



## PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS UMKM DI DESA LULUT

Gunawan Wiradharma<sup>1\*</sup>, Zul Fahmi<sup>2</sup>, Mario Aditya Prasetyo<sup>3</sup>, Melisa Arisanty<sup>4</sup>,  
Khaerul Anam<sup>5</sup>

<sup>1,3,4</sup>Fakultas Hukum, Ilmu Sosial, dan Ilmu Politik, Universitas Terbuka, Indonesia,

<sup>1</sup>[gunawan.wiradharma@ecampus.ut.ac.id](mailto:gunawan.wiradharma@ecampus.ut.ac.id), <sup>3</sup>[aadityasetyo16@gmail.com](mailto:aadityasetyo16@gmail.com),

<sup>4</sup>[melisa.arisanty@ecampus.ut.ac.id](mailto:melisa.arisanty@ecampus.ut.ac.id)

<sup>2</sup>Pendidikan Bahasa Indonesia, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia, [zullllfahmiiii37@gmail.com](mailto:zullllfahmiiii37@gmail.com)

<sup>5</sup>Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Terbuka, Indonesia,

[khaerul.anam@ecampus.ut.ac.id](mailto:khaerul.anam@ecampus.ut.ac.id)

---

### ABSTRAK

---

**Abstrak:** UMKM di Desa Lulut masih bersifat tradisional, konvensional, dan tidak sesuai dengan kebutuhan pasar dan kondisi zaman saat ini yang serba digital. Diperlukan strategi perencanaan dan pengembangan bisnis yang matang pada UMKM Desa Lulut agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan penyuluhan kepada pelaku UMKM Desa Lulut, membekali pengetahuan kepada pelaku UMKM Desa Lulut tentang pentingnya strategi perencanaan dan pengembangan bisnis berbasis digital, dan menyusun perencanaan dan pengembangan bisnis. Metode yang diaplikasikan pada penelitian ini adalah observasi, konsultasi, dan pendampingan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa setelah dilakukan pelatihan, persepsi dan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya *business plan* dalam suatu UMKM berbasis digital mengalami peningkatan sebesar 13—22%. Hal tersebut tentunya membantu pelaku UMKM untuk membuat perencanaan, pengelolaan, dan pemasaran produknya dengan melihat pada peluang usaha yang ada. Upaya yang dapat dilakukan oleh para pelaku UMKM Desa Lulut adalah dengan memegang teguh prinsip kehati-hatian, memiliki mindset realistis dan kooperatif, memberi perhatian lebih pada faktor internal dan eksternal, membangun pengelolaan usaha yang sehat, serta berorientasi pada arah kebijakan pencapaian. Dalam pelaksanaannya pelaku UMKM di Desa Lulut dapat menggunakan analisis internal-eksternal, seperti analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Treat*) untuk melihat kelemahan dan kelebihan UMKM yang sedang atau akan dijalankan.

**Kata Kunci:** perencanaan dan pengembangan bisnis; *business plan*; UMKM.

**Abstract:** *The complexity of the problems of Lulut Village which causes the development of MSMEs in Lulut Village still traditional and not in accordance with market needs and current conditions. Therefore, mature business planning and development strategy is needed for the Lulut Village SMEs to compete. This activity aims to 1) provide counseling. 2) Giving knowledge to Lulut Village MSME actors about the importance of strategic planning and digital-based business development. 3) business planning and development. The method applied in this research is observation, consultation, and mentoring. The results after the training, public perception and awareness of the importance of a business plan in a digital-based MSME increased by 13—22%. This certainly helps MSME actors to make planning, management, and marketing by looking at existing business opportunities. Efforts that can be made by SMEs in Lulut Village are by upholding the principle of prudence, having a realistic and cooperative mindset, paying more attention to internal and external factors, building healthy business management, and directing policy policies. In its implementation, MSME actors in Lulut Village can use internal-external analysis such as SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Treat) analysis to see the weaknesses and strengths of MSMEs that are currently or will be implemented.*

**Keywords:** *business planning; business plan; MSMEs.*

---

**Article History:**

Received : 30-12-2022  
Revised : 23-01-2023  
Accepted : 26-01-2023  
Online : 31-01-2023



This is an open access article under the  
CC-BY-SA license

## A. PENDAHULUAN

Perekonomian akhir-akhir ini menjadi sorotan utama dalam penggerakan roda kehidupan bagi seluruh lapisan masyarakat. Permasalahan seperti subsidi BBM, dilema pertumbuhan ekspor-impor, daya beli stagnan, inkonsistensi kebijakan subsidi energi, hingga ketidaksiapan menghadapi revolusi industri 4.0 yang terjadi belakangan ini berdampak sangat besar bagi kehidupan masyarakat, khususnya pada aspek perekonomian Indonesia. Berbagai hal telah dilakukan untuk menggerakan perekonomian keluarga dan pemerintah juga tidak tinggal diam serta ikut andil dalam hal ini. Salah satu program pemerintah yang dirasa sangat membantu, yaitu program Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang tercipta dari hasil produk kreasi masyarakat. Usaha mikro, kecil, dan menengah lebih dominan dalam hal menyerap tenaga kerja dan memberikan kontribusi pada pendapatan nasional (Hasanah dkk., 2022; Sarfiah, 2019).

