

## Pentingnya *Business Plan* Bagi Kesuksesan Sebuah Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)

Jelita Dwi Septya<sup>1</sup>, Nabila Putri Andini<sup>2</sup>, Fadhilah Uswah<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

<sup>1</sup>[jelitadwiseptya0609@gmail.com](mailto:jelitadwiseptya0609@gmail.com), <sup>2</sup>[nabilaputriandini675@gmail.com](mailto:nabilaputriandini675@gmail.com),

<sup>3</sup>[Fadhilahuswah5gmail.com](mailto:Fadhilahuswah5gmail.com)

**Abstrak:** Rencana bisnis atau *business plan* menjadi peta jalan yang mengarahkan setiap langkah perusahaan menuju kesuksesan. Di tengah kompetisi yang semakin ketat dan perubahan yang konstan dalam preferensi konsumen, perencanaan yang matang adalah kunci untuk menjaga daya saing. Melalui *business plan*, perusahaan dapat merinci segmentasi pasar yang menjadi target utama serta strategi untuk memposisikan diri di pasar yang kompetitif. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pentingnya perencanaan bisnis dalam pelaksanaan UMKM. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Hasil yang ditemukan bahwasanya perencanaan bisnis sangat penting untuk dilakukan bagi setiap pelaku usaha. *Business plan* dapat menjadi peta atau acuan dalam menjalankan serta mengembangkan bisnis yang sedang dilakukan.

**Kata Kunci:** *Business Plan*, Perencanaan, UMKM

**Abstract:** A *business plan* is a roadmap that directs a company's every step towards success. In the midst of increasingly fierce competition and constant changes in consumer preferences, careful planning is the key to maintaining competitiveness. Through a *business plan*, companies can detail the market segmentation that is the main target as well as strategies to position themselves in a competitive market. The purpose of this study was to determine the importance of business planning in the implementation of MSMEs. The method used is descriptive qualitative method with data collection techniques through interviews and observations. The results found that business planning is very important to do for every business actor. A *business plan* can be a map or reference in running and developing a business that is being carried out.

**Keywords:** *Business Plan*, UMKM, Planning, Business

### Pendahuluan

Di era globalisasi yang semakin meluas, peran manusia dalam dunia bisnis menjadi lebih krusial daripada sebelumnya. Dinamika global telah membuka pintu bagi peluang-peluang baru dan sekaligus menuntut adaptasi yang cepat terhadap perubahan. Manusia, sebagai penggerak utama di balik setiap organisasi, memiliki peran yang tidak hanya terbatas pada keahlian teknis, tetapi juga melibatkan aspek kepemimpinan, kreativitas, dan kemampuan beradaptasi. Dengan melihat bagaimana manusia berinteraksi dalam konteks globalisasi, kita akan membahas peran pemimpin yang visioner, tim yang beragam, dan individu yang memiliki keterampilan lintas budaya (Mukminin dan Purwanti 2021). Analisis mendalam terhadap peran manusia ini tidak

Pentingnya *Business Plan* Bagi Kesuksesan Sebuah Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)

hanya relevan untuk pertumbuhan dan kelangsungan bisnis, tetapi juga untuk memahami dampak sosial dan ekonomi globalisasi yang sedang berlangsung.

Melalui pemahaman yang mendalam terhadap bagaimana manusia berperan dalam dunia bisnis di era globalisasi, diharapkan kita dapat mengidentifikasi strategi yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan manusia, menciptakan budaya kerja yang inklusif, dan membangun organisasi yang adaptif (Santoso et al. 2023). Dengan fokus pada dimensi manusiawi, kita dapat merancang langkah-langkah konkret yang tidak hanya meningkatkan kinerja bisnis tetapi juga menciptakan dampak positif dalam masyarakat yang semakin terhubung global ini.

Dalam era dinamis bisnis saat ini, perencanaan yang matang menjadi kunci kesuksesan bagi setiap usaha. *Business plan* adalah panduan strategis yang merinci tujuan, strategi, dan langkah-langkah eksekusi untuk mencapai keberhasilan. Dalam konteks ini, kita akan menjelajahi komponen-komponen kunci dalam merancang *business plan* yang efektif dan berdaya saing. Dalam mengembangkan suatu bisnis, langkah awal yang paling esensial adalah menyusun rencana bisnis yang komprehensif. Rencana bisnis, atau yang sering disebut sebagai *business plan*, menjadi landasan strategis yang membantu setiap langkah perusahaan (Huda 2022).

