



ANALISIS PENTINGNYA PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS DALAM MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN

Polarista Mariani Sagala^{1*}, Krisna Melida Br Tarigan², Sonja Andarini³, Indah Respati Kusumasari⁴

^{1,2,3,4} Administrasi Bisnis, UPN “Veteran” Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

*E-mail: 22042010067@student.upnjatim.ac.id, melidatarigan123@gmail.com,

sonja.andarini.adbis@gmail.ac.id, indah.respati.kusumasari.adbis@gmail.ac.id

ABSTRAK

Perencanaan bisnis dan pengembangan bisnis merupakan proses penting untuk menjaga keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis di pasar yang kompetitif. Perencanaan bisnis adalah proses perencanaan langkah-langkah strategis untuk mencapai tujuan pertumbuhan jangka panjang perusahaan. Hal ini mencakup identifikasi peluang dan tantangan pasar, pengembangan strategi pemasaran dan penjualan, pengembangan sumber daya manusia, analisis teknologi dan inovasi, serta pengelolaan kelestarian lingkungan. Tujuannya adalah untuk menciptakan pedoman yang jelas dan terstruktur bagi perusahaan untuk mencapai tujuan dan visi jangka panjangnya. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang akan mendeskripsikan mengenai fenomena perencanaan dan pengembangan bisnis. Perencanaan bisnis juga merupakan proses penting untuk mengidentifikasi risiko, meningkatkan kinerja operasional, dan memastikan kelangsungan bisnis jangka panjang. Komponen rencana bisnis meliputi deskripsi bisnis, riset pasar, strategi pemasaran, rencana manajemen dan operasional, penerapan pada proses produksi, dan perkiraan biaya. Pengembangan bisnis mencakup penetapan tujuan, melakukan riset pasar, mengembangkan produk inovatif, dan mengembangkan strategi pemasaran, serta langkah-langkah lain untuk memposisikan perusahaan Anda pada pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang. Strategi pengembangan bisnis merupakan proses penting untuk meningkatkan kinerja dan profitabilitas bisnis. Penting untuk mengembangkan rencana bisnis yang komprehensif, terus mengembangkan produk dan layanan inovatif, menerapkan strategi pemasaran yang efektif, dan mengevaluasi kinerja secara berkala. Menerapkan saran-saran ini akan membantu bisnis tetap relevan dan kompetitif di pasar yang terus berubah. Melalui proses perencanaan yang matang, perusahaan dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahannya, menganalisis tren pasar, dan mengembangkan strategi yang tepat. Inovasi juga penting dalam pengembangan bisnis agar tetap relevan dan kompetitif.

Kata kunci: bisnis; perencanaan; pengembangan ; strategi; kinerja

THE IMPORTANCE OF BUSINESS PLANNING AND DEVELOPMENT IN IMPROVING COMPANY PERFORMANCE

ABSTRACT

Business planning and development are crucial processes for maintaining sustainability and growth in a competitive market. Business planning involves strategic planning to achieve long-term growth goals for the company. This includes identifying market opportunities and challenges, developing marketing and sales strategies, human resource development, technology analysis, innovation, and environmental management. The aim is to create clear and structured guidelines for the company to achieve its long-term goals and vision. The research method used is qualitative descriptive, which will describe the phenomena of business planning and development. Business planning is also crucial for identifying risks, improving operational performance, and ensuring long-term business sustainability. The components of a business plan include business description, market research, marketing strategies, management and operational plans, production process implementation, and cost estimation. Business development involves goal setting, market research, developing innovative products, developing marketing strategies, and other steps to position your company for long-term growth and success. Business development strategies are essential processes for improving business performance and profitability. It is important to develop a comprehensive business plan, continually develop innovative products and services, implement effective marketing strategies, and periodically evaluate performance. Implementing these suggestions will help businesses remain relevant and competitive in a constantly changing market. Through thorough planning, companies can identify strengths and weaknesses, analyze market trends, and develop appropriate strategies. Innovation is also crucial in business development to remain relevant and competitive.

Keywords: business; planning; development; strategy; performance



PENDAHULUAN

Menurut Willian D. Bygrave & Andrew Zacharakis (2010:110) perencanaan bisnis adalah hal yang disiapkan oleh pengusaha mengenai masa lalu, masa sekarang, dan masa depan perusahaan. Perencanaan bisnis adalah segala hal yang dibuat untuk menjalankan bisnis kedepannya, mengoptimalkan sumber daya, dan mempersiapkan untuk segala kemungkinan dan resiko yang ada. Pada tingkat yang lebih praktis, inovasi menjadi salah satu hal yang sangat penting dalam pengembangan bisnis. pada saat ini sudah banyak pandangan mengenai pentingnya inovasi untuk mempertahankan relevansi bisnis didalam perubahan lingkungan yang tidak tetap (Christensen, 2016). Hal ini akan semakin memberikan dampak pada pengembangan bisnis dimana pendekatan inovatif dan fleksibel dapat merangsang pertumbuhan bisnis.

Perencanaan bisnis adalah proses pembuatan rencana strategis yang merinci tujuan, visi, misi, dan langkah-langkah yang harus diambil untuk mencapai tujuan tersebut. Di sisi lain, pengembangan bisnis merupakan upaya untuk meningkatkan kinerja dan tumbuh melalui berbagai strategi seperti perluasan pasar, diversifikasi produk, dan peningkatan efisiensi operasional. Dalam lingkungan persaingan bisnis yang ketat, perencanaan bisnis yang matang dan pembangunan berkelanjutan merupakan kunci terpenting bagi perusahaan untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar. Melalui proses perencanaan yang komprehensif, perusahaan dapat dengan jelas mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan mereka, menganalisis tren pasar saat ini, dan secara akurat memahami perilaku pesaing dan kebutuhan pelanggan. Hal ini memungkinkan kami mengantisipasi perubahan pasar, memanfaatkan peluang, dan mengembangkan strategi yang tepat untuk mengatasi tantangan baru. Pengembangan bisnis yang berkelanjutan memastikan bahwa perusahaan tidak hanya bertahan dalam persaingan, tetapi juga berkembang secara progresif. Hal ini merupakan proses adaptasi dan inovasi yang berkelanjutan, baik dalam produk, layanan, maupun proses operasional.

