

KONSEP BUSINESS PLAN UNTUK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH

Hasni

Institut Agama Islam Negeri Bone

E-mail : hasni.abdsalam@gmail.com

ABSTRACT

The pandemic has had a significant impact on various aspects of human life worldwide, including in Indonesia. The business sector, especially micro, small and medium enterprises or MSME, has also been heavily impacted by the pandemic. As the most significant contributor to Gross Domestic Product, the government continues to strive so that MSME can bounce back. The rise of MSME will encourage improvement in the country's economic growth. Many programs are carried out by the government so that MSME can be active again. Still, these programs will not be helpful if entrepreneurs in the MSME sector do not know how to manage their business to survive uncertain external conditions. A business plan is one solution. Entrepreneurs who can make a good business plan will make the business run well. It can help formulate the right strategy to build a company that can survive in challenging conditions and become a sustainable business. The concept of a simple but effective business plan is explained in this article to help business actors in the MSME sector with implications for the government and the private sector to help MSME learn to develop their business plans.

Keywords: konsep; UMKM; Business Plan

PENDAHULUAN

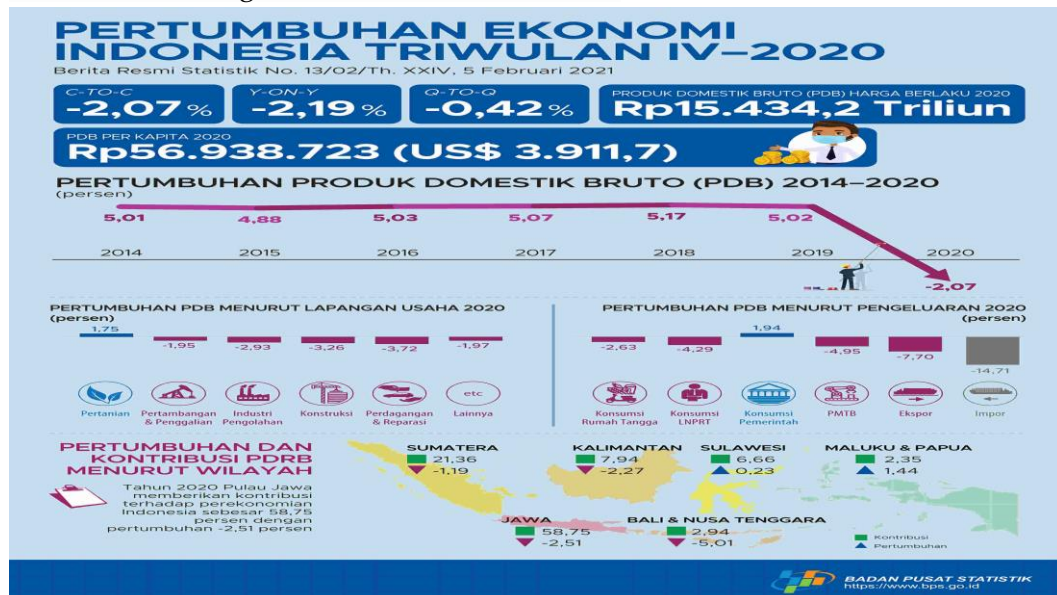
Sejak awal tahun 2019, seluruh dunia termasuk Indonesia memusatkan perhatiannya pada sebuah virus baru yang bernama Virus Corona atau Severe Acute Respiratory Syndrome Corona Virus 2 (SARS-CoV-2). Virus tersebut berawal dari kota Wuhan, China. Nama penyakitnya adalah Corona Virus Disease 2019 (COVID-19). Virus ini menyerang sistem pernapasan dengan penularan melalui droplet pada saat batuk atau pun bersin atau melalui droplet yang menempel pada benda-benda mati yang ada di sekitar kita. Karena virus tersebut, Corona bisa menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernapasan, infeksi paru-paru yang berat, hingga kematian.

Virus Corona masuk ke Indonesia melalui dua warga Depok yang terkonfirmasi positif COVID-19 pada awal Maret 2020 setelah kontak dengan temannya yang berwarga negara asing yang juga terkonfirmasi positif COVID-19. WHO pun menetapkan bahwa virus Corona adalah pandemi sejak tanggal 9 Maret 2020. Hal ini berarti virus Corona telah menyebar secara luas ke seluruh dunia. Masuknya virus ini ke Indonesia membawa perubahan besar. Termasuk perubahan kebiasaan. Kebiasaan ini muncul untuk mencegah terjadinya penularan yang lebih meluas. Kebiasaan ini menjadi protokoler kesehatan yang merupakan kewajiban di seluruh lini kehidupan masyarakat Indonesia yang dikenal dengan nama 5M yaitu

memakai masker, mencuci tangan, menjaga jarak, menghindari kerumunan, dan mengurangi mobilisasi. Kebiasaan inilah yang justru merupakan hal yang sangat menakutkan bagi para pelaku usaha terutama UMKM.