Dalam hal ini, perubahan pesat dalam lingkungan bisnis modern menandakan perlunya perusahaan memiliki pandangan jelas tentang arah dan tujuan. Dengan persaingan yang semakin ketat dan perubahan konsumen yang cepat, *business plan* memberikan landasan untuk menavigasi dinamika pasar. Sebuah *business plan* tidak lengkap tanpa merinci visi dan misi perusahaan. Visi memberikan gambaran tentang tujuan jangka panjang, sementara misi merinci bagaimana perusahaan akan mencapai visi tersebut melalui nilai-nilai inti dan strategi yang diusung.

Melalui *business plan*, perusahaan dapat merinci segmentasi pasar yang menjadi target utama serta strategi untuk memposisikan diri di pasar yang kompetitif. Pemahaman yang baik tentang pasar adalah fondasi untuk pengambilan keputusan yang efektif (Lestari dan Aslami 2022). *Business plan* merinci model bisnis yang diusung perusahaan, termasuk cara mendapatkan pendapatan, struktur biaya, dan alokasi sumber daya. Pemahaman yang baik tentang model bisnis membantu menilai kelayakan dan keberlanjutan operasional. Dalam dunia bisnis yang terus berkembang pesat, menyusun rencana bisnis menjadi langkah strategis yang tak terelakkan bagi setiap organisasi. Rencana bisnis atau *business plan* menjadi peta jalan yang mengarahkan setiap langkah perusahaan menuju kesuksesan (Athirah et al. 2022). Di tengah

kompetisi yang semakin ketat dan perubahan yang konstan dalam preferensi konsumen, perencanaan yang matang adalah kunci untuk menjaga daya saing.

Di tengah dinamika ekonomi global, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi pilar vital dalam mendukung pertumbuhan ekonomi suatu negara. UMKM tidak hanya menciptakan lapangan pekerjaan tetapi juga memainkan peran kunci dalam menggerakkan roda perekonomian. Bisnis kuliner merupakan jenis usaha yang selalu marak ditawarkan di kota-kota besar di Indonesia. Tak hanya di kota-kota besar, bisnis kuliner juga mempunyai prospek yang sangat baik di kampus-kampus besar di Indonesia khususnya di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Bisnis kuliner di kantin universitas Islam Negeri Sumatera Utara ini terbilang sangat menjajikan, apalagi yang menjual makanan-makanan kekinian yang sedang naik daun dan banyak diminati oleh para mahasiswa seperti Taiso Abang Adek dan Es Cendol Besti. Dikarenakan pada era sekarang ini Bakso dan Es cendol memiliki banyak peminat, maka peluang usaha pun semakin terbuka lebar.

## **Kajian Pustaka**

Business plan adalah suatu dokumen yang menyajikan rincian tentang rencana bisnis, termasuk tujuan, strategi pemasaran, analisis pesaing, rencana operasional, dan proyeksi keuangan. Business plan membantu entrepreneur dalam menggambarkan visi mereka kepada pemangku kepentingan dan membimbing jalannya operasional perusahaan. Berry menggambarkan business plan sebagai alat yang vital untuk membantu pemilik bisnis memahami dan mengelola bisnis mereka. Menurutnya, business plan bukanlah dokumen yang statis, melainkan alat yang harus selalu diperbarui dan disesuaikan dengan kondisi pasar dan perubahan dalam bisnis (Sepriyadi et al. 2023).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kategori usaha yang didefinisikan berdasarkan skala atau ukuran operasional dan ekonomi mereka. Kategori ini sering digunakan oleh pemerintah dan lembaga keuangan untuk memberikan dukungan dan perlindungan khusus kepada bisnis-bisnis yang lebih kecil dan berkembang. Pengertian UMKM dapat bervariasi antara negara, tetapi di banyak tempat, kriteria utama yang digunakan melibatkan jumlah karyawan, omset, dan besarnya investasi (Nihayah Nihayah et al. 2022).

