



Enhancing business planning skills for women entrepreneurs in Kolhua Bazaar, Kupang City

Indri Astuti, Hironnymus Jati✉, Khalid K.Moenardy, Bei Marselinus, Mahmud Ahmad
Universitas Nusa Cendana, Kupang, Indonesia

✉ hiro_jatis@staf.undana.ac.id

doi <https://doi.org/10.31603/ce.10500>

Abstract

The women members of the culinary bazaar face a challenge due to their limited knowledge, understanding, and skills in preparing business plans. This community service initiative aims to enhance their knowledge and understanding of crafting culinary business plans specifically for the Darul Hijrah Madani culinary bazaar group in Kolhua. Counseling, discussions, and training sessions were conducted with 20 bazaar members as part of this service activity. Analysis revealed a 75% increase in knowledge and an 83% improvement in understanding after counseling. Additionally, participants demonstrated a 60% proficiency in preparing business plans following the provided structure. These community service activities effectively enhance the knowledge, understanding, and skills of business actors in crafting business plans.

Keywords: *Counseling; Business plan; Culinary business; Knowledge and understanding*

Peningkatan keterampilan perencanaan bisnis bagi pengusaha wanita di bazar Kolhua, Kota Kupang

Abstrak

Permasalahan yang dihadapi oleh ibu-ibu anggota bazar kuliner adalah terbatasnya pengetahuan, pemahaman dan keterampilan tentang penyusunan rencana bisnis. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman penyusunan rencana usaha kuliner bagi ibu-ibu kelompok bazar Darul Hijrah Madani kuliner di Kolhua. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah penyuluhan, diskusi dan pelatihan yang dilakukan dengan peserta 20 orang anggota bazar. Hasil analisis menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan sebesar 75% dan pemahaman sebesar 83% setelah penyuluhan. Kemampuan dan keterampilan peserta menyusun rencana bisnis sesuai struktur yang diberikan sebesar 60%. Kegiatan PKM dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman terhadap rencana bisnis dan juga keterampilan pelaku usaha menyusun rencana bisnis.

Kata Kunci: Penyuluhan; Rencana bisnis; Usaha kuliner; Pengetahuan dan pemahaman

1. Pendahuluan

Makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok manusia yang kemudian mendorong terciptanya bisnis kuliner. Usaha kuliner diakui sebagai salah satu jenis bisnis yang tak pernah mati, ketika didera oleh pandemi Covid-19 selama dua tahun memang omset penjualan mengalami penurunan karena pembatasan-pembatasan mobilitas manusia tetapi sejumlah UMKM tetap mempertahankan usahanya (Jati et al., 2021). Walaupun UMKM kuliner diterpa pandemi Covid-19, tetapi kontribusi industri

makanan dan minuman sebesar 37,77% terhadap perekonomian Indonesia ([Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2022](#)). Sub sektor kuliner rata-rata tiap tahun menyumbang sekitar 42%, sub sektor fashion 18% dan sub sektor kriya 15% dari total PDB ekonomi kreatif ([Kemenparekref RI, 2020](#)). Hal ini mengindikasikan bahwa bisnis kuliner sangat berperan bagi perekonomian Indonesia termasuk menciptakan dan membuka lapangan kerja. Tenaga kerja pada sektor ekonomi kreatif pada tahun 2019 mencapai 19,24 juta jiwa sedangkan yang terserap pada sub sektor kuliner sebanyak 9,34 juta jiwa atau 34% dari total tenaga kerja pada sektor ekonomi kreatif.

Fenomena di atas menjadikan usaha kuliner sebagai salah satu lokomotif perekonomian Indonesia dan kebangkitan industri kreatif Indonesia, karena sub sektor kuliner merupakan sektor pokok dalam UMKM yang terus akan dibutuhkan oleh masyarakat, sehingga pemerintah terus memperhatikannya agar tetap bertahan menghadapi berbagai tantangan ([Ahmad et al., 2018](#)). Bahkan sub sektor kuliner atau industri makanan dan minuman di tengah kondisi sulit pun justru masih menjadi pilihan masyarakat untuk berbisnis ([Dirgantara, 2021; Jati et al., 2020](#)). Menurut [Nurmala et al. \(2022\)](#), industri ekonomi kreatif sub sektor makanan dan minuman (kuliner) diproyeksikan masih menjadi salah satu sub sektor andalan penopang sektor manufaktur dan ekonomi nasional yang merupakan satu jenis UMKM yang tidak akan hilang sampai kapan pun. Selanjutnya Asosiasi Pengusaha Jasa Boga (APJI) berkeyakinan bahwa sektor kuliner dapat menjadi garda terdepan bahkan sebagai lokomotif dalam menyelamatkan sektor jasa boga dan tentu akhirnya banyak membuka lapangan pekerjaan ([Dirgantara, 2021](#)). Usaha kuliner sangat diminati karena tidak pernah sepi peminat, keuntungan cukup besar, mudah dilakukan, banyak pilihan dan menjadi model bisnis *food start up* ([Handayani, 2020](#)).

Oleh karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok sehingga mendorong meningkatnya permintaan makanan dan minuman yang diikuti oleh perubahan pola konsumsi dan gaya hidup. Sehingga tercipta peluang usaha bagi UMKM untuk mendapatkan penghasilan sehingga industri kuliner tetap eksis bahkan menjamur di berbagai tempat, termasuk di Kelurahan Kolhua Kota Kupang.

