

PELATIHAN MENYUSUN PROPOSAL *BUSINESS PLAN* PADA UMKM DESA BONTO LEMPANGAN KECAMATAN SINJAI BARAT KABUPATEN SINJAI

¹Nur Naninsih, ²Dewi Pratiwi Indriasari, ³Nur Fatma, dan ⁴Asriani

¹Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Amkop Makassar, nurnaninsih149@gmail.com

²Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Amkop Makassar, dewisinaulan01@gmail.com

³Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Amkop Makassar, nurfatmanurdin0@gmail.com

⁴Kewirausahaan, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Amkop Makassar, asrianip150@gmail.com

Article history

Received: 27 Januari 2022

Revised: 26 Maret 2022

Accepted: 29 Maret 2022

Corresponding

Author:

Nur Naninsih

STIE AMKOP Makassar

Email:

nurnaninsih149@gmail.com

Abstrak

Desa Bonto Lempangan memiliki prospek untuk mengembangkan bisnis seperti budidaya ikan nila, sayur sayuran, dan Pemotongan ayam ras, akan tetapi pelaku UMKM belum mampu membuat perencanaan bisnis secara optimal, oleh karena itu pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini. Kami tim dosen STIE AMKOP Makassar bertujuan memberikan pengetahuan dan keterampilan untuk mengembangkan usahanya. Adapun metode pelaksanaan yaitu pelatihan *business plan*. Perencanaan bisnis sangat diperlukan agar bisnis yang akan dilaksanakan atau usaha sedang berjalan tetap berada dijalur yang benar, dan mampu mengelola usahanya secara efisien dan efektif sehingga bisa menghasilkan keuntungan maksimal serta digunakan sebagai alat untuk mencari dana dari pihak ketiga

Kata kunci — UMKM, *Business Plan*.

Abstract

Bonto Lempangan village has prospects for developing businesses such as tilapia cultivation, vegetables, and broiler slaughter, but MSME actors have not been able to make business plans optimally, therefore in this Community Service activity. Our team of lecturers at STIE AMKOP Makassar aims to provide knowledge and skills to develop their business. The implementation method is business plan training. Business planning is very necessary so that the business that will be carried out or the business is running remains on the right track, and is able to manage its business efficiently and effectively so that it can generate maximum profits and be used as a tool to seek funds from third parties.

Keyword — *UMKM, Business Plan.*

PENDAHULUAN

Ide gagasan yang inovatif, dan kreatif harus berdasar kepada beberapa aspek yaitu potensi wilayah, ketersediaan bahan baku, dan analisis peluang pasar yang ada. Ide bisnis adalah pondasi awal untuk menyusun suatu perencanaan. Perencanaan bisnis yang matang juga diperlukan strategi, kreatif dan inovatif sebagai peta jalan bagi wirausaha menuju pembangunan bisnis yang handal mampu bersaing. Rencana bisnis inilah sebagai tujuan yang ingin dicapai. (Farida et al., 2019)

Dasar dari sebuah usaha yang akan dijalankan adalah adanya perencanaan dalam

membangun sebuah usaha. Business plan/perencanaan usaha merupakan kumpulan dokumen yang menyatakan keyakinan akan kemampuan sebuah bisnis/usaha untuk menjual barang ataupun jasa dengan menghasilkan profit yang tinggi dan menarik bagi investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan kita. (Kurniadi, 2015). Pada umumnya banyak orang pada saat awal membuka usaha baru banyak mengalami kegagalan. Kegagalan ini antara lain disebabkan karena pada saat membuka usaha tidak menyusun perencanaan terlebih dahulu, sehingga apa yang dilakukan tidak didasarkan pada perhitungan awal. Membuka usaha baru tidak

mungkin tanpa ada rencana sebelumnya. Rencana perlu disusun dengan seksama, meskipun sederhana namun secara tertulis. Perencanaan yang tidak tertulis pasti sudah ada rekayasa didalam pikiran seseorang yang akan membuka usaha, seperti rekayasa tentang usaha apa yang akan dipilih, tempatnya dimana, siapa konsumennya, dibutuhkan modal berapa, berapa perkiraan tentang keuntungan yang akan diperoleh.

