



Strategi Perencanaan Bisnis untuk Meningkatkan Keberhasilan Usaha

¹Reisha Diandra Alifia, ²Jovita Rahma Adani, ³Alya Nadia Zahrah,
⁴Sonja Andarini, ⁵Indah Respati Kusumasari

^{1,2,3,4,5}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Jl. Rungkut Madya No.1, Gn.Anyar,
Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur, 60294

Email : ¹22042010171@student.upnjatim.ac.id, ²22042010189@student.upnjatim.ac.id,

³22042010194@student.upnjatim.ac.id, ⁴Sonja.andarini.adbis@gmail.ac.id,

⁵indah.respati.kusumasari.adbis@gmail.ac.id

Abstrak

Dalam era globalisasi seperti sekarang, persaingan antara bisnis dari segala ukuran, baik kecil, menengah, maupun besar, semakin ketat dari tahun ke tahun. Hal ini menuntut pebisnis untuk bersaing dengan kompetitor lainnya. Salah satu cara untuk bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain adalah melalui perencanaan strategi yang matang. Tujuan dari artikel penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana perencanaan bisnis yang tepat dapat mempengaruhi keberhasilan jangka panjang suatu usaha. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan sebuah perencanaan bisnis yang matang sebelum memulai usaha sangatlah penting untuk mengantisipasi segala resiko yang mungkin terjadi di masa depan.

Kata Kunci: Perencanaan Bisnis, Keberhasilan Bisnis, Bisnis

Abstract

In this era of globalization, competition between businesses of all sizes, whether small, medium, or large, is getting tougher from year to year. This requires business people to compete with other competitors. One way to survive and compete with other companies is through careful strategic planning. The purpose of this research article is to find out and analyze how proper business planning can affect the long-term success of a business. This research uses descriptive research methods with a qualitative approach by conducting interviews. The results showed that a mature business plan before starting a business is very important to anticipate all the risks that might occur in the future.

Keywords: Business Planning, Business Success, Business

PENDAHULUAN

Saat ini, dalam era globalisasi, persaingan bisnis dari segala ukuran, termasuk kecil, menengah, dan besar, semakin sengit dari tahun ke tahun. Hal ini menuntut pebisnis untuk bersaing dengan kompetitor lainnya, untuk tetap relevan dan bersaing dengan perusahaan lain, penting untuk memiliki perencanaan strategis yang solid. Perencanaan strategi merupakan alat manajemen yang digunakan untuk mengelola situasi saat ini dan memproyeksikan kondisi di masa depan. Dengan demikian, perencanaan strategi menjadi panduan bagi organisasi atau perusahaan dalam menjalankan aktivitas mereka menuju lima hingga sepuluh tahun ke depan. Agar organisasi atau perusahaan dapat mencapai strategi yang telah ditetapkan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, pimpinan perusahaan dan manajer perlu bekerja keras dalam sistem perencanaan strategis yang telah dibuat.

Rencana bisnis memiliki peran penting dalam membimbing pemilik usaha menuju kesuksesan yang lebih besar. Hal ini karena tujuan utamanya adalah untuk menggarisbawahi arah serta target perusahaan, memastikan pencapaian sasaran yang diinginkan. Selain itu, rencana bisnis juga berperan sebagai alat komunikasi yang efektif untuk menarik minat

konsumen, serta sebagai sarana untuk menjalin kerjasama dengan pihak ketiga yang diperlukan (Advisor, 2020). Dengan demikian, rencana bisnis memiliki dua tujuan penting: pertama, berfungsi sebagai peta jalan untuk mencapai kesuksesan perusahaan; kedua, berfungsi sebagai sarana permintaan pendanaan dari investor (Trisninawati & Septayuda, 2014). Menulis rencana bisnis membutuhkan ketelitian dan organisasi agar dapat dipercaya dan dipahami oleh berbagai pihak yang berkepentingan (Parahiyanti, et al., 2020). Akibatnya, setiap bagian dari rencana bisnis perlu dinyatakan sejelas mungkin.