Daya tarik peluang usaha kuliner di Kelurahan Kolhua cukup tinggi sehingga mendorong ibu-ibu kelompok Bazar Hijrah Madani di Kelurahan Kolhua berbisnis makanan dan minuman. Bazar dilakukan secara rutin setiap hari Minggu di depan Mesjid Hijrah Madani BTN Kolhua sedangkan pada hari-hari lainnya mereka menjalankan bisnis kuliner di rumah atau tempat jualan masing-masing. Demi menjaga agar tidak terjadi persaingan diantara sesama anggota bazar maka jenis makanan dan minuman yang dijual ditentukan/disepakati bersama dua hari sebelum bazar berlangsung. Suasana bazar kuliner yang dilakoni oleh 25 orang ibu-ibu anggota kelompok Hijrah Madani cukup ramai didatangi konsumen dan pelanggan sebagaimana yang ditunjukkan pada [Gambar 1](#).

Hasil wawancara dengan ketua kelompok bazar (Ibu Sri Parwanti) dan anggota bazar (Ibu Khusnul, Chandra dan Indah) diketahui bahwa usaha yang mereka jalani tidak memiliki rencana tertulis tetapi hanya ada dalam pikiran saja sehingga sulit dievaluasi dan dinilai keberhasilannya. Ibu-ibu hanya bisa menilai dari lakunya kuliner yang dijual pada setiap pekan atau saat bazar. Mereka tidak memiliki catatan keuangan sebagai dasar menilai kinerja usahanya. Meski tidak ada rencana bisnis tertulis, usaha kuliner masih tetap berjalan hingga sekarang. Pernyataan ini juga didukung oleh temuan [Yohana \(2015\)](#), perencanaan yang tidak tertulis pasti sudah ada dalam pikiran, yaitu

suatu rekayasa secara sederhana tentang jawaban dari berbagai pertanyaan antara lain, usaha apa yang akan dibuka, mengapa memilih usaha tersebut, dimana lokasinya, siapa konsumennya, dari mana sumber modal dan bagaimana manajemennya.



Gambar 1. Kondisi bazar produk kuliner mitra

Rencana bisnis yang tertulislah yang hanya dapat digunakan sebagai pedoman, panduan, peta jalannya suatu bisnis dan merupakan sarana penting bagi keberhasilan bisnis. Salah satu kunci sukses memulai usaha adalah adanya kemampuan menuangkan ide-ide atau gagasan cemerlang yang kreatif dan inovatif. Ide tersebut harus mempunyai nilai ekonomi yang tinggi yang dituangkan dalam rencana bisnis yang matang dan realistis. Rencana bisnis tersebut berisi tentang apa yang dikerjakan dalam suatu bisnis ke depan meliputi alokasi sumber daya, perhatian pada faktor-faktor kunci dan mengolah permasalahan-permasalahan dan peluang yang ada (Munawaroh et al., 2016). *The business plan is a written document prepared by the entrepreneur that describes all the relevant external and internal elements involved in starting a new venture. It is often an integration of functional plans such as marketing, finance, manufacturing and human resources (Hisrich, et al., 2016).*

Rencana bisnis merupakan pedoman bagi pelaku usaha untuk mengembangkan usaha. Oleh karena itu, meskipun dibuat dengan sederhana, sebaiknya pelaku usaha kuliner tetap membuat sebuah rencana bisnis dan tidak hanya disusun saat awal pendirian bisnis tetapi usaha juga bisnis kuliner yang sudah eksis saat ini. Bagi usaha yang telah eksis, penting untuk menyusun *business plan* (rencana bisnis) (Selamat & Tunjungsari, 2021), seperti yang dikemukakan oleh (Scarborough & Cornwall, 2016) *business plan a written summary of an entrepreneur's proposed business venture, its operational and financial details, its marketing opportunities and strategy, and its managers' skills and abilities.* Tidak juga menutup kemungkinan rencana bisnis disusun untuk keperluan pengembangan bisnis yang telah dijalankan. Jika demikian maka usaha yang telah berjalan, seperti UMKM kuliner yang dilakukan oleh ibu-ibu kelompok bazar semestinya telah memiliki rencana bisnis.

Perencanaan bisnis bukanlah hanya sebuah proposal yang bertujuan untuk mendapatkan investor dalam bisnisnya, tetapi lebih jauh lagi perencanaan bisnis mampu menjadi panduan bagi seorang pelaku bisnis dalam mengambil peluang, memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan risiko selama menjalankan usaha (Soelaiman, 2022). *Business plan* juga merupakan peta jalan yang memberikan arah sehingga UMKM dapat merencanakan masa depan bisnisnya dengan matang dan

membantu menghindari guncangan bisnis dan menghadapi persaingan saat UMKM menjalani bisnisnya.

