

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin**Volume 1, Nomor 12****Licensed by CC BY-SA 4.0****E-ISSN: 2986-6340****DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10449125>**

Rencana Bisnis dalam Meningkatkan Usaha UMKM di Era Digitalisasi

Ade Irvan Margolang¹, Khairul Amri Silalahi², M Rezi Syahbanda Nst³^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, IndonesiaEmail: adeirvan787@gmail.com¹, mrisilalahi124@gmail.com², mrezisyahbandanst@gmail.com³

Abstract

This business plan is designed to advance Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) in facing the challenges and opportunities of the digitalization era. In this context, the main focus is to implement a comprehensive digitalization strategy. First, involving UMKM in online platforms to increase market visibility and reachability. Second, adopt an effective digital marketing strategy, including the use of social media, SEO and data-based campaigns. Based on technological innovation, this plan aims to have a positive impact on the growth of UMKM, depict realistic growth projections, and provide adaptation strategies to changing digital market trends. It is hoped that the steps proposed in this business plan will strengthen the competitiveness of UMKM in the digital era, creating a business environment that is sustainable and responsive to dynamic changes in the digital economy.

Keyword: *Planning, UMKM Business*

Abstrak

Rencana bisnis ini dirancang untuk memajukan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi tantangan dan peluang era digitalisasi. Dalam konteks ini, fokus utama adalah menerapkan strategi digitalisasi yang komprehensif. Pertama, melibatkan UMKM dalam platform online untuk meningkatkan visibilitas dan keterjangkauan pasar. Kedua, mengadopsi strategi pemasaran digital yang efektif, termasuk pemanfaatan media sosial, SEO, dan kampanye berbasis data. Dengan berlandaskan inovasi teknologi, rencana ini bertujuan untuk memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan UMKM, menggambarkan proyeksi pertumbuhan yang realistis, serta memberikan strategi adaptasi terhadap perubahan tren pasar digital. Dengan harapan, langkah-langkah yang diusulkan dalam rencana bisnis ini akan memperkuat daya saing UMKM di era digital, menciptakan lingkungan bisnis yang berkelanjutan dan responsif terhadap perubahan dinamis dalam perekonomian digital.

Kata Kunci: *Perencanaan, Bisnis UMKM*

Article Info

Received date: 10 December 2021

Revised date: 20 December 2023

Accepted date: 27 December 2023

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi dunia sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi yang sangat cepat dan dinamis. Digitalisasi teknologi yang telah diterapkan di berbagai bidang telah mengubah beragam bentuk kegiatan dalam kehidupan sehari-hari baik di lingkungan bisnis, pemerintah, hingga kehidupan sosial dalam masyarakat. Wirausaha pun didorong untuk mengubah berbagai praktik dalam usahanya agar tetap dapat bertahan di era digital. Meluasnya digitalisasi di berbagai lapisan masyarakat juga telah mendorong munculnya banyak jenis usaha baru berbasis digital.

Ekses digitalisasi dimaksud seperti kurangnya kejelasan status kemitraan dalam ekosistem digital; adanya praktik pemanfaatan hasil market intelligence untuk pengembangan produk atau usaha yang dapat berdampak langsung pada melambatnya pertumbuhan usaha UMKM; dan kurangnya keberpihakan kepada warung tetangga dan beberapa jenis usaha UMKM yang pada dasarnya sulit untuk digitalisasi, sehingga berdampak semakin berkurangnya pelanggan usaha warung dan UMKM tersebut. UMKM yang terhubung ke ekosistem digital pun, lanjutnya, masih menghadapi tantangan terutama terkait kesiapan baik dari sisi produk maupun pelaku/SDM. Dalam menghadapi pandemi Covid-19 sejumlah daerah sudah melaksanakan PSBB. Kebijakan PSBB membatasi aktivitas masyarakat termasuk di sektor ekonomi karena hanya bidang tertentu yang boleh beroperasi selama

PSBB. Pandemi Covid-19 melahirkan kebiasaan baru bagi masyarakat yakni meminimalisir kontak langsung. Karena itu, peran teknologi sangat membantu masyarakat melakukan kebiasaan ini.

