

# MEMPERKUAT DAYA SAING UMKM DI WILAYAH SURABAYA DAN SEKITARNYA MELALUI PEMBUATAN PERENCANAAN BISNIS

Lena Ellitan<sup>1</sup>

FX Agus Joko Waluyo<sup>2</sup>

Dominicus Wahyu Pradana<sup>3</sup>

Widya Mandala Catholic University Surabaya

[lena@ukwms.ac.id](mailto:lena@ukwms.ac.id)

## ARTICLE INFO

### Article history:

Received : 5 Mei 2018

Revised : 11 Mei 2018

Accepted : 30 Mei 2018

### Key words:

Daya saing, umkm, perencanaan bisnis

## ABSTRACT

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat daya saing UMKM di wilayah Surabaya dan sekitarnya melalui pembuatan perencanaan bisnis. Sasaran kegiatan adalah pelaku usaha mikro di Surabaya. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah lokakarya dalam bentuk ceramah interaktif tentang hal hal pembuatan bisnis plan dan profil usaha. Peserta telah merasakan pentingnya merancang strategi apa yang akan dilakukan kedepannya untuk melakukan bisnis tersebut.

DOI: <https://doi.org/10.33508/v1i1.2795>

## LATAR BELAKANG

### Latar Belakang dan Analisis Situasi

*Business plan* (perencanaan bisnis) merupakan langkah awal dan utama sebelum perusahaan memulai usaha. Usaha tanpa suatu perencanaan akan meningkatkan risiko kerugian dan kegagalan substansial di masa datang. Terlebih dengan persaingan bisnis yang semakin ketat, semakin sulit bagi suatu usaha memperoleh keunggulan bersaing dalam bisnis tanpa perencanaan dan persiapan secara matang, komprehensif, dan integratif. Hal ini telah disadari oleh banyak perusahaan besar nasional dan multinasional, yang tidak segan-segan mengalokasikan sejumlah dana yang sangat besar untuk pembelanjaan *research and development* (R&D) sebagai bagian dari upaya mereka mendapatkan data dan informasi yang penting dan kritis dalam membuat *strategic business plan*.

Perencanaan bisnis sangat penting bagi semua bidang usaha dan skala usaha. Perencanaan bisnis membutuhkan

pengetahuan yang komprehensif dan integratif baik dari perspektif internal maupun internal. Perspektif internal mencakup kemampuan manajerial yang meliputi pemasaran, operasional dan produksi, keuangan, perpajakan dan perakunan, dan pengelolaan sumberdaya manusia dan organisasi, sistem informasi, dan secara kritis memperhatikan keunggulan, kelemahan, dan keterbatasan perusahaan dalam bisnis. Perspektif eksternal mencakup kemampuan pengusaha sebagai pemimpin dalam bisnis yang peka terhadap perkembangan ekonomi, pasar, industri (persaingan bisnis) rival-substitusi-komplementer, pesaing potensial, pendatang baru, perubahan perilaku konsumen, daya tawar dengan pemasok, perubahan regulasi, dan berbagai trend global yang makin dinamis.

Sedemikian berat tantangan yang dihadapi dalam menjalankan bisnis menunjukkan bahwa perencanaan bisnis bukan merupakan tugas yang mudah. Bahkan tidak sedikit perusahaan besar yang

gagal dalam menjalankan dan mengimplementasikan rencana mereka, meskipun mereka telah memiliki tenaga profesional yang handal dan berdaya saing dan didukung dengan sumber pendanaan yang memadai.

Jika perusahaan skala besar, yang memiliki dukungan sumberdaya organisasi (manusia dan modal) yang memadai menghadapi kesulitan dalam membuat perencanaan bisnis yang matang, atau bahkan perencanaan bisnis yang matang sekalipun juga tidak selalu sukses dalam pengimplementasiannya, bagaimana halnya dengan usaha kecil dan menengah? Aspek perencanaan bisnis seringkali banyak diabaikan oleh para pemerhati Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang sebagian besar lebih fokus pada titik kelemahan UKM yang sangat terbatas dalam sumberdaya organisasi (manusia dan modal). Akar permasalahan pada intinya terletak pada bagaimana menyusun perencanaan bisnis yang memiliki probabilitas keberhasilan yang tinggi dalam implementasinya dengan memperhatikan profil perusahaan yang terkait dengan semua aspek baik aspek internal dan eksternal secara komprehensif dan integratif.

#### Peran Usaha Kecil dan Menengah dalam Perekonomian Indonesia

UKM adalah salah satu sektor ekonomi yang sangat diperhitungkan di Indonesia karena memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perkembangan perekonomian. Peran UKM dapat dilihat pada Produk Domestik Bruto (PDB) dalam meningkatkan nilai tambah nasional serta penyerapan tenaga kerja. Daya tahan UKM terhadap persaingan lokal maupun persaingan global harus terus ditingkatkan mengikuti perkembangan permintaan pasar.

Sebanyak 20 persen usaha kecil dan menengah (UKM) dalam dua tahun ke depan berencana melakukan ekspansi

keluar negeri. Ini terungkap dalam survei bertajuk HSBC Global Small Business Confidence Monitor. Survei tersebut memotret pandangan pelaku usaha kecil terhadap prospek bisnis dan ekonomi yang ditunjukkan secara global. Ini akan semakin banyak UKM yang berkeinginan untuk mengembangkan bisnisnya ke luar negeri, termasuk UKM di Indonesia. Respons dari dinamika perekonomian saat ini, serta memberikan perspektif baru dalam menyikapi perdagangan bebas, paska diberlakukannya ACFTA. Perjanjian perdagangan bebas antarkawasan yang di mulai Januari 2010 telah efektif mengeliminasi tarif, tentunya akan mempengaruhi kegiatan pelaku bisnis termasuk UKM (okezone.com, 2010).

Industri Kecil dan Menengah (IKM) merupakan komponen penting dalam mendukung kemajuan perekonomian di Indonesia. Demikian juga di Jawa Timur khususnya wilayah Surabaya dan sekitarnya UKM terus tumbuh dan berkembang dan memainkan peran penting dalam perekonomian (Sondakh, dkk. 2017). Hal ini dibuktikan dengan dikeluarkannya Instruksi Presiden RI No. 10 tahun 1999, tentang Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah. Melalui Instruksi ini, pemerintah berusaha meningkatkan kemampuan usaha kecil dan menengah menjadi usaha yang tangguh, mandiri, dan unggul. Inpres tersebut memberikan kriteria dalam menetapkan usaha yang masuk kelas menengah jika pengusaha memiliki kekayaan bersih minimal Rp. 200.000.000,-sampai Rp. 10 miliar maka masuk golongan pengusaha kelas menengah. Kisaran ini tidak termasuk tanah dan bangunan sebagai tempat usaha.

Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 telah ditetapkan apa yang dimaksud dengan UK, dan melalui Instruksi Presiden (Inpres) No. 10 Tahun 1999 mengenai definisi UM, namun dalam praktiknya, banyak diantara departemen dan badan

pemerintah tersebut punya kriteria sendiri-sendiri yang berbeda dalam mendefinisikan UKM. Di dalam Undang-Undang No. 19/1999 tersebut ditetapkan bahwa UK adalah suatu unit usaha yang memiliki nilai aset neto (tidak termasuk tanah dan bangunan) yang tidak melebihi Rp. 200 juta, atau penjualan per tahun tidak lebih besar dari Rp. 1 miliar. Sedangkan, menurut Inpres No. 10/1999 tersebut, UM adalah suatu unit usaha dengan nilai aset neto (di luar tanah dan gedung) antara Rp. 200 juta hingga Rp. 10 miliar; di atas itu adalah UB (Usaha Besar). Walaupun Menegkop dan UKM sesuai fungsi utamanya, yakni sebagai satu-satunya lembaga pemerintah yang bertanggung jawab sepenuhnya terhadap perumusan kebijaksanaan UKM dan koordinasi dari program-program pembinaan UKM yang dilakukan oleh semua departemen dan lembaga pemerintah, juga memiliki data mengenai jumlah unit usaha dan tenaga kerja UKM di semua sektor ekonomi; tetapi, data UKM di jenis usaha manufaktur (sebut IKM) yang cukup lengkap dan terperinci menurut subsektor berasal dari Depperindag dan BPS. UKM perlu melakukan pembelajaran terus-menerus untuk mengelola kapabilitas dalam lingkungan yang terus berubah (Permana, dkk. 2017)

Depperindag mengukur Industri Kecil dan Menengah (IKM) berdasarkan nilai investasi awal (aset), sedangkan BPS berdasarkan jumlah pekerja. Menurut BPS (1998), Industri Kecil adalah unit usaha dengan jumlah pekerja paling sedikit 5 orang dan paling banyak 19 orang termasuk pengusaha. Sedangkan, Industri Rumah Tangga adalah unit usaha dengan jumlah pekerja paling banyak 4 orang termasuk pengusaha. Unit-unit usaha tanpa pekerja termasuk di dalam kategori ini. Dari segi ekonomi, keberhasilan perusahaan ditinjau dari adanya peningkatan kekayaan perusahaan diluar pinjaman, misalnya: kenaikan laba, tambahan modal dan rasio-

rasio yang lain. Sedangkan segi sosial, keberhasilan perusahaan ditinjau dari adanya kelangsungan hidup perusahaan dengan kaitannya keberadaan karyawan perusahaan.

Sektor industri memiliki kontribusi mencapai 30% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) nasional telah dirasakan semakin tinggi dan hampir mencapai 30% selama kurun waktu 2004-2007. Dari total kontribusi tersebut, sektor industri bukan migas menjadi penyumbang utama dengan total rata-rata 80% dalam kurun waktu yang sama. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), peranan sub-sektor industri makanan, minuman dan tembakau; sub-sektor tekstil, barang kulit dan alas kaki; sub-sektor pupuk, kimia dan barang dari karet; serta sub-sektor alat angkut, mesin dan peralatannya, mencapai sekitar 80% dari total kontribusi sektor industri bukan migas nasional.

Data pertumbuhan sektor industri pengolahan menunjukkan pencapaian kinerja rata-rata 5% (2004-2007) dan pertumbuhan industri bukan migas mencapai sekitar 6% dalam periode yang sama. Industri pertanian dan peternakan, dan industri migas menunjukkan trend pertumbuhan yang semakin menurun jika dibandingkan antara sebelum dan sesudah krisis yang rata-rata mencapai 13% (1994-1996) jauh melampaui pertumbuhan setelah krisis (rata-rata 5% selama 1999-2006), hal yang tentunya menjadi perhatian utama formulasi strategi pengembangan industri nasional.

Formulasi kebijakan makroekonomi dan kendala pemanfaatan teknologi merupakan fokus utama strategi pengembangan industri kecil dan menengah. Pemanfaatan teknologi menitikberatkan pada masalah rendahnya standarisasi mutu produk yang memenuhi kriteria pasar manca negara dan rendahnya nilai tambah produk jadi. Penerapan konsep manajemen mutu total industri

nasional, khususnya kepada IKM di Indonesia telah berlangsung sejak 16 tahun (sampai dengan tahun 2007) tetapi masih dirasakan kurang optimal. Hal ini karena terbentuknya 3,833 gugus pada 3,417 perusahaan IKM selama periode 16 tahun dirasakan kurang proporsional bila dibandingkan dengan jumlah IKM di Indonesia yang mencapai 3,5 juta unit yang tersebar di 400 kabupaten/kota. Fenomena tersebut memperjelas fakta betapa sumbangan IKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sektor industri hanya mencapai 38%, jauh lebih rendah dibandingkan kontribusi industri besar yang mencapai 62%.

#### Perumusan Masalah

Dari hasil identifikasi melalui penyebaran kuesioner serta wawancara pada beberapa UKM, permasalahan UKM adalah:

1. Kurangnya kegigihan jiwa wira usaha mereka serta pencarian ide kreatif.
2. Kurangnya kemampuan dalam pengelolaan keuangan usaha kecil dan menengah.
3. Kurangnya ketrampilan dalam menyusun perencanaan bisnis

#### Tujuan Kegiatan

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan ketrampilan aplikasi penyusunan perencanaan bisnis kepada peserta lokakarya melalui pendekatan sederhana dan mudah dipahami. Tujuan kedua adalah meningkatkan ketrampilan peserta agar menjadi lebih kreatif dalam mencari peluang bisnis dan melakukan persiapan secara lebih matang dan mendalam mengenai pengelolaan usaha.

### **KAJIAN LITERATUR**

#### UKM sebagai Entitas Mandiri dan Peran Pemerintah

Pengembangan terhadap sektor swasta -merupakan suatu hal yang tidak diragukan lagi perlu untuk dilakukan. UKM memiliki peran penting dalam pengembangan usaha di Indonesia. UKM juga merupakan cikal bakal dari tumbuhnya usaha besar. "Hampir semua usaha besar berawal dari UKM. Usaha kecil menengah (UKM) harus terus ditingkatkan (up grade) dan aktif agar dapat maju dan bersaing dengan perusahaan besar. Jika tidak, UKM di Indonesia yang merupakan jantung perekonomian Indonesia tidak akan bisa maju dan berkembang. Satu hal yang perlu diingat dalam pengembangan UKM adalah bahwa langkah ini tidak semata-mata merupakan langkah yang harus diambil oleh Pemerintah dan hanya menjadi tanggung jawab Pemerintah. Pihak UKM sendiri sebagai pihak yang dikembangkan, dapat mengayunkan langkah bersama-sama dengan Pemerintah. Selain Pemerintah dan UKM, peran dari sektor Perbankan juga sangat penting terkait dengan segala hal mengenai pendanaan, terutama dari sisi pemberian pinjaman atau penetapan kebijakan perbankan.

