



COMMUNITY ENGAGEMENT ARTICLE

Pelatihan Pembuatan Rencana Bisnis bagi Koperasi Mitra Anuek Laot Lhok Lamteungoh Kabupaten Aceh Besar

Susanti ¹ | Saiful Amri ^{2*} | Sarboini ³ | Manovri Yeni ⁴ | Ira Damayanti ⁵ | Agustiar ⁶

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Serambi Mekkah, Kota Banda Aceh, Provinsi Aceh, Indonesia.

^{4,5,6} Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah, Kota Banda Aceh, Provinsi Aceh, Indonesia.

Correspondence

^{2*} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Serambi Mekkah, Kota Banda Aceh, Provinsi Aceh, Indonesia.
Email: saiful.amri@serambimekkah.ac.id

Funding information

Universitas Serambi Mekkah.

Abstract

This training aims to increase the understanding of cooperative members in designing an effective Business Plan. This training includes developing a Business Plan, facilitating ideas and concepts, as well as drafting a Business Plan for cooperatives. The method applied in this activity is the participatory method, which is an effective learning approach by involving the activities of participants in the process of planning, implementing, and evaluating. The results of this training can be seen from the increased knowledge and involvement of participants in learning. The three types of businesses chosen by the participants as the focus of the SWOT analysis and Business Plan design were fish and octopus marketing, fishing gear marketing, and tourism businesses. The draft Business Plan resulting from this training will become the basis for developing a more comprehensive Business Plan, which will be implemented in stages. This draft will be used as a guide in cooperative member meetings to direct the steps for the next Community Service program.

Keywords

Business Plan; SWOT Analysis; Cooperatives; Bussiness Model Canvas (BMC).

Abstrak

Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman para anggota koperasi dalam merancang Bisnis Plan yang efektif. Pelatihan ini mencakup pembuatan Bisnis Plan, fasilitasi ide dan konsep, serta penyusunan rancangan Bisnis Plan untuk koperasi. Metode yang diterapkan dalam kegiatan ini adalah metode partisipatif, yang merupakan pendekatan pembelajaran yang efektif dengan melibatkan aktifitas peserta dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Hasil dari pelatihan ini terlihat dari peningkatan pengetahuan dan keterlibatan peserta dalam pembelajaran. Tiga jenis usaha yang dipilih oleh peserta sebagai fokus analisis SWOT dan perancangan Bisnis Plan adalah pemasaran ikan dan gurita, pemasaran alat pancing, serta usaha wisata. Draft Bisnis Plan yang dihasilkan dari pelatihan ini akan menjadi dasar bagi pengembangan Bisnis Plan yang lebih komprehensif, yang akan diimplementasikan secara bertahap. Draft ini akan dijadikan panduan dalam rapat anggota koperasi untuk mengarahkan langkah-langkah program Pengabdian selanjutnya.

Kata Kunci

Rencana Bisnis; Analisis SWOT, Koperasi, Bisnis Model Canvas (BMC).

1 | PENDAHULUAN

Kemampuan untuk mengembangkan ide-ide kreatif dan inovatif dengan nilai ekonomi yang tinggi dan merinci rencana bisnis yang matang serta realistis, merupakan salah satu faktor kunci dalam mencapai kesuksesan dalam dunia usaha. Rencana bisnis ini mencakup strategi alokasi sumber daya, penekanan pada faktor-faktor kunci, serta penanganan permasalahan dan peluang yang teridentifikasi. Perencanaan bisnis ini serupa dengan peta dan kompas yang memberikan arah dalam mengelola bisnis. Pengembangan perencanaan bisnis yang matang membantu dalam menetapkan tujuan utama bisnis, mengatur skala prioritas, dan menetapkan sasaran yang ingin dicapai. Keberadaan rencana bisnis yang terstruktur secara baik berkontribusi pada peningkatan peluang kesuksesan dalam menjalankan bisnis. Pentingnya perencanaan bisnis tidak dapat diabaikan, terutama dalam konteks menjalankan dan mengembangkan bisnis. Meskipun ada pandangan bahwa rencana bisnis hanya merupakan formalitas semata, nyatanya rencana bisnis memiliki peran penting sebagai panduan dan alat untuk mencari dukungan dari para investor, terutama bagi mereka yang sedang memulai atau mengembangkan bisnis. Bagi entitas bisnis berorientasi profit seperti koperasi, perusahaan terbatas (PT), komanditer (CV), dan lembaga serupa, rencana bisnis bukan hanya sekadar dokumen perencanaan, tetapi juga menjadi indikator pelaksanaan aktivitas bisnis serta alat evaluasi terhadap perkembangan bisnis itu sendiri.

