

BAB I

PENDAHULUAN

A. ANALISIS SITUASI

Membuka usaha baru tidak mungkin tanpa ada rencana sebelumnya. Rencana tertulis betapapun sederhananya harus ada. Namun, wirausaha baru yang tidak mau atau tidak mampu menulis rencana tertulis tersebut karena berbagai alasan. Perencanaan yang tidak tertulis pasti sudah ada rekayasa dalam pikiran, yaitu suatu rekayasa secara sederhana tentang jawaban dari berbagai pernyataan antara lain, usaha apa yang akan dibuka, mengapa memilih usaha tersebut, di mana lokasinya, siapa konsumennya, darimana sumber modal dsb. Tampaknya wirausaha baru seperti ini cenderung melaksanakan kegiatan *trial and error* atau coba-coba. Seandainya gagal mereka akan beralih ke usaha yang lain. Model seperti ini banyak dijumpai dalam masyarakat bisnis kita.

Dinyatakan oleh David H. Bangs Jr bahwa seorang pengusaha yang tidak bisa membuat perencanaan sebenarnya merencanakan kegagalan. Suatu rencana kerja yang dibuat tertulis dan resmi guna menjalankan perusahaan (*Business plan*) merupakan perangkat tepat untuk memegang kendali perusahaan dan menjaga agar fokus usaha.

Rencana bisnis sangat berguna untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen, atribut produk yang paling diinginkan dan memastikan rencana perusahaan di berbagai aspek seperti produksi, distribusi, penentuan harga dan pemasaran. Jika ada kendala dalam memulai usaha, rencana bisnis sangat berguna untuk memeriksa kembali tujuan dan sumber daya yang dimiliki unit usaha sehingga dapat mengatasi masalah tersebut. Lebih dari itu rencana usaha yang tertulis merupakan legitimasi dari sebuah usaha yang akan didirikan. Rencana usaha yang baik, membuat investor atau rekanan meyakini potensi usaha tersebut sehingga tertarik untuk bekerja sama.

Salah satu kelompok wirausaha muda adalah karang taruna. Dari banyak kegiatan yang dilakukan karang taruna, rintisan usaha adalah kegiatan yang paling diminati. Satu karang taruna yang aktif melakukan rintisan usaha adalah 'Taruna Reka' yang berada di Dusun Karang Ploso, Sitimulyo, Piyungan, Bantul.

Taruna Reka merupakan wadah aktivitas bagi anak muda untuk berkarya bersama demi sebuah cita-cita untuk menjadi anak muda yang aktif, kreatif, edukatif dan rekreatif. Sejak awal berdirinya pada tahun 80-an organisasi ini konsen dipengembangan kreatifitas, wirausaha, pendidikan dan jaringan anak muda di tingkat dusun. Selain sebagai ruang berekspresi bagi anak muda Taruna Reka juga menjadi tempat untuk berlatih berorganisasi,

berbagi, melakukan kerja bersama di tingkat komunitas dan untuk komunitas. Dari tahun ke tahun, generasi ke generasi proses transfer pengetahuan berlangsung dengan menyenangkan, walau kadang sering ada simpang siurnya.

Pada tahun 2000 Taruna Reka mengembangkan jaringan kerjasama di tingkat Kring (daerah yang disatukan oleh aliran irigasi) untuk pengembangan kawasan. Selain itu juga aktif di kelompok remaja desa dan Forum Komunikasi Pemuda Piyungan. Selain itu semenjak gempa melanda Yogyakarta tahun 2006 Taruna Reka menjadi pionir dalam menata kembali dusun, mengorganisir bantuan, merencanakan pengembangan dan merancang bersama masa depan dusun.

Disamping itu, hingga saat ini Taruna Reka telah memiliki 4 bidang usaha, yaitu: pembesaran benih ikan gurami, usaha lilin hias dan penyedia suvenir manten, shooting manten dan dokumentasi, serta usaha insidental, seperti warung buka puasa.