Lebih jauh lagi, terkait dengan ketersediaan dana atau modal, peran dari para investor baik itu dari dalam maupun luar negeri, tidak dapat pula kita kesampingkan. Pemerintah pada intinya memiliki kewajiban untuk turut memecahkan tiga hal masalah klasik yang kerap kali menerpa UKM, yakni akses pasar, modal, dan teknologi yang selama ini kerap menjadi pembicaraan di seminar atau konferensi. Secara keseluruhan, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam melakukan pengembangan terhadap unit usaha UKM, antara lain kondisi kerja, promosi usaha baru, akses informasi, akses pembiayaan, akses pasar, peningkatan kualitas produk dan SDM, ketersediaan layanan pengembangan usaha, pengembangan cluster, jaringan bisnis, dan

kompetisi

Perlu disadari, UKM berada dalam suatu lingkungan yang kompleks dan dinamis. Jadi, upaya mengembangkan UKM tidak banyak berarti bila tidak mempertimbangkan pembangunan (khususnya ekonomi) lebih luas. UKM perlu juga mengetahui adanya credit union dan peran credit union dalam pengembangan dan penguatan modal UKM (Muljani, Ellitan dan Koesworo, 2017)

Konsep pembangunan yang dilaksanakan akan membentuk 'aturan main' bagi pelaku usaha (termasuk UKM) sehingga upaya pengembangan UKM tidak hanya bisa dilaksanakan secara parsial, melainkan harus terintegrasi dengan pembangunan ekonomi nasional dan dilaksanakan secara berkesinambungan. Kebijakan ekonomi (terutama pengembangan dunia usaha) yang ditempuh selama ini belum menjadikan ikatan kuat bagi terciptanya keterkaitan antara usaha besar dan UKM. Saat ini, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah berencana untuk menciptakan 20 juta usaha kecil menengah baru tahun 2020. Tahun 2020 adalah masa yang menjanjikan begitu banyak peluang karena di tahun tersebut akan terwujud apa yang dimimpikan para pemimpin ASEAN yang tertuang dalam Bali Concord II. Suatu komunitas ekonomi ASEAN, yang peredaran produk-produk barang dan jasanya tidak lagi dibatasi batas negara, akan terwujud. Kondisi ini membawa sisi positif sekaligus negatif bagi UKM. Menjadi positif apabila produk dan jasa UKM mampu bersaing dengan produk dan jasa dari negara-negara ASEAN lainnya, namun akan menjadi negatif apabila sebaliknya. Untuk itu, kiranya penting bila pemerintah mendesain program yang jelas dan tepat sasaran serta mencanangkan penciptaan 20 juta UKM sebagai program nasional.

#### Permasalahan yang Dihadapi Ukm

Pada umumnya, permasalahan yang dihadapi oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM), antara lain meliputi:

Faktor Internal

1) Kurangnya Permodalan dan Terbatasnya Akses Pembiayaan  
Permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Kurangnya permodalan UKM, oleh karena pada umumnya usaha kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup, yang mengandalkan modal dari si pemilik yang jumlahnya sangat terbatas, sedangkan modal pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya sulit diperoleh karena persyaratan secara administratif dan teknis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi. Persyaratan yang menjadi hambatan terbesar bagi UKM adalah adanya ketentuan mengenai agunan karena tidak semua UKM memiliki harta yang memadai dan cukup untuk dijadikan agunan.

Terkait dengan hal ini, UKM juga menjumpai kesulitan dalam hal akses terhadap sumber pembiayaan. Selama ini yang cukup familiar dengan mereka adalah mekanisme pembiayaan yang disediakan oleh bank dimana disyaratkan adanya agunan. Terhadap akses pembiayaan lainnya seperti investasi, sebagian besar dari mereka belum memiliki akses untuk itu. Dari sisi investasi sendiri, masih terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan apabila memang gerbang investasi hendak dibuka untuk UKM, antara lain kebijakan, jangka waktu, pajak, peraturan, perlakuan, hak atas tanah, infrastruktur, dan iklim usaha.

2) Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)

Sebagian besar usaha kecil tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha keluarga yang turun temurun. Keterbatasan kualitas SDM usaha kecil baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan

keterampilannya sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usahanya, sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang dengan optimal. Disamping itu dengan keterbatasan kualitas SDM-nya, unit usaha tersebut relatif sulit untuk mengadopsi perkembangan teknologi baru untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkannya.

### 3) Lemahnya Jaringan Usaha dan Kemampuan Penetrasi Pasar

Usaha kecil yang pada umumnya merupakan unit usaha keluarga, mempunyai jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi pasar yang rendah, ditambah lagi produk yang dihasilkan jumlahnya sangat terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetitif. Berbeda dengan usaha besar yang telah mempunyai jaringan yang sudah solid serta didukung dengan teknologi yang dapat menjangkau internasional dan promosi yang baik.

### 4) Mentalitas Pengusaha UKM

Hal penting yang seringkali pula terlupakan dalam setiap pembahasan mengenai UKM, yaitu semangat entrepreneurship para pengusaha UKM itu sendiri.[17] Semangat yang dimaksud disini, antara lain kesediaan terus berinovasi, ulet tanpa menyerah, mau berkorban serta semangat ingin mengambil risiko.[18] Suasana pedesaan yang menjadi latar belakang dari UKM seringkali memiliki andil juga dalam membentuk kinerja. Sebagai contoh, ritme kerja UKM di daerah berjalan dengan santai dan kurang aktif sehingga seringkali menjadi penyebab hilangnya kesempatan-kesempatan yang ada.

### 5) Kurangnya Transparansi

Kurangnya transparansi antara generasi awal pembangun UKM tersebut terhadap generasi selanjutnya. Banyak informasi dan jaringan yang disembunyikan dan tidak diberitahukan kepada pihak yang selanjutnya menjalankan usaha tersebut

sehingga hal ini menimbulkan kesulitan bagi generasi penerus dalam mengembangkan usahanya.

Faktor Eksternal

### 1) Iklim Usaha Belum Sepenuhnya Kondusif

Upaya pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dari tahun ke tahun selalu dimonitor dan dievaluasi perkembangannya dalam hal kontribusinya terhadap penciptaan produk domestik bruto (PDB), penyerapan tenaga kerja, ekspor dan perkembangan pelaku usahanya serta keberadaan investasi usaha kecil dan menengah melalui pembentukan modal tetap bruto (investasi). Keseluruhan indikator ekonomi makro tersebut selalu dijadikan acuan dalam penyusunan kebijakan pemberdayaan UKM serta menjadi indikator keberhasilan pelaksanaan kebijakan yang telah dilaksanakan pada tahun sebelumnya.

Kebijakan Pemerintah untuk menumbuhkembangkan UKM, meskipun dari tahun ke tahun terus disempurnakan, namun dirasakan belum sepenuhnya kondusif. Hal ini terlihat antara lain masih terjadinya persaingan yang kurang sehat antara pengusaha-pengusaha kecil dan menengah dengan pengusaha-pengusaha besar. Kendala lain yang dihadapi oleh UKM adalah mendapatkan perijinan untuk menjalankan usaha mereka. Keluhan yang seringkali terdengar mengenai banyaknya prosedur yang harus diikuti dengan biaya yang tidak murah, ditambah lagi dengan jangka waktu yang lama. Hal ini sedikit banyak terkait dengan kebijakan perekonomian Pemerintah yang dinilai tidak memihak pihak kecil seperti UKM tetapi lebih mengakomodir kepentingan dari para pengusaha besar.