Menurut Rhonda Abrams (2008), rencana bisnis adalah dokumen esensial yang merangkum deskripsi perusahaan. Rencana ini mempresentasikan posisi saat ini, visi masa depan, dan strategi untuk mewujudkan visi tersebut [1]. Untuk organisasi seperti koperasi, yang tidak hanya merupakan badan usaha tetapi juga sebuah gerakan ekonomi rakyat dengan landasan prinsip koperasi, keberadaan rencana bisnis menjadi suatu kewajiban. Terlebih lagi, tanggung jawab koperasi dalam meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat secara umum, serta berkontribusi pada pembangunan ekonomi nasional, menjadikan rencana bisnis sebagai instrumen yang sangat penting. Dalam gambaran yang lebih luas, menegaskan pentingnya perencanaan bisnis. Suprpto (2018) menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan proposal rencana bisnis (business plan) dapat signifikan dalam meningkatkan kemampuan berwirausaha siswa [2]. Noor dan Rahmasari (2018) menyoroti esensi perencanaan bisnis yang memadai bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) [3]. Barrow, Barrow, dan Brown (2005) menggarisbawahi pentingnya *workbook* dalam perencanaan bisnis [4]. Penelitian lain seperti Kraus *et al.* (2008) [5], Gultom (2020) [6], dan Afriansyah *et al.* (2022) [7] juga menggambarkan studi kelayakan dan pelatihan kewirausahaan yang melibatkan rencana bisnis sebagai instrumen penting dalam pengembangan bisnis dan kewirausahaan. Tidak dapat dipungkiri bahwa rencana bisnis memainkan peran kunci dalam membimbing koperasi menuju pencapaian tujuan strategisnya. Melalui penyusunan rencana bisnis yang cermat dan berfokus, koperasi akan memiliki kerangka kerja yang jelas untuk mengarahkan aktivitas bisnisnya, mengatasi tantangan, dan memanfaatkan peluang yang muncul. Selain itu, rencana bisnis juga menjadi alat yang penting dalam menjalin kemitraan dengan investor, pemangku kepentingan, dan berbagai pihak terkait lainnya. Dengan demikian, melalui rujukan pada literatur dan penelitian yang relevan, serta didukung oleh konsep-konsep yang mapan dalam manajemen bisnis, kebutuhan akan perencanaan bisnis bagi koperasi menjadi semakin meyakinkan dan tidak dapat diabaikan. Rencana bisnis menjadi landasan yang kokoh untuk menggapai visi dan misi koperasi serta berkontribusi secara berkelanjutan pada kemajuan ekonomi dan masyarakat.

Koperasi Mitra Aneuk Laot, yang didirikan pada Januari 2023, memiliki fokus kegiatan di sektor kelautan dan perikanan. Hal ini berdasarkan pada kebutuhan anggota koperasi, mayoritas di antaranya adalah nelayan, serta kondisi perekonomian dan struktur geografis desa Lamteungoh yang dikelilingi oleh lautan. Visi Koperasi Mitra Aneuk Laot adalah "Meningkatkan Kesejahteraan Nelayan dalam Meningkatkan Perekonomian Anggota Nelayan dan Masyarakat Umum yang Dikelola Secara Profesional, Mandiri, Terbuka, dan Ramah Lingkungan Sesuai dengan Prinsip dan Nilai Koperasi." Misi koperasi meliputi penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan perikanan dan koperasi, pelayanan kebutuhan anggota dan nelayan, serta penyediaan sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh anggota dan nelayan. Untuk mewujudkan visi dan misi ini, perencanaan bisnis menjadi suatu keharusan. Oleh karena itu, sebagai fasilitator, para dosen memiliki tanggung jawab untuk membantu koperasi mengembangkan dokumen rencana bisnis terbaik.

