



PELATIHAN STRATEGI PERENCANAAN BISNIS YANG KOMPETITIF DALAM BERWIRAUSAHA PADA SISWA SMA

Training on Competitive Business Planning Strategies in Entrepreneurship to High School Students

^{1*)}Nur Hidayah, ²⁾ M. Tony Nawawi

^{1,2)}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tarumanagara

*Email korespondensi: nurh@fe.untar.ac.id

DOI:

10.36418/comserva.v1i3.14

Histori Artikel:

Diajukan:
30/06/2021

Diterima:
25/07/2021

Diterbitkan:
27/07/2021

ABSTRAK

Tujuan kegiatan PKM adalah memberikan bekal pengetahuan tentang strategi bisnis yang unggul bersaing, saat melakukan wirausaha. Mitra yang dijadikan tempat kegiatan adalah sekolah menengah atas / SMA Islam Asyasyakirin yang berlokasi di Kota Tangerang Kegiatan PKM didasarkan pada observasi awal pada mitra dimana mitra belum mendapatkan pembekalan strategi perencanaan bisnis dari pihak luar Sekolah. Masih minimnya pengetahuan mitra tentang perencanaan bisnis sebagai bekal nantinya untuk berwirausaha. Mengingat saat ini, persaingan bisnis yang semakin berat. Untuk unggul dalam bersaing bagi calon wirausaha muda, sangat memerlukan strategi perencanaan bisnis yang kompetitif. Metode yang ditawarkan ke mitra adalah kegiatan pelatihan. Pelatihan dilakukan melalui google meet yang dibantu mahasiswa sebagai host. Materi pembekalan yang disampaikan ke mitra berupa PPT mengenai strategi perencanaan, proses manajemen perencanaan yang kompetitif dan lainnya disusun oleh Tim PKM. Hasil kegiatan menunjukkan, pembekalan materi sosialisasi diikuti 20 Siswa telah berjalan lancar, terjadinya penambahan pengetahuan siswa tentang strategi perencanaan bisnis yang kompetitif bagi entrepreneur, terbukti dari hasil evaluasi sebanyak 80% siswa menjawab terjadinya peningkatan pengetahuan dari materi yang disampaikan Tim PKM.

Kata kunci;1; perencanaan, strategi,2; proses manajemen, 3;wirausaha, pelatihan

ABSTRACT

The purpose of community service activities is to provide knowledge about competitive business strategies when conducting entrepreneurship. The partner used as the place of activity is the Asyasyakirin Islamic high school / SMA located in Tangerang City. PKM activities are based on initial observations of partners where partners have not received business planning strategy briefing from parties outside the school. There is still a lack of partner knowledge about business planning as a provision later for entrepreneurship. Considering today, business competition is getting tougher. To excel in competing for prospective young entrepreneurs, it is very necessary to have a competitive business planning strategy. The method offered to partners is training activities. The training was carried out through google meet which was assisted by students as hosts. The briefing materials delivered to partners in the form of PPT regarding planning strategies, competitive planning management processes and others were prepared

by the PKM Team. The results of the activity showed that the provision of socialization materials attended by 20 students had gone smoothly, there was an increase in students' knowledge about competitive business planning strategies for entrepreneurs, as evidenced by the evaluation results as many as 80% of students answered that there was an increase in knowledge from the material presented by the PKM Team.

Keywords; 1;planning, strategy, 2;process management, 3;entrepreneurship, training

PENDAHULUAN

Menjadi wirausahawan muda yang mampu bersaing terlebih dahulu perlu memiliki strategi terutama dalam menyusun perencanaan bisnis yang sukses. Perencanaan strategis bisnis merupakan alat yang dapat digambarkan sebagai panduan untuk pencapaian visi bisnis (Bryson, 2011). Dengan menetapkan langkah-langkah prosedural dan program-program setiap organisasi berusaha mengejar suatu perubahan dari kondisi saat ini ke masa depan, dengan cara terbaik dan paling efektif dari pada pesaing. Melalui prosedur perencanaan strategis, akan menggambarkan misi dan visi perusahaan yang mencakup baik konteks bisnis internal maupun eksternal secara lebih kompetitif (Hervani et al., 2005).