### 2) Terbatasnya Sarana dan Prasarana Usaha

Kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan

teknologi, menyebabkan sarana dan prasarana yang mereka miliki juga tidak cepat berkembang dan kurang mendukung kemajuan usahanya sebagaimana yang diharapkan. Selain itu, tak jarang UKM kesulitan dalam memperoleh tempat untuk menjalankan usahanya yang disebabkan karena mahalannya harga sewa atau tempat yang ada kurang strategis.

### 3) Pungutan Liar

Praktek pungutan tidak resmi atau lebih dikenal dengan pungutan liar menjadi salah satu kendala juga bagi UKM karena menambah pengeluaran yang tidak sedikit. Hal ini tidak hanya terjadi sekali namun dapat berulang kali secara periodik, misalnya setiap minggu atau setiap bulan.

### 4) Implikasi Otonomi Daerah

Dengan berlakunya Undang-undang No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah yang kemudian diubah dengan UU No. 32 Tahun 2004, kewenangan daerah mempunyai otonomi untuk mengatur dan mengurus masyarakat setempat. Perubahan sistem ini akan mempunyai implikasi terhadap pelaku bisnis kecil dan menengah berupa pungutan-pungutan baru yang dikenakan pada UKM. Jika kondisi ini tidak segera dibenahi maka akan menurunkan daya saing UKM. Disamping itu, semangat kedaerahan yang berlebihan, kadang menciptakan kondisi yang kurang menarik bagi pengusaha luar daerah untuk mengembangkan usahanya di daerah tersebut.

### 5) Implikasi Perdagangan Bebas

Sebagaimana diketahui bahwa AFTA yang mulai berlaku Tahun 2003 dan APEC Tahun 2020 berimplikasi luas terhadap usaha kecil dan menengah untuk bersaing dalam perdagangan bebas. Dalam hal ini, mau tidak mau UKM dituntut untuk melakukan proses produksi dengan produktif dan efisien, serta dapat menghasilkan produk

yang sesuai dengan frekuensi pasar global dengan standar kualitas seperti isu kualitas (ISO 9000), isu lingkungan (ISO 14.000), dan isu Hak Asasi Manusia (HAM) serta isu ketenagakerjaan. Isu ini sering digunakan secara tidak fair oleh negara maju sebagai hambatan (Non Tariff Barrier for Trade). Untuk itu, UKM perlu mempersiapkan diri agar mampu bersaing baik secara keunggulan komparatif maupun keunggulan kompetitif.

### 6) Sifat Produk dengan Ketahanan Pendek

Sebagian besar produk industri kecil memiliki ciri atau karakteristik sebagai produk-produk dan kerajinan-kerajinan dengan ketahanan yang pendek. Dengan kata lain, produk-produk yang dihasilkan UKM Indonesia mudah rusak dan tidak tahan lama.

### 7) Terbatasnya Akses Pasar

Terbatasnya akses pasar akan menyebabkan produk yang dihasilkan tidak dapat dipasarkan secara kompetitif baik di pasar nasional maupun internasional.

### 8) Terbatasnya Akses Informasi

Selain akses pembiayaan, UKM juga menemui kesulitan dalam hal akses terhadap informasi. Minimnya informasi yang diketahui oleh UKM, sedikit banyak memberikan pengaruh terhadap kompetisi dari produk ataupun jasa dari unit usaha UKM dengan produk lain dalam hal kualitas. Efek dari hal ini adalah tidak mampunya produk dan jasa sebagai hasil dari UKM untuk menembus pasar ekspor. Namun, di sisi lain, terdapat pula produk atau jasa yang berpotensi untuk bertarung di pasar internasional karena tidak memiliki jalur ataupun akses terhadap pasar tersebut, pada akhirnya hanya beredar di pasar domestik.

### Langkah yang Dapat Ditempuh

Dengan mencermati permasalahan yang dihadapi oleh UKM dan langkah-langkah yang selama ini telah ditempuh,

maka kedepannya, perlu diupayakan hal-hal sebagai berikut:

- 1). Penciptaan Iklim Usaha yang Kondusif  
Pemerintah perlu mengupayakan terciptanya iklim yang kondusif antara lain dengan mengusahakan ketenteraman dan keamanan berusaha serta penyederhanaan prosedur perijinan usaha, keringanan pajak dan sebagainya.
- 2). Bantuan Permodalan  
Pemerintah perlu memperluas skema kredit khusus dengan syarat-syarat yang tidak memberatkan bagi UKM, untuk membantu peningkatan permodalannya, baik itu melalui sektor jasa finansial formal, sektor jasa finansial informal, skema penjaminan, leasing dan dana modal ventura. Pembiayaan untuk UKM sebaiknya menggunakan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang ada maupun non bank. Lembaga Keuangan Mikro bank antara Lain: BRI unit Desa dan Bank Perkreditan Rakyat(BPR). Sampai saat ini, BRI memiliki sekitar 4.000 unit yang tersebar diseluruh Indonesia. Dari kedua LKM ini sudah tercatat sebanyak 8.500 unit yang melayani UKM. Untuk itu perlu mendorong pengembangan LKM agar dapat berjalan dengan baik, karena selama ini LKM non koperasi memiliki kesulitan dalam legitimasi operasionalnya.
- 3). Perlindungan Usaha  
Jenis-jenis usaha tertentu, terutama jenis usaha tradisional yang merupakan usaha golongan ekonomi lemah, harus mendapatkan perlindungan dari pemerintah, baik itu melalui undang-undang maupun peraturan pemerintah yang bermuara kepada saling menguntungkan (win-win solution).
- 4). Pengembangan Kemitraan

Perlu dikembangkan kemitraan yang saling membantu antar UKM, atau antara UKM dengan pengusaha besar di dalam negeri maupun di luar negeri, untuk menghindarkan terjadinya monopoli dalam usaha. Selain itu, juga untuk memperluas pangsa pasar dan pengelolaan bisnis yang lebih efisien. Dengan demikian, UKM akan mempunyai kekuatan dalam bersaing dengan pelaku bisnis lainnya, baik dari dalam maupun luar negeri.

- 5). Pelatihan  
Pemerintah perlu meningkatkan pelatihan bagi UKM baik dalam aspek kewiraswastaan, manajemen, administrasi dan pengetahuan serta keterampilannya dalam pengembangan usahanya. Selain itu, juga perlu diberi kesempatan untuk menerapkan hasil pelatihan di lapangan untuk mempraktekkan teori melalui pengembangan kemitraan rintisan.
- 6). Membentuk Lembaga Khusus  
Perlu dibangun suatu lembaga yang khusus bertanggung jawab dalam mengkoordinasikan semua kegiatan yang berkaitan dengan upaya penumbuhkembangan UKM dan juga berfungsi untuk mencari solusi dalam rangka mengatasi permasalahan baik internal maupun eksternal yang dihadapi oleh UKM.
- 7). Memantapkan Asosiasi  
Asosiasi yang telah ada perlu diperkuat, untuk meningkatkan perannya antara lain dalam pengembangan jaringan informasi usaha yang sangat dibutuhkan untuk pengembangan usaha bagi anggotanya.
- 8). Mengembangkan Promosi  
Guna lebih mempercepat proses kemitraan antara UKM dengan usaha

besar diperlukan media khusus dalam upaya mempromosikan produk-produk yang dihasilkan. Disamping itu, perlu juga diadakan talk show antara asosiasi dengan mitra usahanya.