## **Metodologi Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Leedy dan Ormrod dkk penelitian kualitatif adalah penelitian yang mencoba memahami fenomena dalam setting dan konteks naturalnya, yakni peneliti berusaha tidak memanipulasi fenomena yang diamati (Amaruddin, Atmaja, dan Khafid 2020). Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisa data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi.

Menurut Bogdan dan Taylor metode penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Sugiono 2019). Berdasarkan beberapa definisi yang dikemukakan diatas maka dapat disimpulkan bahwa metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk mendalami peristiwa khusus pada kondisi obyek yang alamiah dan menghasilkan data deskriptif secara tertulis atau lisan, dimana dalam pengumpulan datanya secara fundamental sangat bergantung pada proses pengamatan peneliti itu sendiri.

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, sumber, dan cara. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara dan observasi sebagai metode pengumpulan data. Wawancara adalah salah satu alat yang paling banyak digunakan untuk mengumpulkan data penelitian kualitatif. Wawancara memungkinkan peneliti mengumpulkan data yang beragam dari responden dalam berbagai situasi dan konteks. Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis dan disengaja melalui pengamatan dan pencatatan terhadap gejala yang diselidiki. Observasi adalah proses memperhatikan dan mengamati dengan teliti dan sistematis mengenai sasaran perilaku yang dituju.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **A. Hasil Penelitian**

NL merupakan seorang pedagang es cendol di sekitaran kampus UIN Sumatera Utara. NL mengaku sudah menjalankan usaha ini lebih dari 8 tahun. Adapun langkah-langkah yang NL lakukan ketika hendak membuka usaha cendol miliknya adalah membuat perencanaan bisnis. Melalui hasil wawancara, peneliti menilai bahwa NL telah melakukan beberapa faktor yang menunjang pertumbuhan UMKM seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. NL mengaku alasannya memilih usaha es cendol ini adalah karena proses penyediaan bahan-bahan

dagangannya yang praktis sehingga lebih memudahkannya dalam berjualan. Sebelum membuka usaha cendol ini, NL sudah melakukan observasi dan berbagai pertimbangan terlebih dahulu. Mulai dari survey lokasi jualan, produk yang sesuai untuk dijual dan strategi pemasaran yang menarik.

Lokasi berjualan yang dipilih NL sangat strategis karena terletak di sekitaran kampus UIN Sumatera Utara, Universitas Negeri Medan dan SMPN 27 Medan. Produk yang dijual juga cocok untuk dijual di lokasi tersebut. Selain itu, harga dari produk yang dijual juga sangat terjangkau bagi kantong mahasiswa dan pelajar. Hal lainnya yang sangat menarik dari usaha yang dilakukan NL ini ada pada strategi pemasarannya. NL menerapkan pendekatan yang sangat ramah dalam menawarkan produk yang dijualnya kepada pembeli. NL kerap kali memanggil pembeli dagangannya dengan sebutan *bestie* yang menjadikan ia lebih akrab dan dekat dengan para pelanggannya. Hal ini juga yang menjadikan usaha cendol miliknya lebih dikenal dengan nama Es Cendol *Bestie*.

UMKM yang seringkali dipandang sebelah mata ini ternyata telah menghasilkan keuntungan yang menjanjikan bagi NL. NL mengaku dari usaha UMKM nya ini ia telah mampu membiayai kedua anaknya hingga lulus dari perguruan tinggi negeri. Selain itu, Es Cendol *Bestie* saat ini telah memiliki satu cabang yang dibuka di dalam kawasan kampus UIN Sumatera Utara. Berkat kegigihan usahanya, serta perencanaan bisnis yang baik, NL dapat merasakan kesuksesan dari usaha yang telah dijalkannya.

NL menganggap bahwa perencanaan bisnis sangat penting untuk dilakukan bagi setiap pelaku usaha. *Business plan* dapat menjadi peta atau acuan dalam menjalankan serta mengembangkan bisnis yang sedang dilakukan. Dengan membuat *business plan* juga pelaku usaha dapat lebih mudah menentukan produk, pemilihan lokasi berjualan, strategi pemasaran, hingga inovasi yang dapat dilakukan untuk mengembangkan usaha miliknya.