Jumlah UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia terus meningkat, seiring dengan pertumbuhan usia produktif. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, jumlah UMKM sampai tahun 2014 terdapat sekitar 57,8 juta dan diperkirakan akan terus bertambah. Bisnis UMKM ini menjadi penting, dikarenakan UMKM telah memberikan kontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 57- 60% dan tingkat penyerapan tenaga kerja sekitar 97% dari seluruh tenaga kerja nasional (Profil Bisnis UMKM-LPPI dan BI, 2015). Dalam lima tahun terakhir, kontribusi sector UMKM meningkatkan PDB dari 57,84% menjadi 60,34%, dari serapan tenaga kerja meningkat dari 96,99% menjadi 97,22% (Gunartin, 2017)

Usaha digital saat ini bukan lagi menjadi sesuatu yang asing bagi kalangan milenial baik di Indonesia maupun dunia internasional. Pengertian usaha digital dibagi menjadi 2 kata, yaitu usaha dan digital. Usaha atau bisnis adalah suatu usaha atau aktivitas yang dilakukan oleh kelompok maupun individu, untuk mendapatkan laba/keuntungan dengan cara memproduksi produk maupun jasanya untuk memenuhi kebutuhan konsumennya, sedangkan kata digital merupakan sebuah sistem yang mengacu pada sebuah alat teknologi.

METODE

Adapun dalam penulisan Artikel ilmiah ini disusun menggunakan metode dan langkah-langkah yang sistematis. Pada artikel ini, penulis menggunakan metode mengumpulkan bahan dan materi dari buku, jurnal, artikel, dan sumber lain yang berkaitan dengan Kepemimpinan Pendidikan. Metode literatur yang berhubungan dengan topik yang diminati dapat membantu mempermudah dalam merumuskan masalah penelitian, metode ini disebut juga dengan metode SLR (*Systematic Literature Review*). Penulisan SLR dilakukan guna melakukan identifikasi, evaluasi, dan interpretasi terhadap hasil penelitian yang relevan terkait pertanyaan penelitian tertentu, ataupun topik serta fenomena yang berhubungan yang menjadi bahan penelitian untuk penulis. Setelah bahan kajian dan materi dikumpulkan, kemudian diteliti. Penulis nantinya menyimpulkan pengetahuan yang penulis dapatkan dari materi tersebut. Metode literatur ini bertujuan untuk membantu menemukan wawasan, kebenaran dan juga penyelesaian dari masalah yang dihadapi. Sebagai petunjuk yang terbukti kebenarannya sebaiknya menggunakan buku-buku dengan tanggal hak cipta baru. Semakin baru sebuah buku ditulis maka semakin cocok dengan zaman dari materi yang akan ditelaah/dipelajari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Rencana 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. Kebutuhan akan sebuah perencanaan bisnis menjadi mutlak jika kita akan menjalankan suatu bisnis, karena perencanaan bisnis sendiri ibarat sebuah peta dan kompas untuk menjalankan bisnis. 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 (Hindasah, n.d.).

Bicara bisnis berarti bicara strategi, langkah awal yang wajib dilakukan dalam membangun usaha bagi perusahaan kecil maupun besar adalah dengan membuat perencanaan bisnis. Business plan merupakan rencana strategis yang akan dilakukan untuk bisa mencapai target. Kemampuan dalam membuat sebuah business plan yang baik dan sesuai latar belakang yang nyata, bisa dijadikan tolak ukur bagaimana kesiapan terjun ke dunia bisnis untuk siap menghadapi persaingan usaha yang ketat dan penuh resiko. Tidak dipungkiri dalam berbisnis modal utama adalah keberanian mengambil resiko karena memang dunia bisnis adalah dunia yang penuh resiko. Namun demikian resiko dapat dihindari ketika dalam mengambil keputusan dan kebijakan disertai kemampuan dan kecerdasan dalam menganalisa dan membaca peluang sehingga resiko bisa diminimalisir atau bahkan bisa dihindari karena tanpa kemampuan menganalisa terhadap resiko sama saja memasuki pintu kegagalan. Perencanaan bisnis harus mengelola kegiatan usaha, proses pemasaran, produksi, pengembangan usaha, penjualan, transparansi keuangan, sumber daya manusia serta pembelian, pengadaan dan penyediaan peralatan yang dibutuhkan dalam kegiatan usaha (Supriyanto, 2012).