- 9). Mengembangkan Kerjasama yang Setara  
Perlu adanya kerjasama atau koordinasi yang serasi antara pemerintah dengan dunia usaha (UKM) untuk menginventarisir berbagai isu-isu mutakhir yang terkait dengan perkembangan usaha.
- 10). Mengembangkan Sarana dan Prasarana  
Perlu adanya pengalokasian tempat usaha bagi UKM di tempat-tempat yang strategis sehingga dapat menambah potensi berkembang bagi UKM tersebut.

#### **METODE PELAKSANAAN**

Permasalahan UKM yaitu kurangnya pemahaman kewirausahaan, manajemen keuangan usakha kecil dan menengah menengah dan strategi pemasaran modern dan kurangnya pemahaman tentang penggunaan teknologi informasi dalam mendukung strategi pemasaran perusahaan dapat dipecahkan dengan 2 (dua) kegiatan pengabdian masyarakat yaitu:

- 1). Lokakarya dalam bentuk ceramah interaktif tentang hal-hal yang berkaitan dengan pembuatan bisnis plan dan profil usaha.

Beberapa UKM ini dipilih dengan mempertimbangkan data yang diperoleh dari Disperindag berkaitan dengan penggunaan tenaga kerja, omset serta tingkat pendidikan dari pemilik usaha. Rata-rata pemilik usaha adalah lulusan SMA, tingkat diploma dan sarjana (S1), usia relatif di bawah 50 tahun. Pengelolaan manajemen usaha masih bersifat kekeluargaan, tetapi UKM-UKM ini telah menggunakan komputer untuk membantu proses transaksi harian yang dilakukan.

Mempertimbangkan pendidikan pengelola, omset produksi serta usia yang relatif muda diharapkan UKM-UKM ini mudah untuk mengadopsi teknologi informasi untuk digunakan sebagai sarana promosi. Rata-rata UKM yang diharapkan dapat mengikuti pelatihan ini telah mengikuti ajang pameran yang dilakukan di ajang regional maupun tingkat nasional. Dalam upaya untuk membantu pemasaran lebih luas, maka pemanfaatan internet sebagai sarana melaksanakan e-marketing perlu ditingkatkan.

#### **2). Materi Perencanaan Bisnis**

Materi lokakarya perencanaan bisnis mencakup:

- A. Tinjauan Umum Perencanaan Bisnis
- B. Mekanisme dan Proses Perencanaan Bisnis
- C. Analisis Profil Usaha dan Identifikasi Investasi Proyek (Bisnis) - Tujuan dan Sasaran Bisnis
- D. Analisis Persaingan
- E. Analisis Keunggulan dan Kelemahan (Kajian Aspek Internal)
- F. Analisis Peluang dan Ancaman (Kajian Aspek Eksternal)
- G. Evaluasi Kelayakan Rencana Strategis dan Tingkat Keberhasilan Pencapaian Tujuan dan Sasaran Bisnis.
  - 1). Aspek pemasaran
  - 2). Aspek teknologi, produksi dan operasi
  - 3). Aspek legal formal (hukum dan regulasi)
  - 4). Aspek akuntansi dan perpajakan
  - 5). Aspek keuangan
  - 6). Aspek kelayakan investasi
- H. Penyusunan Rencana Implementasi Proyek Bisnis

Berdasarkan pertimbangan biaya dan waktu, maka lokakarya dirancang dalam 2 hari. Hari pertama adalah pemaparan tentang konsep dan proses Perencanaan Bisnis oleh tim narasumber.

Pada hari kedua merupakan simulasi implementasi oleh peserta lokakarya dalam menyusun Perencanaan Bisnis. Peserta akan dibagi ke dalam beberapa kelompok (4 - 6 kelompok) untuk bekerjasama menyusun rencana bisnis yang terkait dengan profil usaha mereka. Tim narasumber akan melakukan pendampingan kepada peserta dalam membuat rencana bisnis yang terkait

dengan profil usaha mereka. Selanjutnya hasil simulasi akan dipresentasikan oleh peserta dan didiskusikan inter dan antar peserta. Tabel berikut ini menyajikan pokok-pokok bahasan dan alokasi waktu yang dibutuhkan untuk setiap pokok bahasan.

#### Personalia Tim

Nama	Kompetensi	Keterangan
Lena Ellitan	Strategik/operasional/sistem informasi	Ketua
Agus Joko Waluyo	Keuangan dan Pemasaran	Anggota
Mahasiswa (2 Orang)		Asisten

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan judul "Penguatan Kompetensi Pengelolaan Modal Usaha Untuk Meningkatkan Kelancaran Usaha Pengusaha Kecil" telah dilaksanakan dalam 2 tahapan, yaitu tahap pertama pada hari Rabu, tanggal 3 Mei 2018; dan tahap kedua pada hari Minggu, tanggal 18 Mei 2018, mulai pukul 18.00 sampai dengan 21.30 WIB. Kegiatan ini dilakukan di Jl. Bani Ustman, Perumahan Graha Bumi Pertiwi, Pepe, Sedati, Kabupaten Sidoarjo. Kegiatan pengabdian masyarakat di lingkungan Petrus 2 Sedati, Sidoarjo pada tanggal 15 Juli 2017 dihadiri 28 orang dan pada tanggal 6 Agustus 2017 dihadiri 33 orang.

Pelatihan tahap pertama yaitu pada tanggal 15 Juli 2017 dibuka oleh Ibu Lena Ellitan, Ph.D pada pukul 18.10 WIB, dan dilanjutkan dengan doa pembuka. Setelah pembukaan, acara dilanjutkan dengan penyampaian materi utama yaitu penentuan kebutuhan modal usaha secara bergantian oleh Bpk Agus Joko dan Bapak Dominicus. Materi diawali dengan masalah yang sering dihadapi oleh pelaku usaha mikro dan pentingnya merencanakan

kebutuhan modal usaha, dan cara mengelola modal kerja. Materi dibawakan selama 120 menit, yang diselingi dengan pertanyaan-pertanyaan spontanitas dari para peserta, selanjutnya peserta juga melakukan *sharing* pengalaman-pengalamannya. Kegiatan ini diakhiri dengan doa pada pukul 21.30 WIB.

Pelatihan dan pendampingan kedua dilaksanakan pada tanggal 18 Mei 2018. Acara dibuka oleh Bapak Djoko, SE., MM pada pukul 18.15 WIB, dan dilanjutkan dengan doa pembuka. Setelah pembukaan, acara dilanjutkan dengan penyampaian materi utama yaitu sumber dana usaha kecil dan proposal usaha pencarian modal usaha secara bergantian oleh Ibu Lena Ellitan, Ph.D. Materi diawali dengan pengertian tentang modal usaha dan sumber-sumber modal usaha. Materi ini diberikan oleh mengenai proposal usaha pencarian modal usaha yang. Dalam penyampaian materi, pertanyaan-pertanyaan spontanitas dari para peserta selalu bermunculan. Selain itu peserta juga antusias menyampaikan pendapat dan *sharing* pengalaman-pengalamannya. Akhirnya, kegiatan ini ditutup dengan doa

oleh salah seorang peserta-Bapak Slamet-pada pukul 21.40.