UMKM memiliki peranan dan kedudukan sangat strategis dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Selain berkontribusi dalam dalam pembentukan PDB sekitar 63,58%, UMKM juga memberikan kesempatan dalam penyerapan tenaga kerja sebesar 99,45% dan memperluas pemerataan berwirausaha di berbagai sektor, yakni sebesar 99,84%. Hal ini memungkinkan terjadinya peningkatan *share* yang signifikan dengan jumlah total nilai ekspor mencapai 18,72% (Niode, 2009). Oleh karena itu, pengembangan UMKM merupakan langkah awal dalam melakukan peningkatan terhadap pertumbuhan ekonomi rakyat, daerah, dan nasional. Namun, faktanya UMKM di Indonesia masih relatif buruk. Terlebih saat diberlakukannya rencana penerapan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) tahun 2015 yang memungkinkan segala bentuk hambatan terhadap arus barang dan jasa, manusia dan modal antara negara-negara anggota ASEAN tidak terjadi (Mulyantini & Lastiningsih, 2015).

Keberadaan UMKM di daerah-daerah kecil sangat memerlukan perhatian khusus mengingat UMKM penyumbang PDB terbesar dan menjadi andalan dalam penyerapan pengangguran dan substitusi barang konsumen (Awali, 2020). Kondisi di atas belum termasuk permasalahan UMKM lainnya seperti masalah pemasaran, masalah modal, masalah pemanfaatan teknologi informasi, masalah pengalokasian bahan baku, alat-alat produksi, pemberdayaan tenaga kerja, rencana pengembangan usaha, dan kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal, misalnya, kondisi sosial politik Indonesia (Sodiq, 2013). Permasalahan-permasalahan tersebut secara tidak langsung juga berdampak terhadap kemajuan dan

perkembangan UMKM di berbagai daerah, salah satunya di Desa Lulut, Kecamatan Klapanunggal, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat.

Desa yang terletak 180 km dari ibu kota Provinsi Jawa Barat ini merupakan salah satu desa yang dekat dengan PT Solusi Bangun Indonesia Tbk. Kondisi geografi Desa Lulut berada pada dataran tinggi/pegunungan seluas 1.806.832 ha dengan sebagian lahan yang telah dijadikan tempat pemukiman warga. Desa Lulut terbagi atas 13 kampung dengan empat karakter ekologi yang berbeda, yaitu sawah, perikanan, lahan kering, dan pemukiman. Kondisi lingkungan Desa Lulut juga tergolong memprihatinkan. Pabrik swasta yang menjadi salah satu sumber pencemaran udara yang dapat menyebabkan ISPA. Selain itu, sektor pertanian dan perkebunan adalah mata pencaharian awal masyarakat Desa Lulut. Seiring berkembangnya perusahaan di sekitar desa tersebut terjadi perubahan mata pencaharian warga menjadi non sektor pertanian. Selain nonsektor, saat ini industri pengolahan juga menjadi sumber penghasilan utama warga Desa Lulut. Beberapa warga lainnya memilih untuk bekerja sebagai pedagang, karyawan swasta, ataupun buruh pabrik.

Masalah lain yang dihadapi oleh warga Desa Lulut adalah infrastruktur pendidikan yang belum memadai. Hal ini yang menjadi penyebab mengapa banyak warga yang hanya tamatan SD. Karena pendidikan yang rendah, warga sering merasa inferior dan menganggap diri mereka orang bodoh. Jumlah lulusan setaraf SMA/ sederajat yang rendah membuat masyarakat Desa Lulut kesulitan untuk mendapatkan pekerjaan formal. Hampir 60% penduduk desa saat ini tidak terserap dalam pemenuhan kebutuhan tenaga kerja, baik formal maupun informal.

Peliknya permasalahan yang dihadapi oleh warga Desa Lulut inilah yang menyebabkan perkembangan UMKM di Desa Lulut masih bersifat tradisional, konvensional, "kolot", dan tidak sesuai dengan kebutuhan pasar dan kondisi zaman saat ini. Selama ini masyarakat hanya menjalankan bisnis dengan apa adanya dan tanpa membuat perencanaan dan pengembangan bisnis yang memadai. Hal inilah yang menyebabkan masyarakat sulit untuk mendapatkan bantuan biaya operasional dari pihak lain, seperti bank dan lembaga kredit lainnya sehingga masyarakat kebanyakan meminjam dana operasional dari saudara, harta warisan, hingga menjual tanah untuk membiayai kebutuhan bisnis yang mereka jalankan. Oleh karena itu, kurva bisnis yang dialami oleh masyarakat Desa Lulut adalah bisnis meningkat-turun-pinjam uang saudara-bisnis meningkat lagi-turun dan begitu seterusnya.

Selain itu, pelaku usaha di Desa Lulut tidak memiliki asosiasi atau perkumpulan UMKM se-Kabupaten sehingga mereka hanya menjalankan usahanya secara individual. Permasalahan ini mungkin disebabkan pelaku usaha Desa Lulut masih belum menerima pembinaan sebagai bentuk pengembangan UMKM-nya. Padahal pelaku UMKM di Desa Lulut memiliki

peluang yang baik karena Desa Lulut selalu menjadi penyedia jasa dan pengolahan industri dengan kualitas premium di antara desa-desa lainnya. Tiga permasalahan utama yang membuat UMKM di Desa Lulut tidak berkembang, yakni permodalan, pengembangan produk, dan pemasaran.

