistem Manajemen

Sistem manajemen yang dimaksud adalah upaya yang dilakukan sebagai faktor pendukung yang perlu dilakukan disamping rencana sarana prasarana dan sumber daya manusia. Sistem manajemen yang dilakukan seperti melakukan promosi dan pendampingan jasa konsultan bisnis. Tahun 2019 UMKM ABC akan melakukan promosi penjualan melalui beberapa media *online* yaitu menggunakan *Instagram Ads*, *endors* artis tanah air dan melakukan foto produk guna mengisi katalog online yang dimiliki dan dikelola oleh UMKM ABC. Penerapan e-bisnis atau pemasaran *online* pada perusahaan, secara tidak langsung akan meningkatkan nilai perusahaan yang dapat memberikan dampak pada meningkatnya tingkat perekonomian di

[KARYA ILMIAH MAHASISWA AGRIBISNIS]

Indonesia (Saty dkk, 2018). Promosi produk tersebut akan dilakukan oleh UMKM ABC setiap Tahunnya. Penggunaan jasa konsultan dilakukan pada Tahun 2019 sampai Tahun 2021 sebagai upaya dalam pendampingan dalam mengelola manajemen usaha agar UMKM ABC dapat mencapai target yang telah direncanakan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka disimpulkan bahwa, Target pendapatan Tahun Tahun 2019 sebesar Rp501.500.000,- Tahun 2020 sebesar Rp752.550.000,- dan Tahun 2021 Rp1.053.753.300,-. Strategi bisnis yang digunakan untuk mencapai target usaha yang telah ditentukan yaitu diversifikasi dan inovasi produk. Hasil dari Analisis kebutuhan usaha Tahun 2019-2021 di UMKM ABC yaitu dibutuhkan 1 alat komunikasi pada Tahun 2019, Tahun 2020 membutuhkan 3 mesin produksi dan satu unit laptop. Pada Tahun 2021 melengkapi sarana prasarana dengan menambah satu unit mesin produksi, satu unit alat komunikasi, satu unit kendaraan, satu unit laptop dan membangun sebuah toko. Kebutuhan pada aspek sumber daya manusia yaitu dengan merekrut pegawai dan melakukan pelatihan pegawai. Pada aspek sistem manajemen dibutuhkan promosi produk dan pendampingan dari lembaga konsultan.

Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, maka penulis memberikan saran kepada UMKM ABC perlu memahami secara rinci setiap perencanaan dan

mengimplementasikan setiap rencana yang telah disusun secara bertahap serta berkomitmen dan konsisten untuk menjalankan usaha dengan rencana strategi bisnis agar usaha yang dijalankan sesuai dengan rencana yang telah disusun

Referensi

- Apriyani, M., & Saty, F. M. (2018). *Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)*. Bandar Lampung: UP Politeknik Negeri Lampung.
- Haryono, T., Khoiriyah, S., Handayani, R., & Sugiarti, R. (2018). Mengapa UKM Garmen Di Kabupaten Klaten Mampu Bertahan Di Tengah Persaingan Pasar Bebas? *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*,
- Saty, F. M., Apriyani, M., & Supriyatna, A. R. (2018). Persepsi Pelaku UMKM Terhadap Penerapan e-Bisnis Pertanian di Bandar Lampung (*Perception of MSME Actors on the Application of Agricultural e-Business in Bandar Lampung*).
- Haryono dkk. 2017. Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 17(7), 51–68.
- Hasibuan, Melayu S.P. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Khamidi, S., Fauzi, A., & Suyadi, I. 2008. Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Penjualan (Studi Kasus Pada Perusahaan Konveksi “ Faiza Bordir ” Bangil – Pasuruan).
- Mulyantini dkk .2013. Penyusunan Business Plan Sebagai Pedoman UMKM di Wilayah Depok. *Jurnal*, 26.
- Rangkuti, F. 2000. *Business Plan (2nd ed.)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

The image shows a screenshot of a plagiarism checker interface. At the top, a purple header displays the document name 'RIZKYPRIYOW JURNAL.docx' and the time '1 menit yang lalu'. Below this, a white box shows the 'Go' logo and the text 'Risiko dari plagiarisme' with a 'MEDIUM' risk level. A table below lists 'Parafrase' (0%), 'Kutipan salah' (0%), and 'Concentration' (3 stars). A grey sidebar contains 'Bagikan', 'Deep' (\$1.00), and 'Monetize'. At the bottom, a green button for 'View report' is priced at \$5.07.

RIZKYPRIYOW JURNAL.docx
1 menit yang lalu

Go Risiko dari plagiarisme
MEDIUM

Parafrase	0%
Kutipan salah	0%
Concentration	☆☆☆

↪ Bagikan

🔍 Deep \$ 1.00

🔒 Monetize

🔒 View report \$ 5.07