Dari hasil diskusi dan *sharing* pengalaman dapat disimpulkan bahwa mayoritas peserta sangat antusias mengikuti acara ini. Sebagai tindak lanjut, peserta juga sangat berminat untuk mendapatkan informasi terkait dengan bisnis *online*, oleh karenanya peserta sangat berharap kegiatan ini dapat dilanjutkan dengan memberikan pemahaman tentang bisnis *online* yang saat ini sedang marak. Mereka menginginkan informasi ini sebab mereka juga berharap usahanya dapat berkembang melalui bisnis *online*. Namun demikian mereka juga tidak ingin terjebak dengan adanya modus-modus penipuan yang saat ini juga sering terjadi dalam bisnis *online*. Semoga ke depan kami bisa memenuhi harapan mereka juga.

### Lesson Learned

#### Hubungan Perencanaan Bisnis dengan Kewirausahaan

Seperti yang penulis tahu perencanaan sangat penting untuk memulai segala hal, begitu pula untuk memulai usaha banyak hal yang harus kita rencanakan, hubungan perencanaan dan kewirausahaan adalah sangat penting untuk jalan usaha yang ingin penulis jalankan, seperti penulis memiliki rencana produk apa yang ingin di pakai untuk penjualan produk. tempat yang penulis pakai, harga yang penulis ingin berikan untuk produk yang penulis jual nanti, semua itu butuh rencana (*planning*) agar usaha yang penulis ingin jalankan sesuai dengan harapan dan rencana penulis tersebut.

Dalam perencanaan (*planning*) juga penulis dapat melihat resiko apa yang kan terjadi kedepannya dalam bisnis yang sedang di jalankan, dengan begitu dengan membuat perencanaan terlebih dahulu penulis dapat memikirkan solusi terhadap masalah-masalah yang akan terjadi kedepannya.

Dengan penyusunan perencanaan terlebih dahulu penulis juga berharap segala susunan yang sudah di fikirkan akan berjalan dengan baik, dan bisnis yang di jalankan menjadi sukses, jadi perencanaan dengan kewirausahaan sangatlah berkaitan erat untuk seseorang yang akan memulai usaha.

#### Faktor-faktor dalam memulai bisnis

Agar usaha baru yang ingin penulis bangun berhasil. Faktor-faktor yang perlu di perhatikan adalah :

##### 1. *Tekad Kuat, Kerja Keras, dan Dedikasi*

Penulis harus memiliki tekad yang kuat bahwa usaha yang ingin penulis dirikan akan berhasil dan berjalan dengan lancar dan sukses. Dengan kerja keras, doa dan dedikasi yang tinggi atas usaha yang ingin penulis dirikan, penulis akan dapat mengatasi kendala, elalui rintangan, ancaman, bahkan meminimalkan semua hal buruk yang akan terjadi di kemudian hari, faktor-faktor penghambat usaha.

##### 2. *Kompetensi Manajerial*

Kompetensi menejerial harus penulis miliki dengan mengikuti kursus, pelatihan,seminar, lokakarya dan belajar dari yang sudah ahli atau berpengalaman di bidang usaha ini. Agar oenulis lebih mengetahui dua bisnis yang sebenarnya dan lebih dapat kreatif.

##### 3. *Permintaan Pasar*

Penulis harus jeli dan tanggap mencermati permintaan pasar, atau barang apa yang sedang di butuhkan oleh kebanyakan orang atas suatu produk atau jasa agar tidak didahului oleh pesaing dan dapat menjadi pemimpin pasar.

##### 4. *Kontrol yang Ketat*

Jangan pernah memberi celah terjadinya penyimpangan dalam usaha yang sedang dijalankan karena lamakelamaan akan berdampak negative dan akan membesar dan merusak sistem. Control yang ketat sangat di butuhkan agar kelangsungan bisnis penulis tetap terjaga dan berjalan dengan baik.

#### 5. *Beri Perhatian*

Penulis harus memberi perhatian lebih kepada semua tingkatan atau struktur yang ada di dalam perusahaan agar semangat kerja dan pekerjaan sesuai dengan apa yang di harapkan. Tidak ada perbedaan di antara semua karyawan karena lingkungan yang harmonis yang terdapat di dalam usaha yang di miliki dapat membantu pekerjaan agar lebih baik.

Dari faktor-faktor yang dikemukakan pelaku bisnis lebih memperhatikan kepada faktor tekad kuat, kerja keras, dan dedikasi karena menurut penulis dengan memilikinya tekad yang kuat usaha yang penulis bangun akan berhasil, dan dengan kerja keras juga dengan dedikasi yang tinggi pula penulis akan dapat mengatasi kendala yang akan di hadapi untuk kedepannya. Dan faktor beri perhatian menurut penulis sangatlah penting karena dengan memberi perhatian kepada karyawan atau staf yang ada dalam perusahaan dapat meningkatkan semangat kerja agar lebih balik, dan bekerja sesuai dengan apa yang di harapkan.

#### Kunci Sukses Memulai Bisnis

Kunci kesuksesan memulai suatu usaha adalah :

##### 1. Modal (*Anggaran*)

Sesuai kondisi keuangan penulis/modal awal dengan sasaran usaha awal yang akan penulis buka. Modal awal yang cukup dibelanjakan untuk keperluan awal usaha. Sedangkan sisanya sebagai dana cadangan.

##### 2. Kemampuan (*Skill*)

Membuat usaha sesuai keahlian yang penulis miliki merupakan hal yang paling penting untuk membuat usaha tersebut sukses dan berhasil. Dengan keahlian penulis lebih siap menghadapi medan dan mampu menetralsir ancaman yang mungkin timbul dengan tindakan yang cepat dan tepat.

##### 3. Tempat penjualan

Pilih lokasi usaha yang strategis, mudah dijangkau dan ramai pengunjung, lokasi usaha mempengaruhi keinginan konsumen untuk mampir/belanja, dan sangat berpengaruh terhadap kecepatan pengembangan usaha. Dan penjualan produk yang kita miliki.

##### 4. Promosi

Penulis perlu memperkenalkan usaha yang baru dibuka melalui promosi atau pemasaran, minimal melalui tampilan depan tempat usaha yang di desain semenarik mungkin (ada pamflet, umbul-umbul, spanduk, dan lain-lain) bisa juga dapat menyebar brosur dengan bonus diskonnya agar dapat menarik pengunjung lebih banyak lagi. Hal seperti ini juga dapat mempengaruhi penjualan produk kita. Untuk usaha berskala menengah atau besar akan lebih baik bila promosi dilakukan melalui media internet, radio, surat kabar atau TV.

##### 5. Brand / merk

Brand usaha meliputi logo dan nama usaha merupakan salah satu daya tarik calon konsumen untuk mampir bergabung. Brand usaha harus singkat, jelas, mudah diingat, dan familiar. Dari brand juga kita dapat memperkenalkan kualitas produk yang kita miliki, dengan brand yang menarik konsumen dapat lebih mudah tertarik untuk membelinya.

##### 6. Membangun Sistem

Membangun sistem usaha yang baik sejak awal memulai usaha, meliputi : manajemen usaha, organisasi, dan pengelolaan finansial. Kelalaian dalam membangun sistem ini dapat mengakibatkan usaha tersebut bermasalah di kemudian hari. Sehingga penulis akan lebih sulit untuk menghadapi masalah itu sendiri.