Dengan berfokus pada pengembangan berkelanjutan, perusahaan dapat memperkuat posisi pasarnya dengan meningkatkan efisiensi, meningkatkan kualitas produk atau layanannya, dan memperluas cakupan atau segmentasi pasar sasarannya. Melalui proses perencanaan yang matang, perusahaan dapat mengidentifikasi dan menetapkan tujuan yang spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan terikat waktu. Langkah-langkah perencanaan ini mencakup analisis menyeluruh terhadap lingkungan internal dan eksternal perusahaan, menilai kekuatan dan kelemahannya, serta mengidentifikasi peluang dan ancaman di pasar. Perusahaan kemudian merancang strategi yang tepat untuk mencapai tujuan tersebut. Hal ini mencakup penetapan prioritas, pengalokasian sumber daya, dan penentuan langkah taktis yang diperlukan untuk mencapai visi dan misi perusahaan. Namun, perencanaan saja tidak cukup. Pengembangan bisnis merupakan langkah penting berikutnya dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Proses pengembangan bisnis melibatkan adaptasi strategi perusahaan sebagai respons terhadap dinamika pasar dan perkembangan internal.

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah (1) Untuk mengetahui apa itu perencanaan bisnis, (2) Untuk mengetahui komponen dalam perencanaan pengembangan bisnis, (3) Untuk mengetahui pembuatan perencanaan bisnis, (4) Untuk mengetahui pengertian pengembangan bisnis, dan (5) Untuk mengetahui strategi yang digunakan dalam perencanaan bisnis.

METODE

Metode merupakan serangkaian langkah atau prosedur sistematis yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data dalam penelitian. Metode penelitian dapat diartikan sebagai semua teknik atau strategi yang digunakan oleh peneliti dalam usaha menyusun penelitian. Dengan kata lain, semua metode yang dipakai ketika peneliti mempelajari masalah penelitiannya disebut metode penelitian. Dalam metode penelitian yang sering digunakan dalam proses pemecahan masalah adalah melakukan wawancara untuk mencapai pemahaman dan sudut pandang orang yang diwawancarai, menyebar kuesioner untuk diisi oleh target responden untuk mengetahui pendapat mengenai masalah yang diteliti, dan melakukan observasi partisipan yaitu turun ke lapangan secara langsung untuk mengobservasi objek yang sedang diteliti.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif karena tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan dan menganalisis mengenai perencanaan dan pengembangan bisnis. Analisis data di penelitian kualitatif dimakanai dengan mencari sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang penelitian yang sedang dilakukan dan



menyajikan sebagai temuan. Pada penelitian ini data yang diambil adalah melalui penelitian sebelumnya dan sumber-sumber buku serta teori-teori yang mendukung dari para ahli. Dengan ini maka tujuan dalam penelitian ini adalah menggambarkan dan menjelaskan mengenai fenomena yang sedang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengertian Perencanaan Bisnis

Menurut situs Investopedia, rencana bisnis adalah dokumen yang merinci tujuan perusahaan dan rencana untuk mencapai tujuan tersebut. Mulai dari aktivitas pemasaran hingga aktivitas keuangan dan operasional perusahaan. Selain itu, rencana bisnis membantu tim kepemimpinan tetap berada pada jalur dengan tujuan yang sama. Seperti disebutkan sebelumnya, setiap perusahaan harus memiliki rencana bisnis yang disusun dengan baik. Idealnya, rencana bisnis ini ditinjau secara berkala dan diperbarui untuk mencerminkan tujuan yang dicapai atau perubahan yang dilakukan. Selain itu, rencana bisnis yang detail juga bisa dijadikan senjata ampuh untuk menarik investor dan meminjam uang ke lembaga keuangan seperti bank. Rencana bisnis harus dibuat sebelum memulai bisnis. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa Anda siap dan mampu memimpin perusahaan Anda secara tepat sasaran.

Rencana bisnis atau business plan merupakan tugas penting yang perlu dipersiapkan sebelum memulai suatu usaha. Rencana bisnis harus mencakup rincian tentang konsep bisnis, keuangan, pemasaran, dan lain-lain. Namun Faktanya, membuat rencana bisnis tidak menjamin bisnis Anda sukses. Namun, memiliki rencana bisnis akan memudahkan Anda menjalankan bisnis dan tetap selaras dengan tujuan Anda. Dengan begitu, perusahaan Anda akan lebih bisa berjalan dengan lancar dan menghasilkan keuntungan yang berlimpah. Bagi para pemula, rencana bisnis merupakan langkah awal sebelum membentuk perusahaan atau menyuntikkan modal. Ini biasanya merupakan rencana jangka pendek, misalnya satu tahun.