Penyusunan business plan haruslah dilakukan secara jelas dan terperinci, dan dalam proses penyusunannya tidak selalu dilakukan secara berurutan setiap aspeknya sesuai format yang ada. Setiap aspek pada business plan diisi sesuai dengan informasi yang sudah dikumpulkan dan sesuai riil lapangan. (Musnaini et al., 2020)

Desa Bonto Lempangan mempunyai peluang untuk mengembangkan UMKM, karena wilayah geografisnya sangat potensial, namun para pelaku UMKM memiliki beberapa kendala terutama modal, marketing, dan pengembangan produk, dengan demikian para pelaku UMKM perlu bimbingan yang disertai pelatihan sehingga dalam mengelola usaha diperlukan perencanaan bisnis yang dapat membantu mengarahkan bisnis sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Pelaku UMKM memerlukan rencana bisnis yang matang, serta harus meluangkan waktu untuk mengumpulkan banyak informasi yang berhubungan dengan pengembangan usaha, mulai budget, goal, dan dokumen-dokumen lainnya. (Mulyantini & Lastiningsih, 2015).

Kendala paling umum adalah ketidak tahuan bagaimana cara membuat proposal yang baik dan benar, kendala ini bukan hanya terjadi kepada mereka yang kurang beruntung dalam mendapatkan pendidikan tinggi tapi mereka yang notebene telah mendapatkan pengalaman di bangku sekolah mengaku sulit untuk membuat proposal usaha. Sekolah sebagai suatu institusi atau lembaga pendidikan idealnya harus mampu melakukan proses edukasi, sosialisasi, dan transformasi. Dengan kata lain, sekolah yang bermutu adalah sekolah yang mampu berperan sebagai proses edukasi (proses pendidikan yang menekankan pada kegiatan mendidik dan mengajar), proses sosialisasi (proses bermasyarakat terutama bagi anak didik), dan wadah proses transformasi (proses perubahan tingkah laku ke arah yang lebih baik/ lebih maju). (Aries Suprpto & Rusdi, 2018)

METODE

Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk pengabdian yang akan dilakukan dengan Pelatihan, menggunakan metode dilaksanakan dengan pendekatan metode ceramah, dan diskusi. Sifat pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yaitu :

1. Metode Ceramah

Para pelaku UMKM diberikan motivasi mengelola suatu bisnis. Tim juga melakukan kegiatan pengenalan dasar tentang urgensi perencanaan bisnis (business plan) pada UMKM.

2. Metode Diskusi

Peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang berkaitan dengan perencanaan sebelum memulai usahanya. Selanjutnya Tim memberikan solusi terkait permasalahan yang dialami pelaku UMKM, kemudian Tim langsung praktik penyusunan business plan.

Langkah-langkah yang dilakukan Tim dalam pengabdian kepada masyarakat antara lain :

1. Sosialisasi

Tim melakukan survei atau pengenalan pertama kepada pelaku UMKM terkait permasalahan yang paling urgen.

2. Pelatihan

Tim memberikan solusi terkait masalah yang dihadapi pelaku UMKM yaitu teknik menyusun business plan.

3. Evaluasi

Tim melakukan evaluasi terkait respon terhadap pelatihan menyusun *business plan*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat difokuskan hanya satu lokasi yaitu Desa Bonto Lempangan, Sinjai Barat. Pelatihan ini disambut positif oleh seluruh peserta UMKM, karena pelaku usaha ini sangat membutuhkan pelatihan tentang perencanaan bisnis terutama yang terkait dengan aspek pasar, marketing, aspek produksi, aspek keuangan, dan aspek penyusunan dokumen.

Kebutuhan akan sebuah perencanaan bisnis menjadi mutlak jika kita akan menjalankan suatu usaha, karena perencanaan bisnis sendiri ibarat sebuah peta dan Kompas untuk menjalankan usaha. Melalui sebuah perencanaan yang matang kita dapat menetapkan tujuan utama bisnis kita, skala prioritas, dan menetapkan target yang ingin dicapai. Dengan adanya rencana bisnis yang baik akan menjadikan peluang sukses bisnis kita jalankan akan semakin tinggi. Ada yang menganggap bahwa rencana bisnis atau business

plan hanya sekedar formalitas karena tanpa business plan seseorang tetap bisa menjalankan usaha. Namun, adanya rencana bisnis sangat penting sebagai alat bantu untuk menjadi panduan dan alat pencari dukungan investor bagi yang akan memulai sebuah bisnis, atau yang sedang mengembangkan bisnis. (Munawaroh, 2019)