Bicara bisnis tidak hanya sekedar bicara keuntungan namun bicara bisnis adalah bicara strategi, strategi dalam membuat sebuah sistem manajemen yang baik agar bisnis bisa kuat dan tak mudah goyah. Ketika dalam berbisnis hanya money oriented dan mengejar keuntungan semata tanpa mempersiapkan sistem manajemen dan strategi yang baik mustahil bisnis akan bisa maju dan berkembang dengan baik, oleh karenanya perencanaan bisnis yang matang sebelum memulai usaha itu wajib agar siap menghadapi segala resiko yang terjadi dikemudian hari. Business Plan menjadi bagian penting untuk kesuksesan sebuah bisnis, karena business plan sebagai alat untuk melakukan proyeksi dan analisa bagi pengambil keputusan dan kebijakan di masa mendatang. Business Plan menjadi pedoman strategis untuk mempertajam rencana-rencana yang diharapkan dalam menentukan arah tujuan dan cara mencapai sasaran yang diinginkan. Ada 3 (tiga) komponen penting yang perlu diperhatikan dalam menyusun perencanaan bisnis atau business plan, yaitu:

1. Konsep Bisnis Konsep bisnis merupakan ide bisnis tertulis yang berisi visi misi sebuah bisnis, dan nilai produk atau jasa yang akan diberikan kepada pelanggan. Konsep bisnis juga menjelaskan mengapa pelaku usaha sangat kompeten untuk menawarkannya.
2. Market/Pasar Analisa mengenai situasi pasar meliputi pelanggan, pesaing, proses distribusi, dan promosi. Dalam hal ini perlu dibuat sebuah marketing plan yang matang yang menjabarkan rencana pemasaran yang akan dijalankan dalam rangka memenangkan persaingan, dan mencapai target yang telah ditentukan. Marketing Plan terdiri dari kondisi pasar eksisting, review atas kompetitor, strategi pemasaran, dan strategi harga. Kondisi pasar eksisting mengungkapkan adanya besaran permintaan pasar atas produk atau jasa layanan yang ditawarkan baik secara keseluruhan maupun per segmentasi. Kunci sukses awal dari marketing plan adalah seberapa jauh perusahaan dapat mengenal calon customers, apa yang dibutuhkan, yang tidak diinginkan, dan yang diharapkan customers.
3. Finansial Finansial menjelaskan tentang situasi keuangan yang terdiri dari Income statement/ laporan laba rugi, balance sheet, (jika bisnis tersebut sudah berjalan), proyeksi laba rugi dan arus kas. Analisa dan strategi keuangan sangat penting dalam menyusun business plan guna memberikan gambaran sistematis terhadap langkah-langkah yang akan diambil untuk mencapai profitabilitas yang diharapkan. Financial Plan disusun dengan cara menentukan secara aktual jumlah dana yang dibutuhkan

untuk memulai kegiatan bisnis dan dana yang dibutuhkan untuk kegiatan operasional perusahaan.

Tahapan rencana pelaksanaan bisnis hampir semua kalangan masyarakat sudah banyak yang mengetahuinya terutama mereka yang akan bergerak dalam bisnis dan dunia usaha mikro, kecil dan menengah. Namun teori tersebut tidak banyak diterapkan dalam memulai bisnis. Masyarakat cenderung lebih berfikir mempersiapkan modal dahulu, bagaimana bisa mendapatkan modal, hal itu yang banyak masyarakat keluhkan ketika ingin memulai suatu usaha dan bisnis. Pada dasarnya modal itu penting dalam memulai usaha dan bisnis, tetapi bagaimana menanamkan tahapan untuk dapat memulai usaha dan bisnis tersebut melalui teori studi kelayakan rencana bisnis ketika proses tersebut sudah terpenuhi maka kita dapat memulai tahapannya. Perlu diketahui studi kelayakan rencana bisnis menjadi pertimbangan bagi masyarakat dalam memutuskan untuk memulai usaha dan bisnis apakah proyek bisa diterima atau dilanjutkan. Layak dalam pengertian pemahaman pelaksanaan bisnis, adanya kemungkinan dari gagasan usaha atau bisnis yang akan dilaksanakan untuk memberikan manfaat, baik dalam arti penghematan biaya yang dikeluarkan (keuntungan keuangan) ataupun keuntungan sosial yang akan diterimac(Abdurohim, n.d.).