Bisnis merupakan suatu kegiatan yang sangat kompleks, sehingga perencanaan merupakan salah satu unsur yang penting. Perencanaan bisnis merupakan kegiatan penting yang dilakukan pengusaha ketika memulai bisnis. Dalam merencanakan rencana bisnis, seorang wirausaha hendaknya menuliskan segala sesuatu yang berkaitan dengan konsep bisnis tersebut secara detail dan detail. Membuat rencana bisnis Anda sendiri mencakup konsep keuangan, pemasaran, dan segala sesuatu yang berhubungan dengan bisnis masa depan Anda. Alasan pentingnya rencana bisnis ini adalah agar Anda dapat menjalankan bisnis Anda dengan sukses. Ini mencantumkan persiapan mulai dari produksi produk hingga pemasaran dan penentuan target pasar. Jadi ketika sebuah perusahaan diluncurkan, para pengusaha tidak lagi kebingungan.

Perencanaan pengembangan bisnis adalah proses sistematis merencanakan langkah-langkah strategis yang akan diambil perusahaan untuk mencapai tujuan pertumbuhan jangka panjangnya. Hal ini termasuk mengidentifikasi peluang dan tantangan di pasar, mengevaluasi sumber daya yang tersedia, dan menentukan strategi untuk mengoptimalkan pertumbuhan dan profitabilitas. Dalam mengembangkan rencana ini, perusahaan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan bisnis.

Langkah-langkah konkrit seperti mengembangkan produk atau layanan baru, memperluas ke pasar baru, berinvestasi di bidang teknologi, atau mengakuisisi perusahaan lain dapat diambil sebagai bagian dari rencana pengembangan bisnis. Tujuannya adalah untuk menciptakan rencana aksi yang ditargetkan dan terukur yang membantu perusahaan mencapai pertumbuhan berkelanjutan dan meningkatkan nilai pemegang saham. Melalui perencanaan pengembangan bisnis yang cermat, perusahaan dapat lebih mempersiapkan diri menghadapi perubahan lingkungan bisnis dan bersaing secara efektif di pasar yang dinamis.

Rencana pengembangan bisnis juga mencakup analisis rinci tentang pasar, pesaing, dan tren industri untuk mengidentifikasi potensi peluang pertumbuhan. Selain itu, rencana tersebut juga berfokus pada strategi pemasaran dan penjualan yang tepat, termasuk pengembangan merek, segmentasi pasar, dan penetapan harga.

Seluruh aspek operasional dan keuangan perusahaan dievaluasi secara menyeluruh untuk memastikan bahwa sumber daya tersedia dan digunakan secara efisien untuk mendukung rencana pertumbuhan. Rencana pengembangan bisnis tidak hanya secara proaktif mengidentifikasi peluang,



namun juga merespons perubahan lingkungan bisnis dan perubahan kebutuhan pasar. Oleh karena itu, rencana tersebut memberikan kerangka kerja yang kuat bagi perusahaan untuk menyelaraskan upaya mereka menuju pertumbuhan berkelanjutan dan kesuksesan jangka panjang.

Perencanaan pengembangan usaha juga mencakup pemantauan dan evaluasi terus menerus terhadap penerapan strategi yang telah ditetapkan. Hal ini melibatkan pengukuran kinerja secara rutin terhadap tujuan pertumbuhan yang telah ditetapkan dan mengidentifikasi perubahan atau hambatan apa pun yang mungkin terjadi dalam implementasi rencana tersebut. Melalui pemantauan yang cermat, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang untuk penyesuaian strategis yang diperlukan dan mengambil tindakan perbaikan jika diperlukan.

Untuk mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan, penting untuk merespons perubahan lingkungan bisnis secara fleksibel. Selain itu, rencana pengembangan bisnis juga mencakup komunikasi yang efektif kepada seluruh pemangku kepentingan mengenai kemajuan, pencapaian, dan upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan pertumbuhan. Oleh karena itu, rencana pengembangan bisnis bukan sekedar dokumen statis, melainkan proses dinamis yang berkembang seiring dengan perkembangan pasar dan organisasi.

Perencanaan pengembangan bisnis juga melibatkan upaya untuk membangun dan memelihara budaya perusahaan yang mendukung pertumbuhan dan inovasi. Ini melibatkan pengembangan nilai-nilai inti, etika kerja, dan sikap terhadap risiko yang mempromosikan kolaborasi, kreativitas, dan keberanian untuk mencoba hal-hal baru. Budaya perusahaan yang kuat memainkan peran penting dalam menginspirasi karyawan untuk berkontribusi secara maksimal, menciptakan lingkungan kerja yang memungkinkan ide-ide baru berkembang, dan membangun kepercayaan di antara semua anggota tim. Oleh karena itu, dalam perencanaan pengembangan bisnis, penting untuk mempertimbangkan bagaimana membangun budaya yang mendukung visi dan tujuan jangka panjang perusahaan. Ini tidak hanya meningkatkan kinerja saat ini, tetapi juga mempersiapkan organisasi untuk menghadapi tantangan dan peluang di masa depan dengan lebih baik.

Rencana pengembangan bisnis juga mencakup strategi pengembangan sumber daya manusia yang efektif. Hal ini mencakup perencanaan untuk merekrut, mengembangkan, dan mempertahankan talenta yang dibutuhkan untuk mendukung pertumbuhan bisnis. Dengan mengidentifikasi kebutuhan talenta terkait dengan rencana pertumbuhan, perusahaan dapat mengambil tindakan untuk merekrut talenta yang tepat, memberikan pelatihan dan pengembangan yang diperlukan, dan menciptakan lingkungan kerja yang mendukung pertumbuhan karier.

Berinvestasi dalam pengembangan karyawan tidak hanya meningkatkan kinerja individu, namun juga memperkuat fondasi organisasi Anda secara keseluruhan. Oleh karena itu, strategi SDM yang komprehensif dan berkelanjutan harus menjadi bagian penting dari rencana pengembangan bisnis Anda dalam upaya mencapai tujuan pertumbuhan jangka panjang perusahaan Anda.