## **B. Pembahasan**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Sebagai sektor ekonomi yang luas, UMKM tidak hanya menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara. Banyak UMKM di Indonesia dikelola oleh pengusaha-pengusaha lokal yang memiliki keterampilan dan pengetahuan yang unik dalam berbagai sektor, mulai dari kuliner, kerajinan tangan, hingga jasa (Windusancono 2021). Keberagaman ini menciptakan ekosistem yang dinamis dan membantu melestarikan warisan budaya dan

Pentingnya *Business Plan* Bagi Kesuksesan Sebuah Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) tradisional.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia adalah akses terbatas terhadap modal dan teknologi. Meskipun demikian, pemerintah dan berbagai lembaga telah berupaya untuk meningkatkan dukungan bagi UMKM, termasuk melalui program pelatihan, pembiayaan, dan pemberian bantuan teknologi (Sri dan Ahmad 2017). Ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar domestik maupun internasional.

Dalam era digitalisasi dan globalisasi, peran UMKM semakin penting dalam menjaga keberlanjutan ekonomi Indonesia. Dengan terus meningkatkan dukungan dan memberikan akses yang lebih baik terhadap sumber daya, UMKM dapat menjadi motor penggerak utama dalam menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif (Rachman 2019).

Berkembangnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) hingga mencapai kesuksesan melibatkan sejumlah faktor yang saling terkait. Beberapa faktor yang dapat membantu pertumbuhan UMKM adalah (1) manajemen yang efektif: manajemen yang baik melibatkan perencanaan yang matang; pengelolaan keuangan yang bijak; dan kepemimpinan yang efektif serta pengelolaan sumber daya termasuk waktu; tenaga kerja; dan modal; merupakan kunci kesuksesan UMKM, (2) inovasi dan diferensiasi: kemampuan untuk berinovasi dan menawarkan produk atau layanan yang berbeda dapat membantu UMKM menonjol di pasar, (3) pemasaran dan branding yang baik: komunikasi yang baik dengan pelanggan; penggunaan media sosial; dan promosi yang tepat dapat membantu meningkatkan visibilitas dan daya tarik pasar, (4) akses terhadap modal dan pembiayaan: akses terhadap modal yang memadai sangat penting bagi pertumbuhan UMKM, (5) pendidikan dan pelatihan: pengusaha UMKM perlu memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup untuk mengelola bisnis, (6) teknologi dan digitalisasi: memanfaatkan teknologi dan digitalisasi dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional; mencapai pasar yang lebih luas; dan meningkatkan daya saing, (7) kolaborasi dan jaringan: membangun jaringan dengan pelaku bisnis lain; pemasok; dan mitra potensial dapat membuka peluang baru dan memberikan dukungan dalam mengatasi tantangan bersama, (8) kepatuhan hukum dan regulasi: mematuhi peraturan dan regulasi bisnis adalah kunci untuk memastikan keberlanjutan operasional UMKM (Winarni dan Mahsun 2021).

Berbagai faktor yang telah dijelaskan di atas dapat direncanakan oleh pelaku UMKM sejak mereka akan membuka usaha. Perencanaan usaha ini lebih dikenal sebagai *business plan*.

*Business plan* dinilai sangat penting untuk dilakukan saat akan membuka suatu usaha dan dapat dianggap sebagai langkah kritis dalam merencanakan, mengelola, dan mengembangkan bisnis. Hal ini dapat terbukti melalui penelitian yang telah dilakukan pada beberapa pelaku usaha UMKM di sekitaran kampus UIN Sumatera Utara. Dalam observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti pada salah satu pelaku usaha UMKM yang berada di kawasan UIN Sumatera Utara yang berinisial NL, mengaku bahwa *business plan* sangat penting dilakukan untuk menunjang kesuksesan sebuah usaha.

## **Kesimpulan**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Sebagai sektor ekonomi yang luas, UMKM tidak hanya menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara. Ada beberapa faktor Dalam pengembangan UMKM yaitu: manajemen yang efektif, inovasi, pemasaran, akses modal, pelatihan, teknologi. Dalam pelaksanaan UMKM memerlukan perencanaan bisnis, perencanaan bisnis sangat penting untuk dilakukan bagi setiap pelaku usaha. Business plan dapat menjadi peta atau acuan dalam menjalankan serta mengembangkan bisnis yang sedang dilakukan. Dengan membuat business plan juga pelaku usaha dapat lebih mudah menentukan produk, pemilihan lokasi berjualan, strategi pemasaran, hingga inovasi yang dapat dilakukan untuk mengembangkan usaha miliknya.