Maka untuk mewujudkan visi dan misi koperasi ini, maka sewajarnya koperasi membuat Rencana Usaha agar lebih cepat mencapainya. Dalam hal ini selaku fasilitator yaitu para dosen berkewajiban memberikan hal yang terbaik agar koperasi memiliki dokumen Bisnis Plan yang terbaik. Kegiatan yang dilakukan diharapkan mampu memberikan manfaat besar bagi koperasi sehingga ditetapkan tujuan dari kegiatan ini adalah; 1) Meningkatkan pemahaman Pengawas, Pengurus dan Anggota Koperasi terkait pembuatan Bisnis Plan (Rencana Bisnis), 2) Mengakumulasi dan dokumentasi pemikiran-pemikiran dari pengurus, pengawas dan anggota koperasi dalam merumuskan, dan 3) Menghasilkan Draft Bisnis Plan Koperasi yang akan menjadi acuan dalam rapat anggota koperasi maupun pelaksanaan bisnis nantinya.

2 | METODE

2.1 Metode Pelaksanaan Kegiatan

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode partisipatif, yang merupakan model pembelajaran yang efektif dengan melibatkan peserta kegiatan dalam menyusun, melaksanakan, dan menilai proses. Metode ini juga berdasarkan metode pembelajaran untuk orang dewasa, yang disebut sebagai andragogi, yang merupakan seni dan ilmu membantu orang dewasa dalam belajar [8]. Dalam hal ini, metode ini melibatkan peserta dalam beberapa aspek, yaitu (a) menentukan kebutuhan belajar, (b) merumuskan tujuan pembelajaran, (c) mengambil bagian serta bertanggung jawab dalam perencanaan dan penyusunan pengalaman belajar, serta (d) berpartisipasi dalam menilai proses dan hasil pembelajaran. Dalam penerapan metode ini, kegiatan dilakukan melalui tahapan berikut:

- 1) Persiapan dan Pembukaan
Setiap kegiatan selanjutnya dilakukan dimulai dengan kegiatan *ceremonial* yaitu pembukaan acara, kegiatan pembukaan pada kegiatan ini dihadiri dari pengurus koperasi dan para anggota, perangkat gampong dan ketua panglima laot. Adapun kegiatan dibuka oleh panglima laot sebagai salah satu pemangku kepentingan di desa lamteungoh. Selain pembukaan acara pada sesi hari kedua dilakukan pembukaan dengan mereview kegiatan sebelumnya. Fungsinya adalah mengingat Kembali materi yang disampaikan ataupun di diskusikan pada kegiatan hari sebelumnya (hari pertama)
- 2) Brainstorming dan ceramah
Setelah dilakukan pembukaan, maka agenda selanjutnya adalah Brainstorming kepada para peserta agar bisa menyampaikan dulu harapan dalam mengikuti pelatihan dan aturan yang berlaku dalam kegiatan dari hari yang pertama sampai selesai, setelah ada kesepakatan Bersama maka kegiatan dimulai dengan agenda brainstorming tentang materi pokok yang akan disampaikan dengan tujuan melihat tingkat pengetahuan peserta dan juga untuk merelevansikan tujuan organisasi ini, visi misi dengan perencanaan bisnis yang akan dihasilkan.
- 3) Diskusi kelompok
Setiap Luaran berupa dokumen ataupun aturan yang dihasilkan, merupakan hasil dari kesepakatan dan hasil dari diskusi kelompok peserta, seperti aturan kegiatan pelatihan, tata tertib dan dokumen Rencana Bisnis yang dihasilkan.
- 4) Presentasi
Setiap hasil diskusi kelompok dipresentasikan ke semua peserta, selain untuk saling memahami juga untuk saling memberikan saran maupun kritikan yang membangun bagi dokumen bisnis plan yang dihasilkan.
- 5) kesimpulan dan rekomendasi
Selesai kegiatan secara bersama ditarik kesimpulan dan rekomendasi yang lahir dari diskusi kelompok, usul dan saran dari peserta pelatihan, hal ini penting untuk dilakukan sebagai salah satu tindakanjnt dari kegiatan.



Gambar 1. Foto Bersama peserta dan fasilitator dalam kegiatan pelatihan

2.2 Waktu dan tempat Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan pada bulan Mei tahun 2023 di Meunasah Desa Lhok Lamteungoh Kabupaten Aceh Besar.