Oleh itu, rencana usaha atau rencana bisnis penting disiapkan dan dimiliki oleh semua pelaku usaha termasuk ibu-ibu anggota Bazar Darul Hijrah Madani yang bergerak dalam bisnis sub sektor Kuliner. Menurut [Hisrich et al. \(2016\)](#) *The business plan is important to these people because: (1) It helps determine the viability of the venture in a designated market; (2) It provides guidance to the entrepreneur in organizing his or her planning activities; and (3) It serves as an important tool in helping to obtain financing.* Dari ide dan peluang bisnis selanjutnya harus dijabarkan dalam rencana bisnis, sehingga [Kurtz & Boone \(2011\)](#) menggaris bawahi bahwa *“the business plan: a foundation for success.”*

Berkenaan dengan pengelolaan usaha, sebagian besar UMKM menjalankan usaha tanpa merancang rencana bisnis terlebih dahulu. Pemilik UMKM hanya melihat peluang bisnis dan belum memperhitungkan pangsa pasar produk serta rencana pengembangan usaha di masa yang akan datang. Dengan kondisi tersebut, meskipun masih dapat mengakses pembiayaan dari perbankan UMKM kesulitan dalam menjaga stabilitas keuangan dan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang ([Saputera & Wiguna, 2023](#)).

Menurut [Kristianto \(2012\)](#) rencana usaha penting dilakukan karena dengan sebuah perencanaan dapat diketahui seluruh permasalahan yang ada, sehingga kita dapat melakukan persiapan untuk mengatasi masalah tersebut dan secara tidak langsung kita dapat mengetahui tingkat risiko yang akan dihadapi. Penyusunan rencana usaha menjadi media komunikasi yang penting bagi pengusaha untuk menerangkan profil usaha yang akan dikembangkannya. *A business plan is a planning tool that builds on the foundation of the idea assessment, feasibility analysis and business model* ([Scarborough & Cornwall, 2016](#)). Hasil penelitian [Sugiarto \(2019\)](#) membuktikan bahwa rencana bisnis yang tepat dan bagus dengan strategi yang selaras berdampak positif terhadap perkembangan UMKM. Salah satu faktor kegagalan bisnis adalah tidak adanya rencana bisnis yang jelas dan tepat. [International Federation of Accountants \(2006\)](#) menegaskan rencana bisnis sebagai sarana untuk memfokuskan ide-ide yang akan diwujudkan dalam bisnis. Dengan demikian, maka rencana bisnis bagi setiap pelaku usaha termasuk kuliner bazar Hijrah Madani mutlak memilikinya, karena sangat bermanfaat dan bertujuan menjamin kelangsungan bisnis kuliner.

Manfaat rencana bisnis adalah tujuan bisnis menjadi lebih jelas, prioritas bisnis akan menjadi lebih masuk akal, rencana bisnis akan meminimalisir risiko, memprediksi masa depan, mencari sumber dana ([Investa Financial Advisor, 2020](#)); membantu dalam mengambil keputusan, mengatur keseluruhan sistem keuangan secara menyeluruh dan membantu mendapatkan investor yang lebih banyak ([Redaksi OCBC NISP, 2021](#)). Hasil-hasil penelitian yang dikemukakan sebelumnya menunjukkan bahwa, berapa pun ukuran sebuah perusahaan dan skala usahanya, pelaku usaha (UMKM) yang memiliki rencana bisnis unggul UMKM yang tidak memilikinya.

Rencana bisnis menawarkan evaluasi yang sistematis dan realistis mengenai peluang kesuksesan suatu usaha di pasar, selain itu rencana bisnis juga menjadi cara untuk menentukan risiko utama yang dihadapi usaha tersebut, sebuah rencana untuk mengelola bisnis dengan sukses selama periode-periode awal pendiriannya, alat untuk membandingkan hasil aktual dengan kinerja yang ditargetkan, alat penting untuk menarik modal dari investor dan tentunya menjadikan pengendalian operasional lebih

mudah dilaksanakan (Hisrich et al., 2016; Investa Financial Advisor, 2020; Scarborough & Cornwall, 2016). Rencana bisnis sebagai alat penting untuk menarik modal dari investor maka diperlukan pencatatan dan laporan keuangan yang memadai. Karena dengan membuat pendataan dan laporan keuangan menurut Hidayati et al. (2022) diantaranya memudahkan mengetahui jumlah keuntungan usaha, memudahkan mendapat bantuan pembiayaan, dapat mengetahui jumlah aset yang dimiliki dan mengetahui apakah usaha yang dijalankan selama ini menguntungkan atau tidak.

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian karena berperan dalam menopang perekonomian nasional dan menyediakan lapangan pekerjaan bagi mayoritas tenaga kerja di Indonesia. Peran UMKM sangat penting bagi perekonomian Indonesia, yaitu memberi kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar lebih dari 60% atau sekitar Rp8.573 Triliun setiap tahunnya. Selain itu, UMKM juga 97% total tenaga kerja Indonesia atau 116 juta orang (Anastasya, 2023).

Walaupun demikian, permasalahan UMK Kuliner yang dijalani oleh ibu-ibu kelompok bazar tidak jauh berbeda dengan masalah UMKM di Indonesia umumnya, antara lain berkaitan dengan aspek pemasaran, modal dan pendanaan, inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi, pemberdayaan tenaga kerja, rencana pengembangan usaha dan kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal (Anastasya, 2023), terbatasnya manajemen usaha dan rendahnya pengetahuan, pemahaman dan kesadaran akan pentingnya rencana bisnis dan cara menyusun rencana bisnis itu sendiri. Hasil kajian Musnaini et al. (2020) bahwa salah satu faktor yang cukup mempengaruhi dalam permasalahan UMKM maupun pelaku usaha ekonomi kreatif saat ini juga bersumber pada minimnya sumber daya yang terlatih maupun yang memiliki pengetahuan dalam mengelola bisnis.