Organisasi yang efektif adalah yang memiliki tujuan yang jelas berdasarkan visi dan misi yang telah disepakati oleh para pendirinya. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan strategi yang dapat mengarahkan langkah-langkah organisasi. Selanjutnya, perencanaan, kebijakan, serta program aksi disusun untuk mengarahkan pencapaian tujuan tersebut. Namun, dalam praktiknya, unsur-unsur tersebut dapat mengalami perubahan karena ketidaksesuaian antara asumsi yang digunakan dalam perencanaan dengan realitas, seperti ketidaksesuaian sumber daya yang diperoleh dengan harapan awal. Selain itu, tujuan yang terlalu abstrak juga dapat menyebabkan perubahan tersebut karena jauh dari harapan yang diinginkan.

Setiap perusahaan membutuhkan rencana, yang disebut sebagai perencanaan strategis dalam korporasi. Dalam menghadapi persaingan yang meningkat, perencanaan strategis membantu dalam penilaian rutin yang diperlukan untuk mencapai tujuan, mendorong pertumbuhan dan perkembangan bisnis, dan meningkatkan pangsa pasar. Pemilihan pasar dan strategi kompetitif dalam menghadapi persaingan adalah dua faktor penting dalam keberhasilan perencanaan strategis. Membedakan barang dan jasa seseorang dari pesaing sangat penting bagi saingan.

Banyak penelitian tentang perencanaan strategis (Amstrong, 1982) dan teori dikembangkan (Hax dan Majluf, 1991; Higgins dan Vienze, 1993; Pearce dan Robinson, 1994) mengemukakan bahwa ada tiga bagian utama dalam proses perencanaan strategis:

(1) perumusan, yang meliputi penetapan tujuan, pengembangan misi, dan penilaian lingkungan internal dan eksternal, serta evaluasi dan pemilihan strategi alternatif; (2) implementasi; dan (3) pengawasan/pengendalian.

KERANGKA TEORI

Definisi umum dari strategi adalah misi organisasi, yang mencakup penetapan tujuan dengan menggabungkan faktor internal dan eksternal. Pencapaian tujuan dan sasaran organisasi juga akan dipastikan dengan desain rencana khusus untuk mencapai tujuan ini dan memastikan bahwa rencana tersebut dilaksanakan dengan benar. Strategi adalah metode komprehensif yang terdiri dari konsep, perencanaan, dan pelaksanaan suatu kegiatan dalam kerangka waktu tertentu. Tim yang bekerja sama, mengidentifikasi komponen pendukung mereka berdasarkan eksekusi logis dari prinsip-prinsip ide, efektivitas pendanaan, dan teknik pencapaian tujuan adalah semua komponen dari strategi yang dirancang dengan baik.

Strategi ini menguraikan arah luas yang harus ditempuh bisnis untuk mencapai tujuannya. Salah satu rencana terbaik dan paling penting untuk setiap bisnis atau organisasi adalah yang satu ini. Bisnis yang dikelola dengan baik harus memiliki strategi, meskipun tidak selalu jelas rencana mana yang digunakan untuk mencapai tujuan yang dimaksudkan.

Definisi strategi seperti yang didefinisikan oleh para profesional akan dibahas di bawah ini, menggambar dari berbagai sumber:

Alfred Chandler mendefinisikan strategi sebagai proses menetapkan tujuan, mengalokasikan sumber daya yang dibutuhkan untuk memenuhi tujuan tersebut, dan memilih tindakan.

Kenneth Andrew mendefinisikan strategi sebagai seperangkat tujuan dan rencana untuk kebijakan. Penelitian harus dilakukan untuk mencapai tujuan. Ini dapat dipamerkan dengan mendefinisikan bisnis yang didukung dan jenis organisasi yang akan didirikan.