Rencana bisnis merupakan sarana komunikasi para pelaku bisnis antara mitra jika sekiranya diperlukan ekspansi dana bagi perluasan usaha, dengan demikian, rencana bisnis langkah yang cukup signifikan dalam memenuhi suatu usaha. Hal ini dikarenakan rencana bisnis tidak hanya bermanfaat bagi internal operasional perusahaan, akan tetapi juga berguna untuk kebutuhan finansial suatu bisnis. (Kurniadi, 2015).

Aspek pasar sangat penting dalam kaitannya membuat sebuah perencanaan bisnis ataupun implementasi bisnis, dengan adanya analisis pasar akan memudahkan pemilik UMKM untuk membuat produk dengan target pelanggan yang tepat. (Elsandra & Yulianto, 2013), dengan demikian faktor utama yang menunjang untuk menguasai pangsa pasar dalam berbisnis tentunya tidak lepas dari mengetahui kebutuhan atau keinginan pelanggan, tingkat daya beli konsumen, dan mengetahui pelanggan untuk bertransaksi.

Senada yang disampaikan (Lestari, 2013) mengenali pasar dalam berbisnis samahalnya dengan menguasai pelanggan, karena pelanggan merupakan kunci sukses dalam berusaha. Dengan demikian mudah mengembangkan strategi pemasaran, sehingga seluruh kebutuhan, harapan, dan keinginan pelanggan dapat terpenuhi. Kita dapat mengenali pelanggan dengan melakukan segmentasi, yaitu segmentasi berdasarkan umur, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan dan lokasi tempat tinggal. Pada tahap pertama, kemungkinan target market terbatas pada pelanggan yang paling sesuai dengan produk yang mereka gunakan. Selanjutnya apabila pelanggan semakin meluas perlu mempertimbangkan perencanaan pemasaran dengan melibatkan pelanggan dalam skala luas.

Pelaku UMKM dalam perencanaan bisnis untuk mencari investor ataukah pinjaman di Bank, biasanya mitra bertanya tentang data keuangan yang berhubungan dengan bisnis yang dikelola. (Simanjuntak, 2020).

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat terkait permasalahan yang paling urgen pada pelaku UMKM yaitu:

1. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan beberapa metode yakni metode ceramah dan

metode diskusi.

Adapun tahapan penyusunan business plan antara lain :

- a) Tahapan ini memberikan template rencana bisnis kepada pelaku UMKM
- b) Template yang masih kosong tersebut berisi tentang rencana bisnis yang akan dibuat oleh pelaku UMKM
- c) Template ini memudahkan peserta pelatihan membuat rencana bisnis sesuai bisnis usaha yang dikelola.
- d) Sembari peserta pelatihan mengisi template, Tim memberikan petunjuk pengisian template sesuai dengan jenis usaha yang peserta kelola saat ini. Selama proses kegiatan, peserta tetap diperbolehkan aktif tanya jawab seputar business plan.

Membuat business plan sesuai dengan template yang diberikan kepada peserta pelatihan membutuhkan kesungguhan dan kematangan sehingga tujuan pelatihan tercapai. Penggunaan business plan bukan hanya sekedar untuk diri sendiri akan tetapi harus secara tertulis digambarkan kepada semua pihak yang terlibat baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal, dikarenakan semua dokumen-dokumen tersebut tercatat secara menyeluruh.

Wirausaha memiliki tempat di masyarakat sebagai profesi dapat tidak hanya dapat melakukan perbaikan dan perubahan di dalam kualitas hidup diri dan masyarakat, tetapi juga wirausaha juga dibuktikan dapat berperan signifikan di dalam mewujudkan kualitas diri masyarakat dan bangsa. Bisnis/wirausaha tentu membutuhkan perencanaan untuk pertumbuhan yang optimis dan pengembangan-pengembangan dengan skala prioritas. Peningkatan jumlah wirausaha juga terus dilakukan, salah satu yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan pelatihan terkait perancangan *business plan*. (Muhammad Hasyim, 2014).