UMKM dengan sistem usaha yang dibangun secara sederhana sangat terdampak atas munculnya virus Corona tersebut. Dampaknya bahkan masih dirasakan sampai hari ini. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Bank Indonesia sebanyak 87,5 % UMKM terdampak pandemi Covid-19. Dari jumlah tersebut, sekitar 93,2 % di antaranya terdampak negatif pada sisi penjualan. Berdasarkan survey tersebut didapatkan informasi bahwa pandemi menyebabkan tekanan pada pendapatan, laba, dan arus kas UMKM. Dari total 6 sektor UMKM yang ada, sektor perdagangan mengalami penurunan sebanyak 3,2% selama pandemi Covid-19 (Dani Saputra, 2021).

Dampak yang dirasakan oleh UMKM akibat pandemi Covid-19 juga dirasakan oleh negara Indonesia secara umum.



Data di atas menunjukkan bahwa PDB mengalami penurunan selama masa pandemi. Hal ini sangat bisa terjadi karena dampak pandemi memang sangat dirasakan oleh UMKM sebagai pemberi kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto sebesar 61,07 % atau senilai Rp 8.573,89 triliun berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) pada bulan Maret 2021 dengan jumlah UMKM mencapai 64,2 juta. Hebatnya, UMKM mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada, serta dapat menghimpun sampai 60,42 % dari total investasi di Indonesia (Kemenkue, 2021).

Banyak UMKM mengalami kesulitan permodalan selama masa pandemi. Berdasarkan survei Badan Pusat Statistik tahun 2020, ada sekitar 69,02 % UMKM mengalami kesulitan permodalan di saat pandemi Covid-19. Hal yang sama diperoleh dari data Laporan Pengaduan ke Kemenkop UKM per Oktober 2020

bahwa sebanyak 39,22 % UMKM mengalami kendala sulitnya permodalan selama pandemi Covid-19. Hal tersebut menunjukkan bahwa UMKM membutuhkan bantuan pemodal. Pemerintah sudah menyiapkan klaster dukungan kepada UMKM sebesar Rp 95,87 triliun. Berikut adalah beberapa program pemerintah dan realisasinya untuk mendukung pemodal pada UMKM:

1. Restrukturisasi kredit. Per 31 Juli 2021

Realisasi: telah dimanfaatkan oleh lebih dari 3,59 juta UMKM dengan nilai sebesar Rp 285,17 triliun.

2. BPUM (Banpres Produktif Usaha Mikro) sebesar Rp1,2 juta

Realisasi: telah dimanfaatkan oleh 12,8 juta usaha mikro

3. BT-PKLW (Bantuan Tunai Pedagang kaki Lima dan Warung) yang mulai berjalan di bulan September ini sebesar Rp1,2 juta

Realisasi: telah disalurkan kepada 1 juta PKL dan warung

4. Peningkatkan plafon KUR dari Rp 253 triliun menjadi Rp 285 triliun di 2021.

Realisasi: Rp183,78 triliun (64,48 %) telah diberikan kepada 4,9 juta debitur hingga 20 September 2021. Secara akumulasi, KUR telah dimanfaatkan oleh 29,5 juta debitur sebesar Rp 322 triliun

Pemerintah sudah memberikan bantuan pemodal untuk para pelaku UMKM. Ini jelas sangat membantu. Masalah berikutnya adalah bagaimana para pelaku UMKM tersebut mampu menggunakan bantuan pemodal tersebut dengan sangat baik sehingga bisa kembali meningkatkan pendapatannya. Tanpa ada perencanaan yang matang, maka bantuan tersebut akan menjadi sia-sia. Bantuan tersebut akan habis hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yang sifatnya lebih penting atau justru hanya untuk melunasi hutang yang menunggak. Untuk itu, artikel ini akan memberikan konsep *business plan* yang bisa digunakan oleh para pelaku UMKM agar usaha yang dijalankan bisa berjalan sesuai dengan rencana dan tetap bisa bertahan dalam kondisi yang tak terduga sekalipun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

1. Definisi UMKM

Sesuai dengan kepanjangannya, UMKM merupakan sektor usaha yang terdiri dari usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. UMKM sendiri sudah diatur oleh pemerintah melalui UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Dijelaskan bahwa UMKM artinya sebagai bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil. Jenis-jenis usaha di luar usaha tersebut berarti tidak termasuk dalam kategori UMKM.