2.3 Jadwal Kegiatan

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

Waktu	Kegiatan	PIC	keterangan
Jum'at, 26 Mai 2023			
08.30-09.00	Registrasi dan Persiapan	Panitia	Mahasiswa dan Mitra
09.00-09.30	Pembukaan	Panitia	Mahasiswa dan mitra
09.30-10.00	Brainstorming visi misi koperasi dan rencana usaha Koperasi	Fasilitator	Dosen
10.00-10.15	Coffee Break	Panitia	Mahasiswa dan mitra
10.15-11.00	Memahami Analisis SWOT	Fasilitator	Dosen
11.00-12.00	Diskusi kelompok Membuat Analisis SWOT	Fasilitator	Mahasiswa dan Mitra
12.00-14.00	ISHOMA	Panitia	Dosen
14.00-15.00	Presentasi analisis SWOT	Fasilitator	Mahasiswa dan Mitra
15.00-16.00	Memahami Bisnis Model Canvas (BMC)	Fasilitator	Dosen
16.00-16.30	Coffee Break	Panitia	Mahasiswa dan Mitra
16.30-18.00	Diskusi Kelompok membuat BMC	Fasilitator	Dosen
18.00-	Penutupan	Panitia	Mahasiswa dan Mitra
Sabtu, 27 Mai 2023			
08.30-09.00	Review kegiatan hari pertama	Fasilitator	Dosen
09.00-11.00	Presentasi Hasil Diskusi BMC	Panitia	Mahasiswa dan Mitra
11.00-12.00	Memahami Cara membuat Bisnis Plan	Fasilitator	Dosen
12.00-14.00	ISHOMA	Panitia	Mahasiswa dan Mitra
14.00-15.00	Diskusi Pembuatan Bisnis Plan	Fasilitator	Dosen
15.00-16.00	Presentasi Bisnis Plan	Panitia	Dosen
16.00-16.30	Coffee Break	Fasilitator	Mahasiswa dan Mitra
16.30-18.00	Kesimpulan dan Rekomendasi	Fasilitator	Dosen
18.00	Rekomendasi, Kesimpulan dan penutupan	Fasilitator	Dosen, mahasiswa dan Mitra

3 | HASIL DAN DISKUSI

3.1 Hasil

Kegiatan dilaksanakan selama dua hari yaitu dimulai pada hari jum'at 26 s/d 27 Mai 2023. Terdiri dari 3 tema utama yaitu Analisis SWOT, Bisnis Model Canvas dan Bisnis Plan. Berikut terperinci proses kegiatan berdasarkan tema utama sebagai berikut:

1) Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu alat analisis yang digunakan untuk melihat kekuatan, kelemahan dan peluang serta Ancaman dalam sebuah usaha. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2006) Dalam kegiatan ini peserta memutuskan untuk menganalisis 3 usaha yaitu oleh Penerimaan peserta kegiatan dalam menerima materi analisis SWOT sangat baik, hal ini dibuktikan dengan adanya interaksi aktif di dalam forum terkait dengan materi yang diberikan, dan dokumen yang dihasilkan oleh; 1) Kelompok Usaha Pemasaran Ikan dan Gurita, 2) Kelompok Usaha Pemasaran Alat Tangkap Pancing, dan 3) Kelompok Usaha Wisata.

a) Kelompok Usaha Pemasaran Ikan dan Gurita

Tabel 2. Analisis SWOT Usaha Pemasaran Ikan dan Gurita

Kekuatan	Kelemahan
<ul style="list-style-type: none"> - Didukung oleh koperasi - Nelayan dari anggota koperasi - Tempat penampung sudah tersedia - Legalitas koperasi sudah lengkap 	<ul style="list-style-type: none"> - Keterbatasan modal - Sumberdaya alam kurang memadai - SDM pengelolaan masih terbatas - Kuala masing dangkal - Operasional

Peluang	Ancaman
<ul style="list-style-type: none"> - Keterbatasan modal - Sumberdaya alam kurang memadai - Sdm pengelolaan masih terbatas - Kualita masing dangkal - Operasional 	<ul style="list-style-type: none"> - Cuaca - Persaingan di luar Koperasi - Bencana

b) Kelompok Pemasaran Alat Tangkap (toko Pancing)