Business Plan ini juga dapat digunakan sebagai bahan referensi kepada investor, atau kepada Lembaga Keuangan Bank jika kita membutuhkan pinjaman dana. Dengan demikian, sebuah Business Plan harus dapat mewakili seluruh rencana bisnis yang akan dijalankan agar pihak-pihak yang membutuhkan dapat tertarik dan percaya dengan rencana usaha kita. (Dian et al., 2021)

Perencanaan usaha atau *business plan* ialah sebuah rencana yang dibentuk sebelum memulai sebuah usaha, agar usaha yang akan kita jalankan sesuai dengan target yang kita ingin kan. Tujuan

business plan antara lain untuk pencapaian target, alat komunikasi terhadap konsumen, penambah modal, dan mempermudah pengawasan. Bentuk formal *bussines plan* adalah halaman depan, daftar

isi, ringkasan eksekutif, penjelasan tentang perusahaan, pemasaran, produk yang dihasilkan, usaha peningkatan penjualan, permodalan dan appendiks. (Moh. Zaenal Abidin, 2021)



Gambar.1. Penyusunan Membuat Propopsal *Business Plan*

2. Pelatihan Praktik Menyusun *Business Plan*.

Business plan yang baik memiliki struktur dan penulisan yang terstruktur. Penulisan terstruktur menjadikan *business plan* mudah dibaca, dipahami, dan dipelajari oleh orang-orang yang berkepentingan (pelaksana, rekan usaha, investor, banker, dan sebagainya).

Tahap pelatihan ini, seluruh peserta mengisi template yang sudah disediakan oleh tim atau narasumber. Menurut (Rahardjo Ramelan, 2013) pada umumnya, *business plan* dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu sebagai berikut:

a. Ringkasan Eksekutif

Pada bagian ini, peserta menceritakan tentang bisnis yang bakal dijalankan. Di sini peserta mendeskripsikan bisnis mereka, inovasi, serta kapan bisnis bakal dimulai.

Executive Summary merupakan pembuka sebuah *Business Plan* yang memberikan gambaran umum, singkat dan jelas mengenai bisnis yang akan dijalankan. Bagian ini berisi tentang apa perusahaan atau bisnis yang akan dijalankan, produk atau jasa yang akan

ditawarkan, manfaat produk/jasa bagi masyarakat/konsumen, siapa target konsumen, dan keunikan produk. Bagian ini merupakan bagian yang sangat penting sebab bagian ini merupakan bagian awal atau pembuka pada *Business Plan*, yang kerap kali menjadi penentu ketertarikan investor untuk membaca lebih lanjut lagi mengenai *Business Plan* yang sedang ditawarkan. (Dian et al., 2021)

b. Latar Belakang Perusahaan

Kemudian, peserta pelatihan menjabarkan dengan beberapa poin mengenai perusahaan yang mereka kelola, seperti menjabarkan sejarah usaha, pihak yang terliobat, kondisi keuangan, rencana pengembangan usaha, produk, serta pengembang usaha tersebut

c. Analisis Pasar dan Pemasaran

Pada bagian ketiga, pelaku UMKM menguraikan target konsumen produk yang bakal dijual, mereka menjabarkan analisis kuantitatif dan kualitatif,

karakteristik, tingkat kompetisi, strategi promosi, dan harga. Selanjutnya peserta juga menjelaskan produknya mulai dari kemasan hingga proses produksi.

Market Analysis (Analisis Aspek Pasar) adalah bagian yang memberikan penjabaran dan analisa target pasar, industri, kompetisi di pasar serupa, dan kosumen bisnis yang akan dijalankan . Dalam bagian ini, riset pemasaran sangatlah perlu. Riset dapat dilakukan secara manual atau menggunakan teknologi tertentu untuk mendapatkan data. Dalam analisis pasar ini, dapat diketahui tentang peluang bisnis dan prospeknya, sebesar apa bidang pasar yang akan dimasuki. Pada bagian analisis aspek pasar, juga perlu dilakukan penetapan Target Audience yaitu pemilihan target konsumen berdasarkan segmentasi pasar.(Dian et al., 2021)

- d. Analisis produk
Selesai dengan analisis pasar, peserta menjabarkan lebih dalam mengenai produk yang bakal dijual.
- e. Analisis Manajemen atau Sumber Daya Manusia
Pada bagian kelima, pelaku UMKM menguraikan daftar dan struktur manajemen bisnisnya.
- f. Analisis Keuangan
Di bagian ini menjelaskan kondisi keuangan perusahaan serta proyeksi dana pada masa mendatang.

