



Pelatihan Penyusunan *Business Plan* Dan Analisis Pasar Bagi Pelaku UMKM

¹Nurul Fadilah Aswar*, ²Muhammad Ardiansyah, ³Agung Widhi Kurniawan, ⁴Annisa Paramaswary Aslam, ⁵Asri Awal

^{1,3,4}Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar

²Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Makassar

⁵Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan, Universitas Negeri Makassar

*Corresponding author: nurul.fadilah.aswar@unm.ac.id

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran vital dalam perekonomian Indonesia, namun banyak pelaku usaha masih menghadapi tantangan dalam menyusun business plan dan melakukan analisis pasar yang efektif. Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM di Desa Kassi, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto dalam menyusun business plan yang terstruktur dan melakukan analisis pasar yang komprehensif. Metode pelaksanaan meliputi pengumpulan data kebutuhan peserta, penyusunan materi, sesi interaktif, praktik langsung penyusunan business plan, serta analisis pasar berbasis data sederhana. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan dalam pemahaman peserta mengenai pentingnya perencanaan bisnis dan analisis pasar, dengan peserta mampu menyusun rencana bisnis yang lebih sistematis serta mengidentifikasi target pasar dan strategi pemasaran yang lebih tepat. Pelatihan ini juga mendorong peserta untuk mulai mengintegrasikan data pasar dalam pengembangan usaha mereka. Untuk keberlanjutan hasil pelatihan, disarankan adanya pendampingan pasca pelatihan dan perluasan program ke lebih banyak pelaku UMKM di daerah lain.

Kata Kunci: UMKM, Business Plan, Analisis Pasar, Pemberdayaan Ekonomi, Strategi Pemasaran

ABTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in Indonesia's economy; however, many business actors still face challenges in preparing effective business plans and conducting comprehensive market analyses. This training program aimed to enhance the skills of MSME actors in Rumbia Village, Jeneponto Regency, in developing structured business plans and performing thorough market analyses. The implementation methods included collecting participant needs data, preparing training materials, conducting interactive sessions, direct practice in business plan development, and simple data-based market analysis. The results of the training showed a significant improvement in participants' understanding of the importance of business planning and market analysis, with participants able to create more systematic business plans and identify appropriate target markets and marketing strategies. The training also encouraged participants to begin integrating market data into their business development efforts. To ensure the sustainability of the program's impact, it is recommended to provide post-training mentoring and expand the program to reach more MSME actors in other regions.

Keywords: MSMEs, Business Plan, Market Analysis, Economic Empowerment, Marketing Strategy

1. PENDAHULUAN

Usaha kecil dan mikro memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2024), jumlah UMKM di Indonesia saat ini mencapai 64,2 juta unit, dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau setara dengan 8.573,89 triliun rupiah. Selain itu, UMKM berperan besar dalam menyerap sekitar 117 juta pekerja, yang mencakup 97% dari total tenaga kerja nasional (BPS, 2023), serta mengumpulkan hingga 60,4% dari total investasi (Bank Indonesia, 2024). Studi oleh Tambunan (2022) menunjukkan bahwa ketahanan UMKM selama krisis ekonomi menjadi bukti ketangguhan sektor ini sebagai penyangga perekonomian nasional. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku usaha kecil adalah kurangnya kemampuan dalam menyusun business plan yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan pasar (Farhan, 2025; Suryana, 2023). Sebuah business plan yang baik tidak hanya memberikan arah yang jelas bagi pengembangan usaha, tetapi juga berfungsi sebagai

alat untuk menarik investor atau sumber daya pembiayaan lainnya (Hisrich et al., 2022). Kebutuhan akan sebuah perencanaan bisnis menjadi mutlak jika kita akan menjalankan suatu bisnis, karena perencanaan bisnis sendiri ibarat sebuah peta dan kompas untuk menjalankan bisnis (Kuratko, 2023). Melalui sebuah perencanaan yang matang kita dapat menetapkan tujuan utama bisnis kita, skala prioritas, dan menetapkan target yang ingin dicapai (Osterwalder & Pigneur, 2021). Dengan adanya rencana bisnis yang baik akan menjadikan peluang sukses bisnis kita jalankan akan semakin tinggi (Munawaroh et al., 2016; Zimmerer et al., 2024). Walaupun *business plan* sangat penting, masih banyak pelaku usaha kecil di Desa Kassi, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto yang belum sepenuhnya memahami pentingnya dokumen ini, atau bahkan tidak tahu bagaimana menyusunnya secara efektif (Rahman et al., 2023). Hal ini berisiko menyebabkan ketidakefisienan dalam pengelolaan usaha dan potensi kegagalan usaha yang lebih tinggi (Cooper & Schindler, 2024).