Atas dasar penjelasan di atas, permasalahan yang dapat diutarakan adalah bagaimana meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan keterampilan ibu-ibu pelaku usaha kuliner tentang pentingnya perencanaan bisnis dan bagaimana membuat rencana bisnis bagi pengembangan usaha kuliner oleh ibu-ibu anggota bazar. Tujuan diadakannya kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan, kemampuan dan keterampilan pelaku usaha kuliner dalam membuat perencanaan bisnis untuk pengembangan usaha. Pelaksanaan kegiatan dalam bentuk penyuluhan dan pelatihan.

2. Metode

Kegiatan pengabdian skim Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dilakukan di aula Taman Kanak-Kanak Darul Hijrah Madani dalam kompleks Mesjid Darul Hijrah Madani Kolhwa pada tanggal 10 dan 11 Agustus 2023. Mitra kegiatan pengabdian ini adalah ibu-ibu anggota bazar sebanyak 20 orang yang memiliki usaha kuliner. Metode pelaksanaan pengabdian melalui penyuluhan terkait penyusunan rencana bisnis dan praktek penyusunan rencana bisnis dengan proses, yaitu tahap survei, wawancara dan perizinan kegiatan. Dilanjutkan dengan tahap penyiapan tim dan materi pelaksanaan kegiatan, tahap kegiatan dan tahap *monitoring* dan evaluasi.

2.1. Survei dan wawancara

Tahap ini, tim mengunjungi lokasi bazar kuliner di Jl. Feto Funay untuk mencermati aktivitas bazar yang dilakukan oleh kelompok ibu-ibu sekaligus mewawancarai ketua

dan anggota bazar untuk mengetahui lebih jauh masalah dan kendala yang dihadapi dalam pengembangan usaha kuliner. Survei dan wawancara dilakukan pada bulan Maret 2023. Ketika survei dan diskusi dengan pengelola bazar, tim menyampaikan tujuan dan target kegiatan kepada mitra dalam rangka meningkatkan pengetahuan, kemampuan dan keterampilan anggota kelompok mengenai rencana bisnis dalam pengembangan usahanya.

Setelah disepakati masalah yang perlu diatasi dalam pengembangan usaha kuliner, maka tim bersama ketua bazar menemui pengelola mesjid dan Kepala Sekolah TKK dengan maksud meminta izin menggunakan aula TKK untuk kegiatan PKM sekaligus izin pada pengelola mesjid karena aula TKK berada dalam kompleks mesjid Darul Hijrah Madani.

2.2. Persiapan

Koordinasi dengan anggota tim untuk menentukan pokok-pokok materi PKM dan materi yang dibawa oleh masing-masing anggota tim dan menyesuaikan jadwal kegiatan tim dengan rencana kegiatan PKM yang sudah disepakati dengan mitra (anggota bazar). Materi penyuluhan rencana bisnis mencakup bagaimana menemukan dan merumuskan ide dasar, memilih nama usaha, membuat analisis pasar, melakukan analisis pasar dan strategi pemasaran, aspek produksi dan operasi, manajemen sumber daya manusia dan aspek keuangan. Penyusunan rencana bisnis dan strukturnya diambil contoh yang sederhana berkaitan dengan usaha kuliner sehingga lebih mudah dipahami oleh ibu-ibu anggota bazar kuliner.

2.3. Pelaksanaan

Kegiatan PKM dilaksanakan dengan metode penyuluhan/ceramah, tanya-jawab, diskusi dan pelatihan kepada anggota kelompok bazar kuliner di Kelurahan Kolhua. Metode ceramah merupakan cara penyampaian materi pentingnya dan penyusunan rencana bisnis secara tutur lisan dan langsung yang mengutamakan interaksi antara penyaji dengan peserta, yang disertai dengan contoh sederhana agar lebih mudah dipahami. Metode tanya jawab adalah komunikasi dua arah yang terarah berkaitan pentingnya rencana bisnis dan bagaimana penyusunan rencana bisnis. Metode diskusi dimaksudkan untuk berbagi pengetahuan dan ide antara penyaji dengan mitra untuk menemukan solusi atas kesulitan mitra dalam penyusunan dan penyajian rencana bisnis (Jati & Astuti, 2022).

2.4. Monitoring dan evaluasi

Monitoring dilakukan pada saat berlangsung penyajian materi maupun saat pendampingan penyusunan rencana bisnis guna memastikan adanya kesesuaian proses dan capaian sesuai rencana. Sementara itu, evaluasi dilakukan empat tahapan, pertama *pre-test* sebelum penyajian materi untuk mengetahui tingkat pengetahuan, pemahaman, dan sikap tentang rencana bisnis lebih fokus pada materi yang belum dan kurang dipahami. Kedua, *post-test* setelah persentase untuk mengetahui dan menilai perubahan tingkat pengetahuan, pemahaman dan sikap peserta setelah disajikan. Evaluasi tahap pertama dan kedua menggunakan kuesioner yang harus diisi peserta saat kegiatan berlangsung. Tahap ketiga, praktik penyusunan rencana bisnis untuk mengetahui dan menilai kemampuan peserta menyusun rencana bisnis dengan membandingkan hasil kerja peserta dengan sesuai format (*template*) yang ditetapkan. Tahap keempat pendampingan (21-22 Agustus 2023), evaluasi dilakukan untuk memastikan bahwa kekurangan rencana bisnis saat praktik sudah dilengkapi sesuai dengan format dan isinya sudah sesuai dengan skala usahanya. Caranya, membandingkan rencana bisnis