UMKM memiliki peranan besar terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. terbukti bahwa UMKM merupakan penyumbang PDB terbesar dan paling banyak menyerap tenaga kerja. Tidak berlebihan jika dikatakan bahwa UMKM merupakan sektor usaha yang ukurannya kecil tapi jumlahnya sangat banyak dan memberikan dampak yang sangat besar bagi perekonomian negara. UMKM juga merupakan sektor usaha yang relatif tahan terhadap krisis keuangan. Hal ini terbukti bahwa saat perusahaan-perusahaan besar banyak yang gulung tikar karena krisis ekonomi di tahun 1998, UMKM justru tetap bertahan.

2. Jenis UMKM

Berdasarkan definisi UMKM yang telah dijelaskan sebelumnya, maka UMKM dapat digolongkan menjadi beberapa jenis yaitu: (Liputan 6.com, akses 2020)

- a) Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro seperti:
 - 1) Penjualan atau omzet paling banyak Rp 300 juta/ tahun
 - 2) Jumlah aset bisnisnya maksimal Rp 50 juta (tidak termasuk aset tanah dan bangunan).
 - 3) Wajib membayar pajak PPh final 0,5% (berdasarkan PP Nomor 23 Tahun 2018)
 - 4) Memiliki 1-5 tenaga kerja
 - 5) Pengelolaan keuangan sangat sederhana bahkan masih bergabung bersama keuangan pribadi
 - 6) Dibina oleh kabupaten dan kota
 - 7) Relatif tidak berbadan hukum
- b) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar dengan kriteria sebagai berikut:
 - 1) Penjualan antara Rp 300 juta sampai Rp 2,5 miliar per tahun.
 - 2) Kekayaan bersih antara Rp 50 juta - Rp 500 juta
 - 3) Wajib membayar pajak PPh final 0,5% atau tidak tergantung pada peredaran brutonya (berdasarkan PP Nomor 23 Tahun 2018)
 - 4) Memiliki 6-19 tenaga kerja
 - 5) Pengelolaan keuangan sudah lebih profesional dibanding dengan usaha mikro.
 - 6) dibina oleh provinsi
 - 7) wajib berbadan hukum

- c) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan kriteria sebagai berikut:
- 1) Penjualan lebih dari Rp 2,5 miliar - Rp 50 miliar per tahun
 - 2) Kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) di atas Rp 500 juta per tahun (apa itu UMKM).
 - 3) Wajib membayar pajak PPh final 0,5% atau tidak tergantung pada peredaran brutonya (berdasarkan PP Nomor 23 Tahun 2018)
 - 4) Memiliki 20-99 tenaga kerja
 - 5) Pengelolaan keuangan sudah terpisah dengan keuangan pribadi dan sudah memiliki legalitas.
 - 6) Dibina secara nasional
 - 7) Wajib berbadan hukum

3. *Business Plan*

a) Definisi *Business Plan*

Business plan merupakan dokumen tertulis yang menunjukkan bagaimana usaha yang akan dijalankan di masa yang akan datang (Suliyanto, 2010). *Business planning* sangat penting ketika ingin memulai suatu usaha. Kata "*planning*" merupakan proses dalam menentukan rencana. Hasil dari "*planning*" disebut "*plan*". Dalam rencana tersebut ditetapkan tujuan yang akan dicapai beserta langkah-langkah yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Rencana bisa dibuat secara tertulis maupun tidak tertulis. Tetapi akan lebih baik lagi jika dilakukan secara tertulis (Hasibuan, 2014).

Usaha tanpa *business plan* sama saja dengan membangun usaha tanpa pondasi. Tiang dan atap usaha tidak akan bisa digunakan dengan baik tanpa pondasi berupa *business plan*. *Business plan* akan mengarahkan pelaku usaha menuju arah tujuan yang diinginkan atau dicita-citakan. Melalui *business plan*, pelaku usaha akan mengetahui dengan jelas apa saja yang harus dilakukan selama proses usaha, bagaimana melakukan proses tersebut, dan apa tujuan akhir dari proses tersebut. Dalam perjalanan usaha yang memiliki banyak hambatan, *business plan* diperlukan sebagai kompas penunjuk arah kemana usaha akan dibawa.

b) Urgensi *Business Plan*

Dengan menggunakan *business plan*, diharapkan para pelaku usaha mampu: (Abdurrahman, 2013)

- 1) Menentukan kemana arah usaha yang akan dijalani
- 2) Memperkirakan waktu, tenaga, dan bahan yang akan digunakan dalam menjalankan usaha

- 3) Mencapai tujuan usaha
- 4) Membantu manajer dalam menjalankan tugasnya
- 5) Memonitor perubahan-perubahan yang terjadi sehingga dapat segera dilakukan penyesuaian.
- 6) Melaksanakan *business plan* selanjutnya dengan lebih baik karena sudah memiliki landasan di *business plan* sebelumnya
- 7) Melihat peluang baru untuk usaha ke depan
- 8) Membimbing manajemen memikirkan kegiatan yang diharapkan bisa dilaksanakan di masa yang akan datang