Tabel 3. Analisis SWOT Pemasaran Alat Tangkap (Toko Pancing)

Kekuatan	Kelemahan
<ul style="list-style-type: none"> - Pembeli dari anggota dan nelayan - Modal dari anggota - Sarana atau secretariat koperasi sudah ada - Modal dari sumber lain yang mendukung usaha 	<ul style="list-style-type: none"> - Modal yang terbatas - SDM - Sistem pengelolaan - Operasional
Peluang	Ancaman
<ul style="list-style-type: none"> - Untuk mendapatkan keuntungan yang jelas untuk koperasi - Masyarakat dominan nelayan - Kompetisi dalam harga - Tidak ada toko lain - Kerjasama dengan distributor 	<ul style="list-style-type: none"> - Pesaing dari luar - Daya beli pembeli

c) Kelompok Wisata

Tabel 4. Analisis SWOT Usaha Wisata

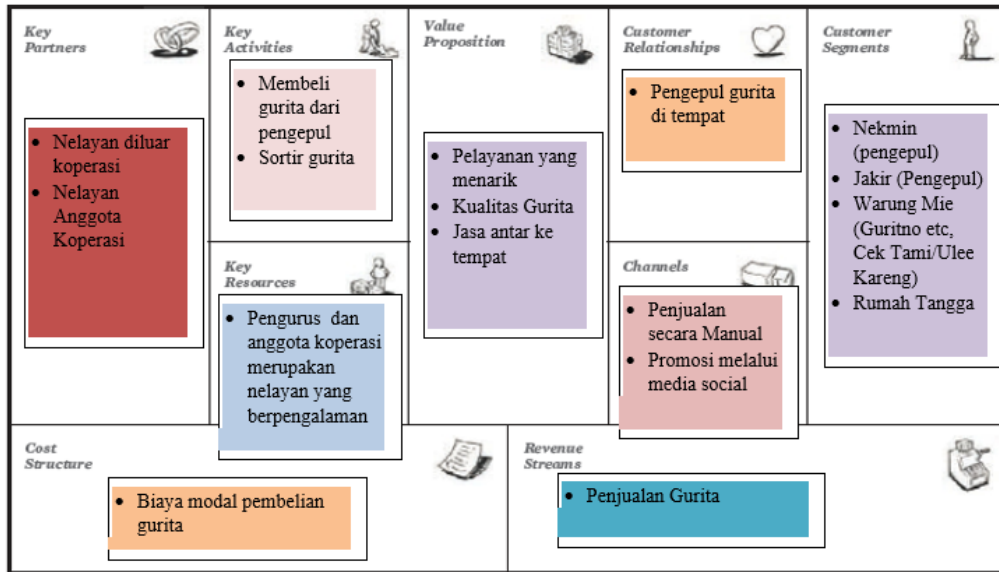
Kekuatan	Kelemahan
<ul style="list-style-type: none"> - Koperasi memiliki modal - SDM tersedia - Ada bot nelayan - Ada Lembaga sebagai penanggung jawab - Legalitas 	<ul style="list-style-type: none"> - Modal minim - Alat snorkeling - Promosi wisata - Bentuk Kerjasama - Belum ada aturan yang mengatur tentang wisata - Izin dari desa
Peluang	Ancaman
<ul style="list-style-type: none"> - Banyak potensi wisata - Izin dari Lembaga panglima laot - Dukungan dari pemerintah - Antar jemput - Kerjasama dengan toko pancing - Merupakan salah satu prioritas Program pemerintah - Kolaborasi paket wisata dengan pihak lain seperti kelompok wisata kuala cangkoi 	<ul style="list-style-type: none"> - Izin dari desa - Musim

Dari analisis SWOT usaha diatas, maka untuk menentukan prioritas usaha yang mudah untuk dijalankan adalah, dengan melihat lebih banyak kekuatan dan peluang dibandingkan dengan kelemahan dan ancamannya. Serta melihat keseriusan ancaman dari usaha, yang pengaruhnya terhadap keberlangsungan usaha. Dalam Hal ini, berdasarkan analisis yang ada maka, peserta memilih dua fokus utama usaha yaitu : 1) Kelompok Usaha Pemasaran Ikan dan Gurita, dan 2) Kelompok Usaha Pemasaran Alat Tangkap Pancing. Dari Hasil diskusi ini, maka langkah selanjutnya adalah membuat Bisnis Model Canvas