Usaha yang telah mereka jalankan semuanya berjalan lancar. Akan tetapi semua usaha tersebut dibuat tanpa perencanaan (*Business plan*) di awal usaha. Akibatnya mereka kurang mampu mengidentifikasi potensi dan sumber daya yang dimiliki, manajemen usaha kurang sistematis dan ketidakmampuan mengatasi kendala selain itu tidak banyak pihak/investor yang bersedia bekerjasama. Oleh karena itu mereka perlu diberikan pelatihan mengenai pengelolaan usaha dan perencanaan usaha agar rintisan usahanya berkembang.

B. KAJIAN PUSTAKA

1. Perencanaan Usaha (*Business plan*)

Business plan adalah merupakan suatu dokumen yang menyatakan keyakinan akan kemampuan sebuah bisnis untuk menjual barang atau jasa dengan menghasilkan keuntungan yang memuaskan dan menarik bagi penyandang dana.

Business plan dibuat dalam bentuk jangka pendek ataupun jangka panjang yang pertama kali diikuti tiga tahun berjalan. *Business plan* merupakan rencana perjalanan atau road map yang akan diikuti oleh wirausaha. *Business plan* seakan-akan menjawab pertanyaan: *where am i now? Where am i going? How will i get there?*

Perencanaan usaha perlu disusun karena merupakan legitimasi dari sebuah usaha yang akan didirikan. Orang perlu mengetahui segala sesuatu tentang perusahaan sehingga tertarik untuk bekerja sama. Ada beberapa alasan penting mengapa orang harus menyusun perencanaan usaha (Bygrave, 1994 dalam Alma, 2007), antara lain:

- a) *To sell yourself on the business*
- b) *To obtain bank financing*

- c) *To obtain investment funds*
- d) *To arrange strategic alliances*
- e) *To large contracts*
- f) *To attract key employes*
- g) *To complete mergers and acquisitions*
- h) *To motivate and focus your management team.*

2. Tahapan Perencanaan Usaha

Ada beberapa tahap yang harus dilakukan untuk mengasilkan suatu rencana usaha. Terdapat 4 (empat) tahap yang perlu dilakukan.

- Tahap Pertama : Mencari Ide Usaha
- Tahap Kedua : Mencari Informasi Usaha
- Tahap Ketiga : Memulai Usaha
- Tahap Keempat: Tindak Lanjut & Pengembangan Usaha.

Tahap mencari ide usaha merupakan tahapan yang sangat krusial dalam rencana usaha. Secara garis besar tahap mencari ide usaha didahului dengan menyeleksi sekian banyak ide-ide usaha yang muncul dan ingin dilaksanakan. Disini perlu dilakukan curah ide, curah pendapat atau *brain storming* ide sebanyak-banyaknya dengan diri sendiri, dengan keluarga, dengan teman dan berbagai pihak lainnya yang bisa diajak diskusi. Jumlahnya bisa puluhan bahkan ratusan.

Langkah berikutnya 'Menyeleksi Ide Usaha'. Dari sekian banyak ide usaha yang terkumpul, analisa sesuai keahlian pribadi. Maksudnya keahlian praktis yang dimiliki, keahlian manajemen usaha, pengetahuan tentang jenis usaha, kecocokan dengan motivasi, kaitannya dengan pengambilan risiko usaha. Dari sekian banyak ide tersebut sekarang tinggal 5 s/d 10 ide usaha.

Ide usaha tersebut harus diperkuat dengan usaha mencari bantuan, menghadiri pelatihan-pelatihan usaha, mengamati pengusaha yang sukses, mempelajari dokumen usaha yang sejenis. Hasilnya mungkin ada 3-5 ide usaha.

Langkah berikutnya adalah melakukan analisa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman atau yang dikenal dengan Analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*). Akhirnya ada satu ide yang terbaik. Merupakan keputusan Ide Usaha yang akan disusun Rencana Usahnya.