pada saat praktik dengan hasil akhir saat pendampingan. Evaluasi dari kegiatan adalah untuk memastikan bahwa semua peserta pelatihan memahami materi yang diberikan serta mampu membuat *business plan* sesuai dengan format yang telah diberikan (Hanifa et al., 2021). Evaluasi PKM bertujuan memperoleh umpan balik dari mitra sebagai masukan bagi tim untuk melakukan kegiatan di masa yang akan datang. Ruang lingkup evaluasi diantaranya terkait dengan kondisi eksternal UMKM (ekosistem bisnis) dan internal UMKM (operasional dan manajemen usaha), sehingga menjadi bahan bagi tim pengabdian untuk pengembangan kegiatan di masa yang akan datang (Saputera & Wiguna, 2023).

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan karakteristik peserta, 35% peserta kegiatan ini berusia 20-40 tahun dan yang berusia 41-50 tahun sebanyak 65%, termasuk rentang usia yang masih sangat produktif. Badan Pusat Statistik (BPS) memproyeksikan jumlah penduduk Indonesia mencapai 275,77 juta jiwa pada 2022, dari jumlah tersebut, sebanyak 190,98 juta jiwa (69,25%) masuk kategori usia produktif (usia 15-64 tahun) (Kusnandar, 2023).

3.1. Pelaksanaan kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 10-11 Agustus 2023, mulai jam 09.00-16.00 berlokasi di Aula TK Darul Hijrah Madani Kolhua dengan partisipan ibu-ibu anggota kelompok bazar usaha kuliner sebanyak 20 orang dari rencana sebanyak 25 orang. Kegiatan dibuka langsung oleh Ketua Tim PKM yang sekaligus menjelaskan tujuan dan manfaat PKM bagi usaha kuliner, dilanjutkan dengan perkenalan anggota tim sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan

Setelah perkenalan dilanjutkan dengan membagikan kuesioner *pre-test* untuk memperoleh gambaran awal tentang pengetahuan dan pemahaman anggota bazar terkait dengan pentingnya rencana bisnis dan kesadaran pentingnya rencana bisnis, berikut struktur dan aspek-aspek rencana bisnis. Kemudian tim mengumpulkan kuesioner dan dilanjutkan dengan penyuluhan menggunakan sarana penunjang demi kelancaran kegiatan berupa laptop dan proyektor. Ibu-ibu anggota bazar kuliner Darul Hijrah Madani sangat antusias mengikuti kegiatan PKM karena terdorong oleh kebutuhan pengembangan bisnis berbasis rencana bisnis yang selama ini kurang diketahui dan dipahami. Hal ini terbukti dari pertanyaan yang diajukan dan diskusi dengan peserta PKM sebagaimana nampak pada Gambar 3.

Salah satu pertanyaan dari peserta saat penyajian materi adalah apakah bagi usaha kuliner skala usaha ultra mikro, mikro dan kecil memang wajib membuat rencana

bisnis?. Tim penyaji memberikan jawaban bahwa baik usaha yang baru dimulai atau saat ini sudah berjalan wajib menyusun rencana bisnis karena membantu kelangsungan perusahaan, sebagai petunjuk mengatur aktivitas-aktivitas bisnis, sebagai alat penting untuk mendapatkan pembiayaan (Hisrich et al., 2016), juga sebagai alat memprediksi masa depan bisnis dan menaikkan skala usaha kuliner. Untuk itu, para pelaku UMKM, sangat perlu ditanamkan kesadaran akan pentingnya sebuah rencana usaha dan perlu dibekali pengetahuan dan keterampilan untuk membuat rencana tersebut mengingat manfaatnya yang sangat besar. UMKM kurang pemahaman tentang rencana bisnis yang jelas dan terarah, menyebabkan pelaku usaha UMKM tidak bertahan lama (Masnita et al., 2021).



Gambar 3. Diskusi dalam pelatihan

Kegiatan PKM pada tanggal 10 Agustus 2023 lebih fokus pada materi rencana bisnis yang meliputi pentingnya dan manfaat rencana bisnis, merumuskan ide dasar dan nama bisnis, membuat analisis produk, melakukan analisis pasar dan strategi pemasaran, aspek produksi dan operasi, aspek sumber daya manusia, aspek keuangan, dan struktur rencana bisnis. Selanjutnya pada hari kedua, tanggal 11 Agustus 2023 pelatihan penyusunan rencana bisnis usaha kuliner dengan menggunakan struktur dan contoh yang sederhana sehingga lebih mudah dipahami peserta karena sebanyak 60% berpendidikan SLTA dan hanya 40% yang berpendidikan Perguruan Tinggi.