(Moh. Zaenal Abidin, 2021), Pada hakikatnya di dalam *business plan* tidak ada aturan-aturan yang baku, akan tetapi menurut Buchori Alma pada umumnya *business plan* mencakup hal-hal sebagai berikut :

1. Halaman depan.
Pada umumnya dicantumkan nama perusahaan, alamat perusahaan, nama orang yang bertanggung jawab dan dapat dihubungi sewaktu-waktu melalui telepon. Dilakukan untuk mencari orang yang bertanggung jawab dalam *business plan*. Seperti contoh dalam usaha penginapan yang saya teliti ialah nomor staf penginapan atau pun manejer.
2. Daftar isi
Seperti pada umumnya daftar isi, di dalamnya harus terperinci dengan nomor-

nomor halamannya yang sesuai dengan urutan yang akan disusunnya.

3. Ringkasan eksekutif
Dalam ringkasan eksekutif ini berisi tentang penjelasan secara singkat tentang *business plan* secara komplit dan menarik peminat pembaca. selain itu harus kita ingat, namanya ringkasan itu harus singkat, sekitar 1-2 halaman saja.
4. Penjelasan tentang perusahaan
Disini diungkapkan atau diisi tentang strategi perusahaan dan tim manajemen yang mengelola perusahaan, agar banyak yang berminat dengan bisnis yang akan kita jalankan. Sebagai contoh dapat dicantumkan berupa fasilitas suatu jasa serta tariff terhadap jasa tersebut, dengan begitu para calon konsumen dapat menimbang apa- apa yang mereka dapatkan terhadap suatu perusahaan jasa tersebut.
5. Pemasaran
Dalam pemasaran, diungkapkan seberapa besar potensi pasar yang akan dituju, serta ramalan berapa jumlah target konsumen yang akan ditempuh di beberapa tahun kedepan. Dalam usaha yang saya teliti ini tujuan atau sasarannya ialah para wali santri yang ada dalam pondok modern Darussalam Gontor, sehingga jumlah target yang ditetapkan lumayan memenuhi ataupun melebihi targetnya.
6. Barang dan jasa yang dihasilkan
Dalam aturan ini ditulis mengenai kualitas, kuantitas, kegunaan, manfaat, dan keistimewaan barang dan jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan. Keistimewaan dalam usaha jasa ini yaitu berupa tempat penginapan yang nyaman dan tidak terlalu jauh dari keramaian jalan raya, sehingga banyak para konsumen yang menikmatinya. Disisi lain apabila ingin mengadakan acara semisal seminar atau yang lain sebagainya dalam usaha jasa yang saya teliti ini menyiapkan dan menerima bookingan secara full dengan fasilitas yang lengkap seperti makan prasmanan sehari tiga kali, tempat parkir yang luas dan lain sebagainya.
7. Usaha meningkatkan penjualan
Disini dijelaskan tentang strategi-strategi promosi yang akan digunakan untuk meningkatkan penjualan, baik dengan cara membuka cabang-cabang di berbagai

daerah ataupun tenaga penjualan barang. Selain di desa Gontor, usaha jasa ini juga sudah membuka cabang di berbagai daerah guna memperluas wilayah dan pendapatan.

8. Permodalan

Dalam permodalan ini diisi tentang rencana permodalan dan proyeksi permodalan, neraca pendahuluan, aliran kas dan pendapatannya. Permodalan yang diperoleh yaitu dari pondok pusat, yang mana uang hasil dari usaha tersebut

kemudian di laporkan kepada bagian bendahara pondok, dan selanjutnya digunakan untuk pembangunan ataupun kebutuhan yang dibutuhkan dalam pondok tersebut.

9. Apendiks

Di dalam apendiks ini dicantumkan beberapa hal-hal yang penting untuk melengkapi sebuah *business plan*, misalnya akte perusahaan, SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan).

