

Pelatihan Pembuatan *Business Plan* bagi Pelajar sebagai Bentuk *Sociopreneuership*

Jafar Basalamah^{1*}, Moh. Zulkifli Murfat², Sabri Hasan³, Muhammad Ashoer⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen, Universitas Muslim Indonesia, Makassar, Indonesia

*e-mail : jafarbasalamah@umi.ac.id, Mohzulkifli.murfat@umi.ac.id, Sabri.hasan@umi.ac.id, muhammad.ashur@umi.ac.id

Abstrak

Bisnis plan adalah suatu pedoman yang menjabarkan rancangan manajemen bisnis dari awal terbentuk sampai nanti evaluasi dari bisnis yang berjalan tersebut. Pengabdian ini bertujuan untuk mengedukasi pelajar di desa sanrobone, Takalar agar dapat memahami bagaimana penerapan rencana bisnis dan juga cara memasarkan produk rumah tangga dengan tepat sasaran. Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan ini ada dua, pertama kami melakukan sosialisai terkait bagaimana memahami perencanaan bisnis dalam memasarkan suatu produk olahan rumah tangga. Kedua, kami melakukan pelatihan kepada pelajar di desa untuk membuat perencanaan bisnis serta Menyusun stretegi pemasaran dalam mengidentifikasi konsumen secara tepat dan memperluas jangkuan penjualan. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa Sebagian besar pelajar masih memakai cara tradisional dalam memasarkan produk mereka. Lebih lanjut, para pelajar belum dapat memahami business plan dan cara membuat perencanaan bisnis mereka. Kegiatan ini menjadi langkah awal bagi pelajar desa Sanrobone untuk memahami pembuatan business plan dalam penjualan produk olahan rumah tangga.

Kata Kunci: *Business Plan, Marketing, Sociopreneuership.*

Abstract

A business plan is a comprehensive plan that provides a detailed roadmap for managing a firm, starting from its inception and extending to the ongoing assessment of its operations. The purpose of this service is to provide education to students in the community of Sanrobone, Takalar, with the goal of equipping them with the knowledge and skills to effectively execute a business plan and market domestic products with precision and accuracy. There are two implementation approaches utilized in this activity. Firstly, we engage in socialization to comprehend the business strategy involved in selling a household processing product. Furthermore, we provide training to students in the community on developing business plans and implementing effective marketing strategies to precisely identify consumers and boost sales. The results indicate that the majority of students continue to employ conventional approaches in promoting their businesses. Moreover, the students currently lack the ability to comprehend the business plan and the process of formulating their own business strategies. This activity serves as an initial stage for the kids of Sanrobone Village to comprehend the process of creating a business strategy for selling household processing products.

Keywords: *Business Plan, Marketin, Sociopreneuership.*

1. PENDAHULUAN

Saat ini, banyak sekali orang-orang yang memutuskan untuk membuka bisnisnya sendiri. Seorang pebisnis, tentunya perlu membuat bisnis plan untuk menjalankan bisnis dengan baik (Eri Werdani et al., 2020). Namun, bisnis plan atau rencana bisnis seringkali hasilnya tidak sesuai dengan kenyataan yang terjadi. Hal ini karena parameter ekonomi di dalam pasar secara nyata sangat sulit diprediksi dan dapat berubah sewaktu-waktu (Wijoyo et al., 2020). Untuk itu, maka motivasi dan niat dari pebisnis itu sendiri yang akan menyebabkan suatu bisnis dapat bertahan atau tetap berjalan walaupun hasil dengan perencanaannya menyimpang.

Tidak hanya itu, Untuk memulai suatu bisnis diperlukan suatu perencanaan yang baik. Suatu bisnis harus memiliki rencana agar arah dari bisnis kita nantinya memiliki

pedoman dalam perjalanan bisnisnya (Prasetya et al., 2021). Bisnis plan adalah suatu pedoman yang menjabarkan rancangan manajemen bisnis dari awal terbentuk sampai nanti evaluasi dari bisnis yang berjalan tersebut (Irmayanti & Keri, 2021). Lebih lanjut, perencanaan bisnis memang tidak wajib dilakukan pebisnis sebelum memulai usaha, namun ada baiknya untuk meluangkan waktu dalam menulis bisnis *plan*. Dikarenakan pelaku usaha yang mulai menulis bisnis *plan*, tanpa disadari akan dapat mengetahui seberapa besar keinginan untuk membuka bisnis tersebut dan seberapa besar persiapan yang harus dilakukan (Kusuma et al., 2020). Adapun tujuan dari bisnis plan yakni : Memastikan rencana yang telah dibuat atau rencana yang telah diharapkan, Sebagai jalan untuk dapat mencapai tujuan yang ingin dicapai, Alat untuk mencari laba dari pihak luar seperti investor ataupun bank, Untuk mengetahui tujuan dari perusahaan.