Buzzel dan Gale menegaskan bahwa strategi adalah pedoman dan pilihan manajemen

penting yang secara signifikan mempengaruhi kinerja keuangan. Biasanya, pilihan dan kebijakan ini membutuhkan sumber daya yang sulit diganti.

Pedoman yang digunakan perusahaan untuk menerapkan strategi yang menentukan di mana bisnis akan berlokasi dan bagaimana ia akan bersaing. Dengan demikian, integrasi ide-ide inti yang memberikan koherensi dan panduan tindakan organisasi dapat dianggap sebagai pekerjaan strategi.

Perencanaan adalah metode berpikir tentang masalah ekonomi dan sosial, terutama yang berdampak pada masa depan. dengan berfokus pada program, kebijakan, dan hubungan antara keputusan dan tujuan kelompok. Sarjana lain mendefinisikan perencanaan sebagai mengelola sumber daya yang terbatas, mengatur dan mengubah hubungan manusia dengan lingkungan dan masa depan. Merencanakan juga berarti mempertimbangkan masa depan. Perencanaan juga memerlukan pengambilan keputusan dan manajemen. Ini adalah prosedur terstruktur untuk mendapatkan hasil yang dapat diamati dalam berbagai jenis penilaian yang sesuai dengan sistem. Menurut para ahli, perencanaan didefinisikan sebagai berikut:

Perencanaan, menurut Bintoro Tjokroaminoto dalam Husaini Usman (2008), adalah proses mempersiapkan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu.

Prajudi Atmosudirjo dalam Husaini Usman (2008) juga mengatakan bahwa perencanaan adalah perhitungan dan penentuan tentang apa yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu, siapa yang melakukannya, kapan, di mana, dan bagaimana melakukannya.

Namun menurut Widjojo (1985:31) dari Lembaga Administrasi Negara, perencanaan terdiri dari dua hal:

1. Membuat keputusan yang disengaja tentang tujuan spesifik yang terikat waktu berdasarkan nilai-nilai komunitas yang bersangkutan; dan
2. Memilih alternatif yang efektif dan masuk akal untuk mencapai tujuan, baik untuk tujuan menetapkan tujuan untuk jangka waktu yang lebih pendek atau lebih lama. Rencana bisnis adalah komponen penting dari perencanaan bisnis secara keseluruhan. Organisasi akan mengambil keuntungan dari potensi bisnis yang disajikan oleh perencanaan pada khususnya. Perencanaan, menurut Stoner et al. (Solihin, 2007: 5), adalah proses memutuskan sejak awal apa yang ingin dicapai organisasi pada akhirnya dan bagaimana menuju ke sana, serta sumber daya apa yang diperlukan untuk memastikan tujuan terpenuhi. Perencanaan terdiri dari visi, misi, tujuan bisnis organisasi yang harus dipenuhi, metode untuk melakukannya, kebijakan bisnis yang telah ditetapkan perusahaan, program, prosedur, dan anggaran, menurut Jackson et al. (Solihin, 2007: 5). Joel G. et al. (Fahmi, 2013: 35) mendefinisikan perencanaan sebagai proses memilih antara tujuan dan rencana jangka pendek dan jangka panjang.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif dengan fokus kualitatif. Penelitian yang bertujuan untuk mengkarakterisasi suatu gejala, peristiwa, atau kejadian saat ini dikenal sebagai penelitian deskriptif. Metode yang efisien untuk memeriksa teknik perencanaan bisnis yang dapat meningkatkan peluang keberhasilan perusahaan adalah penelitian kualitatif.

Melakukan wawancara mendalam dengan manajer, pemilik usaha, atau eksekutif tingkat atas yang terlibat langsung dalam pengambilan keputusan strategis dan perencanaan bisnis adalah langkah awal dari pendekatan ini. Dengan melakukan wawancara ini, dapat diperoleh pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu bisnis, serta metode yang telah digunakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pengamatan langsung terhadap proses implementasi strategi dan perencanaan bisnis juga dapat dilakukan untuk meningkatkan pemahaman kontekstual.