Semua usaha selalu berasal dari usaha yang kecil. Untuk bisa berkembang menjadi usaha besar maka setiap usaha harus siap menghadapi segala tantangan yang akan terjadi di masa depan. Dengan adanya *business plan*, diharapkan para pelaku usaha, khususnya para pelaku usaha di sektor UMKM bisa lebih siap karena sudah terbiasa dengan segala persiapan yang sudah dituliskan pada *business plan*. Segala tantangan yang dihadapi sejak usaha masih kecil (UMKM) akan membuat usaha akan menjadi semakin kuat di masa yang akan datang. Terutama jika sudah terbiasa melakukan usaha yang diawali dengan *business plan* yang matang. Adalah hal yang mustahil jika sebuah usaha bisa dijalankan dengan baik tanpa adanya *business plan* terlebih dahulu, betapapun sederhananya *business plan* tersebut.

Bob Sadino pernah mengatakan bahwa usaha yang baik adalah usaha yang dikerjakan, bukan usaha yang dipikirkan. Segala sesuatu yang hanya sampai pada pemikiran saja, tidak akan ada hasilnya tanpa implementasi. Tapi implementasi tanpa ada rencana yang matang pun akan sulit untuk dijalankan dan sulit untuk berkembang. Di sinilah urgensi dari sebuah *business plan*. *Business plan* yang sarat akan teori, istilah, dan strategi yang rumit akan menjadi sesuatu hal yang memberatkan bagi pelaku usaha di sektor UMKM. UMKM justru memerlukan *business plan* yang sederhana dan mudah dimengerti sehingga bisa direalisasikan. Tak perlu ada format yang kaku, apalagi istilah-istilah yang berat tapi justru tidak bisa dipakai sebagai landasan sebuah usaha untuk dijalankan. Seperti sederhananya sebuah UMKM, maka sesederhana itu pula *business plan* yang perlu dibuat.

Business plan untuk UMKM perlu dibuat secara tertulis karena kemampuan otak manusia ada batasnya. Tidak semua hal bisa diingat secara pasti, begitu juga dengan *business plan* yang tidak dibuat tidak secara tertulis. Bisa saja memori berkurang atau bahkan hilang sama sekali. Jika dibuat secara tertulis, maka akan lebih gampang untuk mengingat kembali, mengecek kembali, memonitor, dan mengevaluasi apa yang telah dilakukan. *Business plan* selanjutnya pun akan lebih

mudah dibuat jika sudah memiliki *business plan* sebelumnya secara tertulis. Jadi *business plan* yang dibuat secara tertulis merupakan bagian dari pengendalian risiko tidak adanya landasan bagi usaha untuk dijalankan, dilanjutkan, dan dikembangkan ke skala yang lebih besar.

c) Syarat *Business Plan*

Sebuah *business plan* harus dibuat secara tertulis merupakan salah satu syarat yang sebaiknya dipenuhi. Selain syarat tersebut, maka ada beberapa syarat lain yang seharusnya dipenuhi bagi sebuah *business plan* yang baik seperti bisa diterima oleh semua pihak, bersifat fleksibel dan realistis, mencakup seluruh aspek kegiatan usaha dan mampu merumuskan langkah-langkah kerja usaha yang efektif dan efisien (Supriyanto, 2009: 76). Ditambahkan lagi bahwa *business plan* yang baik adalah *business plan* yang memenuhi syarat-syarat sebagai berikut: (Yusuf dan Eka Sari Budihastuti, 2017)

- 1) Visi, misi, tujuan, dan sasaran yang akan dicapai tertulis dengan jelas
- 2) Bersifat menantang
- 3) Memiliki dasar tujuan pencapaian yang jelas
- 4) Mengetahui kondisi persaingan

Business plan merupakan alat perencanaan yang mengubah ide menjadi realita. Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya bahwa salah satu syarat *business plan* yang baik adalah bersifat realistis, artinya bisa dan layak untuk diimplementasikan. Ada tujuh data yang perlu ada untuk membuat *business plan* menjadi bisa dan layak diimplementasikan yaitu data ekonomi, profil produk/jasa, ukuran pasar, proses produksi, sumber pendapatan, laporan keuangan, dan perhitungan keuangan (Pramudiana, dkk, 2016).

d) Tujuan *Business Plan*

Menyusun *business plan* sangat penting dilakukan karena memiliki beberapa tujuan utama yang dapat menguntungkan usaha ke depannya, baik bagi usaha yang sudah besar maupun yang masih UMKM. Berikut ini beberapa tujuan dari adanya *business plan*:

- 1) Membantu agar tetap kreatif dan fokus pada tujuan yang telah ditetapkan sejak awal membuka usaha
- 2) Alat untuk mencari dana sehingga dapat digunakan untuk mengatur keuangan
- 3) Sarana komunikasi bisnis untuk menarik orang lain seperti pemasok, konsumen, dan penyandang dana. Orang-orang tersebut akan mengerti tentang usaha jika usaha tersebut memiliki *business plan*
- 4) Mempermudah dalam menjalankan usaha karena langkah-langkah praktis dalam menghadapi persaingan, membuat promosi, dan sebagainya sudah tertuang dengan jelas dalam *business plan*

- 5) Mempermudah dalam melakukan pengawasan
- 6) Sebagai bahan penyusunan strategi dan evaluasi bisnis

Secara umum, bisa dikatakan bahwa *business plan* dibuat dengan tujuan untuk kepentingan internal dan kepentingan eksternal. Secara internal, *business plan* digunakan sebagai pedoman operasional atau panduan arah pengembangan perusahaan sedangkan secara eksternal, *business plan* digunakan sebagai alat penjualan dan untuk menjalin kerja sama atau memperoleh dana pinjaman usaha dari pihak perbankan, para investor, atau lembaga keuangan lainnya (Solihin, 2011).

B. Konsep Business Plan Untuk UMKM

Business plan meliputi apa, bagaimana, siapa, kapan, dan mengapa usaha akan dijalankan. Secara umum, *business plan* terdiri dari tujuan usaha, strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut, masalah apa yang akan dihadapi saat usaha dijalankan dan bagaimana cara mengatasi masalah tersebut, struktur organisasi usaha, pelaksanaan usaha, dan modal yang diperlukan untuk menjalankan usaha serta cara mempertahankannya untuk meraih Break Event Point.

Untuk UMKM, perlu ada konsep penulisan UMKM yang sederhana agar lebih mudah. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa sebuah *business plan* paling tidak sudah memuat hal-hal berikut: (Susilowati, 2013)

- 1) Jenis usaha apa yang akan dijalankan
- 2) Mengapa memilih jenis usaha tersebut
- 3) Dimana tempat atau lokasi usaha tersebut
- 4) Siapa target pasarnya
- 5) Sumber modalnya berasal dari mana
- 6) Mesin-mesin apa saja yang diperlukan untuk menjalankan usahanya
- 7) Berapa banyak karyawan yang diperlukan

Berikut konsep penulisan UMKM yang sederhana agar lebih mudah di pahami:

1. Latar Belakang

Setiap usaha yang akan dibuat diharapkan dapat menjadi solusi bagi masalah-masalah yang ada di masyarakat yang belum terselesaikan oleh usaha yang sudah ada. Solusi inilah yang seharusnya dicari oleh para calon pelaku usaha, begitu pula dengan UMKM yang nantinya diharapkan bisa memperbesar skala usahanya. Solusi ini bisa didapatkan dengan melakukan riset pasar. Riset pasar ini sebaiknya dilakukan sendiri oleh calon pelaku usaha. Untuk UMKM, riset bisa dilakukan dengan cara yang sangat sederhana.

Bagi para calon pelaku usaha UMKM bisa melakukan riset dengan sering berkumpul dengan orang-orang di pasar tradisional. Berbincang

santai dengan para pelaku usaha atau bahkan dengan konsumen. Atau bisa dengan sering berkumpul atau berbincang di pangkalan ojek, di warung-warung, di tempat berkumpul para ibu seperti di penjual sayur atau di penjual lauk-pauk. Dari hasil perbincangan tersebut, calon pelaku usaha bisa saja menemukan masalah yang dialami oleh konsumen yang sebenarnya belum terpecahkan. Maka, masalah yang belum terpecahkan tersebutlah yang bisa menjadi peluang usaha. Hal inilah yang bisa dibahas dalam bagian latar belakang sebuah *business plan*.

2. Data Usaha

Bagi para pelaku usaha di sektor UMKM, data usaha bisa merupakan tempat usaha yang akan digunakan untuk mengoperasikan usahanya. Bisa jadi tempatnya di gerobak pinggir jalan, kios kecil yang disewa, atau bahkan di rumah tempat tinggal pelaku usaha. Di era dengan teknologi berkembang pesat seperti sekarang, tidak ada salahnya pelaku usaha di sektor UMKM diperkenalkan dengan teknologi. Minimal penggunaan media sosial atau *market place* untuk memasarkan produk atau jasa dari usaha yang akan dijalankan.