2) **Bisnis Model Canvas**

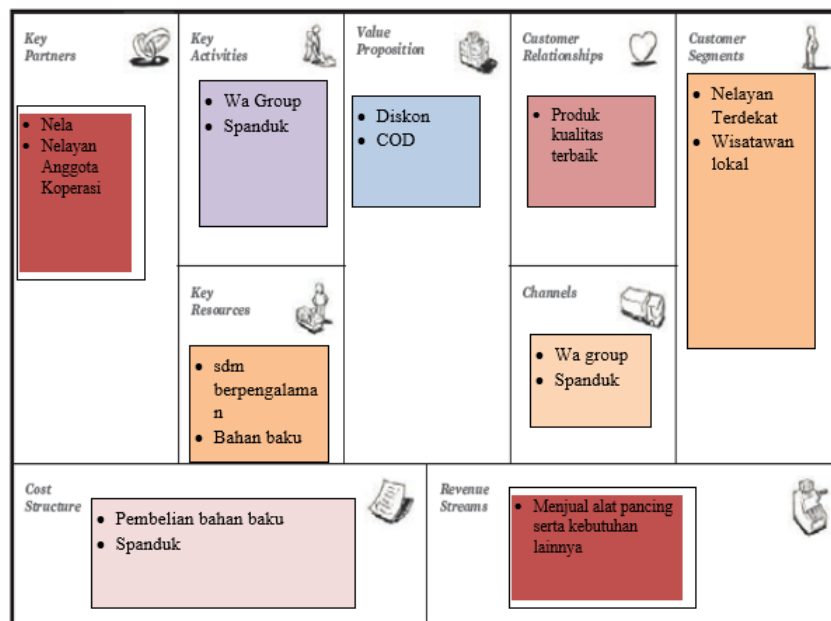
Sebelum merumuskan Bisnis Plan, maka ada baiknya dibuat gambaran atau potret usaha yang akan dijalankan, potret usaha dapat digambarkan dengan salah satu model bisnis yaitu Bisnis Model Canvas. Berikut ini adalah hasil rumusan Bisnis Model Canvas

The Business Model Canvas



Gambar 2. Bisnis Model Canvas Usaha penjualan ikan dan gurita

The Business Model Canvas



Gambar 3. Bisnis Model Canvas Usaha Penjualan alat pancing

Pada gambar 2 dan 3 BMC usaha pemasaran Ikan dan Gurita dan Usaha penjualan alat pancing menggambarkan rencana usaha yang dijalankan, melalui 9 blok pada BMC. Karena merupakan usaha Baru, gambaran usaha masih sederhana, seiring dengan waktu BMC akan terus bisa diperbaharui, ditambah maupun dirubah sesuai dengan kebutuhan rencana usaha.



Gambar 4. Kerja kelompok peserta dalam kegiatan

3) Bisnis Plan (Rencana Bisnis)

Dari BMC maka kita bisa kemudian mengembangkan menjadi Bisnis Plan dengan informasi dan data yang lebih terperinci lagi. Adapun pembuatan bisnis plan dikembangkan dari beberapa Aspek yaitu :

- a) Identitas dan karakteristik usaha
- b) Aspek kelembagaan
- c) Aspek produksi
- d) Aspek pemasaran
- e) Aspek Keuangan

Beberapa Informasi faktual tentu tidak perlu di diskusikan seperti karakteristik Lembaga atau informasi yang telah tersedia, namun informasi produk dan pemasaran tetap harus diperoleh dari diskusi peserta, karena manfaatnya adalah untuk menyamakan persepsi dari semua pihak, agar tidak menjadi kontraversi di dalam pelaksanaan nantinya. maka informasi detail yang akan di diskusikan adalah jenis produk dengan sasaran pasar, volume, pangsa pasar dan Anggaran yang dibutuhkan. Setelah informasi ini lengkap, maka akan dilakukan pendampingan lanjutan secara intensif untuk melengkapi Bisnis plan secara komprehensif.