Bisnis dalam Islam

Perilaku dan kehidupan Rosulullah mengajarkan kita banyak hal untuk mencapai sukses didunia dan akhirat. Beliau telah meninggalkan harta warisan yang sangat mahal harganya tanpa kita sadari dengan benar. Menurut Ahmad Armani (2010), Setidaknya beliau meninggalkan delapan warisan yang mutlak harus kita miliki yang merupakan kunci sukses berbisnis:

1. Niat

Menurut hadits riwayat Bukhori dan Muslim, setiap orang akan mendapatkan apa yang ia niatkan. Mengapa niat merupakan hal awal dan modal terpenting dari setiap kegiatan? Karena niatlah yang akan menjadikan perbuatan itu bermakna atau tidak, bernilai ibadah atau tidak. Niat inilah yang membuat kita bisa bertindak dengan lebih konsisten dan terarah. Seorang hamba akan mendapat ganjaran sesuai niatnya. Besarnya pengaruh niat dapat menjadikan hal-hal yang mubah dan kebiasaan, dapat bernilai ibadah. Pekerjaan mencari rezeki, berkarya dapat menjadi ibadah dan jihad fi sabilillah selagi pekerjaan tersebut bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain.

2. Doa

Hadist Riwayat Bukhari dan Muslim disebutkan “Aku mengikuti prasangka hambaKu kepada –Ku. Dan Aku selalu menyertainya apabila ia mengingat-Ku”. Pengertian berdoa adalah memohon atau meminta pertolongan kepada Allah SWT. Ketika kita berdoa, harus yakin dan berprasangka baik pada Allah, bahwa apa yang kita inginkan akan dikabulkan.

3. Ikhtiar

Ikhtiar adalah suatu upaya sungguh-sungguh untuk mencari sesuatu. Ikhtiar yang efektif adalah upaya yang terencana untuk mencapai target. Ikhtiarah yang membedakan antara pemenang dan orang yang kalah. Jika pemenang orang yang melakukan usaha dengan terencana, sebaliknya orang yang kalah adalah orang yang melakukan usaha tidak terencana.QS Ar-Ra’d (13) : 11” ...Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri.

4. Syukur

Syukur adalah menyadari bahwa apa yang telah diperoleh sepanjang perjalanan hidup ini semuanya adalah titipan dari-Nya. Berusahalah mengkondisikan diri untuk memulai dari dengan syukur dan berperasaan positif. Sambil mengingatkan pada diri sendiri untuk bersikap kuat dan tetap komitmen untuk berbuat baik dari hari kemarin. Keyakinan positif akan memunculkan motivasi yang kuat dan memungkinkan menikmati sepanjang hari dengan semangat kerja penuh antusias, siap menghadapi setiap tantangan yang muncul,

siap menciptakan peluang baru dan siap mengaktualisasikan diri demi masa depan yang lebih baik.

5. Sabar

Sabar adalah sesuatu yang sederhana, tetapi sangat penting, apalagi dalam mencapai kesuksesan dalam hidup. Sebuah pepatah Arab mengatakan “Barang siapa yang bersabar maka dia akan sukses”. Ketika kita menghadapi kesusahan, salah satu cara untuk mengatasinya adalah dengan melihat kembali persoalan tersebut dari sudut pandang yang berbeda sehingga kita mendapat hikmah terbaik atas kejadian itu. Allah tidak mungkin menimpakan musibah tanpa maksud yang bijaksana. Pada setiap kesulitan pasti ada kemudahan. Allah sudah merencanakan yang terbaik untuk kita dan tidaklah kita akan diberi ujian yang melebihi kemampuan kita.

6. Zakat dan Sedekah

Harta adalah salah satu rezeki yang diberikan Allah SWT kepada manusia sebagai amanah yang harus digunakan sesuai kebutuhan. Manusia juga diberi kepercayaan sebagai penyalur rezeki itu untuk dialirkan kepada orang yang membutuhkan. Sebagian harta yang kita miliki terdapat hak bagi orang yang tidak mampu. Setiap muslim wajib memotong penghasilannya untuk dibayarkan sebagai zakat kepada pihak yang berhak menerima zakat dengan aturan yang telah ditetapkan oleh agama. Selain Zakat, umat muslim disarankan juga untuk bersedekah. Menanam satu kali kebaikan, dihitung menjadi tujuh kebaikan dan akan berbuah pada 700 balasan kebaikan dari Allah SWT.