Hal tersebut, sebagaimana yang dikatakan oleh Kusjono, kiranya relevan dengan permasalahan UMKM saat ini, seperti bagaimana menciptakan perencanaan bisnis yang efektif dan efisien, baik dari sumber daya manusia, ongkos produksi, manajemen UMKM, hingga pengelolaan keuangan. Jika perencanaan manajemen keuangan sudah berjalan baik, hal tersebut akan sangat berpengaruh dalam meningkatkan daya saing pelaku (Kusjono et al., 2021).

Untuk mengatasi kelemahan-kelemahan di atas, diperlukan kerja sama dengan perguruan tinggi, dinas, asosiasi pengusaha, dan pihak-pihak terkait untuk memberikan harapan terhadap tumbuh kembangnya UMKM di Desa Lulut. *Business plan* tentu akan memberikan manfaat besar bagi UMKM karena dapat mempermudah pelaku usaha dalam mengidentifikasi segala bentuk kebutuhan pelaku usaha, baik kebutuhan konsumen maupun kebutuhan bagi UMKM dalam mencari potensi yang dimiliki. Dengan begitu, pelaku UMKM akan lebih bijak dalam memaksimalkan sumber daya yang dimiliki, meminimalisasi kerugian yang akan terjadi, serta memungkinkan terciptanya inovasi baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya (Ma'rifah et al., 2021).

Pramudiana dalam Prihatma dan Nurhayani menyatakan bahwa *business plan* adalah suatu cara yang diperlukan untuk meraih tujuan tertentu dengan memberikan perhatian khusus pada usaha yang akan dikelola, tujuan yang ingin dicapai, dan *entrepreneur* (wirausaha) dengan usaha yang dijalankan. Perencanaan bisnis juga dapat diartikan sebagai dokumen tertulis yang menjelaskan tentang rencana pengusaha untuk memanfaatkan peluang-peluang usaha (*business opportunities*), menjelaskan keunggulan bersaing (*Competitive Advantage*), serta menjelaskan sistematis yang harus dilakukan untuk mewujudkan peluang usaha tersebut (Prihatma & Nurhayani, 2021).

Sementara pengembangan dapat diartikan perihal berkembang atau membenteng hingga menjadi besar, luas, banyak, serta bertambah sempurna. Para pelaku UMKM, selain menciptakan ide bisnis, juga harus memperhatikan segi fungsional dari ide bisnis yang mereka gambarkan tadi. Untuk mewujudkan hal itu, pelaku UMKM harus menciptakan rencana bisnis yang matang, seperti mendeskripsikan bisnis, menentukan pangsa pasar, melihat kondisi persaingan, serta memperhatikan fasilitas yang diperlukan untuk produksi (Istiqomah & Andriyanto, 2017). Itulah mengapa pada hakikatnya pengembangan dan perencanaan bisnis tidak dapat dipisahkan karena saat melakukan pengembangan pasti dibutuhkan perencanaan bisnis yang lebih komprehensif.

Setidaknya terdapat beberapa hal yang dapat menjadi pertimbangan dalam menentukan perencanaan bisnis yang matang. Pertimbangan tersebut meliputi: 1) Memilih bidang usaha, 2) Kemampuan melakukan estimasi, 3) Studi kelayakan, 4) Kondisi lokal, 5) Kapan memulai, 6) Membuat kebijakan, 7) Rencana Pemasaran, 8) Rencana produksi serta 9) Rencana keuangan dan anggaran (FoEh, 2020). Sementara, menurut Sri dan Lastiningsih menyatakan bahwa terdapat beberapa komponen yang harus diperhatikan dalam menyusun *business plan*, yaitu 1) Ulasan deskripsi bisnis. Pelaku usaha harus mampu mendeskripsikan dan menentukan bidang usaha apa yang akan digeluti; 2) Strategi pemasaran. Setelah pendeskripsian bisnis, pelaku usaha harus membuat semacam analisa pasar dan membuat strategi macam apa yang cocok terhadap pangsa pasar yang ada; 3) Analisis pesaing. Setelah analisa pasar, pelaku usaha harus melihat kompetitor lain untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaing dalam satu pasar yang sama; 4) Rencana desain dan pengembangan. Rencana ini akan membantu pelaku usaha dalam menentukan tahap perencanaan produk, grafik pengembangan dalam konteks produksi dan penjualan; 5) Rencana operasional dan manajemen yang menjelaskan tentang bagaimana kelanjutan usaha jika sudah berjalan; 6) Pembiayaan dan sumber pendanaan; dan, 7) Kesimpulan usaha (Mulyantini & Lastiningsih, 2015).

Itulah beberapa tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Lulut dalam menciptakan *business plan* yang efektif dan efisien. Namun, ketidakpedulian masyarakat akan pentingnya pembuatan *business plan* masih sangat tinggi sehingga mereka belum menerima *feedback* yang nyata setelah membuat *bussiness plan* yang tepat. Oleh karena itu, dunia pendidikan, khususnya perguruan tinggi sebagai penopang Tridharma Perguruan Tinggi, mempunyai tanggung jawab besar dalam melaksanakan pendidikan-pengajaran, penelitian, dan pengabdian pada masyarakat (Sugaryama, 2021). Akademisi dari kalangan perguruan tinggi diharapkan mampu memberikan kontribusi aktif dalam memberikan pembinaan dan pendampingan yang komunikatif dan mudah diimplementasikan bagi kehidupan masyarakat.