Penulis menggunakan data kualitatif untuk penelitian ini, yang meliputi kata-kata, kalimat,



skema, dan gambar dari buku dan teori yang relevan dengan penelitian penulis. Para penulis penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang belum diproses yang diperoleh langsung dari sumber primer dan perlu ditangani oleh peneliti.

Penulis juga menggunakan data sekunder yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber lain, seperti buku, dokumen, penelitian sebelumnya, internet, dan sumber lain yang relevan dengan bidang studi mereka.

Penulis menggunakan sumber data primer dan sekunder untuk penyelidikan ini. Data primer berasal dari wawancara langsung dan pengamatan subjek penelitian. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data utama dan data sekunder berikut digunakan:

1. Wawancara adalah sarana untuk mendapatkan penjelasan untuk mengumpulkan data melalui sesi tanya jawab, yang dapat dilakukan secara langsung atau virtual. Secara khusus, mereka dapat melibatkan media komunikasi antara pewawancara dan orang yang diwawancarai, baik dengan atau tanpa pedoman.
2. Observasi adalah proses pengumpulan data yang diperlukan untuk memberikan gambaran yang akurat tentang suatu peristiwa atau kejadian untuk mengatasi masalah penelitian, memberikan cahaya pada perilaku manusia, dan digunakan untuk evaluasi — yaitu, untuk mengukur elemen-elemen tertentu dan mendapatkan umpan balik tentang pengukuran ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kunci kesuksesan dalam memulai bisnis adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide kreatif dan inovatif yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Ide tersebut harus direfleksikan dalam sebuah rencana bisnis yang komprehensif dan realistis, yang mencakup alokasi sumber daya, fokus pada faktor-faktor kunci, serta analisis terhadap tantangan dan peluang yang dihadapi. Perencanaan bisnis menjadi sangat penting dalam menjalankan sebuah usaha, sebagaimana halnya sebuah peta dan kompas yang memberikan arahan dan pedoman. Dengan perencanaan yang matang, tujuan utama bisnis dapat ditetapkan, prioritas dapat disusun, dan target dapat diidentifikasi. Sebuah rencana bisnis yang solid dapat meningkatkan peluang kesuksesan dalam menjalankan bisnis.

Meskipun ada pandangan bahwa rencana bisnis hanya formalitas, namun sebenarnya rencana bisnis memiliki peran yang sangat penting sebagai panduan dan alat untuk menarik dukungan investor. Dalam dunia bisnis, pembicaraan tentang strategi merupakan hal yang tak terpisahkan. Langkah awal yang krusial dalam membangun sebuah usaha, baik itu perusahaan kecil maupun besar, adalah dengan menyusun rencana bisnis yang strategis. Business plan merupakan roadmap strategis yang membantu mencapai tujuan bisnis. Kemampuan dalam menyusun business plan yang baik dan relevan dengan konteks bisnis yang nyata menjadi tolok ukur kesiapan untuk menghadapi persaingan dan resiko dalam dunia bisnis.

Hasil penelitian kami menunjukkan bahwa perencanaan bisnis harus mencakup pengelolaan berbagai aspek kegiatan usaha, mulai dari pemasaran, produksi, pengembangan, hingga keuangan dan sumber daya manusia. Dalam berbisnis, tidak hanya tentang mencari keuntungan semata, tetapi juga tentang strategi dalam membangun sistem manajemen yang kuat agar bisnis dapat bertahan dan berkembang. Sebuah perencanaan bisnis yang matang sebelum memulai usaha sangatlah penting untuk mengantisipasi segala resiko yang mungkin terjadi di masa depan. Business plan menjadi instrumen kunci dalam melakukan proyeksi dan analisis bagi pengambil keputusan, serta menjadi pedoman strategis untuk mencapai tujuan bisnis yang diinginkan. Dalam menyusun perencanaan bisnis atau business plan, terdapat 3 (tiga) komponen krusial yang memerlukan perhatian serius, yakni: konsep bisnis, analisis pasar, dan aspek finansial.