Analisis pasar yang mendalam sering kali diabaikan oleh banyak pelaku UMKM di Desa Kassi, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto. Pemahaman yang kurang tentang karakteristik pasar, perilaku konsumen, dan tren yang berkembang sering kali menyebabkan produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan kebutuhan pasar atau bahkan sulit diterima oleh konsumen (Kotler & Keller, 2023). Tanpa analisis pasar yang tepat, pelaku usaha kecil kesulitan dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif, sehingga mereka cenderung terjebak dalam persaingan yang tidak menguntungkan (Porter, 2022). Menurut Ahmadi et al. (2025) dan Wilson & Gilligan (2023), analisis pasar yang dilakukan dengan baik memungkinkan pelaku usaha untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen dengan lebih akurat, yang kemudian dapat membantu dalam pengembangan produk yang lebih sesuai dengan permintaan pasar. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha kecil untuk memiliki keterampilan dalam melakukan analisis pasar serta kemampuan untuk mengintegrasikannya dalam penyusunan *business plan* mereka (Malhotra, 2024). Selain tantangan teknis, pelaku usaha kecil juga sering menghadapi kendala dalam hal akses terhadap informasi dan pelatihan yang dapat mendukung pengembangan usaha mereka (Juliansyah, 2023). Di banyak daerah, khususnya di kecamatan-kecamatan yang lebih terpencil, akses terhadap pelatihan dan pendampingan yang fokus pada penyusunan *business plan* dan analisis pasar masih terbatas (Suharyadi, 2024). Padahal, dengan adanya pendampingan yang tepat, pelaku usaha kecil dapat memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai bagaimana menyusun rencana bisnis yang matang serta menganalisis pasar secara lebih cermat, yang pada akhirnya dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka (Drucker, 2023; Scarborough, 2024).

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM di Desa Kassi, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto dalam hal penyusunan *business plan* dan analisis pasar. Pendampingan ini akan mencakup pelatihan tentang cara menyusun *business plan* yang baik, serta bagaimana melakukan analisis pasar yang komprehensif. Melalui program ini, diharapkan pelaku usaha kecil tidak hanya akan memperoleh keterampilan teknis yang diperlukan, tetapi juga mendapatkan wawasan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam pengembangan usaha mereka (Neuman, 2023; Creswell, 2024).

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan penyusunan *business plan* dan analisis pasar bagi pelaku UMKM di Desa Kassi, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto, dilaksanakan melalui tahapan-tahapan yang terstruktur untuk memastikan peserta dapat memperoleh keterampilan yang relevan dan praktis. Pelatihan ini akan dilaksanakan dalam beberapa tahap, yang melibatkan penyampaian materi, diskusi interaktif, serta praktek langsung. Berikut adalah metode pelaksanaan yang akan digunakan dalam program ini:

1. Persiapan dan Pengumpulan Informasi

Pada tahap awal, dilakukan pengumpulan informasi mengenai kondisi UMKM di Desa Kassi, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto, seperti jenis usaha, tantangan yang dihadapi, dan kebutuhan pelatihan. Informasi ini akan diperoleh melalui wawancara dengan pelaku UMKM dan observasi lapangan. Data ini penting untuk menyesuaikan materi pelatihan dengan kebutuhan spesifik pelaku usaha.

2. Penyusunan Materi Pelatihan

Berdasarkan hasil pengumpulan informasi, materi pelatihan akan disusun dengan fokus pada dua aspek utama: penyusunan *business plan* yang efektif dan analisis pasar.

Materi ini akan meliputi:

1. Penyusunan *Business Plan*: Mengajarkan peserta tentang komponen-komponen utama *business plan*, seperti visi dan misi, analisis pasar, strategi pemasaran, rencana keuangan, serta proyeksi pertumbuhan usaha. Peserta akan diberikan contoh konkret dari *business plan* yang berhasil diimplementasikan oleh UMKM.
2. Analisis Pasar: Menyediakan wawasan tentang bagaimana melakukan riset pasar, mengenali segmen pasar, memahami perilaku konsumen, serta menganalisis pesaing dan tren pasar. Peserta juga akan dipandu untuk menggunakan data pasar secara efektif dalam merumuskan strategi pemasaran.