7. Silaturahmi

Orang yang menyambung silaturahmi akan mendapat balasan didunia, yaitu bisa berupa kedekatan kepada Allah, rezekinya diluaskan, umurnya dipanjangkan, rumahnya dimakmurkan, tercega dari mati dengan tidak baik, serta dicintai oleh Allah dan keluarganya. Dengan demikian, bersilaturahmi akan berdampak positif terhadap kehidupan kita.

8. Ikhlas

Seseorang yang secara konsisten berbuat ikhlas maka akan terlihat lebih bersifat baik dan bersungguh sungguh, hanya ingin mendapatkan keridhoan Allah. Ia akan bersikap baik, demikian pula perbuatan dan ucapannya. Ia akan cepat disukai dan membuat orang lain merasa nyaman dengannya.

Penerapan 8 prinsip tersebut akan menjadi energi dan bekal untuk sukses dalam berbisnis.

Pengertian UMKM

Usaha Mikro Kecil Menengah atau biasa disebut UMKM adalah kata yang sudah tidak asing lagi di telinga masyarakat Indonesia. Namun masih banyak sekali masyarakat Indonesia yang belum benar-benar memahami apa itu UMKM, yang diketahui masyarakat umum ketika mendengar kata UMKM hanya sebatas unit usaha kecil, oleh karenanya di awal kita akan membahas beberapa pengertian UMKM menurut para ahli dan juga berdasarkan UU guna memperkaya pengetahuan dan wawasan kita.

Berikut beberapa pengertian UMKM menurut para ahli:

1. Rudjito, UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) adalah usaha yang membantu perekonomian Indonesia. Sebab melalui UMKM akan membentuk lapangan kerja baru dan meningkatkan devisa negara melalui pajak badan usaha.
2. Adi M. Kwartono, UMKM ialah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki kekayaan bersih maksimal Rp200.000.000,- di mana tanah dan bangunan tempat usaha tidak diperhitungkan. Selain itu, UMKM juga dapat diartikan sebagai kegiatan ekonomi yang memiliki omzet penjualan tahunan paling banyak, yakni Rp1.000.000.000,- dan milik warga negara Indonesia.

3. Ina Primiana, UMKM merupakan pengembangan kawasan andalan untuk mempercepat pemulihan perekonomian guna mewadahi program prioritas serta pengembangan berbagai sektor dan potensi.

UMKM memiliki peran, pengaruh dan kontribusi yang sangat besar dalam perekonomian Negara Republik Indonesia (RI), seperti yang disampaikan Suparjo Ramalan seorang jurnalis OkeFinance dalam artikelnya pada Rabu, 02 Desember 2020 mengingatkan kita bahwa UMKM adalah penyelamat ekonomi RI pada tahun 1998 akibat krisis finansial Asia pada tahun 1997–1998, dalam artikelnya Raharjo Ramalan mengutip pernyataan Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) Bahlil Lahadalia “Dalam sejarah, untuk mengisi kemerdekaan, pada 1998, pada saat krisis ekonomi (Indonesia), yang menyelamatkan perekonomian kita adalah UMKM, bukan konglomerat atau korporasi besar”.

Pertanyaannya bagi yang belum mengetahui sejarah tersebut adalah bagaimana caranya UMKM bisa menjadi penyelamat ekonomi RI pada krisis finansial Asia tahun 1997–1998, jawabannya adalah krisis ekonomi yang terjadi di Asia pada tahun 1997–1998 memberikan dampak sangat buruk bagi unit bisnis elite yang besar-besar, terutama unit bisnis yang erat kaitannya dengan kegiatan ekspor dan import juga transaksinya menggunakan mata uang Dolar AS, beda hal nya dengan unit bisnis UMKM yang kegiatan usahanya berputar di level akar rumput atau di level menengah ke bawah, di mana UMKM adalah bisnis perorangan atau bisnis dengan skala kecil yang kegiatan usahanya untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat sehari-harilah, ketika itu kegiatan usaha UMKM masih tetap bisa berjalan sehingga perputaran uang di unit bisnis tersebutlah yang dapat menyelamatkan perekonomian RI pada tahun 1998.