Rencana pemasaran, tahap ini menggambarkan bagian-bagian penting dari rencana bisnis untuk usaha baru yang terpusat pada kegiatan-kegiatan pelaksanaan usaha dan hubungannya dengan marketing mix (Armayani et al., 2021). Rencana pemasaran merupakan strategi utama yang akan dijalankan dalam tiga tahun pertama suatu usaha baru, dan rencana pemasaran harus didukung oleh riset pasar dan analisis lingkungan.

Masyarakat yang dapat membuat perencanaan pemasaran yang baik dan strategis dapat mencapai keuntungan dengan cara yang efektif dan efisien yang termasuk marketing plan dalam bisnis diantaranya seperti pengumpulan informasi, penyebaran informasi, strategi promosi dan koordinasi pemasaran. Semua komponen tersebut juga merupakan bentuk dari taktik perusahaan untuk menggunakan sumber daya seefektif mungkin (Basalamah, 2020).

Faktor yang sangat dominan bagi terhambatnya pemasaran di dalam memasarkan usaha di Desa tidak lain dan tidak bukan adalah permasalahan minimnya dana, Namun lebih dari itu adalah hal lain yang harus dikoreksi dari pengelolaan usaha yang belum baik di berbagai titik yang ada (Muniroh et al., 2017). Pengaturan manajemen yang ada di dalam usaha membuat para wiraswasta tidak mampu memasarkan produk dan hasil usahanya dengan baik, faktor lain ialah kurangnya para pelaku usaha dalam membangun jaringan baik melalui birokrasi pemerintahan daerah maupun pusat.

Hal ini dikarenakan usaha tidak akan berkembang secara maksimal jika masih menggunakan cara biasa. perlu melakukan terobosan baru untuk membuat rencana pemasaran dan bisnis plan yang baik untuk memenangkan persaingan dalam dunia bisnis. Produk apapun yang di jual, jasa apapun yang di tawarkan, bisnis membutuhkan sentuhan perencanaan matang. Minimnya pengetahuan pelajar mengenai cara pembuatan bisnis plan tentu sangat mempengaruhi usaha mereka yang sedang di kerjakan. Dari pra observasi juga kami mendapati bahwa Sebagian besar pelajar tidak mengerti cara pembuatan perencanaan bisnis maupun strategi pemasaran.

Pengabdian masyarakat ini ditujukan kepada para pelajar sebagai wirausahawan dini yang diharapkan dapat memahami pembuatan model perencanaan bisnis. Pengabdian ini bertujuan agar masyarakat desa mampu membuat model manajemen bisnis usaha dan perencanaan pemasaran. sehingga dapat menciptakan wirausahawan profesional dalam meningkatkan pendapatan warga desa. Berdasarkan hal tersebut kami selaku pengabdian ingin turun langsung dan juga memberikan pelatihan kepada masyarakat desa dalam hal pembuatan rencana pemasaran dan bisnis plan sebagai langkah awal bagi usaha mikro kecil.

Kegiatan pengabdian ini terfokus pada bagaimana para pelajar dapat memahami serta membuat perencanaan bisnis yang baik dan tepat. Pengabdian ini berfokus di desa Sanrobone kabupaten Takalar dimana desa ini mempunyai beberapa sekolah menengah atas, selain itu desa ini memiliki banyak sekali sumber daya pangan khususnya jagung. Disisi lain, jagung ini hanya dijual secara manual ke pasar-pasar, minimnya pengolahan

jagung secara kreatif juga menjadi salah satu tantangan bagi para pelaku usaha yang ada di desa tersebut. Kami berfokus melakukan pelatihan pembuatan perencanaan bisnis sebagai Langkah awal bagi para pelajar dalam memahami dunia usaha agar penyebaran untuk memasarkan usaha ini menjadi lebih luas.