Permasalahan di atas kemudian memunculkan pertanyaan “Bagaimana pembinaan strategi perencanaan dan pengembangan UMKM di Desa Lulut?” Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk 1) memberikan penyuluhan kepada pelaku UMKM Desa Lulut; 2) Membekali pengetahuan kepada pelaku UMKM Desa Lulut tentang pentingnya strategi perencanaan dan pengembangan bisnis berbasis digital; 3) Menyusun perencanaan dan pengembangan bisnis usaha yang telah dijalankan maupun yang akan dijalankan. Dengan adanya sosialisasi tentang perencanaan bisnis (*business plan*), pelaku UMKM di Desa Lulut diharapkan dapat mengambil peran untuk menggali potensi yang ada sebanyak mungkin serta dapat menjadi

tolokukur dari proses pengembangan dan pertumbuhan UMKM bagi terciptanya ekonomi kreatif di daerah.

## B. METODE PELAKSANAAN

Terdapat beberapa kegiatan dengan metode yang berbeda dalam pelatihan strategi perencanaan dan pengembangan bisnis berbasis digital pada UMKM Desa Lulut. Secara garis besar, kegiatan utama pengabdian masyarakat ini meliputi pemberian materi seputar perencanaan dan pengembangan bisnis pada tingkat dasar, melakukan presentasi, diskusi, dan konsultasi. Kegiatan dilakukan di Kantor Desa Lulut dengan menggunakan LCD, diskusi, dan tanya jawab antara pelaku UMKM dengan tim PKM. Metode lain yang digunakan.

1. Observasi: Kegiatan observasi ini dilakukan pada beberapa UMKM di Desa Lulut. Tujuannya untuk meninjau secara langsung peserta dan tempat lokasi kegiatan, kendala-kendala yang dihadapi, serta kebutuhan masyarakat.
2. Pelatihan: Kegiatan pelatihan ini dilakukan dengan pemberian materi yang di dalamnya terdapat sebuah masalah, kemudian masyarakat menentukan *problem solving* yang harus dilakukan, presentasi, dan tanya jawab mengenai materi serta bagaimana mengimplementasikannya.
3. Konsultasi: Kegiatan konsultasi dilakukan oleh tim PKM dalam bentuk pemberian arahan dalam menyusun perencanaan dan pengembangan bisnis berbasis digital sehingga nantinya masyarakat mampu menghasilkan dokumen yang mudah diakses.
4. Pendampingan: Kegiatan pendampingan dilakukan oleh tim PKM dalam bentuk monitoring dari *business plan* yang telah dibuat sehingga memungkinkan terjadinya perbaikan untuk rencana yang tidak sesuai. Jadi, seluruh pemateri memberikan ruang untuk para pelaku usaha untuk bertanya dan menceritakan kendala yang mereka alami setelah melakukan pelatihan. Kegiatan pendampingan ini hanya berlaku maksimal satu bulan setelah pelatihan dilakukan.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pelatihan “Kewirausahaan Berbasis Digital Sebagai Upaya Pemberdayaan dan Peningkatan Produktivitas UMKM di Desa Lulut” yang telah dilakukan sebelumnya terjadi perubahan signifikan ke arah positif. Masyarakat saat ini sudah mulai bergerak untuk mengubah konsep UMKM mereka menjadi bisnis berbasis digital. Artinya, setelah pelatihan tersebut dilakukan muncul kesadaran dari para pelaku usaha untuk mulai memasarkan bisnis yang mereka jalankan ke dalam *market place*, seperti penggunaan Whatsapp, Status dari berbagai app media sosial, dan sebagainya. Namun, para pelaku usaha belum memahami tentang konsep

perencanaan untuk mengembangkan bisnis yang mereka jalankan. Meskipun daya saing bisnis di sekitar Desa Lulut terbilang ketat, Desa Lulut tetap menjadi primadona bagi beberapa konsumen di luar Desa Lulut karena ongkos produksi yang murah. Peluang inilah yang seharusnya disadari oleh pelaku usaha Desa Lulut agar usaha yang mereka tekuni selama ini dapat bergerak ke arah pengembangan yang optimal.

Hal inilah yang membuat pelatihan strategi perencanaan dan pengembangan bisnis UMKM di Desa Lulut terbilang penting dilakukan. Harus ada sinergi antara perguruan tinggi, sebagai implementasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan pelaku UMKM di Desa Lulut. Pelatihan ini merupakan praktik terbaik untuk meningkatkan dan mengembangkan UMKM yang ada. Padahal sebenarnya materi yang diberikan pada pelatihan ini adalah materi perkuliahan yang ada di Program Studi Administrasi Bisnis. Namun, ketika pelatihan dilaksanakan materi perencanaan dan pengembangan bisnis dibawakan dengan bahasa yang ringan, tidak bersifat teoritis, tetapi lebih ke arah praktis. Hal ini dimaksudkan agar pelaku usaha mendapatkan gambaran riil tentang kasus bisnis digital yang terjadi saat ini.