Rencana Bisnis dalam Meningkatkan UMKM

Pengelolaan UMKM pada dasarnya sama dengan mengelola bangun usaha lainnya, terlepas apakah itu perusahaan besar atau kecil. Didalam UMKM, ada dana uang dimobilisasi, baik yang berasal dari pribadi / modal sendiri atau modal asing sebagaidana yang berasal dari masyarakat. Oleh karena itu, UMKM dituntut untuk dapat menjaga kepercayaan nasabah atau masyarakat. Dana yang dimaksud disini adalah jika koperasi maka sumber dana berasal dari para anggotanya yang dalam bentuk simpanan wajib atau sukarela, tetapi jika UMKM mendapat fasilitas kredit dari bank maka pelaku UMKM harus menyadari bahwa kredit yang diperolehnya merupakan penghimpunan dari dana masyarakat yang dilakukan oleh bank, sehingga fasilitas kredit yang telah diberikan agar tidak macet, termasuk dana-dana bergulir dari program CSR perusahaan besar atau BUMN supaya UMKM mengelolanya dengan baik.

Untuk menjaga sustainability dan trust nasabah atau masyarakat, maka UMKM sudah saatnya dikelola secara profesional termasuk dalam penyusunan perencanaan bisnisnya, karena jika tidak dikelola dengan baik hal ini akan berdampak pada risiko usaha yang mengancam ketidakpastian dalam setiap aktivitasnya. Melalui perencanaan bisnis UMKM dapat merancang dan merumuskan kebutuhan kedepan yang tertuang dalam visi, misi, tujuan, dan sasaran serta bagaimana mewujudkan melalui berbagai strategi untuk dapat bertahan dan eksis dalam dunia usaha yang dijalaninya.

Perencanaan bisnis yang dilakukan UMKM merupakan sebuah pengakuan pelaku UMKM bahwa dalam mengelola aktivitas usahanya akan dilakukan secara profesional dengan penuh tanggung jawab agar masyarakat dan investor percaya bahwa UMKM tersebut aman dan sehat dalam menjalankan usahanya (Noor et al., 2018).

Dalam menjalankan usahanya UMKM hendaknya memperhatikan trend perkembangan mode yang ada di tengah masyarakat yang saat ini diembel-embeli dengan

selogan produk “zaman now”, sehingga dituntut kepekaan pelaku UMKM dalam menyikapi dengan cerdas berbagai fenomena tersebut.

Fenomena perkembangan bisnis pada umumnya juga akan berdampak kepada UMKM seperti kondisi pasar yang cenderung memanjakan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan sebaik mungkin (customer satisfaction). Pelanggan adalah raja bahkan sebagian lagi mengatakan pelanggan adalah boss, jadi UMKM harus memperhatikan selera pelanggan mampu memberikan pelayanan yang baik dan bahkan jika memungkinkan berorientasi dengan kearifan lokal melalui mengemas produk atau jasa pelayanan dalam suasana kultur kedaerahan.

UMKM menentukan strategi keunggulan bersaing yang mempertimbangkan prinsip-prinsip ekonomi, dengan cara meminimalkan biaya-biaya yang timbul dan memaksimalkan profit yang dihasilkan (competitive advantage). Tepat dalam menerapkan strategi maka diharapkan akan unggul dalam bersaing ditengah kancah bisnis persaingan yang tinggi (high competitiveness), karena UMKM tidak hanya bersaing dengan sesama produk UMKM tetapi juga bersaing dengan perusahaan besar bahkan produk impor.

Sudah saatnya UMKM dapat menghasilkan produk yang berkualitas sesuai harga, jumlah, dan waktu yang diinginkan oleh konsumen (just in time). Orientasi UMKM bukan hanya melayani kebutuhan pelanggan sesaat tetapi berupaya mempertahankan dan memelihara pelanggan agar tetap membeli atau memakai produk UMKM pasca produksi secara terus menerus (customer retention), serta terus membina dan memelihara tingkat kesetiaan pelanggan agar tidak berpaling kepada kompetitor lain (customer loyalty).

Tingkat keberhasilan pelaksanaan rencana bisnis UMKM ditentukan oleh bagaimana SDM bekerja dalam satu teamwork yang kompak dan profesional. Sudah menjadi kewajiban jika sumber daya manusia UMKM memahami dan mengerti visi, misi, tujuan, sasaran dan pelaksanaan sebagai kebijakan strategis dalam menjalankan kegiatan usahanya. Jika VMGOJ tersebut hanya dipandang sebagai simbol dan asesoris perusahaan saja, maka hasil yang dicapai tidak akan memenuhi harapan stakeholder UMKM, akibatnya eksistensi perusahaan tidak memiliki arah dan tujuan yang jelas.