Bryson (2011) berpendapat bahwa perencanaan strategis membantu memberikan bimbingan sehingga anggota organisasi tahu ke mana bisnis tersebut menuju dan di mana mereka menghabiskan waktu utama mereka. Prosedur perencanaan strategis membentuk pilihan strategi organisasi melalui penggunaan yang sistematis, rasional dan logis. Hal ini akan memberikan struktur pengambilan keputusan secara lebih optimal. Tidak banyak organisasi yang dapat bertahan tanpa rencana yang terancang dengan baik untuk jangka panjang. Generasi Muda melalui UKM yang dibangun akan memainkan peran penting dalam perubahan, penciptaan nilai tambah, pengurangan kemiskinan, output ekonomi global dan penyediaan lapangan kerja (Mukhamad dan Kiminami, 2011). Kelangsungan hidup dan kesuksesan dianggap penting dalam kekuatan untuk mewujudkan pembangunan sosial-ekonomi dan daya saing nasional, perusahaan perlu membangun kemampuan dalam menyusun strategi secara efektif menghasilkan organisasi yang unggul. Sayangnya, banyak usaha yang dibangun tanpa adanya strategi perencanaan yang matang, sehingga wirausaha yang baru dibentuk terhenti kegiatannya. Untuk itu pembelajaran strategi perencanaan bisnis perlu diberikan bagi generasi muda sejak dini. Terutama bagi siswa yang sudah duduk di bangku sekolah menengah atas.

Penelitian pernah dilakukan di Africa, bahwa kegagalan UKM termasuk di Ghana, adalah ketidak mampuan untuk mempraktikkan perencanaan strategis Julian (2013) juga mengungkapkan bahwa manajer UKM belum memiliki pengetahuan yang memadai perencanaan strategis. Alasan umum lainnya untuk partisipasi UKM yang rendah dalam proses rencana. Oleh karena itu, implikasi dari perencanaan strategis bagi seorang wirausaha sangat diperlukan dan penting bagi keunggulan bersaing dan kelanjutan usaha di masa depan.

Mitra yang menjadi tempat kegiatan adalah Sekolah menengah pertama (SMA) Islam Asyasyikin yang berlokasi di Kota Tangerang, dalam upayanya mendorong siswa memahami strategi perencanaan bisnis telah memasukkan materi ajar kewirausahaan dalam kurikulum sekolah. Namun kenyataan materi yang disampaikan masih belum dilakukan secara optimal. Melalui observasi awal ke Sekolah baik dilakukan secara luring maupun via Whatsapp ke guru kelas dan kepala sekolah, mengungkapkan bahwa materi yang diberikan sebatas pada buku teks yang ada, belum ada pihak luar yang memberikan pembelajaran tentang perencanaan strategi secara lebih mendalam, termasuk

praktek menyusun rencana bisnis. Untuk itu Tim PKM yang berkompetensi di bidang kewirausahaan merasa perlu membekali siswa di Sekolah Menengah atas (SMA) Islam Asyasyakirin tentang strategi rencana bisnis yang kompetitif dalam upaya nantinya sebagai bekal siswa untuk menjadi seorang entrepreneur.

Permasalahan Mitra

Strategi perencanaan seharusnya menjadi perhatian dalam melakukan wirausaha, karena melalui strategi perencanaan yang benar, akan menciptakan wirausaha yang unggul dari pesaing.. Terkait dengan hal tersebut maka terdapat beberapa permasalahan mitra yang akan dibahas dalam kegiatan PKM yaitu

1. Bagaimana upaya memberikan pemahaman pada siswa tentang strategi perencanaan bisnis
2. Bagaimana siswa menjadi seorang entrepreneur dengan bekal strategi perencanaan bisnis
3. Bagaimana melakukan pelatihan untuk menambah pengetahuan Siswa tentang strategi perencanaan bisnis dalam melakukan wirausaha yang unggul dari pesaing