Perencanaan pengembangan bisnis juga mencakup analisis teknologi dan inovasi. Hal ini mencakup evaluasi teknologi baru dan bagaimana penerapan teknologi tersebut dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, atau menciptakan produk dan layanan baru yang lebih memenuhi kebutuhan pelanggan. Di era digital yang terus berkembang, dunia usaha perlu terus memperbarui infrastruktur teknologi mereka untuk memastikan mereka dapat mengikuti perubahan lingkungan bisnis yang cepat.

Selain itu, perencanaan pengembangan bisnis juga mencakup pengembangan strategi inovasi yang memungkinkan suatu perusahaan tetap menjadi pemimpin pasar, atau setidaknya tetap kompetitif dalam persaingan yang semakin ketat. Hal ini dapat melibatkan kerja sama dengan mitra strategis, berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan internal, atau mengakuisisi perusahaan teknologi inovatif. Memasukkan analisis teknologi dan strategi inovasi ke dalam rencana pengembangan bisnis membantu perusahaan tetap relevan dan kompetitif dalam lingkungan bisnis yang terus berubah.

Perencanaan pengembangan usaha juga mencakup penilaian dan pengelolaan kelestarian lingkungan. Hal ini melibatkan identifikasi dampak kegiatan bisnis perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar serta mengembangkan strategi untuk mengurangi dampak negatif tersebut dan meningkatkan kontribusi positif terhadap lingkungan. Dengan mengikuti prinsip-prinsip keberlanjutan seperti efisiensi sumber daya, pengurangan limbah, dan penggunaan energi terbarukan, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan reputasinya tetapi juga mengurangi biaya operasional jangka panjang dan meningkatkan daya saingnya.



Pengelolaan kelestarian lingkungan juga dapat mencakup keterlibatan dalam inisiatif sosial dan lingkungan yang lebih luas, seperti program filantropi, kemitraan dengan organisasi nirlaba, dan dukungan terhadap inisiatif lingkungan lokal. Dengan memasukkan kelestarian lingkungan ke dalam rencana pengembangan bisnis, perusahaan dapat membangun operasi yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan serta memenuhi tuntutan konsumen dan peraturan yang semakin meningkat terkait masalah lingkungan.

B. Tujuan Perencanaan Bisnis

Tujuan dari rencana bisnis adalah untuk menciptakan pedoman yang jelas dan terstruktur bagi perusahaan untuk mencapai tujuan dan visi jangka panjangnya. Hal ini termasuk mengidentifikasi tujuan spesifik, mengembangkan strategi untuk mencapai tujuan tersebut, mengalokasikan sumber daya secara efisien, dan menentukan tindakan yang diperlukan untuk mengimplementasikan rencana tersebut. Perencanaan bisnis memungkinkan perusahaan untuk merencanakan operasi mereka dengan hati-hati, mengidentifikasi potensi risiko, dan menyesuaikan rencana tindakan mereka terhadap perubahan kondisi bisnis dan pasar.

Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan kinerja operasional, menghasilkan pertumbuhan berkelanjutan, memaksimalkan profitabilitas dan memastikan kelangsungan bisnis jangka panjang. Oleh karena itu, perencanaan bisnis bukan sekedar alat manajemen, tetapi juga merupakan alat strategis yang penting untuk mengendalikan arah dan keberhasilan suatu perusahaan.

Tujuan lain dari rencana bisnis adalah untuk memfasilitasi komunikasi dan koordinasi antara berbagai departemen dan tingkat manajemen dalam suatu perusahaan. Rencana bisnis yang jelas dan terstruktur memastikan semua orang yang terlibat memiliki pemahaman yang sama tentang tujuan, strategi, dan prioritas perusahaan Anda. Hal ini membantu menciptakan sinergi antara berbagai fungsi dan tim dalam organisasi dan meminimalkan konflik dan ambiguitas yang mungkin timbul. Rencana bisnis juga berperan penting dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas dengan pemangku kepentingan eksternal seperti investor, mitra bisnis, dan pelanggan.

Dengan menyajikan visi yang jelas dan rencana tindakan yang terorganisir, perusahaan dapat memperoleh lebih banyak dukungan dari pemangku kepentingan eksternal dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan mereka. Oleh karena itu, tujuan lain dari perencanaan bisnis adalah untuk menciptakan keselarasan, transparansi, dan kepercayaan yang diperlukan untuk kesuksesan jangka panjang perusahaan.

a) Komponen Rencana Bisnis

Setiap komponen saling terkait dan memerlukan kehati-hatian saat membuatnya. Komponen berikut diperlukan untuk membuat rencana bisnis:

1. Deskripsi Bisnis

Bagian pertama dan terpenting dari rencana bisnis ketika mendirikan suatu perusahaan adalah deskripsi bisnis. Deskripsi bisnis ini penting karena menjelaskan detail bisnis yang ingin Anda jalankan kepada pihak terkait.

Pernyataan bisnis membantu menginformasikan semua orang yang terlibat tentang ide masa depan dan ide bisnis Anda. Dengan cara ini, semua orang, termasuk calon investor, dapat memahami informasi yang diberikan.

2. Riset Pasar

Melakukan riset pasar untuk produk atau jasa yang Anda jual adalah bagian penting dari rencana bisnis Anda. Riset pasar ini dapat menggunakan segmentasi pasar untuk mengkaji preferensi konsumen dan khalayak untuk memperjelas sasaran khalayak atas produk dan jasa yang ditawarkan.

Riset pasar sangat penting dalam langkah awal menjalankan bisnis. Untuk berhasil memasarkan produk atau jasa Anda, Anda harus melakukan riset pasar terlebih dahulu. Itu sebabnya setiap pengusaha tidak boleh melewatkan hal ini.