Konsep bisnis, merupakan representasi tertulis dari ide bisnis yang mencakup visi misi perusahaan serta nilai-nilai produk atau jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Konsep bisnis

juga menegaskan kompetensi pelaku usaha dalam menyediakan produk atau jasa tersebut.

Analisis pasar, pemeriksaan menyeluruh terhadap kondisi pasar, termasuk konsumen, saingan, distribusi, dan promosi, diperlukan untuk analisis pasar. Strategi pemasaran yang canggih diperlukan untuk melampaui persaingan dan memenuhi tujuan yang ditetapkan. Ini membahas harga, strategi pemasaran, analisis kompetitif, dan keadaan pasar. Keberhasilan perencanaan pemasaran awal tergantung pada kesadaran menyeluruh tentang persyaratan, preferensi, dan harapan klien masa depan.

Aspek finansial, menggunakan estimasi arus kas, neraca, dan laporan laba rugi untuk menggambarkan status keuangan perusahaan. Saat membuat rencana bisnis, strategi dan analisis keuangan yang cermat sangat penting karena mereka menawarkan perspektif metodis dari tindakan yang diperlukan untuk mencapai tingkat profitabilitas yang ditargetkan. Langkah pertama dalam menciptakan strategi keuangan adalah mencari tahu berapa banyak startup dan modal berjalan yang dibutuhkan setiap organisasi.

Perspektif strategi, serta pandangan yang dimiliki oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam hal identitas dan budaya organisasi, memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja usaha. Tingkat identitas yang tinggi baik dari pihak pelaku bisnis maupun konsumen akan meningkatkan kinerja usaha, yang pada gilirannya bertanggung jawab atas kesuksesan atau kegagalan dalam menjalankan usaha tersebut. Dalam konteks budaya organisasi bisnis, upaya untuk membangun identitas yang jelas, melibatkan semua pihak terkait, dan menjaga konsistensi dalam menjalankan usaha menjadi kunci penting.

Perencanaan Strategis

Sebuah organisasi menggunakan perencanaan strategis untuk menentukan arah atau strateginya dan membuat keputusan tentang cara terbaik untuk mengalokasikan sumber dayanya untuk melaksanakannya. Perumusan strategi di seluruh proses perencanaan strategis merupakan langkah pertama yang penting dan definitif menuju potensi pelaksanaan rencana yang dimaksudkan. Ukuran dan susunan organisasi, gaya kepemimpinan, dan bakat personel untuk melaksanakan perencanaan strategis semuanya memiliki dampak besar pada pilihan metode ini. Bagaimana menerapkan strategi bisnis adalah langkah penting berikutnya setelah disusun.

Perencanaan strategis adalah proses perencanaan jangka panjang yang dicatat, terstruktur, dan mencakup kesepakatan tentang misi dan tujuan organisasi, menurut Shrader, Taylor, dan Dalton (1984: 149-171). Frederickson (1986: 282) mencantumkan inisiasi proses, penetapan tujuan, menjelaskan hubungan antara fase strategis, pelaksanaan strategi, dan tingkat integrasi keputusan sebagai beberapa aspek perencanaan strategis. Pemikiran strategis pemilik bisnis menghasilkan proses perencanaan strategis. Perencanaan strategis formal tidak selalu diperlukan, tetapi sangat penting bahwa pemikiran strategis menggabungkan inovasi kewirausahaan dan intuisi ketika menciptakan visi masa depan untuk bisnis.

Entrepreneurship

Entrepreneurship mencakup semangat kewirausahaan yang bertujuan untuk menghubungkan pengetahuan dengan kebutuhan pasar. Ini memerlukan penciptaan bisnis

baru di samping tugas dan kemampuan kepemimpinan yang diperlukan untuk seorang pengusaha. Sebaliknya, intrapreneurship menggambarkan kegiatan kewirausahaan yang menjembatani kesenjangan pengetahuan antara kebutuhan pasar dan perusahaan.