3. Pelatihan Interaktif dan Diskusi

Pelatihan akan berlangsung dalam bentuk sesi interaktif, di mana peserta tidak hanya mendengarkan materi, tetapi juga berpartisipasi dalam diskusi dan tanya jawab. Selama sesi ini, peserta akan diminta untuk:

1. Membahas tantangan yang mereka hadapi dalam pengelolaan usaha dan pemasaran produk.
2. Berbagi pengalaman tentang kebutuhan pasar dan cara mereka selama ini melakukan analisis pasar.
3. Berdiskusi mengenai cara menyusun *business plan* yang sesuai dengan usaha mereka dan mencakup analisis pasar yang komprehensif.

4. Praktek Langsung dan Simulasi

Untuk memastikan pemahaman yang baik, peserta akan dilibatkan dalam praktek langsung. Dalam sesi ini, mereka akan diminta untuk:

1. Menyusun *business plan* untuk usaha mereka sendiri dengan bimbingan langsung dari fasilitator.
2. Melakukan analisis pasar secara sederhana dengan menggunakan data yang ada, seperti survei konsumen atau data penjualan yang telah tercatat.
3. Mengidentifikasi peluang pasar dan mengembangkan strategi pemasaran yang relevan dengan kondisi usaha mereka.

Simulasi ini akan diakhiri dengan presentasi dari peserta tentang *business plan* yang mereka susun dan analisis pasar yang telah mereka lakukan, dengan umpan balik langsung dari fasilitator untuk memperbaiki dan menyempurnakan rencana mereka.

5. Evaluasi dan Umpan Balik

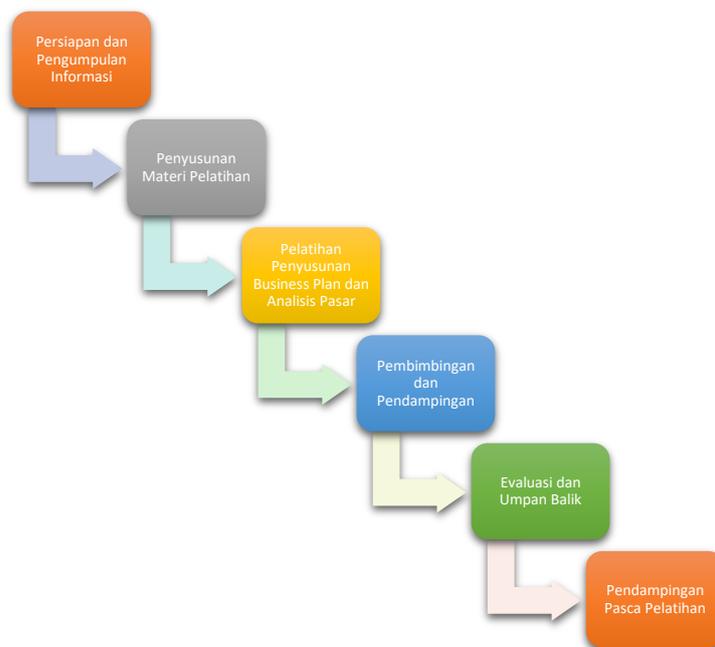
Setelah pelatihan, evaluasi akan dilakukan untuk menilai sejauh mana peserta memahami materi yang disampaikan dan mampu mengimplementasikannya dalam usaha mereka. Evaluasi ini akan mencakup:

1. Kuesioner untuk menilai pengetahuan peserta tentang *business plan* dan analisis pasar.
2. Umpan balik praktis dari fasilitator untuk melihat apakah peserta telah berhasil mengaplikasikan apa yang mereka pelajari dalam perencanaan usaha mereka.

Hasil evaluasi ini akan digunakan untuk merancang sesi lanjutan atau tindak lanjut yang lebih spesifik sesuai dengan kebutuhan peserta.

6. Pendampingan Pasca Pelatihan

Sebagai bagian dari keberlanjutan pelatihan, pendampingan pasca pelatihan akan diberikan kepada peserta. Pendampingan ini bertujuan untuk memastikan bahwa peserta dapat mengimplementasikan *business plan* yang telah disusun dan melakukan analisis pasar secara berkelanjutan. Fasilitator akan melakukan kunjungan lapangan dan memberikan konsultasi mengenai hal-hal yang perlu disempurnakan atau masalah yang muncul setelah pelatihan.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan

Pelatihan Penyusunan *Business Plan* dan Analisis Pasar bagi pelaku UMKM di Desa Kassi, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jenepono, berhasil dilaksanakan dengan melibatkan 50 peserta dari berbagai sektor usaha kecil dan mikro. Pelatihan ini difokuskan pada penguatan pemahaman peserta mengenai pentingnya menyusun *business plan* yang terstruktur dan melakukan analisis pasar yang tepat. Setelah mengikuti pelatihan, peserta menunjukkan peningkatan dalam beberapa aspek berikut:

1. Sebagian besar peserta kini lebih memahami pentingnya memiliki *business plan* yang jelas dan terperinci. Melalui simulasi, peserta dapat menyusun *business plan* yang mencakup elemen-elemen penting, seperti visi dan misi, analisis pasar, strategi pemasaran, serta proyeksi keuangan. Rencana bisnis yang disusun memiliki struktur yang lebih sistematis, dan beberapa peserta telah berhasil membuat rencana yang lebih realistis dengan pendekatan yang lebih praktis dan aplikatif untuk usaha mereka.
2. Peserta menunjukkan kemajuan signifikan dalam kemampuan mereka melakukan analisis pasar. Sebagian besar peserta kini mampu mengidentifikasi segmen pasar yang tepat, memahami perilaku konsumen, serta mengembangkan strategi pemasaran yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pasar mereka. Peserta juga mulai memahami pentingnya menggunakan data pasar dalam perencanaan bisnis mereka untuk meningkatkan daya saing produk.
3. Selama sesi praktek langsung, peserta diberi kesempatan untuk mengaplikasikan teori yang dipelajari dengan membuat *business plan* mereka sendiri dan melakukan analisis pasar berdasarkan data yang ada. Beberapa peserta berhasil menyusun *business plan* yang mencakup analisis SWOT, target pasar, dan strategi diferensiasi produk mereka. Di sisi lain, peserta yang sebelumnya belum memiliki pengalaman dalam menyusun *business plan* atau melakukan analisis

pasar, kini mampu memahami dan mengaplikasikan konsep-konsep tersebut dengan lebih percaya diri.

4. Selama sesi diskusi dan tanya jawab, peserta aktif bertanya dan berbagi pengalaman mereka. Banyak peserta yang merasa terbantu dengan feedback langsung dari fasilitator yang memberikan masukan praktis mengenai cara memperbaiki rencana bisnis mereka. Beberapa peserta juga mulai merancang strategi pemasaran yang lebih terfokus, menggunakan analisis pasar yang lebih mendalam.

Hasil dari pelatihan ini telah memberikan kontribusi yang berarti dalam meningkatkan keterampilan teknis pelaku UMKM di Desa Kassi, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto. Keterampilan dalam menyusun *business plan* dan melakukan analisis pasar yang tepat menjadi modal penting bagi mereka untuk meningkatkan daya saing usaha mereka. Ke depan, diperlukan pendampingan lebih lanjut untuk memastikan bahwa peserta dapat mengimplementasikan apa yang telah mereka pelajari dalam kegiatan bisnis sehari-hari mereka. Pendampingan berkelanjutan juga diperlukan untuk mengatasi tantangan dalam pengelolaan bisnis dan memastikan keberlanjutan usaha mereka.

3. KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan penyusunan *business plan* dan analisis pasar bagi pelaku UMKM di Desa Kassi, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto, berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya memiliki *business plan* yang terstruktur serta melakukan analisis pasar yang mendalam. Peserta menunjukkan peningkatan dalam kemampuan menyusun *business plan* yang mencakup elemen-elemen penting, seperti visi, misi, analisis pasar, dan strategi pemasaran. Selain itu, mereka juga semakin terampil dalam melakukan analisis pasar untuk memahami karakteristik konsumen dan tren pasar yang dapat meningkatkan daya saing produk mereka. Pelatihan ini tidak hanya memperkenalkan konsep-konsep teori, tetapi juga memberi kesempatan bagi peserta untuk mempraktekkan langsung dalam menyusun *business plan* dan melakukan analisis pasar sesuai dengan kondisi usaha mereka. Selain itu, interaksi dan diskusi yang aktif antara peserta dan fasilitator memberikan masukan yang sangat bermanfaat untuk memperbaiki rencana bisnis dan strategi pemasaran mereka. Secara keseluruhan, pelatihan ini telah memberikan dampak yang positif terhadap pengembangan UMKM di Desa Kassi, dengan memberikan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam usaha mereka.