Berdasarkan padda analisa situasi tersebut di atas, permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu pertama, minimnya pemahaman mitra mengenai pembuatan bisnis plan dalam kegiatan usaha, serta minimnya pengetahuan mengenai pembuatan perencanaan bisnis yang baik dan tepat sebagai Langkah dalam pemasaran dan penjualan. Dengan demikian, solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan mitra yaitu dilakukan pelatihan pembuatan perencanaan bisnis (Business Plan) serta pemasaran dan cara penentuan strategi bisnis yang tepat untuk memulai sutau usaha.

2. METODE

a. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pemberdayaan masyarakat ini dilaksanakan dengan memberikan edukasi dan pembekalan serta pelatihan pembuatan bisnis plan dan cara penerapan marketing plan bagi pelajar dan pelaku UMKM desa Sanrobone, kabupaten Takalar. Melalui pelatihan dan edukasi ini dapat meningkat pemahaman tentang perencanaan bisnis dan strategi penerapan marketing sebagai sarana pemenuhan kebutuhan serta sebagai basis penjualan hasil olahan produk lokal dalam membangun jiwa socioprenuership.

b. Metode Pengabdian

Edukasi dan pealtihan pembekalan dilakukan dengan cara memaparkan konten dan praktik pembuatan bisnis plan dan marketing plan dengan metode seminar dan membagikan materi paparan. Di samping itu, pembekalan berupa cara menyusun perencanaan bisnis dan strategi awal pemasaran disimulasikan kepada pelajar desa Sanrobone. Adapun, Tahapan pelaksanaan program pengabdian dapat dilihat dalam Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1.Tahapan Pelaksanaan Program

Tahapan	Program	Indikator
1	Edukasi mengenai bagaimana pembuatan bisnis plan dan marketing plan. Dalam kegiatan ini peserta mendengarkan seminar dan melakukan diskusi/ tanya jawab.	Dilakukan test dengan memberikan kuesioner untuk menilai pencapaian pemahaman materi > 70 %
2	Mempraktekkan cara pembuatan bisnis plan dan marketing plan. Dalam Pembekalan ini peserta langsung ikut untuk mempraktekkan dan melakukan pembuatan draft penyusunan bisnis plan serta penyusunan marketing plan	Dapat membuat draft perencanaan bisnis serta penyusunan marketing plan > 60 %

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwasanya, Kegiatan pengabdian masyarakat berupa edukasi dan pelatihan pembuatan business plan serta marketing plan yang ditujukan bagi pelajar khususnya para pelajar yang telah memulai usaha mereka di desa Sanrobone kabupaten Takalar yang dilakukan dengan beberapa tahapan: dimana, Tahap awal melakukan perijinan untuk melaksanakan program Pengabdian kepada masyarakat kepada mitra dengan cara melakukan studi lapangan untuk mempelajari masalah yang menjadi permasalahan prioritas mitra, mempelajari budaya setempat

terhadap permasalahan masyarakat yang ada, melakukan kerjasama dengan Kepala desa Sanrobone untuk melaksanakan program pengabdian kepada masyarakat sebagai solusi terhadap permasalahan prioritas mitra. Selanjutnya, Tahap pelaksanaan dengan cara melakukan pembelajaran kepada masyarakat tentang marketing dan business plan, serta melakukan pelatihan kepada masyarakat untuk memanfaatkan perencanaan bisnis dalam memulai usaha. Terakhir, Tahap akhir melakukan pelaporan hasil pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat pada mitra dengan cara memantau keberlanjutan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat pada mitra, mempublikasikan laporan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat sebagai bahan informasi.