Analisis internal dan eksternal yang tepat dan rasional akan sangat membantu pelaku UMKM dalam menetapkan kebijakan dan besaran perencanaan, sehingga akan memudahkan pelaksanaannya dan terhindar atau dapat meminimalkan dari berbagai kemungkinan timbulnya risiko yang mungkin akan terjadi.

Dalam merumuskan rencana bisnis organisasi, perlu mengarahkan dan mengandalkan kemampuan dan kreatifitas diri sumber daya manusia dengan mempertimbangkan berbagai masukan, karena jika konsep perencanaan strategis itu dibuat atau datang dari kemampuan diri sendiri sumber daya manusia UMKM maka SDM akan lebih menguasai dan terampil dalam mengendalikan UMKMnya. Tetapi jika mengandalkan pihak lain atau konsep perencanaan bisnis dibuatkan oleh pihak lain atau konsultan, maka sumber daya manusia UMKM akan kurang menguasai berbagai kebijakan strategis perusahaan, dan dimungkinkan operasional perusahaan akan berjalan dengan labil.

Tantangan dan Hambatan dalam Rencana Bisnis di Era Digitalisasi

Kondisi era digital telah melihat kemajuan dalam arena kehidupan menuju era yang serba digital. Kemunculan era digital memiliki kekuatan untuk meningkatkan kehidupan masyarakat dalam berbagai hal, termasuk ekonomi (Tartila 2022). Menurut penelitian, teknologi media baru atau yang juga dikenal dengan teknologi berbasis internet berkembang di era digital saat ini (Hamzah & Putri, 2020). Saat ini perubahan strategi pemasaran menjadi suatu keharusan bagi perusahaan untuk tetap bersaing dan mencapai kesuksesan pemasaran. Pertumbuhan teknologi informasi dan internet telah secara signifikan mengubah cara orang mencari, memilih, dan berinteraksi dengan merek dan produk. Kecenderungan konsumen

untuk meneliti produk secara online sebelum melakukan pembelian merupakan salah satu perubahan terbesar yang pernah terjadi. Sebelum mengambil keputusan pembelian, pembeli saat ini sering menggunakan platform media sosial dan mesin pencari digital untuk membaca review, membandingkan produk, dan mendapatkan rekomendasi produk. Tanpa kehadiran internet mungkin kehilangan kemungkinan untuk terhubung dengan calon pelanggan dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Menurut penelitian industri saat ini mengalami tantangan untuk terus menghasilkan penemuan-penemuan baru karena gelombang ekonomi digital yang hadir dengan kesetaraan kesempatan yang inklusif. Para pemangku startup harus dapat bersaing dengan bekerja sama dan memanfaatkan sinergi, tidak hanya untuk industri (Vania & Anwar, 2022). Hal ini sejalan dengan penelitian terbaru yang menunjukkan bahwa organisasi di setiap bidang harus memanfaatkan kemajuan teknologi untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga menjadi kompetitif. Para peneliti setuju dengan pernyataan itu karena banyak bisnis sekarang telah kehilangan pangsa pasar sebagai akibat dari ketidakmampuan mereka untuk menciptakan strategi digital untuk bisnis mereka. Agar organisasi dapat bertahan dan berkembang di era digital saat ini, metode dan prosedur yang sudah ketinggalan zaman harus dipikirkan kembali dan teknologi baru harus digunakan (Supriyanto & Hana, 2020).

Di era digitalisasi, ada beberapa tantangan dan hambatan yang sering dihadapi dalam merencanakan bisnis:

1. Perubahan Cepat Teknologi: Teknologi terus berkembang dengan cepat, membuat pentingnya untuk terus memperbarui dan menyesuaikan strategi bisnis agar relevan.
2. Keamanan Informasi: Dalam lingkungan digital, perlindungan data dan keamanan informasi menjadi lebih penting. Ancaman keamanan cyber dapat mengganggu operasi bisnis dan mempengaruhi kepercayaan pelanggan.
3. Persaingan yang Intensif: Dalam dunia digital, persaingan bisnis menjadi lebih global dan intensif. Hal ini menuntut strategi pemasaran yang efektif dan inovasi produk yang berkelanjutan.
4. Perubahan Perilaku Konsumen: Konsumen semakin terbiasa dengan teknologi dan memiliki harapan yang tinggi terhadap pengalaman digital. Bisnis harus terus memahami perubahan perilaku ini untuk tetap relevan di pasar.
5. Ketergantungan pada Infrastruktur Digital: Ketergantungan pada infrastruktur teknologi bisa menjadi tantangan karena risiko gangguan atau kegagalan sistem yang bisa mempengaruhi operasional perusahaan.
6. Keahlian dan Talenta: Mengelola bisnis di era digital membutuhkan keahlian khusus dan sumber daya manusia yang terampil dalam teknologi, analisis data, dan strategi digital. Mendapatkan dan mempertahankan bakat-bakat ini bisa menjadi tantangan tersendiri.