Struktur atau format rencana bisnis berisikan ringkasan, deskripsi perusahaan, barang/kuliner yang ditawarkan, analisis aspek pasar dan strategi pemasaran, analisis aspek produksi/teknis operasi, aspek manajemen dan sumber daya manusia dan aspek keuangan, serta lampiran yang diperlukan sebagai penguat atau bukti analisis. Pelatihan penyusunan rencana bisnis bertujuan meningkatkan keterampilan pelaku usaha kuliner menyusun rencana bisnis secara tertulis yang selama ini hanya ada dalam pemikiran pelaku usaha.

3.2. Monitoring dan evaluasi

Monitoring dilakukan pada saat penyuluhan berlangsung dan ketika penyusunan rencana bisnis untuk memastikan bahwa materi dan format rencana bisnis yang disajikan dapat diterapkan oleh mitra. Hasil evaluasi *pre-test* dan *post-test* tersaji pada Tabel 1. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pengetahuan mitra sebelum penyuluhan rata-rata sebesar 46,11% dan setelah penyuluhan mengalami kenaikan menjadi sebesar 80,89% atau meningkat sebesar 75%, sedangkan pemahaman mitra sebelum penyuluhan sebesar 41,67% menjadi 76,22% setelah penyuluhan, berarti meningkat sebesar 83%. Ibu-ibu anggota bazar kuliner Darul Hijrah Madani mengalami peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang rencana bisnis dalam pengembangan usaha kuliner. Kondisi ini mengindikasikan bahwa mitra menyadari dan memahami pentingnya penyusunan

rencana bisnis dalam usaha kuliner yang didukung dengan hasil lainnya bahwa membuat rencana bisnis atau *business plan* adalah awal kesuksesan berusaha.

Tabel 1. Perubahan pengetahuan dan pemahaman mitra PKM

No	Materi Pelatihan	Pengetahuan		Pemahaman	
		Pre	Post	Pre	Post
1	Pengetahuan dan pemahaman rencana bisnis	35	75	35	72
2	Kesadaran akan pentingnya rencana bisnis	40	80	40	80
3	Bagaimana ide dasar, nama usaha	50	75	40	76
4	Membuat analisis produk	50	80	40	76
5	Analisis pasar dan strategi pemasaran	45	80	45	72
6	Aspek produksi dan operasi	60	90	60	80
7	Manajemen sumber daya manusia	40	78	40	75
8	Aspek keuangan	60	80	50	75
9	Struktur/format rencana bisnis	35	90	25	80
Rerata		46,11	80,89	41,67	76,22

Hasil PKM lainnya menunjukkan bahwa para peserta dari anggota pimpinan Cabang Aisyiyah (PCA) Purwokerto Selatan memiliki kemampuan dan pengetahuan terkait dengan rencana bisnis bagi UMKM (Hidayah et al., 2021). Para peserta memiliki pengetahuan dan wawasan sebagai pengusaha kecil yang terampil mengelola bisnis dengan pembuatan *business plan* sehingga mampu mencari peluang untuk menambah keuangan bisnis sebagai bekal untuk meningkatkan aktivitas omset agar taraf hidup keluarga menjadi lebih baik (Yohana, 2015). Kegiatan bimbingan penyusunan rencana bisnis usaha menghasilkan pemahaman terhadap masyarakat desa pentingnya membuat rencana bisnis dan memahami penyusunan profil usaha, aspek-aspek sosial ekonomi, pemasaran, teknologi, keuangan, operasional dan sumber daya (Putri et al., 2021).

Peserta menyadari kegunaan rencana bisnis sehingga berniat dan berupaya untuk menyusunnya melalui pendampingan tim. Pernyataan ini didukung oleh hasil pelatihan lainnya yang mirip, bahwa pelaku UMKM memperoleh pengetahuan dan teknik dalam menyusun perencanaan bisnis yang berguna bagi peningkatan produktivitasnya (Fauziah et al., 2020). Sebaliknya, kurang pemahaman tentang rencana bisnis yang jelas dan terarah, menyebabkan pelaku usaha UMKM tidak bertahan lama (Masnita et al., 2021).

Hasil penilaian terhadap rencana bisnis oleh mitra menunjukkan bahwa sebanyak 60% peserta mampu menyusun rencana bisnis sesuai format, sebanyak 30% menyusun rencana bisnis tapi masih kurang lengkap dan sebanyak 10% masih belum mampu menyusun rencana bisnis. Hasil ini berbeda dengan Arifin & Mulia (2021) bahwa setelah kegiatan 80% peserta berhasil membuat rencana bisnis yang baik sesuai dengan materi yang disampaikan. Perbedaan dikarenakan tidak semua peserta adalah berlatar belakang pendidikan ekonomi dan manajemen (hanya 40%) dan pengalaman bisnis yang berbeda. Walaupun demikian semua peserta sudah menunjukkan kemauannya untuk menyusun rencana bisnis secara tertulis.

Respons peserta (mitra usaha kuliner) terhadap kegiatan PKM sebagaimana tersaji dalam Tabel 2, rata-rata sebanyak 93% pelaku usaha kuliner Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS) dengan kegiatan PKM, sedangkan sebanyak 7% menyatakan tidak setuju dan

sangat tidak setuju dengan pelaksanaan PKM dari aspek waktu yang kurang memadai dan cara penyajian materi. Nilai respon mitra sebesar 93% terkategori sangat baik. Sebanyak 50% peserta menyatakan setuju bahwa materi-materi yang diberikan oleh tim mudah dipahami dan sebanyak 30% menyatakan sangat setuju karena materi mudah dipahami, sehingga mereka mampu menyusun rencana bisnis. Sejalan dengan hasil Naningsih et al (2022) bahwa mereka memahami materi yang disampaikan sehingga mampu menerapkan membuat proposal rencana bisnis.