Partisipasi Mitra Selama pelaksanaan kegiatan, Mitra berpartisipasi dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dari tahap awal hingga tahap akhir yaitu : (1) Pada tahap awal perijinan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini mitra berpartisipasi dalam memberikan informasi tentang permasalahan yang dihadapi mitra, memberikan perijinan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia, Makassar untuk melakukan studi lapangan pada wilayah mitra, memberikan perijinan program edukasi dan pembekalan (Pelatihan) sosial media marketing. (2) Pada tahap pelaksanaan, mitra berpartisipasi dalam menyediakan sarana prasarana yang diperlukan (3) Pada tahap akhir pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, mitra bersedia untuk dilakukan monitoring keberlanjutan terkait pelaksanaan program ini.

c. Indikator Capaian Dan Metode Evaluasi

Kegiatan PkM ini akan dievaluasi agar diketahui seberapa jauh keberhasilan dari kegiatan ini. Berikut disajikan tabel evaluasi kegiatan:

Tabel 2. Rancangan Evaluasi Kegiatan

Tujuan	Indikator Ketercapaian	Tolak Ukur
Memperkenalkan konsep dan tujuan penerapan business plan dan marketing plan sebagai Langkah awal memulai usaha	Peserta antusias mendengarkan pemaparan mengenai konsep dan cara penyusunan perencanaan bisnis serta strategi marketing	Peserta memberikan pertanyaan maupun pernyataan terkait pengetahuan dan pengalaman mereka mengenai penyusunan strategi penjualan
Membuka wawasan peserta mengenai potensi pemanfaatan starteji melalui perencanaan bisnis dalam kehidupan sehari-hari	Peserta dapat memahami potensi pemanfaatan perencanaan bisnis dalam menyusun strategi penjualan	Peserta dapat mengisi dan menjawab daftar pernyataan dan pertanyaan mengenai pemanfaatan bisnis plan serta aplikasi media sebagai langkah strategis
Melakukan simulasi penyusunan draft bisnis plan dari awal sampai akhir	Peserta mampu memahami bagaimana membuat suatu bisnis plan yang baik dan terukur	Peserta mampu memahami dan mengerti terkait draft penyusunan bisnis plan

Evaluasi kegiatan yang di sajikan pada tabel berikut merupakan langkah-langkah kongkrit untuk mencapai hasil yang maksimal. Peserta akan di evaluasi baik dari tahap awal (pemaparan konsep) sampai pelatihan pembuatan bisnis plan serta marketing plan sebagai tahap berjualan. Selanjutnya, tim pengabdi (dari pra observasi) melakukan penyuluhan agar draft pembuatan bisnis plan tersebut dapat di manfaatkan oleh pelajar desa khususnya yang mempunyai produk rumah tangga untuk di jual. Para peserta di harapkan dapat memahami dengan baik bagaimana pembuatan bisnis plan sebagai strategi baru dalam penjualan hasil olahan produk rumah tangga yang ada di desa Sanrobone, Kabupaten Takalar, Sulawesi Selatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program PKM kegiatan disasarkan pada pelajar atau pemuda di Desa sanrobone, kecamatan Sanrobone, Kab. Takalar terdiri dari dua tahap, yaitu 1) Tahap Penyuluhan & Pelatihan dan, 2) Tahap monitoring. Namun sebelum tahapan ini dilakukan, diadakan kegiatan sosialisasi di Desa Sanrobone, hal ini dengan pertimbangan bahwa pelajar dapat memahami secara awal mengenai seperti apa bisnis plan dan bagaimana cara Menyusun suatu bisnis plan yang baik, sebagaimana terlampir pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. Tahap Penyuluhan & Pelatihan

Pada tahap ini tim melakukan kunjungan ke sekolah-sekolah dan tempat usaha para pemuda untuk melihat secara langsung kegiatan sehari-hari mereka dalam pemahaman pembuatan Marketing plan Sebagai salah satu strategi yakni harus mengetahui model model perencanaan bisnis usaha. Para pelajar masih bingung dalam mengelola manajemen usaha melalui perencanaan bisnis. Model pembuatan di lakukan agar para pelajar memahami pembuatan perencanaan bisnis agar usaha mereka dalam lebih baik dari sebelumnya.

Selanjutnya, setelah kami melakukan sosialisasi dan pelatihan, ditahap selanjutnya kami melakukan Monitoring (Evaluasi) sebagai bentuk masukan bagi kami sejauh mana para peserta memahami pelatihan yang kami berikan. Pada tahap ini dilakukan penyuluhan dan pemberian pengetahuan tentang apa sebenarnya bisnis Plan, bagaimana bisnis Plan dan bagaimana pembuatan bisnis plan, dalam hal ini menggunakan model bisnis plan secara umum dalam hal peningkatan manajemen usaha.