Praktik yang dilakukan oleh para pelaku UMKM di Desa Lulut dimulai dengan pembentukan kelompok. Setelah pemberian materi, para pelaku UMKM dibentuk menjadi beberapa kelompok. Para pelaku UMKM kemudian membuat sebuah perencanaan dan pengembangan dari suatu produk yang diberikan. Setelah itu, pelaku UMKM mempresentasikan produk yang telah diberikan berdasarkan materi yang telah dipaparkan sebelumnya. Hasil presentasi inilah yang kemudian memantik diskusi antara peserta pelatihan dengan tim PKM. Para peserta pelatihan juga dipersilahkan untuk mengajukan pertanyaan dan masukan dari proses diskusi yang terjadi. Di sinilah tugas tim PKM untuk memberikan arahan terhadap perencanaan dan pengembangan bisnis yang efektif dan efisien dengan pengeluaran *cost* yang rendah. Tim PKM pun membuka konsultasi sebesar-besarnya kepada para peserta agar mereka mampu mengoptimalkan bisnis digital tersebut.

Berdasarkan pelaksanaan pelatihan dan penyebaran kuisisioner yang telah dilakukan pada pelaku UMKM di Desa Lulut didapatkan hasil pretest sebagai berikut.

**Tabel 1.** Hasil Pretest Kuesioner

No	Kuesioner									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	5	7	7	8	5	6	6	5	4	8
2	3	3	4	5	5	6	5	5	4	5
3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	5	6	4	7	5	8	6	9	7	8
5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
6	6	7	7	8	7	7	8	7	8	8

7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
8	6	2	7	1	3	3	3	2	2	4
9	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
10	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1
11	5	8	6	5	6	5	8	7	7	6
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
14	8	8	7	5	7	5	2	4	7	4
15	0	0	8	9	7	8	8	7	7	9
16	6	6	5	7	5	8	7	8	7	6
17	7	7	5	5	5	1	1	1	5	5
18	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	3	5	9	6	5	8	7	10	8	9
21	3	5	7	4	5	6	4	3	2	2
22	7	8	8	8	5	6	7	7	7	8
23	8	6	8	10	8	9	5	5	8	5
24	5	5	4	5	6	6	7	6	8	6
25	7	7	7	8	7	7	7	8	7	7
26	8	8	8	7	8	7	8	6	7	8
Total	124	128	141	139	129	138	130	132	135	139
Rerata	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260
%	48%	49%	54%	53%	50%	53%	50%	51%	52%	53%

Data atas merupakan kondisi awal pengetahuan peserta pelatihan terhadap materi perencanaan dan pengembangan bisnis di Desa Lulut, Kecamatan Klapanunggal. Berdasarkan data tersebut, diketahui bahwa ternyata masyarakat secara garis besar sudah mengetahui tentang konsep perencanaan dan pengembangan bisnis sebelumnya. Hal tersebut dapat dilihat dari rata-rata presentase secara keseluruhan yang menunjukkan angka di atas 50%, kecuali pada poin 1 dan 2. Artinya, meskipun poin kuesioner 1 dan 2 masih di bawah 50%, masyarakat secara garis besar sudah mengetahui tentang apa itu perencanaan dan bagaimana melakukan pengembangan bisnis yang baik. Hasil pretest ini tentunya membawa angin segar, mengingat pretest pada materi pertama menunjukkan angka presentase di bawah 50% secara keseluruhan.

Presentase di atas menunjukkan bahwa para pelaku UMKM di Desa Lulut saat ini sudah mengetahui tentang bisnis berbasis digital meskipun memang aktualisasinya belum terimplementasi secara optimal. Hal tersebut disebabkan masih adanya *gap* atau kebingungan dari beberapa pelaku UMKM di Desa Lulut, khususnya mereka yang gagal akan teknologi. Padahal pengelolaan UMKM pada dasarnya sama dengan mengelola bangun usaha lainnya, terlepas apakah perusahaan tersebut bersifat konvensional ataupun modern. Di dalam UMKM, ada dana yang dimobilisasi, baik yang

berasal dari pribadi maupun modal asing. Oleh karena itu, UMKM dituntut untuk dapat menjaga *sustainability* dan *trust* nasabah atau masyarakat sehingga UMKM nantinya dapat dikelola secara profesional. Jika setiap UMKM yang ada di Desa Lulut tidak dikelola dengan tepat, hal ini akan berdampak pada ketidakpastian dalam setiap aktivitas yang dijalankan pelaku UMKM.

Dalam UMKM, terdapat beberapa risiko yang tidak dapat dihindari: risiko kelembagaan, risiko kegiatan usaha, risiko pengelolaan keuangan, dan risiko lingkungan eksternal. *Pertama*, Risiko kelembagaan. Risiko ini muncul karena keberadaan lembaga atau badan usaha UMKM lain. Karena UMKM selalu dekat dengan lingkungan masyarakat kelas bawah, akan terjadi disorientasi antara mewujudkan misi sosial dengan prinsip mendapatkan laba sebesar-besarnya. *Kedua*, risiko kegiatan usaha. Risiko ini timbul karena aktivitas operasional UMKM. Jika pengelolaan UMKM kurang baik, akan terjadi *inefficiency* dalam biaya. *Ketiga*, risiko pengelolaan keuangan. Risiko ini menuntut manajemen UMKM dapat mengendalikan likuiditas, solvabilitas, rentabilitas, dan perputaran aktivitas ekonomi. *Keempat*, risiko lingkungan eksternal. Risiko ini merupakan kerentanan UMKM terhadap lingkungan, regulasi, persaingan, *image* perusahaan, ekonomi makro, dan demografi. Di sisi lain tingginya tingkat pengangguran, kemiskinan, pendidikan, dan lainnya juga merupakan faktor eksternal yang secara langsung atau tidak langsung berpengaruh terhadap kelangsungan UMKM (Noor & Rahmasari, 2018).