3. Strategi Pemasaran

Setelah melakukan riset pasar dan segmentasi, langkah selanjutnya dalam membuat rencana bisnis adalah mengembangkan strategi pemasaran. Strategi pemasaran juga melibatkan pembelajaran semua tentang kekuatan dan kelemahan produk pesaing.



Melakukan riset pasar dan segmentasi akan memudahkan Anda dalam menerapkan strategi pemasaran karena Anda sudah mengetahui target audiens dari produk dan jasa yang Anda tawarkan. Misalnya ketika bertarung di medan pertempuran, kamu selalu membutuhkan strategi. Oleh karena itu, untuk memulai bisnis, Anda perlu memiliki strategi pemasaran yang baik dan merancang produk dan jasa yang Anda tawarkan dengan sebaik-baiknya agar dapat diterima oleh konsumen.

4. Perencanaan Manajemen dan Operasi

Setelah melakukan riset pasar dan segmentasi, elemen rencana bisnis selanjutnya adalah memaksimalkan operasi dan manajemen.

Manajemen operasi ini mencakup seluruh fokus operasional dalam perusahaan.

- Penetapan sistem produksi
- Penggunaan seluruh bahan baku
- Penetapan tugas dan tanggung jawab manajemen
- Menentukan proses kerja tiap divisi perusahaan
- Membuat anggaran operasional perusahaan
- Tujuan dari rencana operasi dan pengelolaan adalah untuk memperhitungkan kinerja agar usaha dapat berjalan.

5. Diaplikasikan ke Proses Produksi

Setelah komponen perencanaan bisnis yang dijelaskan di atas dijalankan, maka diterapkan pada proses produksi. Oleh karena itu, penerapannya dalam proses produksi juga tidak kalah pentingnya. Tidak ada gunanya membuat rencana bisnis kecuali Anda mengambil tindakan. Anda harus menyikapinya dengan melaksanakan proses produksi berdasarkan rencana bisnis yang telah dirumuskan sebelumnya. Kemudian dapat melakukan evaluasi berdasarkan rencana ini untuk meminimalkan risiko yang mungkin timbul.

6. Membuat Perkiraan Biaya

Menjalankan usaha tidak hanya memerlukan perhitungan modal dan biaya yang memadai, namun juga mental yang kuat. Modal awal ketika memulai usaha baru merupakan hal yang penting karena berkaitan dengan sumber keuangan perusahaan dan cara mengelola serta mengefisienkan dana tersebut.

Untuk melakukan perhitungan biaya, diperlukan laporan perencanaan keuangan, laporan arus kas, laporan saldo anggaran, dan laporan laba atas investasi dan merupakan faktor yang dipertimbangkan oleh calon investor. Bisnis perlu mengalokasikan modal untuk hal-hal seperti penyediaan bahan mentah, pembelian peralatan produksi, dan biaya pemasaran. Hal ini dilakukan untuk menggunakan modal secara lebih efisien dan mencegah kekurangan pendanaan.

Rencana bisnis harus ditulis dengan baik dan dilaksanakan dengan serius, karena akan memandu keberhasilan pengelolaan perusahaan dan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

Langkah Langkah membuat perencanaan bisnis

1. Melakukan Riset Pasar dan Kompetitif

Langkah pertama ini sangat penting dalam menentukan target pasar perusahaan. Riset ini juga memungkinkan Anda memanfaatkan kesenjangan pesaing untuk menonjolkan keunggulan Anda sendiri.

2. Membuat Deskripsi Bisnis

Buatlah gambaran rinci tentang perusahaan yang Anda pimpin, mulai dari latar belakang, visi dan misi, struktur organisasi hingga tujuan bisnisnya. Buatlah deskripsi Anda semenarik mungkin untuk menarik minat semua orang yang membaca rencana bisnis Anda.

3. Mengetahui nilai SWOT perusahaan yang dikelola

Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman merupakan analisa perusahaan yang cukup detail. Hal ini memungkinkan Anda mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan.

4. Membuat Timeline

Pembuatan timeline dapat digunakan sebagai diagram untuk menunjukkan kapan setiap rencana bisnis akan dieksekusi. Jadwal ini biasanya dibuat setiap triwulan setiap tahunnya, dengan evaluasi dilakukan pada akhir setiap triwulan.



5. Membuat Budgeting

Budgeting juga merupakan langkah penting dalam membuat rencana bisnis untuk mengetahui dana usaha akan digunakan untuk apa.

CONTOH PERENCANAAN BISNIS

Berikut adalah contoh perencanaan bisnis untuk sebuah perusahaan fiktif yang bergerak di bidang makanan sehat:

1. Analisis Pasar dan Industri:

Perusahaan "Healthy Bites" akan beroperasi di pasar makanan sehat yang berkembang pesat, dengan peningkatan kesadaran konsumen akan gaya hidup sehat. Analisis pasar menunjukkan bahwa ada permintaan yang kuat untuk makanan organik dan rendah gula serta pilihan makanan yang sesuai dengan berbagai preferensi diet, termasuk vegan dan bebas gluten.

2. Tujuan Bisnis:

Tujuan utama perusahaan adalah menjadi pemimpin di pasar makanan sehat di wilayahnya dalam waktu lima tahun. Ini termasuk mencapai pangsa pasar 20% dan meningkatkan pendapatan tahunan sebesar 15%.

3. Strategi:

Strategi perusahaan termasuk pengembangan portofolio produk yang luas, dengan fokus pada kualitas bahan baku dan inovasi produk. Kami akan memperluas distribusi melalui toko ritel tradisional, serta meningkatkan penjualan online melalui platform e-commerce kami.