3. Evaluasi

a. Motivasi Peserta Mengikuti Pelatihan *Business Plan*

Tim dari STIE AMKOP Makassar selaku narasumber mengevaluasi kegiatan dengan cara observasi motivasi peserta pelatihan penyusunan *business plan*, seperti gambar 1 berikut :



Gambar 1. Motivasi Peserta UMKM terhadap Pelatihan Business Plan

Berdasarkan Gambar 1 diketahui bahwa minat peserta pelatihan dalam mengikuti kegiatan penyusunan *business plan* sebesar 35%. Hasil ini diperoleh dari tingkat partisipasi peserta dalam mengikuti pelatihan dan minat untuk bertanya. pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peserta pada saat pelatihan mengenai bagaimana produk yang akan mereka hasilkan nanti dapat berjalan dengan baik. Hal ini menggambarkan besarnya minat peserta dalam menjalankan usaha yang akan dilakukannya.

Aspek perhatian peserta dalam mengikuti pelatihan *business plan* sebesar 33%, Hal ini terlihat dari perhatian peserta selama mengikuti pelatihan dan banyaknya peserta yang memberikan tanggapan terhadap materi yang diberikan oleh narasumber,

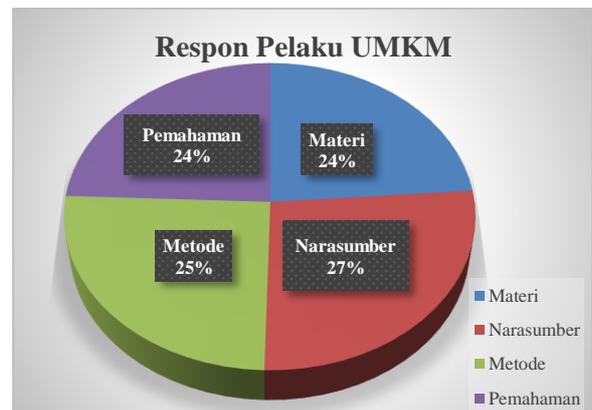
sehingga suasana kelas menjadi lebih hidup.

Aspek ketekunan peserta dalam mengikuti pelatihan *business plan* sebesar 32%. Aspek ini lebih rendah dari aspek lain karena sebagian besar peserta tidak tepat waktu dalam menyelesaikan tugas. Berdasarkan analisis data, peserta yang tidak tepat dalam mengumpulkan data adalah peserta yang sudah bekerja, sehingga mereka harus minyisihkan waktu untuk menyelesaikan tugas, disamping tugas-tugas yang menjadi tanggung jawabnya di tempat kerjanya.

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa motivasi peserta dalam pelatihan penyusunan *business plan* tinggi.(Andayani et al., 2018).

b. Respon Pelaku UMKM terhadap Pelatihan Business Plan

Kegiatan pelatihan, dilakukan pengukuran respon pelaku UMKM terhadap materi pelatihan, kemampuan narasumber memberikan pelatihan, metode penyampaian dalam pelatatihan, dan pemahaman peserta terhadap materi, yang disampaikan disajikan pada Gambar 2 berikut :



Gambar 2. Respon Peserta UMKM terhadap Pelatihan Business Plan

Gambar 2 menunjukkan bahwa respon pelaku UMKM terhadap materi yang diberikan oleh narasumber sebesar 24% artinya bahwa peserta pelatihan materi yang diberikan oleh narasumber sesuai dengan harapan, dan peserta juga menyampaikn bahwa metode pelatihan juga sangat menarik yaitu 25% sehingga peserta antusias mengitu kegiatan. Sedangkan pemahaman materi yang diberikan oleh narasumber mampu menerapkan membuat proposal *business plan*. Begitupun juga contoh kasus yang diberikan narasumber sesuai dengan yang mereka harapkan, karena narasumber memberikan contoh kasus UMKM yang banyak dikelola oleh peserta. Kemudian peserta pelatihan menyatakan bahwa kemampn narasumber dalam menyampaikan materi dan menjawab pertanyaan-pertanyaan dari pelaku UMKM, mampu membuat peserta memahami cara menyusun business plan. Metode yang diberikan narasumber juga membuat peserta lebih proaktif menanggapi materi yang diberikan oleh narasumber.