3. Kerangka Rencana Usaha

Rencana usaha yang akan disusun memuat pokok-pokok pikiran perencanaan yang mencakup, antara lain:

1) Nama Perusahaan

Nama yang diciptakan untuk sebuah usaha harus dipikirkan baik-baik oleh si pemilik usaha, karena nama ini akan memberikan dampak jangka panjang. Canon dan Wichert dalam Alma (2007) menyatakan bahwa ciri-ciri merek yang baik adalah:

1. *Short* (pendek)
2. *Simple* (sederhana)
3. *Easy to spell* (mudah dieja)
4. *Easy to remember* (mudah diingat)
5. *Pleasing when read* (enak dibaca)
6. *No disagreeable sound* (tidak ada nada sumbang)
7. *Does not go out of date* (tidak ketinggalan jaman)
8. Ada hubungannya dengan barang dagangan
9. Bila diekspor mudah dibaca oleh orang asing
10. Tidak menyinggung perasaan/kelompok lain
11. Membayangkan apa produk itu atau memberi sugesti penggunaan produk tersebut

2) Lokasi

Untuk memilih lokasi harus diingat bahwa konsumen lebih suka untuk berbelanja ke pusat pertokoan atau ke lokasi dimana banyak terdapat jenis barang dagangan. Biasanya toko akan terpusat di dekat pusat perbelanjaan di daerah baru, dan kemudian seiring berkembangnya lingkungan sekitar daerah tersebut akan semakin ramai dan berubah menjadi daerah pertokoan yang strategis

3) Komoditi yang akan diusahakan

Untuk memilih komoditi yang akan diusahakan dapat dipertimbangkan hal-hal sbb:

1. Banyaknya permintaan masyarakat terhadap jenis-jenis usaha tertentu, baik berupa barang maupun jasa
2. Teridentifikasinya kebutuhan tersembunyi masyarakat akan barang/jasa tertentu
3. Kurangnya kompetitor yang memiliki usaha yang sama dengan apa yang akan kita usahakan
4. Adanya kemampuan untuk bersaing dengan kompetitor lain

4) Konsumen yang dituju

Dalam hal ini perlu dianalisa calon-calon konsumen yang diharapkan. Apakah konsumen bertempat tinggal di lingkungan usaha? Ataupun perusahaan akan menjangkau konsumen yang lebih luas.

5) Pasar yang akan dimasuki

Sebuah perusahaan yang akan memasuki pasar akan menempatkan perusahaannya sebagai *market leader*, *market challenger*, *market follower*, atau *market nicher*. *Market leader* memiliki pangsa pasar dalam usaha sejenis. Perusahaan ini dapat mengendalikan harga, membuat produk baru, menggunakan promosi besar-besaran dan sebagainya. Namun sebagai *market leader*, perusahaan tidak dapat lengah sedikitpun oleh ancaman dari perusahaan lain untuk mempertahankan pangsa pasarnya.

6) Partner yang akan diajak kerjasama

7) Personil yang dipercaya untuk menjalankan usaha

8) Jumlah modal yang diharapkan dan yang tersedia

Pada umumnya modal yang tersedia untuk membuka usaha jumlahnya sangat minim atau bahkan nihil. Akan tetapi banyak diantara wirausahawan mampu mengumpulkan modal dari tabungan, menjual harta atau bahkan dari pinjaman (hutang). Semua sumber pengumpulan modal harus dicatat, sehingga nantinya dapat ditentukan berapa modal awal yang dipakai untuk membuka sebuah usaha.

9) Peralatan yang perlu disediakan

Peralatan yang perlu disediakan adalah sesuai dengan kepentingan usaha. Peralatan usaha pertokoan akan berbeda dengan usaha kerajinan dan industri. Untuk pertama kali membuka usaha, perlu mempertimbangkan peralatan yang dimiliki, sebab membeli peralatan akan membebani kas yang kita miliki sebagai modal awal

10) Promosi

Sebagai usaha baru, tentunya usaha yang kita miliki belum dikenal oleh masyarakat. Oleh sebab itu perlu direncanakan dengan baik strategi promosi apa yang akan dipilih, media apa yang akan digunakan, keunggulan apa yang akan ditampilkan, serta dimana kita akan melakukan promosi agar produk kita dikenal oleh konsumen.

4. Bentuk Formal *Business Plan*

- *Introduction*

Adalah item yang berisikan deskripsi dokumen, Untuk siapa dokumen ini dibuat, Kenapa orang harus membacanya, siapa dan kapan dibuat, langkah-langkah yang dilakukan, dll.