4. Pengaturan Keuangan:

Perusahaan merencanakan untuk mengalokasikan \$500.000 untuk modal awal, dengan perkiraan biaya operasional bulanan sebesar \$50.000. Kami memperkirakan pendapatan tahunan sebesar \$1 juta dalam tiga tahun pertama.

5. Perencanaan Operasional:

Perusahaan akan menjalin kemitraan dengan produsen bahan baku organik lokal untuk memastikan pasokan bahan baku yang berkualitas. Kami juga akan menerapkan standar keamanan pangan yang ketat dan fokus pada pengembangan rantai pasokan yang berkelanjutan.

6. Risiko dan Mitigasi:

Risiko utama termasuk persaingan yang intensif dan fluktuasi harga bahan baku. Untuk mengatasi ini, perusahaan akan fokus pada diferensiasi produk dan strategi pemasaran yang efektif, serta mencari sumber bahan baku alternatif jika diperlukan.

7. Pemantauan dan Evaluasi:

Perusahaan akan melakukan evaluasi bulanan terhadap kinerja keuangan dan operasional, serta menyelenggarakan rapat strategis setiap kuartal untuk meninjau dan menyesuaikan rencana bisnis sesuai dengan perubahan pasar dan tujuan yang telah ditetapkan.

Dengan menyusun perencanaan bisnis yang komprehensif ini, "Healthy Bites" berharap dapat mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin meningkat untuk makanan sehat dan berkualitas.

b) *Pengertian Pengembangan Bisnis*

Pengembangan bisnis adalah suatu proses yang vital dalam meningkatkan kinerja dan profitabilitas perusahaan. Ini melibatkan analisis menyeluruh terhadap lingkungan bisnis, pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pelanggan, dan inovasi dalam produk atau layanan. Dengan memanfaatkan strategi pemasaran yang efektif dan memperluas jaringan kemitraan, perusahaan dapat mengidentifikasi dan mengejar peluang bisnis baru. Penting juga untuk terus meningkatkan proses bisnis internal dan investasi dalam pengembangan SDM. Dengan pendekatan yang komprehensif dan berkelanjutan terhadap pengembangan bisnis, perusahaan dapat mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan mempertahankan daya saingnya di pasar yang berubah dengan cepat.

Tahapan dalam pengembangan bisnis melibatkan serangkaian langkah yang terstruktur dan progresif. Pertama, perusahaan menciptakan berbagai macam ide dan produk untuk memenuhi kebutuhan pasar. Kemudian, ide-ide ini disaring untuk memilih konsep produk yang paling menjanjikan. Langkah selanjutnya adalah melakukan pengembangan dan pengujian konsep produk untuk memastikan bahwa produk tersebut sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Setelah



itu, perusahaan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat untuk memperkenalkan produk ke pasar. Tahap berikutnya melibatkan analisis mendalam terhadap kinerja bisnis secara keseluruhan, termasuk evaluasi terhadap keuntungan dan kerugian yang mungkin timbul. Selanjutnya, berdasarkan hasil analisis tersebut, perusahaan melakukan pengembangan produk untuk mengatasi kekurangan yang ada. Setelah produk dianggap siap, perusahaan melakukan uji pemasaran dalam skala kecil untuk mengukur respon pasar. Jika hasilnya memuaskan, perusahaan kemudian melakukan penjualan dalam skala besar untuk mencapai target pasar yang lebih luas. Dengan mengikuti tahapan-tahapan ini secara sistematis, perusahaan dapat meningkatkan peluang kesuksesan dan pertumbuhan bisnisnya.

Pengembangan bisnis merupakan proses yang mencakup beragam langkah yang dirancang untuk mengarahkan sebuah perusahaan menuju pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang. Langkah-langkah tersebut meliputi menentukan tujuan pengembangan bisnis yang jelas sebagai landasan strategis, melakukan riset mendalam untuk memahami pasar dan pelanggan, serta mengumpulkan ide untuk inovasi produk atau layanan. Selanjutnya, perusahaan perlu menentukan target pasar yang tepat dan memproduksi produk inovatif yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Tahap berikutnya melibatkan pengujian produk untuk memastikan kualitas dan kelayakan pasar, sambil terus mempelajari pesaing dan menetapkan harga bersaing. Selama proses ini, perusahaan juga terlibat dalam pengembangan ide bisnis yang berkelanjutan dan mungkin memulai sebagai startup. Pembuatan business plan yang komprehensif menjadi penting untuk mengarahkan langkah-langkah bisnis ke depan. Perusahaan juga fokus pada pengembangan pelanggan dan peluang bisnis baru, serta merumuskan strategi pemasaran yang efektif. Langkah akhir mungkin melibatkan pengembangan bisnis hingga menjadi LLC atau Perseroan Terbatas, memberikan landasan hukum yang kuat untuk pertumbuhan dan perlindungan bisnis di masa depan.

c) Strategi Pengembangan Bisnis

Strategi pengembangan bisnis merupakan suatu proses yang melibatkan upaya dalam memelihara, mengidentifikasi, dan meraih klien baru serta meningkatkan peluang bisnis untuk mencapai profitabilitas. Pentingnya strategi ini tidak hanya terbatas pada pemeliharaan bisnis yang sudah ada, tetapi juga pada pencarian dan pemanfaatan peluang baru untuk pertumbuhan yang berkelanjutan. Lingkup strategi pengembangan bisnis dapat bervariasi tergantung pada model bisnis yang diterapkan oleh perusahaan tersebut. Namun, satu hal yang pasti adalah pentingnya kolaborasi lintas departemen dalam proses penyusunan strategi ini. Dengan melibatkan seluruh departemen dalam perusahaan, strategi pengembangan bisnis dapat menjadi lebih holistik dan berkesinambungan. Kerjasama lintas departemen juga memungkinkan peningkatan efektivitas dalam pelaksanaan strategi serta memaksimalkan hasil yang dapat dicapai. Strategi pengembangan bisnis bukan hanya menjadi tanggung jawab satu departemen, tetapi menjadi upaya bersama untuk mencapai kesuksesan dan pertumbuhan perusahaan secara keseluruhan.