Respon tenant terhadap materi, metode, dan instruktur juga tinggi. Kemampuan tenant dalam menyusun business plan masih rendah terutama tenant yang berlatar belakang pendidikan non ekonomi.(Andayani et al., 2018)

SIMPULAN DAN SARAN

Selama kegiatan pelatihan penyusunan business plan dapat disimpulkan bahwa peserta pelatihan antusias mengikuti kegiatan tersebut. Respon pelaku bisnis UMKM terhadap materi, metode juga baik. Belum semua pelaku UMKM mampu menyusun business plan dengan baik. Hanya peserta yang berlatar belakang Pendidikan ekonomi sudah bisa menyusun business plan, sedangkan pelaku UMKM yang tidak berlatar Pendidikan masih mengalami kendala, sehingga memerlukan bimbingan lebih mendalam.

Perlu diupayakan agar seluruh pelaku UMKM mempunyai kemampuan menyusun businesss plan dengan baik, karena business plan yang terencana dengan baik akan mempengaruhi kesuksesan usaha UMKM. Team Pengabdian Kepada Masyarakat disarankan untuk memberikan pendampingan lebih lanjut kepada pelaku UMKM khususnya yang berlatar belakang pendidikan non

ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, E., Hariani, L. S., & Ain, N. (2018). Langkah Awal Memulai Usaha Melalui Business Plan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6, 84–88.
- Aries Suprpto, H., & Rusdi, M. (2018). Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Abdimas) IKIP Siliwangi PELATIHAN PEMBUATAN PROPOSAL RENCANA BISNIS (BUSINESS PLAN) BAGI SISWA MADRASAH TSANAWIYAH NURUL HIKMAH DAN SMP AL-IHSAN GUNA MENINGKATKAN KEMAMPUAN BERWIRAUSAHA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Abdimas)*, 01(2), 81–88.
- Dian, S., Siahaan, N., Pramana, D., Sitompul, H. P., Sary, P., & Silaban, M. J. (2021). Pada Siswa Smk Budisatrya Kecamatan Medan Tembung Kota Medan. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat, September*, 21–27.
- Elsandra, Y., & Yulianto, A. A. (2013). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Usaha Kecil Menengah Berbasisindustri Kreatif Melalui Ict. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 2(1), 31–42.
- Farida, I., Aryanto, A., Sunandar, S., Hetika, H., & Krisdiyawati, K. (2019). IbM PELATIHAN BUSINESS PLAN PADA UMKM KOTA TEGAL. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 2(2), 64–68. <https://doi.org/10.30591/japhb.v2i2.1384>
- Kurniadi, R. (2015). Bisnis, Analisis Bisnis Plan Dan Jaringan Kerja Dalam Peningkatan Operasional. *Ekonomi Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 123–126.
- Lestari, S. E. (2013). *Business Plan Sebagai Implementasi Kewirausahaan*. VIII(2), 146–155.
- Moh. Zaenal Abidin. (2021). Analisis Business Plan Pelaku Umkm Di Kecamatan Mlarak. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(2), 166–172. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v1i2.96>
- Muhammad Hasyim, S. A. (2014). Pelatihan Business Plan Pengembangan Tomat Di Dusun. *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, 3(2), 90–95. <https://journal.uui.ac.id/ajie/article/view/7812/6792>
- Mulyantini, S., & Lastiningsih, N. (2015).

- Penyusunan Business Plan Sebagai Pedoman Usaha Umkm Di Wilayah Depok. *Jurnal Program Studi Manajemen FE UPN Veteran Jakarta*, 26, 191–198.
- Munawaroh, M. (2019). *PERENCANAAN BISNIS Untuk Program Strata 1. Yogyakarta: LP3M UMY*.
- Musnaini, M., 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>
- Rahardjo Ramelan. (2013). No Title. *Innovative Enterpreneurship Challenge: Sistemika Business Plan. PT. Sarana Jabar Ventura*.
- Simanjuntak. (2020). Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Berdasarkan Sak-emkm: Studi Kasus pada UMKM Delli Tomohon. *Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Berdasarkan Sak-Emkm: Studi Kasus Pada UMKM Delli Tomohon. JAIM: Jurnal Akuntansi Manado. Pp. 35-44*.