Solusi

Untuk mengatasi prioritas masalah yang dihadapi mitra. Maka solusi yang ditargetkan selesai dari kegiatan pengabdian masyarakat ini terkait dengan pengenalan Siswa pada strategi model manajemen bisnis yang kompetitif dalam menyusun perencanaan bisnis yang Solid adalah:

Memperkenalkan perencanaan strategi yang dapat meningkatkan kinerja usaha, dan unggul dalam bersaing, manfaat rencana bisnis, lima kesalahan Rencana Bisnis, mendesain model bisnis yang kompetitif dan menyusun rencana strategis yang solid

METODE

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, solusi yang ditawarkan berupa pembuatan materi, pelathan/sosialisasi. Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan langkah-langkah atau tahapan berikut ini:

- a. Tim PKM sebagai tutor menghubungi pihak terkait, yaitu kepala sekolah SMA Islam Asyasyakirin yaitu ini Herlina SE, untuk minta ijin melakukan kegiatan PKM
- b. Tim PKM sebagai tutor berkoordinasi dengan guru kelas yang ditunjuk kepala sekolah yang nantinya akan mengkoordinir siswa untuk mengikuti kegiatan agar mengumpulkan siswa untuk mengikuti kegiatan.
- c. Tim PKM beserta guru pendamping menentukan jadwal kegiatan
- d. Tim PKM sebagai tutor menyiapkan materi dan PPT yang akan disampaikan ke mitra
- e. Tim meminta mahasiswa yang membantu untuk membuat link google meet
- f. Tim menyampaikan materi sosialisasi melalui ceramah, diskusi, dan tanya jawab. sosialisasi tentang strategi perencanaan, manajeen strategi dalam membuat rencana bisnis yang kompetitif.
- g. Tutor menjelaskan tentang apa yang harus dilakukan dalam membuat suatu perencanaan bisnis sebagai bekal berwirausaha.
- h. Tim meminta Siswa untuk mendengarkan secara daring melalui google meet yang disediakan mahasiswa sebagai host
- i. Tim bersama siswa berdiskusi dalam bentuk tanya jawab .
- j. Tim PKM sebagai tutor menanggapi respon siswa tentang materi yang sudah disampaikan
- k. Tim melakukan evaluasi kegiatan melalui jawaban kuesioner siswa tentang kegaiatn materi yang disampikan Tim

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM dilakukan pada Siswa SMA Sekolah Islam ASysyakirin , yang berlokasi di Jalan K.H. Hasyim ashari KM.7 RT 004/002 Pinang Kota Tangerang provinsi Banten. sekolah sudah berdiri sejak 17 September 1987 . Sekolah SMA Islam Asysyakirin menjadi salah satu sekolah tertua di wilayah Pinang sehingga para Alumni pun tersebar dengan jumlah ribuan membuktikan bahwa SMA Islam Asysyakirin sangat konsen dalam mencerdaskan anak bangsa. Dengan program Full Day School, SMA Islam semakin memantapkan pendidikan Keagamaan Islam dan juga pembinaan Karakter serta Akhlaq peserta didik. Diharapkan seluruh siswa dapat menjadi pribadi yang Sholeh, berkarakter, dan mandiri.

Dalam melakukan kegiatan PKM, IPTEKS yang ditransper kepada mitra dapat melalui PPT yang diberikan secara daring . Adapun materi yang disampaikan ke mitra meliputi:

- a. Memperkenalkan perencanaan strategi yang dapat meningkatkan kinerja usaha, dan unggul dalam bersaing. Model ini sebagai panduan bagi Siswa jika kelak setelah lulus akan menjalankan usaha secara teratur. Mengacu pendapat Bryson (2011) bahwa perencanaan strategis membantu dengan memberikan bimbingan sehingga anggota organisasi tahu ke mana bisnis tersebut menuju dan di mana mereka menghabiskan waktu utama mereka upaya . Ini mengendalikan definisi organisasi tempat bisnis berada, penutupan yang terlihat untuk dan metode yang akan digunakan untuk mencapai tujuan itu. Prosedur perencanaan strategis membentuk pilihan strategi organisasi melalui penggunaan yang sistematis, rasional dan logis. Ini menyingkap dan membersihkan ancaman dan peluang di masa depan, dan memberikan struktur buntut pengambilan keputusan.
- b. Mensosialisasikan model perencanaan bisnis yang kompetitif bagi siswa dalam menjalankan wirausaha. Metode ini untuk memberi pembinaan/pelatihan agar mereka mengelola usaha dengan cara yang lebih baik dan teratur. Spesifikasi pelatihan diberikan tentang manfaat rencana bisnis, Lima kesalahan Rencana Bisnis, mendesain model bisnis yang kompetitif dan menyusun rencana strategis yang solid
- c. Melakukan pendampingan tentang pembuatan model manajemen bisnis yang berkompetitif. Dalam hal ini mitra diminta berkelompok untuk membuat ide bisnis yang sesuai dengan minat dan kemampuan masing masing. Spesifikasi model yang ditawarkan adalah: membuat tahapan manajemen perencanaan bisnis yang diberikan oleh Tim. Selanjutnya tim akan meminta mitra berkelompok menyusun manajemen perencanaan bisnis . Selanjutnya tim akan menilai hasil dari setiap kelompok.

Secara keseluruhan model yang akan ditransfer ke mitra meliputi:

a) Membuat 1 Strategi Perencanaan Usaha Yang Kompetitif

Tim menjelaskan tentang pemahaman perencanaan strategis. Sebelum mitra menjadi seorang *entrepreneur*. Perencanaan strategis menjelaskan kinerja yang akan diukur, sedangkan kinerja penilaian memberikan respon terhadap target yang diatur (Zomorrodian, 2011). Arasa dan K'Obonyo (2012) juga berpendapat bahwa perencanaan strategis memberikan sistem kontrol, dan membantu dalam koordinasi urusan bisnis dan dalam pengambilan keputusan mengenai organisasi; itu kekuatan pengaturan tujuan, yang memberikan premis untuk menilai kinerja. Oyewobi (2013) mendeskripsikan perencanaan strategis sebagai pengerahan tenaga yang efisien dan formal yang digunakan untuk menetapkan tujuan, target, strategi dan kebijakan organisasi yang mendasar. Ini termasuk memajukan maksud titik demi titik untuk mengaktualisasikan

strategi dan kebijakan untuk diselesaikan tujuan dan tujuan organisasi penting. Bryson (2011) memandang perencanaan sebagai proses yang sadar dan sistematis yang menyediakan peta jalan bagi organisasi untuk mengejar visi dan tujuan organisasinya. Mencapai hasil anggaran yang memuaskan sangat penting dengan alasan bahwa tanpa kekuatan keuangan, profitabilitas yang sesuai dan pengejaran visi strategis, kesehatan jangka panjang dan kritis bisnis keberadaannya terancam punah. Investor potensial, pemegang saham dan pemberi pinjaman akan goyah memajukan lebih banyak uang.

b) Mendesain Model Bisnis yang Kompetitif Dan Menyusun Rencana Strategis yang Solid

Mitra mendapatkan penjelasan tentang manfaat rencana bisnis meliputi : (Zimmerer, 2008) bagi *entrepreneur*:

- 1) Untuk melihat usahannya secara kritis dan obyektif ,
- 2) Adanya analisis persaingan, sebagai peta untuk melihat diri kita di tengah persaingan,
- 3) Sebagai acuan dalam menjalankan strategi operasi,
- 4) Sebagai benchmarking untuk membandingkan antara ramalan dengan pencapaian,
- 5) Sebagai media komunikasi antara kita dengan investor.