Strategi penting dalam pengembangan bisnis adalah membangun merek yang kuat. Membangun merek yang kuat membantu perusahaan membedakan dirinya dari pesaing, menciptakan hubungan yang lebih dalam dengan pelanggan, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Ini melibatkan identifikasi nilai-nilai inti perusahaan dan bagaimana mereka ingin dipersepsikan oleh pasar. Proses ini melibatkan pengembangan identitas merek yang konsisten, termasuk logo, warna, gaya, dan bahasa merek yang digunakan dalam komunikasi. Selain itu, penting juga untuk membangun pengalaman merek yang positif melalui layanan pelanggan yang unggul, kualitas produk yang konsisten, dan interaksi yang berarti dengan pelanggan. Dengan membangun merek yang kuat, perusahaan dapat memperluas basis pelanggannya, meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, serta menciptakan fondasi yang kokoh untuk pertumbuhan jangka panjang.

Selain membangun merek yang kuat, strategi pengembangan bisnis yang penting adalah menambah modal. Menambah modal adalah langkah krusial untuk mendukung pertumbuhan dan ekspansi perusahaan. Ini dapat dilakukan melalui berbagai cara, termasuk mendapatkan investasi dari investor eksternal, mengajukan pinjaman bank, atau melakukan penawaran saham. Menambah modal memungkinkan perusahaan untuk melakukan investasi dalam pengembangan produk baru, ekspansi geografis, pengembangan infrastruktur, atau pengembangan tim dan sumber daya manusia. Dengan menambah modal, perusahaan dapat memperkuat posisinya di pasar, meningkatkan daya saing, dan



memanfaatkan peluang pertumbuhan yang muncul. Ini juga dapat membantu dalam mengatasi tantangan keuangan yang mungkin timbul selama proses pengembangan bisnis.

Setelah membangun merek yang kuat dan menambah modal, strategi pemasaran menjadi kunci dalam mendukung pertumbuhan bisnis. Strategi pemasaran yang efektif membantu perusahaan mencapai target pasar dengan lebih efisien dan meningkatkan kesadaran merek serta penjualan produk atau layanan. Ini melibatkan berbagai tindakan, termasuk penelitian pasar yang mendalam untuk memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan, segmentasi pasar untuk menargetkan audiens yang tepat, serta pengembangan pesan pemasaran yang menarik dan relevan. Selain itu, strategi pemasaran juga mencakup penggunaan berbagai saluran pemasaran, seperti iklan digital, media sosial, pemasaran konten, dan kampanye promosi. Analisis kinerja pemasaran secara berkala juga penting untuk mengevaluasi efektivitas strategi yang digunakan dan membuat penyesuaian yang diperlukan. Strategi pemasaran dapat didukung dengan memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini, seperti mendaftarkan pada e-commerce atau meningkatkan content marketing sebagai promosi.

Kemudian dalam pengembangan bisnis diperlukan analisis kelayakan bisnis untuk memperhitungkan posisi kelayakan dalam pasar. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan alat yang kuat dalam pengembangan bisnis karena membantu perusahaan untuk memahami posisi mereka di pasar serta faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pertumbuhan. Dalam analisis SWOT, perusahaan mengevaluasi kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) internal mereka, serta peluang (opportunities) dan ancaman (threats) eksternal yang dihadapi. Kekuatan dan kelemahan internal dapat mencakup hal-hal seperti reputasi merek, keunggulan produk, infrastruktur, dan sumber daya manusia. Sementara itu, peluang dan ancaman eksternal mungkin termasuk perubahan dalam tren industri, persaingan pasar, regulasi pemerintah, dan faktor-faktor lingkungan. Dengan menganalisis SWOT secara menyeluruh, perusahaan dapat mengidentifikasi area di mana mereka memiliki keunggulan kompetitif yang dapat dimaksimalkan, serta area di mana mereka perlu melakukan perbaikan atau mengantisipasi risiko.

Setelah melakukan analisis SWOT dan mengidentifikasi peluang untuk pengembangan bisnis, langkah selanjutnya adalah melakukan inovasi. Inovasi merupakan kunci untuk memperbaharui produk, layanan, proses, atau model bisnis sehingga dapat memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah. Inovasi dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, mulai dari pengembangan produk baru, penyempurnaan proses produksi, hingga strategi pemasaran yang inovatif. Perusahaan perlu terus berinovasi untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang kompetitif. Dengan memanfaatkan teknologi terbaru, mendengarkan umpan balik pelanggan, dan berkolaborasi dengan mitra atau pihak eksternal, perusahaan dapat menciptakan nilai tambah yang membedakan mereka dari pesaing. Inovasi juga dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan kualitas produk atau layanan, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

SIMPULAN

Perencanaan bisnis merupakan dokumen yang merinci tujuan perusahaan dan strategi untuk mencapainya, mulai dari aktivitas pemasaran hingga keuangan dan operasional. Penting bagi setiap perusahaan untuk memiliki rencana bisnis yang disusun dengan baik, yang harus direview secara berkala dan diperbarui sesuai dengan capaian tujuan atau perubahan yang terjadi. Rencana bisnis yang detail dapat menjadi alat yang efektif untuk menarik investor dan memperoleh pendanaan dari lembaga keuangan. Dengan menyusun rencana bisnis sebelum memulai bisnis, Anda dapat memastikan kesiapan dan kemampuan untuk memimpin perusahaan dengan tepat sasaran.