- *Table of Content*

Daftar isi dari dokumen yang dibuat

- *Fact Sheet*

Berisikan informasi data-data perusahaan: Nama perusahaan, Struktur legal, Lokasi, Ukuran usaha, Nilai investasi, ROI (*return on investment*), Promoter, Auditor, etc

- *Executive Summary*

Penjelasan singkat tentang setiap langkah dari rencana dan profil perusahaan dalam bentuk narasi: visi misi, tujuan, etc

- *Business Concept*

Berisikan konsep-konsep yang akan kita jalankan dalam usaha: Unique Selling Proposition, Ide dasar, Nilai beda kita dengan pebisnis lain, oportunity yang bisa didapat, kesesuaian dengan visi dan misi perusahaan dll

- *Market Analysis*

Penjelasan dan analisa mengenai situasi pasar: Pelanggan, pesaing, proses distribusi, dan promosi

- *Operation*

Menjelaskan tentang proses produksi: Input, Proses, Output

- *Financials*

Menjelaskan tentang situasi keuangan perusahaan yang terdiri dari: Income statement, Balance sheet, Cash flow, dan ratio

- *Organization*

Menjelaskan tentang organisasi perusahaan: Kepemilikan/komisaris, Direksi, Staf-staf kunci. Dijelaskan pula posisi, tingkat pendidikan, pengalaman, *success story*, potensi masa depan dan data-data lain yang sekiranya menguatkan

- *Legal*

Menjelaskan aspek legal/hukum dari usaha yang dijalankan

5. Manajemen Usaha

Pengelolaan manajemen usaha dibutuhkan dalam konteks internal perusahaan, agar perusahaan benar-benar memiliki arah dalam menjalankan usaha, terukur, dan terencana dengan baik. Perencanaan usaha juga akan menjadi “*controlling tools*”, apakah dalam perjalanannya nanti, bisnis yang dijalankan berada dalam *line* yang benar atau tidak. Terutama dalam bisnis yang relatif baru, penuh dengan kreatifitas, perencanaan usaha juga semakin dibutuhkan.

Beberapa manfaat yang diperoleh dari pengelolaan usaha adalah:

1. Memilih bisnis yang *feasible* untuk dijalankan berdasarkan studi kelayakan yang dilakukan
2. Memiliki usaha yang berbadan hukum jelas
3. Memiliki laporan keuangan (bermanfaat untuk kelangsungan usaha, keuntungan optimal, pengajuan kredit)
4. Memiliki perencanaan pengembangan dan operasional usaha yang jelas

Untuk menjalankan manajemen usaha diperlukan beberapa tahapan, yaitu:

1. Identifikasi Peluang Bisnis

Identifikasi peluang bisnis dimulai dari mencari gagasan produk atau jasa usaha baru. Gagasan tersebut bisa berasal dari kebutuhan, hobi/ kesenangan, mengamati kecenderungan atau trend, mengamati kekurangan produk atau jasa yang telah ada, serta mengamati lingkungan sekitar. Dengan mengidentifikasi peluang yang ada memungkinkan kita untuk mendapatkan ide/gagasan bisnis yang mungkin selama ini belum terpikirkan oleh orang lain.

Setelah mengidentifikasi peluang bisnis dan mendapatkan ide/gagasan produk/jasa baru yang akan dilaksanakan, langkah selanjutnya adalah membuat perencanaan usaha (*business plan*). Dinyatakan oleh David H. Bangs Jr bahwa seorang pengusaha yang tidak bisa membuat perencanaan sebenarnya merencanakan kegagalan. Suatu rencana kerja yang dibuat tertulis dan resmi guna menjalankan perusahaan (*business plan*) merupakan perangkat tepat untuk memegang kendali perusahaan dan menjaga agar fokus usaha perusahaan tidak menyimpang.

Memulai usaha baru tidak tepat kiranya jika langsung dalam bentuk usaha besar. Memang ada pengusaha yang langsung membuka usaha besar tanpa mempunyai pengalaman lebih dahulu. Akibatnya jika usaha besar ini mengalami benturan-benturan bisnis maka akan timbul kepanikan bagi pemiliknya sendiri dan

perusahaan semacam ini gampang jatuh/mengalami kegagalan. Memulai wirausaha dalam bentuk usaha kecil akan memberikan pengalaman demi pengalaman dalam mengelola usahanya. Berdasarkan pengalaman setiap tahun dan data yang terkumpul dianalisa maka dengan mudah perusahaan berkembang menjadi perusahaan yang lebih besar.