Kegiatan ini membawa pengaruh signifikan bagi pelajar yang ada di desa Sanrobone, kabupaten Takalar. Dimana, beberapa pelajar yang telah memulai usaha

produk olahan rumah tangga memiliki antusias yang tinggi dalam pengenalan dan pembuatan perencanaan bisnis sebagai salah satu strategi awal dalam menjalani usaha. Meskipun sosialisasi mengenai bisnis plan ini masih membingungkan bagi mereka. Namun, perlahan para pelajar dapat memahami beberapa Langkah ataupun cara dalam mengidentifikasi serta memulai perencanaan awal dari bisnis yang sedang mereka kerjakan. Tentunya, perencanaan ini memudahkan mereka dalam melihat keunggulan produk yang mereka buat serta bagaimana mereka bisa mengidentifikasi target sasaran mereka. Salah satu tujuan yang kami capai dari pelatihan ini adalah bagaimana para pelajar memahami tentang konsep perencanaan bisnis sebelum mereka memulai usaha mereka.



Gambar 2. Tim Telah Selesai Melakukan Pelatihan

Dari gambar di atas, tim telah selesai memberikan penyuluhan terhadap peserta bertempat di salah satu sekolah yang ada di desa Sanrobone, Kab. Takalar. Melalui kegiatan pengabdian PKM ini kami akan memberi pengetahuan tentang pemahaman pembuatan Marketing plan Sebagai salah satu strategi yakni harus mengetahui model model perencanaan bisnis usaha. Adanya anggapan bahwa hasil penyuluhan ini cukup sulit untuk direalisasikan karena terkendala dengan keterbatasan peserta dan juga signal internet yang ada di lokasi (Basalamah et al., 2023) dan juga pengetahuan tentang pola Penggunaan perencanaan bisnis dalam mengelola usaha.

Pemilihan materi harus mempertimbangkan tingkat kesulitan yang dialami oleh pelajar antara lain adalah permasalahan mitra (kesulitan dengan Bahasa Inggris), aturan-aturan didalam bisnis plan dan juga pemakaian smartphone dan laptop yang sangat terbatas. Oleh karena itu mereka belum mampu memanfaatkan pemahaman mereka mengenai perencanaan bisnis dalam suatu usaha.

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, kami mendapati beberapa kendala, seperti :

1. Didalam kegiatan penyuluhan terkendala oleh keterbatasan peserta dan jaringan telekomunikasi, oleh karena itu dalam penyuluhan pembuatan akun bisnis plan mengalami hambatan dikarenakan jaringan internet.
2. Didalam pelatihan kegiatan banyak pelajar yang libur sekolah ada pula kendala untuk hadir didalam kegiatan penyuluhan disebabkan sebagian pelajar bekerja di sawah.

Dengan kata lain, Kendala terhadap mitra yang cukup memberatkan pelajar selama ini, dengan adanya kemajuan teknologi, mereka dapat membuat suatu perencanaan bisnis yang lebih matang dalam pemanfaatan akun model bisnis sebagai contoh para pelajar dapat mencari tahu tentang bagaimana penyusunan perencanaan bisnis yang baik, kemudian juga mereka dapat melihat di beberapa sosial media dimana

para UMKM banyak sekali membagikan tips cara menyusun perencanaan bisnis mereka. Karena hal ini tidak terlepas dari pemanfaatan dan juga akses terhadap internet untuk menambah referensi terkait bisnis plan. Akses terhadap internet juga sangat penting bagi para pelaku usaha dalam mempelajari contoh bisnis plan yang ada di berbagai daerah yang ada di Indonesia.