Merencanakan bisnis di era digital membutuhkan kesiapan untuk beradaptasi dengan perubahan, investasi dalam teknologi yang tepat, serta fokus pada inovasi dan pengalaman pelanggan yang unggul.

SIMPULAN

Disimpulkan bahwa dalam merinci rencana bisnis untuk meningkatkan usaha UMKM di era digitalisasi, aspek operasional menjadi fokus utama. Pertama-tama, implementasi teknologi yang memfasilitasi manajemen inventaris, sistem pembayaran digital, dan pengelolaan data pelanggan dapat memberikan keuntungan signifikan dalam efisiensi operasional. Melibatkan pelatihan karyawan untuk memahami dan mengelola alat-alat tersebut juga menjadi bagian integral dari transformasi digital. Dalam hal inovasi, rencana bisnis harus mencakup penelitian pasar yang mendalam untuk memahami tren dan kebutuhan konsumen. Kolaborasi dengan startup teknologi atau memanfaatkan solusi inovatif dapat

memberikan UMKM keunggulan kompetitif dalam menghadapi perubahan cepat di era digital.

Dalam rangka membangun kepercayaan konsumen, transparansi bisnis menjadi kunci. UMKM dapat menciptakan lapisan keamanan dan kepercayaan dengan menyediakan informasi yang jelas tentang produk atau layanan, serta mendukungnya dengan layanan pelanggan yang responsive. Dengan mengintegrasikan semua elemen ini, rencana bisnis ini bertujuan untuk menciptakan fondasi yang kokoh bagi UMKM untuk berkembang di era digitalisasi, membuka peluang pertumbuhan, ekspansi pasar, dan keberlanjutan jangka panjang.

REFERENSI

- Abdurohim, F. S. U. (n.d.). *No Title* (P. C. E. M. AKSARA (ed.)). PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA.
- Adi, M Kwartono. 2007. Analisis Usaha Kecil dan Menengah. Yogyakarta: AndiOffset.
- Arwani, Ahmad, 2010, Delapan Kunci Sukses Berbisnis Ala Rosulullah, Inti Medina, Jakarta
- Gunartin, G. (2017). Penguatan UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. Eduka: Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis, 1(5).
- Hamzah, R. E., & Putri, C. E. (2020). Analisis Self-Disclosure Pada Fenomena Hyperhonest Di Media Sosial. Jurnal Pustaka Komunikasi, 3(2), 221-229.
- Hindasah, L. (n.d.). *Perencanaan bisnis* (E. W. & K. Gumawan (ed.)). LP3M UMY Jl. Lingkar Selatan, Kasihan, Bantul, Yogyakarta.
- Ina Primiana, 2009. Menggerakkan Sektor Riil UKM dan Industri. Bandung: Alfabeta
- Noor, H. C. M., Rahmasari, G., & Hum, M. (2018). *Esensi Perencanaan Bisnis yang Memadai Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. 1(3), 454–464..
- Rudjito. 2003. Strategi pengembangan UMKM Berbasis Sinergi Bisnis, dalam Makalah yang disampaikan pada seminar peran perbankan dalam memperkuat ketahanan nasional kerja sama Lemhanas RI dengan BRI.
- Supriyanto. (2012). Business Plan Sebagai Langkah Awal Memulai Usaha. Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan. <https://doi.org/10.21831/jep.v6i1.590>.
- Supriyanto A, & Hana, K. F. (2020). Strategi Pengembangan Desa Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM. BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, 8(2), 199-216.
- Tartila, M. (2022). Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8(3), 3310-3316.
- Vania, A., & Anwar, S. (2022). Social entrepreneurship mengatasi krisis sosial dan ekonomi di masa Covid-19: perspektif ekonomi islam Jurnal Paradigma Ekonomika, 17(1), 45-60.