Bagi investor:

- 1) Sebagai data potensi pasar
- 2) Mengilustrasikan kemampuan memenuhi kewajiban
- 3) Dapat mengetahui besarnya resiko
- 4) Penyedia informasi bisnis dan keuangan
- 5) Panduan dalam mengelola bisnis yang akan dijalankan

c) Menjelaskan lima kesalahan Rencana Bisnis

- 1) Tujuan tidak realistis
- 2) Kegagalan mengantisipasi jalan buntu
- 3) Tidak ada komitmen dan dedikasi
- 4) Kurang pengalaman
- 5) Tidak terdapat ceruk pasar (segment)

d) Menjelaskan Komponen Modal Intelektual

- 1) Modal Manusia (human capital)
- 2) Modal Struktural (structural capital)
- 3) Modal Pelanggan (customer capital)

e) Bagian akhir pelatihan tim menjelaskan tentang Proses Manajemen Strategis Dan Praktek membuat perencanaan strategis sesuai bidang dan kemampuan mitra.

Langkah 1:

Mengembangkan visi yang jelas dan menerjemahkannya menjadi Misi yang bermakna

Langkah 2: Menilai kekuatan dan kelemahan perusahaan

Langkah 3:

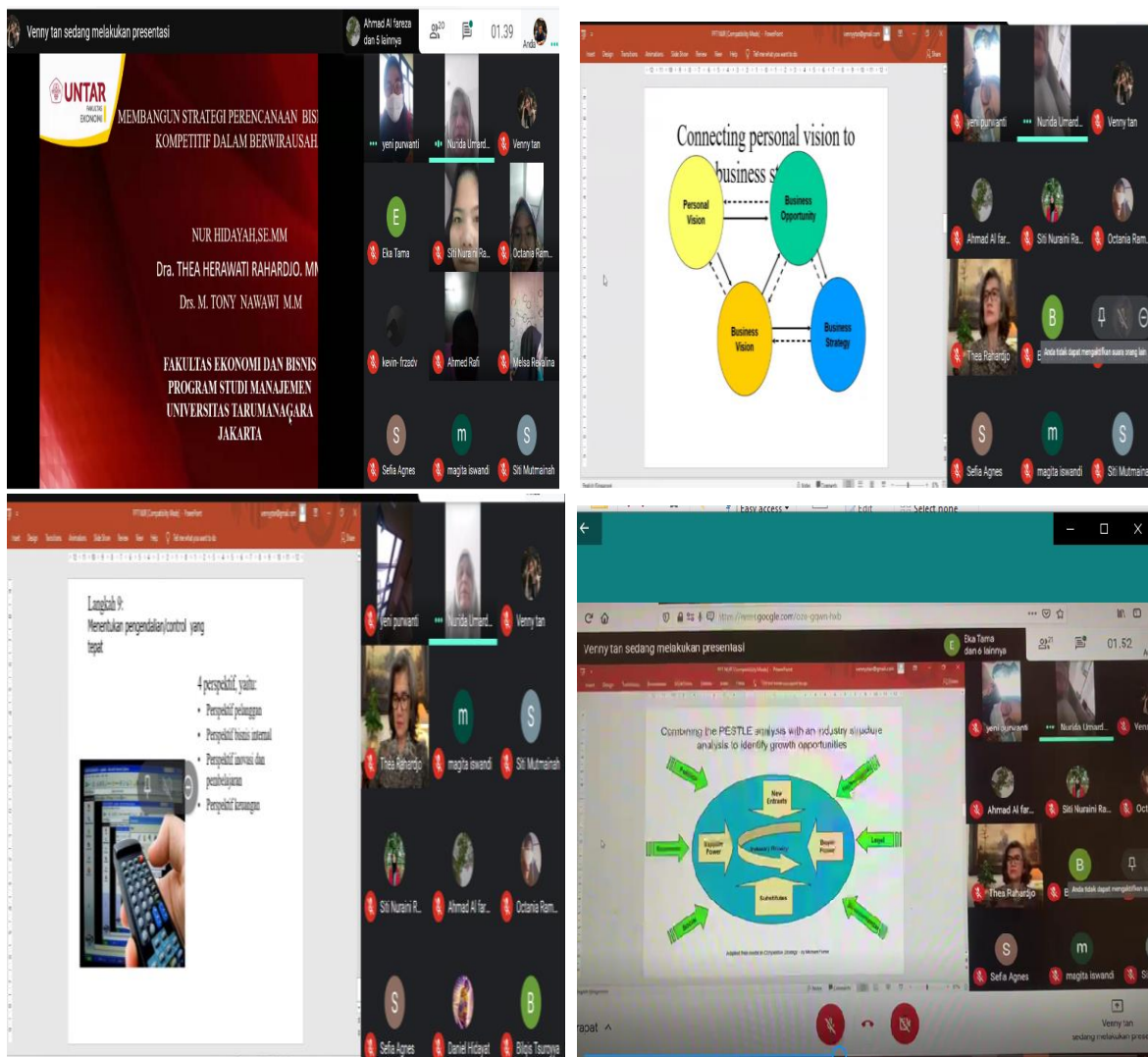
Mengamati lingkungan sekitar untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan

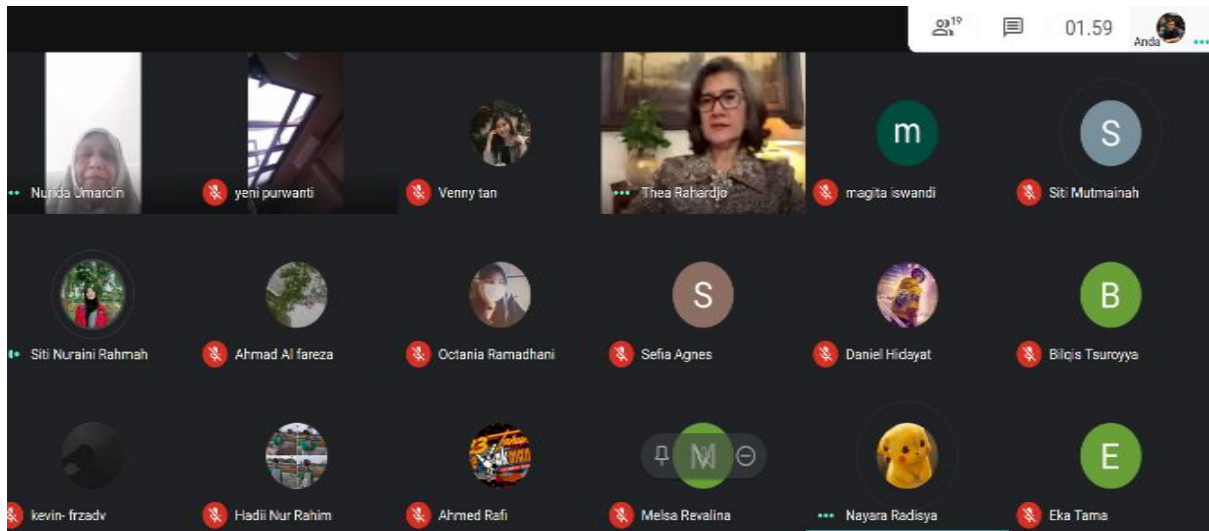
Langkah 4:

Mengidentifikasi faktor-faktor keberhasilan utama perusahaan

- Langkah 5: Menganalisis persaingan
- Langkah 6: Menyusun sasaran dan tujuan perusahaan
- Langkah 7:
Merumuskan opsi-opsi strategis dan memilih strategi yang tepat
- Langkah 8:
Menerjemahkan rencana strategis ke dalam rencana-rencana aksi
- Langkah 9: Menentukan pengendalian yang tepat