Namun perlu diketahui bahwa tidak semua perencanaan bisnis mampu membuat sebuah bisnis berhasil, setidaknya ketika sebuah perusahaan memiliki rencana maka akan mengurangi resiko kerugian yang lebih besar pada perusahaannya. Tujuan dari rencana bisnis adalah untuk menciptakan pedoman yang jelas dan terstruktur bagi perusahaan untuk mencapai tujuan dan visi jangka panjangnya. Hal ini termasuk mengidentifikasi tujuan spesifik, mengembangkan strategi untuk mencapai tujuan tersebut, mengalokasikan sumber daya secara efisien, dan menentukan tindakan yang diperlukan untuk mengimplementasikan rencana tersebut.

Pengembangan bisnis adalah suatu proses yang vital dalam meningkatkan kinerja dan profitabilitas perusahaan. Ini melibatkan analisis menyeluruh terhadap lingkungan bisnis, pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pelanggan, dan inovasi dalam produk atau layanan. Dengan



memanfaatkan strategi pemasaran yang efektif dan memperluas jaringan kemitraan, perusahaan dapat mengidentifikasi dan mengejar peluang bisnis baru. Tahapan dalam pengembangan bisnis melibatkan serangkaian langkah yang terstruktur dan progresif. Pertama, perusahaan menciptakan berbagai macam ide dan produk untuk memenuhi kebutuhan pasar. Kemudian, ide-ide ini disaring untuk memilih konsep produk yang paling menjanjikan. Tahap berikutnya melibatkan analisis mendalam terhadap kinerja bisnis secara keseluruhan, termasuk evaluasi terhadap keuntungan dan kerugian yang mungkin timbul. Selanjutnya, berdasarkan hasil analisis tersebut, perusahaan melakukan pengembangan produk untuk mengatasi kekurangan yang ada

Dari kesimpulan tersebut, dapat disarankan beberapa hal untuk meningkatkan kinerja dan profitabilitas perusahaan. Pertama, prioritas harus diberikan pada perencanaan bisnis yang tepat, dengan memastikan keberadaan rencana bisnis yang komprehensif dan terstruktur untuk mengurangi risiko kerugian yang lebih besar dan memberikan arahan jelas dalam mencapai tujuan jangka panjang. Selanjutnya, penting untuk terus berinovasi dalam produk atau layanan yang ditawarkan, sekaligus memahami kebutuhan pelanggan dengan baik melalui analisis pasar dan interaksi langsung. Manfaatkan strategi pemasaran yang efektif dan perluas jaringan kemitraan untuk mengidentifikasi dan mengejar peluang bisnis baru, serta lakukan evaluasi terhadap kinerja bisnis secara berkala untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan. Selanjutnya, lakukan pengembangan produk yang berkelanjutan berdasarkan hasil evaluasi kinerja bisnis untuk mengatasi kekurangan yang ada dan memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah. Dengan menerapkan saran-saran ini, perusahaan dapat memastikan bahwa mereka tetap relevan dan kompetitif di pasar yang terus berubah.

DAFTAR PUSTAKA

- 8 strategi pengembangan bisnis. (2023, april 14). Retrieved from online. binus.ac.id: <https://online.binus.ac.id/2023/04/14/8-strategi-pengembangan-bisnis/>
- bisma. (2023, agustus 29). *rencana bisnis: definisi, tujuan, dan jenis-jenisnya*. Retrieved from bhinneka.com: https://www.bhinneka.com/blog/rencana-bisnis/#Definisi_Perencanaan_dalam_Bisnis
- contoh bussine plan dan contohnya. (n.d.).
- darwin. (2022, oktober 31). *8 langkah-langkah pengembangan ide usaha*. Retrieved from julio.co.id: <https://www.julo.co.id/blog/langkah-langkah-pengembangan-ide-dan-peluang-usaha>
- Dr. Muhammad subhan Iswahyudi, d. (2023). *manajemen Pengembangan Bisnis*. jambi: PT. Sonpedia publishing Indonesia.
- jordhi. (2020, juli 21). *7 tahapan perkembangan bisnis*. Retrieved from moka blog: <https://www.mokapos.com/blog/tahap-perkembangan-bisnis>
- marketsplash. (2023, oktober). *apa itu pengembangan bisnis*. Retrieved from marketsplash.com: <https://marketsplash.com/id/pengembangan-bisnis/>
- mohamadi, r. f. (2023, april 12). *11 komponen peencanaan bisnis penting untuk usaha anda*. Retrieved from jurnal.id: <https://www.jurnal.id/id/blog/2017-6-komponen-perencanaan-bisnis-penting-untuk-perusahaan/>
- mohamadi, r. f. (2023, april 12). *contoh rencana bisnis beserta tujuan dan komponen*. Retrieved from jurnal.id: <https://www.jurnal.id/id/blog/contoh-rencana-bisnis-sbc/>
- mudayat, M. d. (2019). *perencanaan dan pengembangan bisnis*. Retrieved from repostori.stiamak.ac.id: <http://repositori.stiamak.ac.id/id/eprint/393/1/PERENCANAAN%20DAN%20PENGEMBANGAN%20BISNIS%20%281%29.pdf>
- pahami 3 komponen perencanaan usaha dan manfaatnya. (n.d.).
- pahrirto, s. (2020). *strategi pengembnagan bisnis*. Retrieved from kleido.com: <https://kleido.com/blog/strategi-pengembangan-bisnis/>