Fenomena perkembangan bisnis seperti kondisi pasar yang cenderung memanjakan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan (*customer satisfaction*) juga berdampak pada kegiatan UMKM. Pelaku UMKM harus menentukan strategi dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip ekonomi, misalnya, meminimalisasi biaya dan memaksimalkan profit. Tepat dalam menerapkan strategi perencanaan dan pengembangan bisnis tentu akan memberikan peluang bagi pelaku UMKM dalam persaingan sehat di dunia perbisnisan. Selain itu, orientasi pelaku UMKM Desa Lulut saat ini juga tidak fokus pada pelayanan melayani kebutuhan konsumen, tetapi juga memikirkan upaya untuk mempertahankan dan memelihara kebaruan agar konsumen tetap memakai produk UMKM pasca produksi secara terus menerus (*customer retention*), serta terus membina dan memelihara tingkat kesetiaan pelanggan agar tidak berpaling kepada kompetitor lain (*customer loyalty*). Itulah mengapa pelatihan ini penting dilakukan. Melalui pelatihan inilah para pelaku UMKM dapat merancang dan merumuskan kebutuhan konsumen dalam jangka waktu panjang yang tertuang dalam visi, misi, tujuan, dan sasaran UMKM yang bersangkutan.

Setelah diadakan pelatihan dan penyebaran kuesioner *posttest* kepada pemerintah Desa Lulut, pelaku usaha, dan tokoh masyarakat Desa Lulut, diketahui bahwa terdapat perubahan yang sangat signifikan terhadap

pelaku UMKM di Desa Lulut. Hal tersebut dapat dilihat pada posttest yang dilakukan sebagai berikut.

**Tabel 2.** Hasil Posttest Kuesioner.

No	Kuesioner									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	8	7	7	8	5	6	6	6	8	8
2	6	6	8	7	8	8	7	7	6	8
3	7	6	6	6	7	7	7	7	7	7
4	5	6	6	7	5	8	6	9	7	8
5	7	6	7	7	6	7	7	6	7	7
6	6	7	7	8	7	7	8	7	8	8
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
8	6	8	7	8	6	8	6	7	7	6
9	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
10	7	6	6	7	6	6	6	7	6	6
11	8	8	6	8	6	8	8	7	7	6
12	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
13	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
14	8	8	7	5	7	8	8	6	7	6
15	9	9	8	9	7	8	8	7	7	9
16	6	6	5	7	5	8	7	8	7	6
17	7	7	5	5	5	7	7	7	5	5
18	8	8	8	8	6	8	8	6	7	8
19	7	6	5	6	6	8	8	6	6	5
20	8	7	9	6	5	8	7	10	8	9
21	7	8	7	4	8	8	6	7	7	7
22	7	8	8	8	8	8	7	7	7	8
23	8	6	8	10	8	9	6	8	8	5
24	7	7	4	5	6	6	7	6	8	6
25	7	7	7	8	7	7	7	8	7	7
26	8	8	8	7	8	7	8	8	7	8
Total	183	181	175	180	168	191	181	183	180	179
Rerata	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260
%	70%	70%	67%	69%	65%	73%	70%	70%	69%	69%

Data di atas menunjukkan bahwa setelah dilakukan pelatihan materi strategi perencanaan dan pengembangan bisnis berbasis digital terdapat perubahan ke arah meningkatnya pemahaman dan pengetahuan pelaku UMKM terhadap strategi perencanaan dan pengembangan bisnis berbasis digital yang akan mereka jalankan. Pemahaman tentang kelayakan usaha atau bisnis yang dilakukan meningkat dari 48% menjadi 70%. Pemahaman tentang proses perencanaan bisnis/usaha meningkat dari 49% menjadi 70%. Pemahaman tentang proses pengembangan bisnis/usaha meningkat dari 54% menjadi 67%. Pemahaman tentang pembuatan rencana bisnis meningkat

dari 53% menjadi 69%. Pengetahuan tentang tujuan bisnis/usaha yang dilakukan meningkat dari 50% menjadi 65%. Pemahaman dalam menjalankan usaha/bisnis sesuai dengan rencana yang dibuat meningkat dari 53% menjadi 73%. Pemahaman tentang melakukan pengembangan bisnis/usaha agar semakin maju dan sukses dikemudian hari meningkat dari 50% menjadi 70%. Pemahaman tentang menentukan strategi dalam menjalankan bisnis/usaha meningkat dari 51% menjadi 70%. Pemahaman dalam menjalankan bisnis/usaha secara profesional meningkat dari 52% menjadi 69%. Pemahaman dalam melakukan evaluasi terhadap usaha/bisnis yang dilakukan meningkat dari 53% menjadi 69%.