Metode Sosialisasi Strategi Perencanaan Bisnis. Melalui materi yang telah disusun, selanjutnya disosialisasikan pada siswa kelas 11 kurang lebih 20 siswa. Dalam kegiatan ini tim berkoordinasi dengan guru kelas dengan memberikan user id dan pascode untuk dibagikan ke siswa. Saat pelatihan berlangsung Siswa didampingi oleh guru kelas. Proses sosialisasi secara daring dilakukan melalui Zoom Meeting didokumentasikan pada gambar berikut:





Gambar 1. Pelaksanaan Pelatihan Ke Mitra

SIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan ini, diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Bahan pelatihan tentang strategi perencanaan bisnis sudah tersusun dengan mengkaji berbagai literatur dan jurnal.
2. Pelatihan dan sosialisasi akan tentang strategi perencanaan bisnis disampaikan dengan menggunakan PPT ,telah dilakukan pada siswa SMA Islam Asyasyakirin di kecamatan sudimara pinang tangerang Selatan kelas 11, telah berjalan dengan lancar
3. Kegiatan dilakukan secara daring melalui *google meet* yang dipandu oleh dua mahasiswa sebagai host
4. Siswa aktif dan antusias dalam bertanya dan berdiskusi dengan tim PKM
5. Melalui evaluasi kegiatan terjadinya peningkatan pengetahuan siswa tentang strategi perencanaan bisnis yang berorientasi pada keunggulan bersaing. .

DAFTAR PUSTAKA

Arasa, R. and K 'Obonyo, P. (2012), "The relationship between strategic planning and firm performance", *International Journal of Humanities and Social Science*, Vol. 2 No. 22, pp. 201-213.

Bryson, J.M. (2011), *Strategic Planning for Public and Non-Profit Organizations: A Guide to Strengthening and Sustaining Organizational Achievement*, John Wiley & Sons, NJ, Vol. 1

Harry Matlay, P. and Dehghanpour Farashah, A. (2013), "The process of impact of entrepreneurship education and training on entrepreneurship perception and intention: Study of educational system of Iran", *Education+Training*, Vol. 55 No. 8/9, pp. 868-885

- Hervani, A.A., Helms, M.M. and Sarkis, J. (2005), "Performance measurement for green supply chain management", *Benchmarking: An International Journal*, Vol. 12 No. 4, pp. 330-353.
- Julian, O. (2013), "Relationship between strategic planning and organization's performance", *Non-Governmental Organizations (NGOS): a Case of Actionaid, Kenya*, Unpublished MBA Project School of Business, University of Nairobi, Nairobi.
- Klinger, B. and M. Schündeln (2011). Can Entrepreneurial activity be taught? Quasi-experimental evidence from Central America, *World Development*, Vol. 39(9): 1592-1610.
- Linda Price and Adrian Kirkwood (2014), Using technology for teaching and learning in higher education: a critical review of the role of evidence in informing practice , *Higher Education Research & Development*, 2014 Vol. 33, No. 3, 549–564, <http://dx.doi.org/10.1080/07294360.2013.841643>
- Mukhamad, N. and Kiminami, A. (2011), "Innovation, cooperation and business performance", *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, Vol. 1 No. 1, pp. 75-96.
- Oyewobi, L.O., Windapo, A.O., Cattell, K.S. and Rotimi, J.O.B. (2013), "Impact of organizational structure and strategies on construction organisations' performance". In *Procs 29th Annual ARCOM Conference, 2-4 September 2013, Reading, UK, Association of Researchers in Construction Management*, 691-701.
- Porter, M.E. (2008), *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, Simon and Schuster, New York, NY.
- Zimmerer, T., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Essentials of entrepreneurship and small business management*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Zomorrodian, Asghar. (2011), *New Approach to Strategic Planning: the Impact of Leadership and Culture on Plan Implantation via the three Cs: Cooperation, Collaboration and Coordination*. Presented at the 18th. National Conference of American society for Business and Behavioral Sciences, Feb. 2011, Las Vegas, Nevada)



© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

Nur Hidayah, M. Tony Nawawi

Pelatihan Strategi Perencanaan Bisnis yang Kompetitif dalam Berwirausaha pada Siswa SMA