Adapun saran yang diberikan dalam pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu:

1. Pendampingan Berkelanjutan. Untuk memastikan bahwa peserta dapat mengimplementasikan materi yang telah dipelajari, disarankan untuk melakukan pendampingan lebih lanjut pasca pelatihan. Pendampingan ini penting untuk membantu peserta dalam mengatasi masalah yang muncul dalam praktik dan memastikan keberlanjutan usaha mereka.
2. Peningkatan akses pelatihan. Mengingat banyaknya pelaku UMKM yang belum memiliki pengetahuan yang cukup dalam menyusun *business plan* dan melakukan analisis pasar, diharapkan pelatihan serupa dapat lebih sering dilakukan, terutama di daerah-daerah yang lebih terpencil. Program pelatihan ini juga dapat diperluas dengan menghadirkan materi yang lebih mendalam mengenai teknologi digital dan platform pemasaran online.
3. Kolaborasi dengan pihak terkait. Diperlukan kolaborasi yang lebih intensif antara pemerintah daerah, lembaga keuangan, dan komunitas UMKM untuk menyediakan sumber daya yang lebih besar dalam bentuk pembiayaan dan pendampingan. Hal ini akan membantu pelaku UMKM untuk lebih mudah mengakses berbagai peluang pasar dan meningkatkan kapasitas mereka dalam mengelola usaha.
4. Evaluasi dan penyempurnaan. Sebaiknya dilakukan evaluasi yang lebih mendalam terhadap efektivitas pelatihan dan implementasi rencana bisnis yang disusun oleh peserta. Umpan balik dari peserta dan hasil implementasi di lapangan dapat menjadi bahan untuk penyempurnaan materi pelatihan di masa depan, guna menyesuaikan dengan perkembangan pasar dan kebutuhan pelaku UMKM.

4. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian menyadari bahwa dalam proses penyelesaiannya banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, perkenankanlah tim pengabdian dalam kesempatan ini menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Rektor Universitas Negeri Makassar;
2. Ketua Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Negeri Makassar;
3. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar;
4. Ketua Program Studi Manajemen Universitas Negeri Makassar;
5. Kepada Desa Kassi, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto;
6. Seluruh warga di Desa Kassi, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto.

REFERENSI

- Ahmadi, A. K., Fakhira, D., Sahfira, N. I., Siahaan, R. N., Syahputri, N., & Sihotang, M. K. (2025). Analisis Aspek Pasar sebagai Pilar Utama dalam Studi Kelayakan Bisnis untuk Mendukung Keberlanjutan Usaha. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 3(1), 209-221.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). Survei tenaga kerja nasional 2022. *BPS Statistical Report*, 5(1), 1-25.
- Bank Indonesia. (2024). Laporan perkembangan UMKM Indonesia 2023. *Bank Indonesia Quarterly Report*, 8(2), 1-15.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2024). *Business research methods* (13th ed.). McGraw-Hill.
- Creswell, J. W. (2024). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE.
- Drucker, P. F. (2023). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge.
- Farhas, R. J., Rabialdy, F., Ependi, Z., Khairina, S. G., & Alamsyah, Y. N. (2025). Inovasi Penyusunan Bisnis Plan bagi UMKM. *Jurnal Abdidias*, 6(1), 113-120.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2022). *Entrepreneurship* (11th ed.). McGraw-Hill.
- Juliansyah, N. (2023). Pelatihan kewirausahaan untuk UMKM. *Jurnal Manajemen UKM*, 7(2), 89-104.
- Junaidi, M. (2021). *UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkat*. Direktorat Jenderal Perbendaharaan Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/curup/id/data-publikasi/artikel/2885-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html>.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2024). Laporan perkembangan UMKM Indonesia 2023. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2023). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Kuratko, D. F. (2023). *Entrepreneurship: Theory, process, practice* (12th ed.). Cengage Learning.
- Malhotra, N. K. (2024). *Marketing research: An applied orientation* (8th ed.). Pearson.
- Munawaroh, M., Rimiyati, H., & Hindasah, L. (2016). Perencanaan bisnis. *Perencanaan Bisnis Untuk Program Strata*, 1, 7-8.
- Neuman, W. L. (2023). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (9th ed.). Pearson.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2021). *Business model generation*. Wiley.
- Porter, M. E. (2022). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.

- Rahman, A., et al. (2023).* Analisis kebutuhan pelatihan UMKM di daerah terpencil. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 112-125.
- Scarborough, N. M. (2024).* Essentials of entrepreneurship and small business management (10th ed.). Pearson.
- Suharyadi, D. (2024).* Pemberdayaan UMKM melalui pendampingan bisnis. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 45-60.
- Suryana, Y. (2023).* Kewirausahaan: Pendekatan karakteristik wirausahawan sukses. Kencana.
- Tambunan, T. (2022).* UMKM dan pemulihan ekonomi nasional. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 11(3), 201-215.
- Wilson, R. M. S., & Gilligan, C. (2023).* Strategic marketing management (5th ed.). Routledge.
- Zimmerer, T. W., et al. (2024).* Essentials of entrepreneurship and small business management (9th ed.). Pearson.