Tidak seperti usaha-usaha besar yang biasanya memiliki kantor yang besar dan megah serta pabrik tempat produksi barang, UMKM tidak memiliki tempat usaha pun masih bisa dijalankan. Pemanfaatan media sosial dan *market place* akan sangat membantu dalam proses pemasaran. Melalui media sosial atau *market place* tersebut, UMKM bisa langsung berkomunikasi dengan konsumennya.

3. Tujuan Usaha

Untuk tujuan usaha, pelaku UMKM tidak perlu memikirkan hal-hal yang terlalu rumit yang sifatnya hanya konseptual seperti yang digunakan pada perusahaan-perusahaan besar. Pelaku UMKM cukup memikirkan *value* atau nilai apa yang akan diberikan kepada konsumennya yang membuatnya berbeda dibanding dengan usaha lainnya. Hanya dengan *value* atau nilai tersebut, usaha UMKM sudah bisa membuatnya dikenal oleh konsumen.

Value atau nilai bisa didapatkan dari keunikan yang dimiliki. Keunikan inilah yang menjadi *value* atau nilai yang bisa menunjang keberhasilan usaha UMKM. Tidak harus menjadi paling bagus, paling hebat, atau paling murah untuk bisa membuat pelaku usaha UMKM menjadi memiliki *value* atau nilai. Cukup menjadi paling unik.

4. Sumber Daya

Hal-hal yang dibahas dalam *business plan* tentang sumber daya meliputi unsur-unsur manajemen yang dikenal dengan sebutan 6M. 6M itu adalah *men, money, methods, materials, machines, dan market* (Hasibuan.). Keenam bagian ini merupakan hal yang sangat penting dalam manajemen. Mengapa 6M ini menjadi penting? Ini karena 6M ini menjadi objek yang akan diatur

dalam manajemen agar bisa bermanfaat, saling berhubungan satu sama lain, dan ada koordinasi antara yang satu dengan yang lain agar bisa digunakan untuk mencapai tujuan manajemen, dalam hal inilah adalah sebuah usaha untuk memasarkan barang/ jasa.

Men meliputi orang-orang yang akan mengoperasikan usaha yang akan dijalankan. Untuk perusahaan besar, biasanya dibuatkan dalam bentuk struktur organisasi yang dilengkapi dengan jabatan dan tanggung jawab setiap orang-orang yang terlibat dalam perusahaan. Untuk UMKM, orang-orang ini biasanya jumlahnya sedikit dan berasal dari orang-orang terdekat atau bahkan keluarga sendiri. Oleh karena itu, biasanya tidak ada struktur organisasi. Yang perlu diperhatikan adalah semua orang yang akan terlibat dalam menjalankan usaha mengetahui tugas dan tanggung jawabnya masing-masing.

Money berhubungan dengan keuangan. Hal-hal yang dibahas tentang keuangan dalam *business plan* adalah: (Suryana, 2017)

- 1) Jumlah uang yang diperlukan untuk menjalankan usaha
- 2) Pembelanjaan kas
- 3) Biaya operasional
- 4) Laporan neraca dan laporan laba rugi
- 5) Analisis Break Event Point (BEP)

Setiap pelaku usaha di sektor UMKM perlu mengetahui berapa dana yang dibutuhkan untuk menjalankan usahanya dan darimana dana tersebut akan didapatkan. Apakah dana tersebut berasal dari dana pribadi atau dari dana pinjaman. Atau kombinasi keduanya. Jika berasal dari dana pinjaman, berapa banyak yang akan dipinjam dan akan dipinjam darimana. Apakah pinjaman tersebut berasal dari pinjaman pada sesama pelaku usaha, dari keluarga, atau dari lembaga keuangan. Kalaupun berasal dari dana pinjaman maka pelaku usaha tersebut harus mampu menentukan target penghasilan usahanya agar dapat mengembalikannya tanpa mengganggu proses operasional usahanya.

Tidak perlu ada laporan keuangan yang rumit atau bahkan menyulitkan bagi para pelaku UMKM. Pencatatan keuangan yang sederhana pun sudah cukup. Yang paling penting untuk diperhatikan adalah dengan adanya *business plan* akan mengarahkan pelaku usaha di sektor UMKM untuk pandai mengelola keuangan dengan tidak mencampuradukkan antara keuangan usaha dengan keuangan pribadi. Hal lain yang perlu diperhatikan berhubungan dengan keuangan adalah arus kas. Pelaku usaha di sektor UMKM harus sadar perlunya mengetahui arus kas usaha yang sedang dijalankan. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa pelaku usaha di sektor UMKM harus memastikan tersedianya uang kas yang bisa segera digunakan untuk kegiatan operasional usaha. Kenapa hal

ini menjadi penting? Karena pelaku usaha sering menggunakan uang kas untuk keperluan pribadi atau bahkan piutang yang bisa jadi tidak ada pencatatan sama sekali. Hal ini akan menghambat perkembangan usaha terutama di sektor UMKM. Selain hal tersebut, perlu pula ditunjukkan bagaimana cara penetapan harga barang/ jasa yang akan dipasarkan.