Setelah perencanaan usaha selesai dibuat, calon pengusaha harus melakukan studi kelayakan bisnis untuk menilai apakah bisnis tersebut layak dilaksanakan dilihat dari beberapa perspektif. Studi kelayakan usaha terdiri dari:

- Studi Teknis
Studi teknis meliputi persoalan tempat usaha (apakah sewa, atau milik sendiri), peralatan yang digunakan (apakah *leasing*, atau beli, atau sewa)
- Studi Manajemen (Sumberdaya Manusia)
Studi manajemen menyangkut sumberdaya manusia yang terlibat dalam bisnis/usaha yang dijalankan. Bagaimana dengan karyawan, siapa yang mengelola usaha tersebut, serta bagaimana kemampuan masing-masing SDM dalam mengelola unit usaha yang dijalankan. Dalam pemilihan SDM juga perlu pertimbangan, apakah masing-masing jenis pekerjaan disesuaikan dengan kompetensi ilmu setiap karyawan atau semua bidang ilmu dapat melaksanakan jenis pekerjaan yang dibebankan. Tentu saja semakin tinggi tingkat pendidikan karyawan juga mensyaratkan gaji/upah yang tinggi pula.
- Studi Pasar (Pemasaran)
Studi pasar meliputi studi mengenai konsumen. Apakah konsumen yang menjadi pasar sasaran produk/jasa yang akan dijalankan masih terbuka luas dan cukup banyak, apakah pasar sasaran produk/jasa yang akan dijalankan hanya melayani segmen tertentu saja, atau bahkan melayani semua segmen.
- Studi Modal (Keuangan)
Studi mengenai modal meliputi dari mana sumberdana usaha berasal. Apakah 100% modal pemilik, apakah hutang (bank, pihak lain), ataukah kerjasama dengan pihak lain. Demikian pula dengan besarnya modal yang digunakan untuk membuka usaha, apakah diperlukan modal yang sangat besar, sedang, ataukah cukup dengan modal kecil. Setelah mengetahui seberapa besar modal yang diperlukan, baru ditentukan apakah modal tersebut cukup didanai dari modal pemilik saja ataukah perlu meminjam dari pihak lain.
- Studi Persaingan

Studi mengenai persaingan meliputi analisis kompetitor yang juga bermain di lahan yang sama. Apabila diibaratkan dalam sebuah kue (pasar dan konsumen/pembeli) banyak orang (penjual) yang menginginkan kue tersebut (bermain dipasar tersebut) maka, setiap orang (penjual) hanya akan mendapatkan potongan kue (pasar dan konsumen/pembeli) yang kecil. Namun jika hanya sedikit orang (penjual) yang menginginkan kue (pasar dan konsumen/pembeli) tersebut, maka masing-masing orang (penjual) akan mendapatkan potongan kue (pasar dan konsumen/pembeli) yang cukup besar.

C. IDENTIFIKASI DAN RUMUSAN MASALAH

1. Identifikasi Masalah

- a. Membuka usaha tidak mungkin tanpa ada rencana sebelumnya
- b. Keengganan menulis rencana usaha
- c. Kegagalan bisnis karena keterbatasan pengalaman mengelola usaha
- d. Banyak benturan bisnis yang terjadi pada usaha yang dijalankan tanpa perencanaan

2. Perumusan Masalah

Bagaimana membuat perencanaan usaha (*Business plan*) dan pengelolaan usaha bagi kelompok remaja “Taruna Reka” di dusun Karang Ploso, Sitimulyo, Piyungan, Bantul, Yogyakarta?

D. TUJUAN KEGIATAN

Tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah:

1. Membekali Kelompok Remaja Taruna Reka” di dusun Karang Ploso, Sitimulyo, Piyungan, Bantul, Yogyakarta agar memiliki pemahaman dan pengetahuan tentang pentingnya perencanaan dan pengelolaan usaha yang tepat.
2. Dapat menyusun perencanaan dan pengelolaan usaha bagi usaha yang telah dijalankan.