Berdasarkan data presentase di atas dapat ditarik benang merah bahwa setelah dilakukan pelatihan, persepsi dan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya *business plan* dalam suatu UMKM berbasis digital mengalami peningkatan sebesar 13-22%. Selain itu, pemahaman peserta pelatihan terhadap beberapa materi yang disampaikan juga mengalami peningkatan. Setelah diadakan pelatihan, pemahaman pelaku UMKM di Desa Lulut terhadap materi manajemen pemasaran meningkat menjadi 69%, pada materi digital marketing meningkat 19%, dan pada materi foto produk meningkat 12%.

Penyusunan suatu perencanaan strategis dalam UMKM merupakan upaya manajemen mencari keseimbangan antara potensi eksternal dengan potensi internal UMKM. Para pelaku UMKM di Desa Lulut harus mampu menerapkan strategi perencanaan dan pengembangan bisnis dengan tepat. Karena strategi tersebut bisa menjadi salah satu upaya agar pelaku UMKM di Desa Lulut tetap berjalan seperti apa yang telah direncanakan, sesuai dengan visi, misi, dan tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Jika UMKM di suatu daerah dapat maju, UMKM tersebut dapat membuka lapangan kerja, meningkatkan standar kehidupan, serta menaikkan tingkat pemasukan dan merangsang pertumbuhan ekonomi (Christina, 2015).

Beberapa hal yang perlu ditekankan dalam menyusun perencanaan dan pengembangan bisnis UMKM berbasis digital di Desa Lulut, seperti faktor eksternal dan internal, prinsip kehati-hatian, asas pengelolaan usaha yang sehat, matang realistis dan komprehensif, serta berorientasi pada arah kebijakan pencapaian berupa *vision, mission, goal, objective, dan jobs* (VMGOJ). Perhatian terhadap faktor internal dan eksternal dalam pelaksanaannya dilakukan melalui analisis internal-eksternal, seperti analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, treat*). Analisis SWOT merupakan sebuah instrumen perencanaan strategi klasik yang memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik dalam menentukan sebuah strategi. Instrumen ini memudahkan para praktisi untuk menentukan apa yang bisa dicapai, dan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan (DF, 2016). Melalui analisis ini, akan diketahui kekuatan dan kelemahan yang terdapat dalam internal UMKM, serta kesempatan dan

tangan UMKM ke depannya yang menjadi bagian dari analisis eksternal. Melalui analisis ini juga, pelaku UMKM di Desa Lulut dapat menentukan strategi terbaik dalam mengatasi berbagai indikator internal dan eksternal yang nantinya akan berpengaruh besar terhadap keberlangsungan UMKM.

Analisis internal dan eksternal yang tepat dan rasional akan sangat membantu pelaku UMKM dalam menetapkan kebijakan dan besaran perencanaan sehingga akan memudahkan pelaksanaannya serta dapat meminimalisir berbagai kemungkinan timbulnya risiko yang mungkin akan terjadi. Selain itu, tim PKM pun menyarankan agar dalam proses perumusan perencanaan bisnis pelaku UMKM perlu memaksimalkan potensi diri dengan mempertimbangkan berbagai masukan. Artinya, jika konsep perencanaan strategis itu datang dari kemampuan diri yang berkualitas, pelaku UMKM akan lebih menguasai dan terampil dalam mengendalikan UMKMnya. Target merupakan sebuah destinasi atau tujuan sebuah perjalanan bisnis. Dengan perencanaan bisnis yang tepat, setiap pelaku UMKM dapat bekerja pada koridor yang jelas sehingga dapat menunjang keberhasilan pencapaian target sesuai dengan perencanaan bisnis yang telah ditentukan sebelumnya.

Sudah saatnya para pelaku UMKM di Desa Lulut dapat menghasilkan produk yang berkualitas sesuai harga, jumlah, dan waktu yang diinginkan oleh konsumen. Diadakannya pelatihan ini tidak hanya membawa atmosfer baru bagi masyarakat Desa Lulut, tetapi juga mampu memberikan respons yang positif bagi pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional. Masyarakat yang mengikuti pelatihan juga memberikan respons yang baik terhadap kegiatan ini. Pemaparan materi yang mudah dimengerti tentunya akan memberikan manfaat bagi pelaku UMKM di era digital. Beberapa peserta pelatihan juga merasa tertantang dengan materi yang diberikan oleh tim PKM. Artinya, masyarakat mulai termotivasi untuk terus meningkatkan kualitas produknya sesuai dengan perencanaan bisnis yang ada.

Kendati demikian, meskipun pelatihan dapat dikatakan berhasil dan ada beberapa problematika baru yang muncul setelah dilakukannya pelatihan ini. Misalnya, pelaku bisnis telah berusaha memahami pentingnya perhitungan kebutuhan modal dalam menjalankan usahanya, tetapi untuk melihat perkembangan keuntungan masih memerlukan waktu paling tidak 2—3 tahun. Masyarakat juga sadar akan pentingnya manajemen pemasaran, memiliki ide terhadap apa yang bisa diproduksi, tetapi mereka masih bingung dalam proses pemasarannya. Kemudian beberapa masyarakat juga berharap agar materi yang disampaikan bisa lebih mudah dan relevan dengan kondisi di Desa Lulut. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian lebih lanjut untuk menyelesaikan problematika tersebut.