Seorang individu yang menggabungkan sumber daya, seperti tenaga kerja, bahan baku, dan aset lainnya dengan cara yang menambah nilai dari waktu ke waktu disebut sebagai pengusaha. Dalam pengaturan komersial, mereka juga sering dikaitkan dengan inovasi, perubahan, dan penciptaan peraturan baru.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa bisnis yang menggunakan perencanaan bisnis yang canggih biasanya mengungguli bisnis yang tidak. Pemilik perusahaan dapat lebih berhasil menemukan kemungkinan pasar yang mungkin dan menangani berbagai masalah potensial dengan memiliki strategi perusahaan yang terdefinisi dengan baik. Perencanaan bisnis yang



komprehensif juga dapat membantu dalam pengelolaan risiko bisnis dan meningkatkan efektivitas operasional organisasi.

Selain itu, penelitian ini menekankan betapa pentingnya perencanaan bisnis untuk mendapatkan kepercayaan dari calon investor dan pemangku kepentingan lainnya. Rencana bisnis yang ditulis dengan baik dan terstruktur dengan baik dapat menjadi instrumen yang kuat untuk membujuk investor tentang kemungkinan keberhasilan perusahaan dan pertumbuhan masa depan yang cerah. Dengan demikian, perencanaan bisnis membantu meningkatkan akses perusahaan ke sumber daya keuangan yang dibutuhkan untuk tumbuh serta mengelola operasi.

Dalam lingkungan global dan digital saat ini, bisnis harus dapat tetap up to date dengan tren bisnis yang muncul dan kemajuan teknologi. Bisnis yang dapat dengan cepat menyesuaikan diri dengan perkembangan ini akan memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan mereka yang tidak bisa. Akibatnya, perencanaan bisnis harus adaptif dan fleksibel agar dapat berubah dengan lingkungan bisnis. Peran yang dimainkan komunikasi yang baik dalam menerapkan metode perencanaan perusahaan. Pemahaman bersama tentang tujuan perusahaan dan prosedur yang harus diikuti untuk mencapainya sangat penting bagi semua pemangku kepentingan, termasuk manajer, karyawan, dan pemilik bisnis. Mendapatkan dukungan dan kepercayaan dari investor dan pihak eksternal lainnya membutuhkan komunikasi yang efektif ketika mempresentasikan rencana perusahaan kepada mereka.

Manajemen sumber daya manusia (SDM) secara efektif untuk membantu inisiatif perencanaan bisnis. Salah satu aset perusahaan yang paling berharga adalah departemen sumber daya manusianya, dan mereka memainkan peran penting dalam melaksanakan rencana bisnis. Bisnis harus memastikan bahwa SDM memiliki kemampuan, pengetahuan, dan dorongan untuk mendukung tujuan organisasi. Dalam situasi ini, tindakan penting yang mempromosikan efektivitas teknik perencanaan perusahaan termasuk pengembangan staf dan pelatihan serta manajemen kinerja yang efisien.

Pemantauan dan penilaian kinerja secara berkala sehubungan dengan penerapan teknik perencanaan bisnis. Bisnis dapat menentukan area dalam rencana bisnis mereka yang memerlukan perbaikan dengan melakukan evaluasi menyeluruh. Selain membantu bisnis dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan implementasi strategi perencanaan bisnis, penilaian kinerja yang tepat dapat membantu mereka menilai sejauh mana mereka telah memenuhi tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.