E. MANFAAT KEGIATAN

Manfaat yang diharapkan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah:

1. Memberikan pemahaman tentang pentingnya perencanaan dan pengelolaan usaha
2. Memberikan pengetahuan tentang penyusunan *Business plan*

3. Sebagai forum untuk bertukar pengetahuan dan pengalaman antara masyarakat dan perguruan tinggi.

BAB II METODE KEGIATAN PPM

A. KHALAYAK SASARAN

Khalayak sasaran kegiatan pelatihan ini adalah anggota kelompok Remaja Taruna Reka di Dusun Karangploso, Sitimulyo, Piyungan, Bantul, Yogyakarta, dengan jumlah khalayak sasaran kurang lebih 30 orang. Adapun yang menjadi instruktur dalam pelatihan ini adalah tim pengabdian atau dosen dari Jurusan Manajemen UNY.

B. METODE KEGIATAN

Metode kegiatan yang digunakan meliputi:

1. Ceramah bervariasi

Metode ini dipilih untuk menyampaikan teori dan konsep-konsep yang sangat prinsip dan penting untuk dimengerti serta dikuasai oleh peserta pelatihan. Materi yang diberikan meliputi: pentingnya perencanaan usaha, pengertian perencanaan usaha, kerangka rencana usaha, bentuk formal perencanaan usaha dan bagaimana mengelola usaha yang dijalankan dari aspek pemasaran, sumberdaya manusia dan keuangan.

2. Latihan Penyusunan Perencanaan Usaha (*Business plan*)

Dengan metode ini peserta pelatihan akan mempraktikkan pengelolaan usaha pada jenis usaha yang telah dijalankan dan praktik penyusunan perencanaan usaha (*Business plan*) sebagai tujuan akhir dari kegiatan pelatihan ini.

C. LANGKAH-LANGKAH KEGIATAN

Agar kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dapat berjalan dengan lancar maka dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

No.	Kegiatan	Uraian Kegiatan
1.	Persiapan	a. Survei lapangan
		b. Penyusunan proposal
		c. Seleksi proposal
		d. Seminar perencanaan kegiatan
		e. Penyusunan materi pelatihan
2.	Pelaksanaan	a. Koordinasi dengan pihak terkait
		b. Persiapan bahan dan alat
		c. Pelaksanaan pelatihan teori <ul style="list-style-type: none">• Ceramah teori perencanaan usaha (<i>business plan</i>)• Ceramah aspek-aspek pengelolaan usaha

		d. Pelaksanaan pelatihan praktek <ul style="list-style-type: none"> • Praktek penyusunan perencanaan usaha • Praktek pengelolaan usaha
		e. Monitoring dan evaluasi kegiatan
		f. Penyusunan laporan
3.	Pelaporan	a. Seminar hasil kegiatan
		b. Revisi laporan kegiatan PPM
		c. Penggandaan laporan PPM
		d. Pengiriman laporan PPM

BAB III
PELAKSANAAN KEGIATAN PPM

A. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang merupakan inti kegiatan selain kegiatan survei, dilaksanakan sebanyak 2 (tiga) kali. Tempat pelaksanaan kegiatan adalah di sekretariat Kelompok remaja Taruna Reka di dusun Karang Ploso, Sitimulyo, Piyungan, Bantul, Yogyakarta. Kegiatan ini diikuti oleh pengurus maupun anggota Taruna Reka dengan jumlah peserta sebanyak 33 orang. Adapun perincian dari kegiatan yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

Tatap muka ke	Hari/Tanggal	Materi	Media	Metode
I	Sabtu	Aspek-aspek perencanaan usaha a. Pentingnya perencanaan usaha b. Pengertian perencanaan usaha c. Kerangka rencana usaha d. Bentuk formal rencana usaha	Makalah	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Studi kasus & permainan
	Sabtu	Praktek mandiri pembuatan rencana usaha	Penyusunan perencanaan usaha warnet Taruna Reka	Praktek mandiri
II	Minggu	Aspek-aspek pengelolaan usaha a. Manajemen pemasaran b. Manajemen sumberdaya manusia c. Manajemen keuangan	Makalah	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab
	Minggu	Evaluasi hasil perencanaan usaha dan tanya jawab pengelolaan usaha	Hasil perencanaan usaha warnet Taruna Reka	Tanya jawab