Setelah tahapan pertama selesai, Pertemuan kedua ini diawali dengan tanya jawab mengenai pemahaman para peserta mengenai perencanaan bisnis serta apa saja kendala mereka dalam pembuatan perencanaan bisnis (Saraswati, 2018.). Dari tanya jawab singkat ini diketahui para peserta masih belum memahami seperti apa perencanaan bisnis yang baik, para peserta hanya memahami kalau usaha hanya sebatas penjualan produk dari mulut ke mulut. Para peserta hanya juga menggunakan media sosial sebagai platform untuk berinteraksi dengan calon pembeli. Namun, para peserta tersebut telah memahami seberapa pentingnya perencanaan awal bisnis untuk memulai suatu usaha. Meskipun, mereka belum mampu membuat suatu bisnis plan yang baik. sebab, bisnis plan sendiri akan membantu para pelaku usaha dalam memahami bagaimana kondisi pasar, strategi apa saja yang harus di terapkan dan tentunya dengan perencanaan bisnis, para pelaku usaha juga dapat memahami antara produk yang di tawarkan kepada para konsumen. Selain itu, perencanaan bisnis (business plan) juga dapat menjabarkan apa saja keunggulan produk yang kita miliki (Pembe & Di, 2013). Hal ini menjadi penting untuk para pelajar dalam menerapkan bisnis plan agar lebih efektif. Tentunya pembuatan bisnis plan yang disarankan ini hanya sebatas untuk pengenalan. Hal ini disarankan karena banyak dari mereka yang belum mampu memaksimalkan penjualan produk. Hasil dari kegiatan pengabdian pada masyarakat yang kedua ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan para pelajar sehingga jenis usaha yang akan mereka lakukan membantu mereka supaya berjalan dengan baik.

Ternyata banyak sekali kendala baik dalam penyusunan rencana bisnis maupun dalam pelaksanaannya. Kesulitan menemukan ide yang dapat berubah menjadi proyek bisnis yang menguntungkan seringkali menjadi kendala dalam membuat rencana bisnis. Banyaknya kendala munculnya ide-ide kreatif yang bernilai ekonomi disebabkan karena para pelajar seringkali tidak memahami bahwa ide adalah hasil proses yang tidak disadari sehingga ide tidak muncul berkali-kali. Di sisi lain, pelajar juga seringkali kurang peka terhadap lingkungan sekitar dan mudah menyerah dalam menghadapi tantangan, padahal ide-ide kreatif, inovatif, dan bernilai ekonomi seringkali muncul dari kepekaan kita terhadap lingkungan dan kemampuan kita mengubah tantangan menjadi peluang.

Kegiatan ini membawa pengaruh signifikan bagi Masyarakat desa Sanrobone, kabupaten Takalar. Dimana, para beberapa pelajar yang telah memulai usaha produk olahan rumah tangga memiliki antusias yang tinggi dalam pengenalan dan pembuatan perencanaan bisnis sebagai salah satu strategi awal dalam menjalani usaha. Pemahaman pembuatan perencanaan bisnis (bisnis plan) menjadikan peluang bagi masyarakat dalam membuat usaha bisnis yang diinginkan dalam hal ini khususnya para pelajar (Kusuma et al., 2020). Pemanfaatan bisnis plan sangat berguna bagi usaha bisnis yang dijalankan, dimana kita dapat melihat informasi yang rinci mengenai keunggulan produk dan melakukan pemetaan pemasaran melalui agar strategi yang telah dibuat dapat berjalan dengan tepat (Moh. Zaenal Abidin, 2021).

Pada kesimpulannya, kegiatan pengabdian ini juga melakukan tambahan informasi kepada pelajar desa Sanrobone, Kabupaten Takalar. Dimana, pentingnya memahami pembuatan perencanaan bisnis dan strategi marketing sebelum memasarkan maupun membuat produk usaha. Hal ini sangat penting dipahami sebagai strategi menjual produk dengan efektif.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas maka simpulan yang dapat digambarkan mengenai kegiatan program ini yaitu bahwa kegiatan penyuluhan pengelolaan manajemen usaha dan bisnis plan bisa diterima oleh seluruh kalangan. Karena keberhasilan bisnis di Indonesia sangat dipengaruhi oleh suatu model bisnis yang baik. Ada dua hal yang paling berpengaruh yakni perumusan konsep bisnis dan implementasi strategi perencanaan bisnis. maka sebaiknya para pelajar atau pemuda meningkatkan tingkat pemahaman dalam menggunakan internet, baik maupun potensial peserta dengan memperhatikan faktor-faktor penentu perencanaan bisnis.