Tabel 5. Rincian data bisnis plan Pemasaran Ikan

Jenis Produk	Sasaran Pasar	Volume pasar (kg)	Pangsa pasar (Kg)	Anggaran Biaya (Rp)	Keterangan
Gurita Basah	Toke	50	5	60.000	250 kg
	Warung Mie	300	20	60.000	20 kg
	Industri ikan Asin	30	3	60.000	3 pasar
	Pasar Online	10	15	60.000	15 kg
Tiram Basah	Warung nasi	150	14	30.000	14 kg
	Warung Mie	300	12	30.000	12 kg
	Pasar online	10	6	30.000	6 kg
Total				18.960.000	

Tabel 6. Rincian data Bisnis Plan Pemasaran alat pancing

Jenis Produk	Sasaran Pasar	Volume pasar (kg)	Pangsa pasar	Anggaran Biaya (Rp)	Keterangan
Lem Epoxy	Pemancing Umum, Wisatawan dan Nelayan sekitar, anggota Koperasi	1 ktk	Nelayan, wisatawan, masyarakat umum		
Ranji		1 lsn			
Serat fiber		2 ktk			
Pengeras/Resin		1 ktk			
Mata pancing		5 ktk			
Kili-Kili		1 lsn			
Pengeras Resin		1 lsn			
Alat Pancing/mata pancing		1lsn			
Timah		2 lsn			
Jenis produk		1 lsn			
Jaring		2lsn			
Tudung		3 lsn			

Benang Pancing		4lsn			
Volume Pasar		5 lsn			
Total				18.960.000	
Operasional Kegiatan				5.000.000	
Grand Total				23.000.000	

Dalam perencanaan biaya bahan disesuaikan dengan perkembangan lingkungan harga , sehingga tidak disebutkan secara terperinci Kegiatan pembuatan rencana bisnis dilanjutkan lagi dengan sistem pendampingan intensif untuk mendapatkan hasil bisnis plan yang lengkap dan komprehensif.

3.2 Diskusi

Hasil kegiatan yang berlangsung selama dua hari, yakni pada tanggal 26 hingga 27 Mei 2023, memberikan gambaran tahapan penting dalam pengembangan rencana bisnis bagi koperasi. Fokus utama kegiatan ini terdiri dari tiga tema esensial, yaitu Analisis SWOT, Bisnis Model Canvas, dan Bisnis Plan. Kegiatan dimulai dengan mendalaminya Analisis SWOT. Dalam fase ini, peserta melakukan eksplorasi mendalam terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang berpotensi memengaruhi kelangsungan usaha. Tiga jenis usaha diidentifikasi sebagai objek analisis, yaitu pemasaran ikan dan gurita, pemasaran alat tangkap pancing, dan usaha wisata. Analisis SWOT memberikan wawasan kritis mengenai faktor-faktor penting yang berperan dalam membentuk performa bisnis di setiap sektor. Langkah selanjutnya melibatkan pembentukan Bisnis Model Canvas (BMC). BMC digunakan untuk memberikan gambaran lebih terinci tentang gambaran umum usaha. Dalam sembilan elemen kunci BMC, seperti sumber pendapatan, biaya, kemitraan strategis, dan lainnya, peserta menggambarkan struktur bisnis secara holistik. Meskipun bersifat konseptual, BMC membantu membentuk fondasi yang kuat untuk merumuskan rencana bisnis yang kokoh. Proses dilanjutkan dengan tahap perumusan Rencana Bisnis yang lebih terperinci. Dokumen ini memuat informasi rinci mengenai segala aspek usaha. Di bagian pemasaran, peserta mendiskusikan aspek-aspek yang lebih mendalam seperti jenis produk, target pasar, volume penjualan, pangsa pasar, serta anggaran biaya yang dibutuhkan. Diskusi ini memiliki signifikansi penting dalam memastikan pemahaman dan konsistensi rencana di antara semua peserta. Hasil dari kegiatan ini menjadi fondasi bagi tahapan berikutnya dalam penyusunan rencana bisnis yang lebih detail. Dengan adanya pendampingan lanjutan, diharapkan rencana bisnis akhir akan semakin komprehensif dan akurat. Ini menegaskan bahwa proses perencanaan merupakan landasan esensial dalam mengarahkan usaha menuju kesuksesan dan keberlanjutan. Dengan keterlibatan aktif peserta dalam setiap tahapan, mulai dari Analisis SWOT hingga Bisnis Plan, koperasi memiliki fondasi yang kuat untuk meraih tujuan bisnisnya. Pengalaman ini juga meningkatkan kesadaran akan pentingnya perencanaan terarah dalam pengembangan usaha. Seluruh hasil dari diskusi ini akan membentuk dasar untuk langkah-langkah selanjutnya dalam upaya meningkatkan koperasi dan optimalisasi peluang usaha..