B. PEMBAHASAN HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat yang telah dilakukan secara garis besar mencakup beberapa komponen, yaitu:

1. Keberhasilan target jumlah peserta pelatihan
2. Ketercapaian tujuan pelatihan
3. Ketercapaian target materi yang telah direncanakan
4. Kemampuan peserta dalam penguasaan materi

Ketercapaian target jumlah peserta dapat dilihat dari jumlah peserta yang ditargetkan adalah 30 orang dan pada kenyataannya kegiatan pengabdian pada masyarakat diikuti oleh 33 orang sehingga target jumlah peserta telah dapat terpenuhi. Semua peserta dapat mengikuti seluruh proses pelatihan dari awal sampai selesai, kegiatan yang dirancang 100% terlaksana, dan kehadiran narasumber 100%. Target penyampaian materi pelatihan juga tercapai karena materi dapat disampaikan secara keseluruhan dan antusiasme peserta dalam mengikuti pelatihan sangat mendukung kegiatan ini.

Penguasaan kompetensi peserta pelatihan dievaluasi melalui praktek mandiri penyusunan perencanaan usaha dan pengelolaan usaha yang dilakukan.

Selain itu kegiatan ini juga dievaluasi menggunakan instrumen pengukuran kepuasan pelanggan dari Lembaga Pengabdian pada Masyarakat UNY. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memberikan penilaian dengan skor 3 (baik) atau 4 (sangat baik).

C. FAKTOR PENDUKUNG KEGIATAN

Berdasarkan evaluasi pelaksanaan dan hasil kegiatan dapat diidentifikasi faktor pendukung dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini sebagai berikut:

- a) Adanya kerjasama yang baik antara tim pengabdian dengan pengurus dan anggota Taruna Reka
- b) Partisipasi aktif dan antusiasme yang tinggi dari anggota Taruna Reka dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan.

D. FAKTOR PENGHAMBAT KEGIATAN

Selain itu dalam pelaksanaan pengabdian pada masyarakat ini juga ada beberapa hal yang dipandang sebagai kendala pelaksanaan yaitu:

- a) Latar belakang pendidikan anggota Taruna Reka yang sangat bervariasi sehingga daya tangkap para peserta terhadap materi juga sangat bervariasi. Beberapa peserta

yang masih sangat muda cukup kesulitan memahami tujuan kegiatan dan manfaatnya bagi kegiatan rintisan usaha.

- b) Beberapa peserta pelatihan belum memiliki pengetahuan awal tentang kewirausahaan dan pengelolaan usaha, sehingga beberapa peserta mengalami kesulitan dalam praktek penyusunan perencanaan usaha dan pengelolaan usaha khususnya aspek sumberdaya manusia dan keuangan

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Sesuai dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Kegiatan pengabdian pada masyarakat berjalan dengan baik dan lancar sesuai dengan rencana kegiatan yang telah disusun sebelumnya.
- 2) Pemberian contoh perencanaan usaha yang berkaitan dengan bisnis yang akan dijalankan sangat tepat bagi peserta karena hal tersebut akan meningkatkan pemahaman mengenai perencanaan usaha yang perlu dibuat atau dipersiapkan dalam usahanya.
- 3) Kesempatan untuk berdiskusi mengenai pengelolaan usaha pada aspek pemasaran, sumberdaya manusia dan keuangan sangat tepat bagi peserta (khususnya pengurus Taruna Reka) karena hal tersebut akan meningkatkan pemahaman mengenai pengelolaan usaha.

B. SARAN

Berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

- 1) Perlu adanya kegiatan pelatihan lanjutan untuk terus mengembangkan Taruna Reka agar lebih berkembang dalam menjalankan usahanya
- 2) Perlu adanya pendampingan dari instansi terkait lainnya (Dinas Perindustrian dan Perdagangan) agar lini usaha yang selama ini dikelola oleh Taruna Reka dapat terus maju dan membantu kemakmuran anggotanya.
- 3) Perlu adanya pelatihan kewirausahaan agar Taruna Reka maupun masyarakat disekitarnya mampu berwirausaha dalam rangka membantu meningkatkan kondisi perekonomiannya.