Beberapa kesimpulan yang didapatkan dari hasil pengabdian ini di antaranya adalah sebagai berikut. Pertama, Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini telah memberikan manfaat berupa adanya pemahaman tentang cara menyusun perencanaan bisnis yang sebelumnya tidak diketahui oleh Mitra. Di mana pelatihan ini secara efektif dapat memperkenalkan sebuah langkah baru bagi pelajar dalam memasarkan usaha rumah tangga yang di buat oleh Masyarakat desa Sanrobone. Selanjutnya yang kedua, Para pelajar telah menyadari bahwa untuk memulai suatu bisnis perlu perencanaan yang matang serta strategi yang terukur untuk mencapai suatu keberhasilan.

Adapun saran dari kegiatan ini yakni, pertama, Bagi pelajar, perlu untuk pengelolaan manajemen usaha dan bisnis plan, para pelajar disarankan merumuskan konsep bisnis yang baik mengikuti bisnis plan yang ada dalam arti yang sudah punya nama (branded) karena mereka mempunyai kredibilitas tinggi dan terdapat informasi yang lengkap. Selanjutnya, Disarankan pula untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan hasil analisis model perencanaan bisnis dalam suatu manajemen usaha. Lebih lanjut, Diperlukan pemerintah untuk menyediakan perangkat atau regulasi yang bertujuan untuk meningkatkan pemanfaatan manajemen usaha yang ada di pedesaan khususnya di Desa Sanrobone.

DAFTAR PUSTAKA

- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tembusai: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pahlawan*, 5(3), 8920–8928. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2400>
- Basalamah, J. (2020). *Strategi pemasaran produk abon ikan pada industri rumah tangga di kota makassar*. 7(1), 16–20.
- Basalamah, J., Syahnur, M. H., & Ashoer, M. (2023). *Pelatihan Pembuatan Akun Sosial Media Serta Penjualan Berbasis Elektronik Dalam Meningkatkan Hasil Jual Olahan Produk*. 1(9), 1769–1776.
- Eri Werdani, R., Imani Kurniawati, N., Bhimo Sukoco, J., Windriya, A., Iskandar, D., Pemasaran, M., Perkantoran, A., Perusahaan, A., Publik, K., & Universitas Diponegoro Jl ProfSoedharto, S. (2020). Pelatihan Pemasaran Produk Homemade Melalui Sosial Media Training of Marketing Homemade Product Through Social Media 1). *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 1–5. <http://www.jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/JPPM/article/view/4655/3023>
- Irmayanti, & Keri, I. (2021). Strategi Penerapan Business Plan Dalam Meningkatkan Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Akunsyah: Jurnal Akuntansi & Keuangan Syariah*, 1(2), 65–80. <https://jurnal.iainbone.ac.id/index.php/akunsyah/article/download/3023/1289>
- Kusuma, R. D. K., Sutjipto, S. S. U., Sujana, & Maretha, H. A. (2020). Pelatihan Optimasi Media Sosial Untuk Peningkatan Omzet UMKM. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2), 215–222. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v1i2.1403>
- Moh. Zaenal Abidin. (2021). Analisis Business Plan Pelaku Umkm Di Kecamatan Mlarak. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(2), 166–172.

<https://doi.org/10.21154/niqosiya.v1i2.96>

Muniroh, L., . H., & Marlina, A. (2017). Manfaat Penggunaan Media Sosial Terhadap Peningkatan Penjualan Tas Pada Pengrajin Tas Di Ciampea. *Inovator*, 6(2), 57.

<https://doi.org/10.32832/inovator.v6i2.1046>

Pembe, P., & Di, E. (2013). *BUSINESS PLAN SEBAGAI IMPLEMENTASI KEWIRAUSAHAAN PADA PEMBELAJARAN EKONOMI DI SMA Sri Endah Setiarini 1. VIII(2)*, 146–155.

Prasetya, A. Y., Sugiharti, S., & Fadhila, Z. R. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Desa Boja. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 102–108. <https://doi.org/10.29040/budimas.v3i1.1628>

Saraswati. (n.d.). KEARIFAN BUDAYA LOKAL DALAM PERSPEKTIF TEORI PERENCANAAN Oleh. *Jurnal PWK Unisba*.

Wijoyo, H., Ariyanto, A., Sunarsi, D., & Faisal Akbar, M. (2020). Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa. *Ikra-Ith Abdimas*, 3(3), 169–175.