4 | KESIMPULAN

Berdasarkan hasil diskusi dan presentasi yang dihasilkan dalam kegiatan pelatihan Bisnis Plan, beberapa kesimpulan dapat diambil. Pertama, terdapat peningkatan pengetahuan peserta yang dapat dilihat dari keterlibatan aktif mereka dalam forum diskusi serta output dari diskusi yang dihasilkan selama kegiatan. Kedua, dari berbagai usaha yang dianalisis, terpilih tiga jenis usaha untuk dilakukan Analisis SWOT, yaitu pemasaran ikan dan gurita, pemasaran alat pancing, dan usaha wisata. Setelah proses analisis SWOT, peserta kemudian memilih dua usaha untuk disusun dalam bentuk bisnis model, yakni pemasaran ikan dan gurita serta pemasaran alat/toko pancing. Dalam tahap penyusunan bisnis plan, para peserta secara kolektif membahas aspek-aspek umum seperti jenis produk, sasaran pasar, volume penjualan, serta anggaran yang dibutuhkan. Untuk melanjutkan perencanaan bisnis yang lebih komprehensif, dilakukan pendampingan intensif agar hasil bisnis plan yang dihasilkan menjadi lebih lengkap dan detail. Kegiatan ini memastikan bahwa bisnis plan yang terbentuk mampu menjadi panduan yang efektif dalam menjalankan usaha-usaha yang telah direncanakan. Proses perencanaan yang terarah dan kolaboratif ini membuktikan bahwa langkah-langkah yang cermat dan terencana adalah kunci menuju kesuksesan dalam pengembangan usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Penulis Mengucapkan terimakasih kepada Lembaga Pengabdian pada Masyarakat (LPPM) Universitas Serambi Mekkah dan Tim Universitas Muhammadiyah sera perangkat gampong khususnya ketua Panglima Laot Lhok lamteungoh Aceh Besar yang telah mendukung terlaksananya kegiatan Pengabdian Masyarakat ini sehingga terlaksana dengan baik.

REFERENSI

- [1] Abrams, R., & Yuwono, V. A. (2008). Business plan in a day: Cara jitu membuat rencana bisnis. *Yogyakarta: Kanisius*.
- [2] Suprpto, H. A. (2018). Pelatihan pembuatan proposal rencana bisnis (business plan) bagi siswa madrasah Tsanawiyah Nurul Hikmah dan SMP Al-ihsan guna meningkatkan kemampuan berwirausaha. *Abdimas Siliwangi, 1*(2), 81-88.
- [3] Noor, C. M., & Rahmasari, G. (2018). Esensi Perencanaan Bisnis yang Memadai Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1*(3).
- [4] Barrow, C., Barrow, P., & Brown, R. (2005). *The business plan workbook*. Kogan Page Publishers.
- [5] Kraus, S., Harms, R., & Schwarz, E. (2008). Strategic business planning and success in small firms. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, 8*(4), 381-396.
- [6] Gultom, A. W. (2020). Pelatihan Kewirausahaan: Pembuatan Rencana Bisnis Bagi Umkm Di Kabupaten Oku. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat, 4*(3), 598-606.
- [7] Afriansyah, A., Kristanti, D., Wahyuningsih, R. S. H., Vuspitasari, B. K., Kesumajaya, R., Aziz, A. A., ... & Abdurohim, A. (2022). Studi Kelayakan Rencana Bisnis.
- [8] Sudjana, D. (2001). *Metode dan teknik pembelajaran partisipatif*. Falah Production.

How to cite this article: Susanti, Amri, S., Sarboini, Yeni, M., Damayanti, I., & Agustiar. (2023). Pelatihan Pembuatan Rencana Bisnis bagi Koperasi Mitra Anuek Laot Lhok Lamteungoh Kabupaten Aceh Besar. *AJAD : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3*(2), 75–83. <https://doi.org/10.59431/ajad.v3i2.176>.