KESIMPULAN

Dalam era globalisasi ini, persaingan bisnis semakin ketat sehingga penting bagi perusahaan untuk memiliki perencanaan strategi yang matang untuk bersaing dan bertahan. Perencanaan strategi membantu mengelola situasi saat ini dan memproyeksikan kondisi di masa depan, memberikan panduan bagi perusahaan dalam aktivitas mereka. Rencana bisnis memainkan peran penting dalam membimbing pemilik usaha menuju kesuksesan yang lebih besar dengan menggarisbawahi arah dan target perusahaan, serta sebagai alat komunikasi efektif untuk menarik minat konsumen dan menjalin kerjasama dengan pihak ketiga. Organisasi yang efektif harus memiliki tujuan yang jelas berdasarkan visi dan misi para pendirinya, dengan strategi, kebijakan, dan program aksi untuk mengarahkan pencapaian tujuan tersebut.

Perencanaan strategis membantu perusahaan dalam evaluasi berkala untuk mencapai tujuan, mendorong kemajuan dan perkembangan perusahaan, serta memperluas pangsa pasar di tengah persaingan yang semakin ketat. Beberapa penelitian mengenai perencanaan strategik menunjukkan bahwa proses perencanaan strategik terdiri dari formulasi, implementasi, dan pengawasan/kontrol. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana perencanaan bisnis yang tepat dapat mempengaruhi keberhasilan jangka panjang suatu usaha, serta untuk mengidentifikasi bagaimana evaluasi dan penyesuaian terhadap strategi bisnis yang telah dirancang dapat meningkatkan adaptabilitas dan daya saing perusahaan.

Dalam menyusun rencana bisnis, konsep bisnis, analisis pasar, dan aspek finansial



merupakan komponen penting yang perlu diperhatikan dengan seksama. Konsep bisnis mencakup visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan, analisis pasar melibatkan penelitian mendalam tentang situasi pasar, pelanggan, pesaing, distribusi, dan promosi, sedangkan aspek finansial menggambarkan situasi keuangan perusahaan melalui laporan keuangan dan proyeksi arus kas. Dengan memperhatikan ketiga komponen ini secara holistik, perencanaan bisnis yang efektif dapat disusun untuk mendukung pencapaian tujuan bisnis dan meningkatkan potensi keberhasilan usaha.

SARAN

Untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti lebih dalam mengenai strategi perencanaan bisnis untuk meningkatkan keberhasilan suatu usaha dengan memperhatikan lebih banyak aspek untuk membuat strategi suatu bisnis kedepannya. Karena, suatu perencanaan bisnis yang dipersiapkan dengan melihat lebih banyak aspek dalam perusahaan dapat meminimalisir adanya resiko saat bisnis berjalan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus Sri Wahyudi. Manajemen Strategi, (Jakarta: Binarupa Aksara,1996) hal:19
- Asmarani, D. E. (2006). Analisis Pengaruh Perencanaan Strategi Terhadap Kinerja Perusahaan Dalam Upaya Menciptakan Keunggulan Bersaing (Studi Empirik pada Industri Kecil Menengah Tenun Ikat di Troso, Jepara) (Doctoral dissertation, program Pascasarjana Universitas Diponegoro).
- Fandi Tjiptono, Strategi Pemasaran, Cet. Ke-II (Yogyakarta: Andi,2000) hal: 17
- Fitriyani, I., Sudiarti, N., & Fietroh, M. N. (2020). Strategi manajemen bisnis pasca pandemi covid-19. Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities, 1(2), 87-95.
- Malik, Imam.2020.*STRATEGI PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS DALAM MENGHADAPI PERDAGANGAN BEBAS MASYARAKAT EKONOMI ASEAN*.Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis.Vol. 3 No. 1. Hal :45-46
- Margolang, A. I., Silalahi, K. A., & Nst, M. R. S. (2024). Rencana Bisnis dalam Meningkatkan Usaha UMKM di Era Digitalisasi. Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(12).
- Soelaiman, L., & Liusca, C. (2022). Penyusunan Rencana Bisnis Sebagai Langkah Pengembangan Usaha Coffee Shop. *Madani: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2).
- Syafi'i Antonio, Bank Syariah dari Teori ke Praktek, Cet. 1 (Jakarta: GemaInsani, 2001), hal: 153-15