Tabel 2. Respon peserta terhadap kegiatan PKM

No	Pernyataan	S	SS
1	Materi mudah dipahami	50	30
2	Cara penyajian menarik	50	50
3	Narasumber sesuai bidang	40	50
4	Waktunya memadai	35	50
5	Sarana tersedia dan baik		100
6	Kegiatan sesuai dengan tujuan	45	55
7	Kegiatan PKM sesuai kebutuhan	30	70

4. Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pelatihan penyusunan rencana bisnis bagi ibu-ibu anggota bazar kuliner Darul Hijrah Madani dapat disimpulkan bahwa peserta sangat bersemangat mengikuti kegiatan. Pengetahuan dan pemahaman peserta terhadap rencana bisnis mengalami peningkatan dan peserta mampu menyusun rencana bisnis usaha kuliner walaupun belum semuanya sesuai dengan struktur/format yang diberikan. Kunci keberhasilan penyusunan rencana bisnis untuk pengembangan usaha adalah kemauan dan kesediaan pelaku usaha untuk melakukannya sesuai struktur yang diberikan.

Implikasi PKM terhadap manajemen bisnis adalah bahwa melalui pelatihan ini di masa yang akan datang para pelaku usaha dapat mampu menyusun rencana bisnis yang dijadikan sebagai pedoman dan sarana evaluasi kinerja bisnis selain mencari pendanaan dalam pengembangan usaha. Oleh karena belum semua anggota kelompok bazar kuliner memiliki kemampuan dan keterampilan menyusun rencana bisnis, maka diperlukan pendampingan yang berkelanjutan sesuai kesepakatan.

Ucapan Terima Kasih

Tim menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada Rektor dan Ketua LP2M Universitas Nusa Cendana, Dekan FISIP Universitas Nusa Cendana yang sudah menyetujui dan mendanai kegiatan PKM. Terima kasih pula kepada pengelola masjid dan Kepala Sekolah TKK Darul Hijrah Madani yang sudah mengizinkan tim menggunakan fasilitas sekolah dan masjid, dan anggota bazar yang berpartisipasi dalam kegiatan PKM.

Daftar Pustaka

- Ahmad, A., Rojabiyatun, N. S., & Fatimah, S. (2018). Ekonomi Kreatif Sub-Sektor Kuliner Dalam Menunjang Pertumbuhan Ekonomi Masa Pandemi Di Blitar. *JUPEKO: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 6(1), 35–38. <https://doi.org/10.29100/jupeko.v6i1.1916>
- Anastasya, A. (2023). *Data UMKM, Jumlah dan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia* (p. 1). <https://ukmindonesia.id/>
- Arifin, & Mulia, W. M. A. (2021). Penyuluhan Penyusunan Rencana Bisnis Sebagai Upaya Desa Sungai Raya Menuju Desa Wirausaha. *JMM:Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5(6), 3056–3064. <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i6.5425>
- Dirgantara, G. (2021). *Usaha makanan dan minuman penyelamat ekonomi Jakarta*. 1. <https://www.antaraneews.com/>
- Fauziah, F., Nurfadillah, M., & Karhab, R. S. (2020). Meningkatkan Produktivitas Pelaku UMKM melalui Pelatihan Perencanaan Bisnis. *Jurnal Abdimas Mahakam*, 4(1), 37–43. <https://doi.org/10.24903/jam.v4i1.716>
- Handayani, H. T. (2020). *Inovasi dan Kreativitas Usaha Kuliner Pasca Pandemi Covid-19*. 1. <https://unkartur.ac.id/>
- Hanifa, F. H., Sastika, W., Disastra, G. M., Wahyuningtyas, R., Dewi, A. S., Muslih, M., Kusumahadi, K., Dillak, V. J., & Kurnia. (2021). Pelatihan Business Plan Bagi Pelaku Umkm Di Kelurahan Sukaluyu Kecamatan Cibeunying Kota Bandung. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 4(1), 29–38. <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v4i1.618>
- Hidayah, A., Bagis, F., Mujib, I. M., Darmawan, A., Cinintya, P. B., & Innayah, M. N. (2021). Peningkatan Kompetensi Umkm Dalam Pengembangan Usaha Berbasis Business Plan Bagi Umkm Anggota Pimpinan Cabang Aisyiyah Purwokerto Selatan. *Jurnal BUDIMAS*, 03(02), 1–23. <https://doi.org/10.29040/budimas.v3i2.2992>
- Hidayati, I., Nandiroh, U., Koesherawati, S., & Haris, G. A. A. (2022). Improving the capability of MSME actors in preparing basic financial reports in Kedungkandang Village. *Community Empowerment*, 7(7), 1265–1270. <https://doi.org/10.31603/ce.6927>
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2016). *Entrepreneurship* (TENTH EDIT). Mc Graw Hill Education. <https://doi.org/10.4324/9781315670089-10>
- International Federation of Accountants. (2006). *Business Planning Guide : Practical Application for SMEs*.
- Investa Financial Advisor. (2020). *Manfaat dan Tujuan Business Plan* (p. 1). <https://investaadvisor.com/>
- Jati, H., & Astuti, I. (2022). Financial literacy training and introduction to SI APIK for the Darul Hijrah Madani bazaar group, Kolhua, Kupang. *Community Empowerment*, 7(5), 778–788. <https://doi.org/10.31603/ce.5872>
- Jati, H., Derosari, P. E., H.J. Fanggalda, A., & Makatita, R. F. (2021). The Importance of Financial Literacy and Technological Literacy for the Sustainability of the Culinary Business in Kota Kupang During the Covid -19 Pandemic. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 5(01), 15–41.
- Jati, H., Derosari, P. E., Makatita, R. F., & Fanggalda, A. H. . (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMK dan Pentingnya Literasi Keuangan danTeknologi dalam Mempertahankan Kelangsungan Bisnis Kulinerdi Kota Kupang. *Seminar*