##### 7. Karyawan / Pegawai

Rekrut karyawan yang tepat, akan lebih baik yang telah memiliki keahlian sesuai bidang usaha yang kita buka. Sebelumnya juga penulis harus jeli dalam

memilih karyawan, harus pandai menempatkan karyawan pada bidangnya masing-masing agar proses usaha yang di jalankan akan lebih mudah.

Dari faktor-faktor yang dikemukakan oleh Bapak Eddy Soeryanto Soegoto (2014:117) saya lebih memperhatikan kepada Skill, Lokasi, Promosi dan Brand. Dengan Membuat usaha sesuai keahlian yang penulis miliki merupakan kunci awal suksesnya usaha tersebut. Dengan keahlian penulis lebih siap menghadapi medan dan mampu menetralsir ancaman yang mungkin timbul dengan tindakan yang cepat. Skill juga sama dengan hobby dengan cara penulis membangun sebuah usaha yang sesuai dengan hobby yang dimiliki penulis dapat menjalankannya dengan senang dan dapat juga menetralsir adanya ancaman dari pesaing, dan lokasi juga dapat mempengaruhi lancarnya usaha tersebut, dan promosi juga penting dalam usaha yang penulis jalankan, pandainya penulis memasarkan produk kepada konsumen dapat mempengaruhi kelancaran usaha yang penulis miliki. Selanjutnya yaitu adalah Brand dengan kita memiliki brand sendiri kita dapat memperkenalkan kualitas yang kita punya, dan juga dapat memperkenalkan identitas produk kita secara tidak langsung. Bukan berarti faktor lain tidak penting tetapi menurut saya 4 faktor tersebut sangatlah penting. Karena dapat meningkatkan penjualan produk yang penulis miliki juga.

#### Penunjang Keberhasilan

Di dalam kunci kesuksesan memulai usaha tersebut, pasti ada penunjang keberhasilan dimana setiap kesuksesan pasti ada penunjang atau sama saja dengan membantu seperti halnya pengetahuan dan pengalaman adanya pengetahuan yang di dasari pengalaman semua usaha atau hal apapun yang ingin di jalankan akan lebih

mudah seperti 7 hal penunjang keberhasilan ini:

1. Pengetahuan (*Knowledge*) dengan pengetahuan yang di miliki dapat membantu seorang pebisnis dalam menjalankan usahanya tersebut.
2. Kemampuan (*Capable*) kemampuan sangatlah penting dalam sebuah kesuksesan banyak kemampuan yang di miliki maka dapat membantu seseorang dalam menjalankan sesuatu.
3. Pengalaman (*Experience*) sama halnya dengan pengalaman, pengalaman juga penting untuk menunjang pengetahuan dan kemampuan, adanya pengalaman yang di miliki seseorang akan mudah untuk menjalankan semuanya.
4. Visi (*Vision*) yang di maksud dengan visi adalah seseorang yang memiliki keinginan yang di capai dalam usaha yang sedang di jalankannya.
5. Harapan (*Hope*) harapan yaitu seseorang pebisnis pasti memiliki harapab bagus yang ingin di capai dalam usaha yang sedang di jalankannya.
6. Keyakinan (*Faith*) adanya harapan dan visi tidak akan berjalan tanpa adanya keyakinan yang kuat dari seorang pebisnis bahwa usahanya akan berhasil.
7. Kebahagiaan (*Happiness*) dengan hati yang bahagia seseorang akan lebih mudah untuk menjalankan suatu hal.

#### Faktor yang mempengaruhi Bisnis

Didalam memulai bisnis tentu saja ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi bisnis, baik yang berpengaruh positif maupun negative, dalam bisnis yang sedang dijalankan diantaranya:

1. Teknologi Baru, Teknologi seperti mesin - mesin canggih sangat

diperlukan untuk meraih keberhasilan bisnis.

2. Waktu, Didalam bisnis juga waktu sangat diperlukan untuk produksi barang dalam jangka tertentu
3. Jarak, suatu produk bisa impor – ekspor antarnegara jika produk tersebut memang sudah sangat terkenal dan banyak konsumen.
4. Uang, modal juga hal yang paling utama dalam bisnis tanpa modal bisnis tidak akan lancar dan tujuan dalam perusahaan juga untuk mencari keuntungan atau pendapatan dari bisnis yang dijalankannya.

Dari penjelasan diatas penulis mencantumkan bahwa di dalam suatu bisnis memang sangat di perlukan adanya teknologi. Teknologi sendiri sangat berperan penting dalam suatu bisnis, seperti pembuatan produk dengan adanya teknologi maka ketertarikan konsumen akan selalau meningkat karena dari segi proses pun dengan adanya teknologi maka suatu bisnis akan berjalan dengan lancar. Jadi sangat penting dengan adanya teknologi dalam membangun sebuah bisnis mengingat dari jaman ke jaman teknologi semakin canggih, dari teknologi pun penulis dapat memenuhi keinginan konsumen yang meningkat, seperti pada waktu dimana produk yang diinginkan sedang banyak, sehingga adanya teknologi keinginan yang melonjak tinggi dapat terpenuhi. dari bentuk pemasarannya pun sekarang banyak promosi melalui Internet ( online ). Modal dalam usaha juga sangat penting untuk menunjang kelancaran bisnis tidak ada modal kemungkinan bisnis tidak akan lancar atau bangkrut.

#### Perencanaan Strategi Pemasaran

Perencanaan strategi yang terlintas dalam pikiran saya adalah cara kita untuk

#### **KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan ini telah berjalan dengan

menentukan suatu rencana dalam jangka panjang yang mencakup dalam semua hal. Perencanaan strategis adalah suatu rencana jangka panjang yang bersifat menyeluruh, memberikan rumusan kemana perusahaan akan diarahkan, dan bagaimana sumber daya di alokasikan untuk mencapai tujuan selama jangka waktu tertentu dalam berbagai kemungkinan keadaan lingkungan.

Perencanaan strategic (strategic plans) juga merupakan suatu proses pemilihan tujuan organisasi, penentuan strategi, kebijaksanaan, program-program strategi yang di perlukan untuk tujuan-tujuan tersebut. Ada dua alasan yang menunjukkan pentingnya perencanaan strategis :

1. Perencanaan strategis memberikan kerangka dasar pada semua bentuk-bentuk perencanaan lainnya yang harus diambil
2. Pemahaman terhadap perencanaan strategis akan mempermudah pemahaman bentuk-bentuk perencanaan lainnya.

Dari dua alasan yang menunjukkan pentingnya perencanaan strategis di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa intinya dalam sebuah perusahaan harus terbentuk sebuah kerangka dasar yang memiliki rencana yang terbaru supaya menarik konsumen, karena ketika suatu perusahaan sudah memiliki dasar maka akan mudah bagi perusahaan untuk menarik pelanggan-pelanggannya. Di dalam kerangka perencanaan usaha jugq kita dapat memperhitungkan resiko atau ancaman apa yang akan terjadi di kemudian hari, penulis juga dapat memikirkan cara mengatasi masalah di kemudian harinya.

baik dan lancar. Para peserta mengikuti setiap topik yang disampaikan dengan serius dan antusias. Hal tersebut dapat

dilihat dari banyaknya pertanyaan-pertanyaan dan masukan serta *sharing* dari para peserta.