Methods dalam *business plan* berhubungan dengan kegiatan operasional. Di bagian ini akan ditunjukkan bagaimana usaha akan berjalan, dengan cara apa akan dijalankan. Hal ini akan mudah bagi para pelaku usaha di sektor UMKM karena pada dasarnya, proses operasionalnya tidak harus melalui kegiatan yang panjang dan rumit. Pelaku usaha pada sektor UMKM biasanya terjun langsung dalam kegiatan usaha sehingga akan tahu betul bagaimana proses operasionalnya. Hal yang harus diperhatikan adalah mempersiapkan proses operasional tersebut untuk bisa digunakan pada perkembangan usaha menjadi skala yang lebih besar. Hal ini bisa dilakukan dengan penambahan tenaga kerja, penambahan peralatan dan perlengkapan untuk proses operasional, ataupun pemanfaatan teknologi.

Materials yang dimaksud dalam *business plan* adalah semua jenis bahan yang digunakan dalam proses operasional usaha. Hal ini juga bukan hal yang sulit untuk dijelaskan dalam *business plan* oleh para pelaku usaha di sektor UMKM karena biasanya pelaku usaha inilah yang tahu betul bahannya apa. Bahkan, mereka sendiri yang melakukan pembelian bahan. Begitu juga dengan *machines*. Mesin-mesin atau alat-alat yang digunakan dalam sektor UMKM adalah mesin-mesin yang sederhana yang mudah didapatkan di pasaran atau bahkan pemiliknya sendiri yang merakit atau membuat alat atau mesin yang dibutuhkan dalam menjalankan usahanya.

Market yang akan dijelaskan dalam *business plan* adalah *target market*. Sejak dini, pelaku usaha di sektor UMKM seharusnya sudah tahu kemana produk/ jasanya akan dipasarkan. Masalah spesifik apa yang ada pada konsumen tersebut yang akan diatasi dengan produk/ jasa yang akan dipasarkan. Dengan mengetahui secara jelas siapa *target market*nya, pelaku usaha di sektor UMKM tidak akan kesulitan memasarkan produk/ jasanya karena bisa menemukan strategi pemasaran yang cocok dan disukai oleh *target market*, tidak akan kalah bersaing dengan usaha lain yang berada pada *market category* yang sama, atau bahkan akan bisa berkembang menjadi usaha dengan skala yang lebih besar.

5. Analisis Pesaing

Hal-hal yang dibahas dalam *business plan* yang berhubungan dengan analisis pesaing adalah:

- 1) Siapa pesaing yang ada, berapa jumlahnya, dan apa kelebihan usaha yang dimiliki yang diketahui oleh konsumen

- 2) Adanya usaha baru yang bisa saja akan masuk dalam persaingan, berapa jumlahnya, kapan akan masuk, dan apa dampak yang diberikan kepada usaha kita
- 3) Apa kelebihan dan kelemahan usaha yang dijalankan serta kelebihan dan kelemahan pesaing

Untuk perusahaan besar, analisis pesaing dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT. Tapi bagi sektor UMKM, cukup lakukan analisis pesaing secara sederhana. Cukup kenali siapa pesaingnya, berapa jumlahnya, dan apa dampak yang bisa diberikan oleh pesaing terhadap usaha yang akan dijalankan. Analisis pesaing ini hanya untuk menunjukkan bagaimana kedudukan usaha yang akan dijalankan di tengah-tengah pesaing yang ada. Perlu mengetahui dengan baik kekuatan dan kelemahan apa yang dimiliki oleh usaha yang akan dijalankan.

6. Rencana Pengembangan Usaha

Para pelaku usaha di sektor UMKM sebaiknya tidak hanya memikirkan bagaimana usahanya akan dijalankan dalam waktu yang relatif singkat. Tapi harus berpikir, bagaimana usaha tersebut bisa terus dijalankan dalam waktu yang relatif lama. Bukan hanya bertahan tapi juga menyiapkan strategi untuk bisa berkembang menjadi skala usaha yang lebih besar. Kemampuan pelaku usaha untuk membahas hal ini dalam *business plan* akan menarik perhatian orang-orang yang akan terlibat dalam usaha tersebut seperti pemasok dan investor.