- Nasional Manajemen Dan Call for Paper (SENIMA 5)*, 1588–1613.
- Kemendikbud RI. (2020). *Infografis Data Statistik Indikator Makro Pariwisata & (D. Permanasari, W. Swesti, & A. N. Pajriyah (eds.); I)*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. <https://bankdata.kemendikbud.go.id/>
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2022). *Kontribusi Industri Makanan dan Minuman Tembus 37,77 Persen* (p. 1).
- Kristianto, D. (2012). Menyusun Business Plan dalam Rangka Pengembangan Usaha. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 12(1), 58–66.
- Kurtz, D. L., & Boone, L. E. (2011). *Contemporary Business* (14TH EDITI). John Wiley & Sons, Inc.
- Kusnandar, V. B. (2023). *Piramida Penduduk Indonesia 2022, Usia Produktif Mendominasi*. katadata Media Network.
- Masnita, Y., Nurhaida, D., & Pohan, H. T. (2021). Penyusunan Rencana Bisnis Umkm. *JUARA: Jurnal Wahana Abdimas Sejahtera*, 2(1), 33–42. <https://doi.org/10.25105/juara.v2i1.8535>
- Munawaroh, M., Rimiati, H., & Hindasah, L. (2016). Perencanaan Bisnis. In *Perencanaan Bisnis* (pertama). LP3M Universitas Muhamadiyah Yogyakarta. <https://doi.org/10.52931/t4b17/2022>
- Musnaini, Wediawati, B., Adriani, Z., Ratnawati, R., & Elliyana, D. (2020). Pelatihan Business Plan pada UMKM di Desa Koto Rendah Kecamatan Siulak Kabupaten Kerinci. *BAKTIMAS Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(3), 129–132. <https://doi.org/10.32672/btm.v2i3.2328>
- Naninsih, N., Indriasari, D. P., Fatma, N., & Asriani, A. (2022). Pelatihan Menyusun Proposal Business Plan Pada UMKM Desa Bonto Lempangan Kecamatan Sinjai Barat Kabupaten Sinjai. *Nobel Community Services Journal*, 2(1), 21–28. <https://doi.org/10.37476/ncsj.v2i1.2894>
- Nurmala, N., Sinari, T., Lilianti, E., Jusmany, J., Emilda, E., Arifin, A., & Novalia, N. (2022). Usaha Kuliner Sebagai Penggerak Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 3(1), 65–74. <https://doi.org/10.36908/akm.v3i1.458>
- Putri, Y. H., Syathiri, A., Malinda, S., & Hamdan, U. (2021). Panduan dan Bimbingan Penyusunan Rencana Bisnis Bagi UMKM Desa Kerinjing. *Jurnal Pengabdian Sriwijaya*, 9(1), 1183–1191. <https://doi.org/10.37061/jps.v9i1.13160>
- Redaksi OCBC NISP. (2021). *Business Plan: Jenis, Manfaat, dan Cara Membuatnya*. 1. <https://www.ocbc.id/>
- Saputera, P. M. A., & Wiguna, A. B. (2023). Pelatihan Penyusunan Rencana Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang Berbasis Sumber Daya Lokal. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 399. <https://doi.org/10.20527/btjpm.v5i1.7148>
- Scarborough, N. M., & Cornwall, J. R. (2016). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (Eighth Edi). Pearson Education Limited.
- Selamat, F., & Tunjungsari, H. K. (2021). Meningkatkan Skala UMKM Jambi dengan Penyusunan Rencana Bisnis yang Aplikatif. *Journal of Sustainable Community Development (JSCD)*, 3(3), 172–177. <https://doi.org/10.32924/jscd.v3i3.54>
- Soelaiman, L. (2022). Pendampingan Rencana Bisnis Guna Pengembangan Usaha Kuliner Jajanan Tradisional Khas Jambi. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 4(3), 612–618. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v4i3.13294>
- Sugiarto, I. (2019). Impact of Business Plans for the Development of MSMEs. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal) : Humanities and Social*

Sciences, 2(2), 375–379. <https://doi.org/10.33258/birci.v2i2.308>

Yohana, C. (2015). Pelatihan Menyusun Rencana Usaha (Business Plan) Bagi Pengusaha Kecil Di Desa Bantar Waru. *Sarwahita*, 12(2), 90–96. <https://doi.org/10.21009/sarwahita.122.04>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License