Perencanaan bisnis sangat penting dalam memulai sebuah usaha yaitu kita dapat merancang strategi apa yang akan dilakukan kedepannya untuk menjalankan bisnis tersebut, dalam penyusunan perencanaan yang baik penulis dapat mengetahui ancaman atau resiko apa yang akan di tempuh kedepannya dalam memulai bisnis tersebut. Dalam memulai sebuah usaha, langkah awal yang harus kita lakukan adalah mengenali peluang usaha . dengan adanya peluang ini barulah kita akan menyelaraskan dengan potensi yang kita miliki agar kita bisa menentukan usaha apa yang akan kita jalani.

Dengan demikian banyak hal yang mendukung jalannya perencanaan bisnis seperti pengetahuan, kemampuan dan pengalaman dengan pengetahuan kita dapat belajar dari hal yang sudah kita ketahui sebelumnya agar kita dapat belajar dari hal yang sudah kita dapatkan, begitu pula kemampuan dan pengalaman pebisnis harus memiliki kemampuan berbisnis dan pengalaman berbisnis setidaknya dalam memulai bisnis seseorang harus mengenal bangai mana bisnis itu sebenarnya Tahapan maupun strategi yang harus kita ikuti atau kita pelajari dengan baik itu merupakan salah satu kunci keberhasilan yang akan kita raih dalam berbisnis. Kita akan lebih siap dan tangguh dalam menghadapi persaingan di masa yang akan datang.

Maka dari itu setiap orang mampu menjadi wirausaha maupun pembisnis dengan handal, asalkan jiwa entrepreneur kita terus dijaga, sikap kewirausahaan terus ada dan terus dipertahankan, tetap menjaga kedisiplinan, kejujuran, komitmen pada diri sendiri maupun orang lain, dan mampu selalu berkreativitas maupun berinovasi demi kelancaran dan mempertahankan usaha yang akan dimiliki.

Bagi pihak yang akan berencana memulai sebuah usaha atau bisnis sebaiknya mempersiapkan rancangan perencanaan usaha terlebih dahulu baik tertulis maupun tidak tertulis. Bagaimana cara dan apapun bidang/jenis usaha yang akan kita jalankan pastilah memiliki kelebihan dan kelemahan. Untuk itu kita harus dapat menentukan bidang dan jenis usaha apa yang akan dimulai, apakah kita mempunyai keahlian di bidang usaha yang akan kita jalankan tersebut, makadari itu menjalankan usaha yang sama dengan hobby yang kita suka dapat membantu lebih mudah untuk menjalankan kedepannya kita juga dapat mengetahui ancaman dan resiko apa yang akan kita hadapi untuk kedepannya dengan menyusun perencanaan kita juga dapat menyusun strategi apa yang akan kita lakukan kedepannya agar usaha yang akan kita jalankan lebih maju dan lebih berhasil.

Walaupun para pengusaha mikro ini selalu berupaya untuk mengembangkan usahanya, namun beberapa hambatan dalam pengembangan bisnis masih dihadapi, terutama masalah permodalan dan pengembangan jejaring bisnis. Di samping itu hambatan-hambatan lain diantaranya juga yang berkaitan dengan akses finansial, kurangnya keahlian, pengetahuan, informasi dan teknologi. Rendahnya pemahaman tentang cara pengelolaan modal kerja kerap menjadi masalah bagi kelompok pengusaha ini. Bukan hanya itu, cara membuat proposal untuk mendapatkan bantuan modal agar usahanya dapat berkembang, juga menjadi masalah bagi mereka.

Hal yang perlu mendapat perhatian dari semua pihak adalah bagaimana mengembangkan para pengusaha mikro ini agar dapat memberikan kontribusi dan pengaruh serta penciptaan nilai yang lebih besar kepada industri maupun masyarakat di sekelilingnya. Dari hasil diskusi awal untuk mengidentifikasi permasalahan yang

dihadapi para pengusaha ini pada umumnya adalah hambatan yang berkaitan dengan rendahnya kualitas sumber daya manusia (SDM), lemahnya manajemen usaha, rendahnya akses terhadap sumber pembiayaan serta rendahnya pemanfaatan informasi dan teknologi yang dimiliki. Oleh karenanya, diperlukan suatu penanganan yang intensif untuk menyelamatkan wirausaha yang ada di Indonesia. Dalam hal ini bantuan dari berbagai pihak, termasuk perguruan tinggi sangat dibutuhkan.

#### Saran

Adapun saran dari kegiatan pengabdian masyarakat dengan topik "Kecerdasan Finansial Bagi Kaum Muda adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan peserta tentang kemanfaatan kegiatan ini sangat tinggi, maka ada baiknya kegiatan ini disebarluaskan kepada kalangan muda seluas mungkin.
2. Masukan dari peserta kegiatan agar ada pelatihan lanjutan untuk mempertajam pelatihan kecerdasan financial dan peluang untuk meningkatkan kesejahteraan. Dengan demikian terbuka peluang untuk pengabdian masyarakat dengan topik seputar manajemen keuangan, memulai usaha baru, kewirausahaan, dan mengelola bisnis kecil.

#### **DAFTAR PUSTAKA.**

BPS, (2003), Directory Jawa Timur  
Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UKMK, (2006), Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM No. 1  
Disperindag Propinsi Jawa Timur, (2003), Profik UKM Jawa Timur  
Departemen Perindustrian, (2007), Strategi Peningkatan Kemampuan Adopsi

Teknologi Informasi untuk Meningkatkan Daya Saing UKM.

Ellitan, E dan Widyaningrum, L.A, 2010. Strategi Meningkatkan Daya Saing UKM melalui Aspek Pemasaran, Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat UKWMS.

Ellitan, E dan Koesworo. Y. 2011. Lokakarya Peningkatan Daya Saing UKMK melalui Aspek keuangan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi, Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat UKWMS

Permana, A., Laksmana, A., Ellitan, L. 2017. The Effect of Environmental Dynamism, Dynamic Managerial Capabilities, and Deliberate Organizational Learning on the SMEs Performance with Dynamic Capabilities as Moderator Variable: A Case Study on Small SMEs in Surabaya, International Journal of Advances. Research, 5(7), 540-551

Shahputra, (2007), Eksistensi Usaha Kecil Menengah sebagai Penggerak Ekonomi Regional: Makalah FGD UKM dengan Fakultas Ekonomi Unika. Widya Mandala Surabaya

Sondakh, O, Christiananta, B, Ellitan, L 2017. Measuring Organizational Performance A Case Study of Food Industry SMEs in Surabaya-Indonesia, International Journal of Scientific Research and Management, Volume 5 Issue 12 | Pp. 7681-7689 |

Permana, A., Laksmana, A., Ellitan, L. 2017. The Effect of Environmental Dynamism, Dynamic Managerial Capabilities, and Deliberate Organizational Learning on the SMEs Performance with Dynamic Capabilities as Moderator Variable: A Case Study on Small SMEs in Surabaya, International Journal of Advances. Research, 5(7), 540-551.