Para pelaku usaha di sektor UMKM bisa memulainya dengan membahas apa target atau tujuan yang akan dicapai dalam waktu satu tahun, tiga tahun, lima tahun, dan sepuluh tahun ke depan serta apa yang akan dilakukan untuk mewujudkan tujuan tersebut. Point pentingnya adalah rencana ini harus fleksibel dan realistis. Fleksibel mengikuti keadaan internal usaha maupun keadaan eksternal usaha. Realistis artinya memenuhi syarat untuk bisa diwujudkan. Tidak perlu ada pemikiran yang rumit atau terlalu besar. Cukup dijabarkan secara sederhana. Misalnya, untuk usaha yang akan dijalankan dengan 1 orang karyawan, bisa menjabarkan bahwa dalam satu tahun ke depan usaha yang dijalankan sudah memerlukan 3 orang karyawan. Artinya, ada usaha untuk bisa memperbesar skala usaha.

PENUTUP

Business plan merupakan pondasi dasar bagi sebuah usaha. *Business plan* merupakan petunjuk jalan bagi usaha agar jelas kemana dan bagaimana usaha itu akan dijalankan. Tidak peduli usaha itu adalah jenis usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, ataupun usaha besar. Hal ini berarti para pelaku usaha di sektor UMKM pun harus mengetahui bagaimana membuat *business plan* yang baik untuk usahanya. Bentuk *business plan* tersebut tidak harus kompleks atau

lengkap seperti yang dibuat oleh perusahaan besar. Tertulis, realistis, dan fleksibel adalah prinsip dasar yang harus dimiliki oleh sebuah *business plan*.

Segala hal tentang usaha akan dibahas dalam *business plan*. Untuk sektor UMKM cukup dengan konsep yang sederhana yang meliputi latar belakang, data usaha, tujuan usaha, sumber daya, analisis pesaing, dan rencana pengembangan usaha. Dengan konsep yang sederhana tersebut diharapkan dapat membantu para pelaku usaha di sektor UMKM untuk membuat sendiri *business plan*nya.

Business plan akan membantu pelaku usaha menentukan arah usahanya. *Business plan* diharapkan bisa membantu para pelaku usaha menyusun strategi usahanya dengan mengetahui keadaan persaingan dan kemampuan internal usaha untuk menghadapi persaingan tersebut. Selain itu, *business plan* juga diharapkan mampu membantu usaha untuk bertahan di tengah kondisi yang sulit karena memungkinkan adanya evaluasi atas target pencapaian yang diinginkan. Diharapkan melalui artikel ini, baik pihak pemerintah maupun pihak swasta mampu membantu memberikan pelatihan bagi para pelaku usaha di sektor UMKM untuk membuat *business plan* sebelum mulai menjalankan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman, Nana Herdiana, *Manajemen Bisnis Syariah Dan Kewirausahaan* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013)

Badan Pusat Statistik, 'Ekonomi Indonesia Triwulan III 2021 Tumbuh 3,51 Persen', 2021 <bps.go.id>

Hamali, Arif Yusuf dan Eka Sari Budihastuti., *Pemahaman Kewirausahaan: Strategi Mengubah Pola Pikir Orang Kantoran Menuju Pola Pikir Wirausahawan Sukses* (Depok: Kencana, 2017)

Hasibuan, Malayu SP, *Manajemen: Dasar, Pengertian, Dan Masalah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014)

Kemenkue, 'Pemerintah Terus Perkuat UMKM Melalui Berbagai Bentuk Bantuan', *Kementrian Keuangan Republik Indonesia*, 2021 <<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-perkuat-umkm-melalui-berbagai-bentuk-bantuan/>>

Liputan 6.com, 'Kenali Perbedaan UKM Dan UMKM', 2020 <<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4343526/kenali-perbedaan-ukm-dan-umkm>>

- Pramudiana, Yudi, Risris Rismayani, dan Fitri Rahmawati, *Business Plan: Bagaimana Memulai Dan Menjalankan Bisnis Baru* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2016)
- Saputra, Dani, 'Survei BI: 87,5 Persen UMKM Indonesia Terdampak Pandemi Covid-19', 2021 <ekonomi.bisnis.com>
- Satuan Tugas Penanganan Covid-19, 'Apa Yang Dimaksud Dengan Pandemi?', 2021 < covid19.go.id>
- Solihin, Ismail, *Memahami Business Plan* (Jakarta: Salemba Medika, 2011)
- Suliyanto, *Studi Kelayakan Bisnis: Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: ANDI, 2010)
- Supriyanto, 'Business Plan Sebagai Langkah Awal Memulai Usaha', *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan FISE Universitas Negeri Yogyakarta*, 6.1 (2009), 76
- Suryana, *Kewirausahaan: Kiat Dan Proses Menuju Sukses*, 4th edn (Jakarta: Salemba Empat, 2017)
- Susilowati, Lantip, *Bisnis Kewirausahaan* (Yogyakarta: Depok Sleman, 2013)