## **Daftar Pustaka**

- Amaruddin, Hidar, Hamdan Tri Atmaja, and Muhammad Khafid. 2020. "PERAN KELUARGA DAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMBENTUKAN KARAKTER SANTUN SISWA DI SEKOLAH DASAR." *Jurnal Pendidikan Karakter* 10 (1). <https://doi.org/10.21831/jpk.v10i1.30588>.
- Athirah, Salwa Islami, Fesa Putra Kristianto, Dian Eko Hari Purnomo, and Julia Dewi Ma'rifah. 2022. "Usaha Peningkatan Kualitas BUMDes Berdikari Pucang Melalui Pelatihan Business Plan." *Sewagati* 6 (4): 1–5. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v6i4.421>.
- Huda, Nurul. 2022. "KONSEP PERENCANAAN BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM." *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi (JMBO)* 1 (2). <https://doi.org/https://doi.org/10.58290/jmbo.v1i2.79>.
- Lestari, Arini, and Nuri Aslami. 2022. "Strategi Pemasaran Produk Asuransi Syariah." *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam* 21 (2): 80–89. <https://doi.org/10.47467/mk.v21i2.882>.
- Mukminin, Amir, and Eka Yuni Purwanti. 2021. "PENGEMBANGAN JIWA KEWIRAUSAHAAN DI KALANGAN MAHASISWA STAIMAS WONOGIRI DENGAN MODEL PEMBELAJARAN

Pentingnya *Business Plan* Bagi Kesuksesan Sebuah Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)

BERBASIS PRODUKSI." *PARAMUROBI: JURNAL PENDIDIKAN AGAMA ISLAM* 4 (2): 119–25.  
<https://doi.org/10.32699/paramurobi.v4i2.2104>.

Nihayah Nihayah, Ana, Lathif Hanafir Rifqi, Kartika Marella Vanni, and Ali Imron. 2022. "Analisis Ketahanan Keuangan Pelaku Usaha Mikro Kecil Diukur Dari Implementasi Literasi Keuangan Pada Masa Pandemi Covid 19." *Jurnal E-Bis* 6 (2): 438–55.  
<https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i2.912>.

Rachman, Rio Febriannur. 2019. "Optimalisasi Media Digital Berbasis Kemaslahatan Umat Dalam Program Pahlawan Ekonomi Surabaya." *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam* 8 (2): 273. <https://doi.org/10.36835/iqtishoduna.v8i2.422>.

Santoso, Gunawan, Aim Abdul Karim, Bunyamin Maftuh, Saptiya, and Ma'mun Murod. 2023. "Kajian Wawasan Nusantara Melalui Local Wisdom NRI Yang Mendunia Dan Terampil Dalam Lagu Nasional Dan Daerah Abad 21." *JUPETRA: Jrnal Pendidikan Transformatif* 2 (1). <https://doi.org/https://doi.org/10.9000/jupetra.v2i1.144>.

Sepriyadi, Mhd. Izwan, Ayu Wardani, Mimi Syahfitri, Muhammad Alfayyadh F, and Reza Resmaliana. 2023. "Analisis Business Model Canvas (BMC) Pada UMKM Cimol Aa Di Kota Tanjungpinang." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3 (4): 2270–81.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v3i4.3718>.

Sri, Maulida, and Yunani Ahmad. 2017. "Peluang Dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi." *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 2 (1): 181–97.  
<https://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/155>.

Sugiono. 2019. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Winarni, Eko, and Ali Mahsun. 2021. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Sidoarjo." *Pengaruh Inflasi Terhadap Kestabilan Dan Eksistensi Usaha Ekonomi Mikro* 3 (1): 70–77.

Windusancono, Bambang Agus. 2021. "UPAYA PERCEPATAN PERTUMBUHAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI INDONESIA." *MIMBAR ADMINISTRASI FISIP UNTAG Semarang* 18 (2): 32. <https://doi.org/10.56444/mia.v18i2.2528>.