Untuk selanjutnya, keberadaan dokumen perencanaan bisnis tentunya sangat bermanfaat untuk dijadikan pedoman dalam mencapai tujuan perusahaan, yaitu peningkatan kinerja UMKM di Desa Lulut, Kecamatan

Klapanunggal. Selain itu, sebagai kontribusi nyata, tim PKM juga memberikan sumbangan berupa akses internet di Balai Desa agar pelaku UMKM di Desa Lulut bisa datang ke Balai Desa. Kondisi ini tentunya akan menciptakan interaksi antarpelaku UMKM untuk mendiskusikan perkembangan UMKM yang mereka sedang jalankan.

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Hasil dan analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa setelah dilakukan pelatihan, persepsi dan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya *business plan* dalam suatu UMKM berbasis digital mengalami peningkatan sebesar 13—22%. Pemahaman peserta pelatihan terhadap materi yang disampaikan juga mengalami peningkatan, seperti manajemen pemasaran meningkat menjadi 69%, digital marketing meningkat menjadi 19%, dan pemahaman terhadap produk meningkat menjadi 12%. Hal tersebut tentunya membantu pelaku UMKM untuk membuat perencanaan, pengelolaan, dan pemasaran produknya dengan melihat pada peluang usaha yang ada. Dengan demikian, upaya yang dapat dilakukan UMKM ke depannya adalah dengan menekankan perhatian pada faktor eksternal dan internal, prinsip kehati-hatian, asas pengelolaan usaha yang sehat, realistis dan komprehensif, serta berorientasi pada arah kebijakan pencapaian berupa *vision, mission, goal, objective, dan jobs* (VMGOJ). Masyarakat dalam hal ini juga dapat mengaplikasikannya dengan analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, treat*). Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa meskipun muncul problematika baru setelah diadakannya pelatihan ini, pelaku usaha pada dasarnya sangat menyambut positif kegiatan pelatihan ini. Pelaku UMKM menilai bahwa kegiatan ini memberikan manfaat dan inspirasi dalam menjalankan UMKM-nya sesuai dengan *business plan* yang telah dirancang sebelumnya.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Terbuka yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik. Selain itu, tim mengucapkan terima kasih kepada Kantor Desa Lulut yang telah membantu kegiatan PkM pada tahun 2022.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Awali, H. dan F. R. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan UMKM Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19. *Balance: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1).
- Christina, D. S. K. dan W. (2015). *Entrepreneurship: Sebuah Ilmu*. Erlangga.
- DF, F. N. (2016). *Teknik analisis SWOT: Pedoman Menyusun Strategi Yang Efektif dan Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan dan Ancaman*. Quadrant.
- FoEh, J. E. H. J. (2020). *Perencanaan Bisnis (Business Plan): Aplikasi Dalam*

- Bidang Sumber Daya Alam*. Penerbit Deepublish.
- Hasanah, M. dkk. (2022). Pelatihan Penerapan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM di Desa. *Journal of Character Education Society (JCES)*, 5(4), 163–170.
- Istiqomah, & Andriyanto, I. (2017). Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(2), 363–382.
- Kusjono, G., Sunanto, S., A., D., S., & Lesmono, M. A. (2021). Pelatihan Manajemen Keuangan Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM Kelurahan Benda Baru Pamulang. *JPKM-Aphelion (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat-Aphelion)*, 1(2), 224–233.
- Ma'rifah, S., Faqihuddin, Firdaus, F. N., Tandia, M. I., Mariska, I., & Permatasari, A. (2021). Pelatihan Membuat Perencanaan Bisnis (Business Plan) Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Pada Skala Mikro. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Mengabdi (JIMA WAbdi)*, 1(1), 43–46.
- Mulyantini, S., & Lastiningsih, N. (2015). Penyusunan Business Plan Sebagai Pedoman Usaha UMKM Di Wilayah Depok. *Jurnal BINA WIDYA*, 26(4), 209–219.
- Niode, I. Y. (2009). Sektor UMKM Di Indonesia: Profil, Masalah, dan Strategi Pemberdayaan. *OIKOS-NOMOS: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1).
- Noor, H. C. M., & Rahmasari, G. (2018). Esensi Perencanaan Bisnis Yang Memadai Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *ABDIMAS BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 454–464.
- Prihatma, G. T., & Nurhayani. (2021). *Perencanaan Bisnis Kontemporer*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Sarfiah, S. N. dkk. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2).
- Sodiq, M. (2013). Strategi Pengembangan Kerajinan Manik-Manik Dalam Perspektif Umkm Di Desa Tutul Kecamatan Balung, Kabupaten Jember. *Prosiding The 5th International Conference on Indonesian Studies: "Ethnicity and Globalization,"* 59–68.
- Sugaryama, D. (2021). *Normal", Implementasi Nilai-Nilai Tri Dharma Perguruan Tinggi di Era "New Normal."* LP2M UIN SGD Bandung.

## DOKUMENTASI KEGLATAN



**Gambar 1.**

Cover Materi Perencanaan dan Pengembangan Bisnis UMKM.



**Gambar 2.**

Pemberian Materi PkM kepada Para Peserta.



**Gambar 3**  
Diskusi Kelompok tentang Perencanaan dan Pengembangan Bisnis.



**Gambar 4.**  
Presentasi Kelompok dan Konsultasi.