

## Business Strategy Development and Planning

Dian Ayu Ariyanti<sup>1\*</sup>, Athika Dewi Afrianti<sup>2</sup>, Mitha Monika Yarangga<sup>3</sup>, Sonja Andarini<sup>4</sup>, Indah Respati Kusumasari<sup>5</sup>

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

**Corresponding Author:** Dian Ayu Ariyanti [22042010091@student.upnjatim.ac.id](mailto:22042010091@student.upnjatim.ac.id)

---

### ARTICLE INFO

*Keywords:* Strategic Management, Business Planning, Strategy

*Received :* 23, April

*Revised :* 25, May

*Accepted:* 27, Juni

©2024 Ariyanti, Afrianti, Yarangga, Andarini, Kusumasari: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRACT

Every business needs a plan, especially today when funding and competition are so tight and increasingly advanced. From large companies to new businesses, doing business in Indonesia is becoming increasingly complex, with many competitors selling the same products and services. To reduce possible risks, it is best for companies to have a business plan before starting their business. The more competitors there are, the greater the possibility that consumers will be persuaded to buy the product or service being sold. Many business people only chase big profits without planning or thinking about the risks that might arise. Business planning that can be carried out consists of initial investment, initial funding requirements plan, estimated average sales, equipment purchases, cost of goods sold, income analysis, cash flow analysis, net present value (NPV), payback period, legal aspects, and methods. Data collection Business development planning is also an important step to ensure business success.

---

## Pengembangan dan Perencanaan Strategi Bisnis

Dian Ayu Ariyanti<sup>1\*</sup>, Athika Dewi Afrianti<sup>2</sup>, Mitha Monika Yarangga<sup>3</sup>, Sonja Andarini<sup>4</sup>, Indah Respati Kusumasari<sup>5</sup>

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik,  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

**Corresponding Author:** Dian Ayu Ariyanti [22042010091@student.upnjatim.ac.id](mailto:22042010091@student.upnjatim.ac.id)

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci:* Manajemen Strategi, Perencanaan Bisnis, Strategi,

*Received :* 23, April

*Revised :* 25, May

*Accepted:* 27, Juni

©2024 Ariyanti, Afrianti, Yarangga, Andarini, Kusumasari: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Setiap bisnis memerlukan rencana, terutama saat ini ketika pendanaan dan persaingan begitu ketat dan semakin maju. Mulai dari perusahaan besar hingga bisnis baru, menjalankan bisnis di Indonesia menjadi semakin kompleks, dengan banyaknya pesaing yang menjual produk dan layanan yang sama. Untuk mengurangi risiko yang mungkin terjadi, sebaiknya perusahaan memiliki rencana bisnis sebelum memulai bisnisnya. Semakin banyak pesaing maka semakin besar kemungkinan konsumen dapat terbujuk untuk membeli produk atau jasa yang dijual. Banyak pebisnis yang hanya mengejar keuntungan besar tanpa merencanakan atau memikirkan risiko yang mungkin timbul. Perencanaan bisnis yang dapat dilakukan terdiri dari investasi awal, rencana kebutuhan dana awal, estimasi rata-rata penjualan, pembelian peralatan, harga pokok penjualan, analisis pendapatan, analisis arus kas, net present value (NPV), payback periode, aspek hukum, dan metode pengumpulan data. Perencanaan pengembangan bisnis juga merupakan langkah penting untuk menjamin keberhasilan usaha.

---

## **PENDAHULUAN**

Setiap bisnis memerlukan rencana, terutama saat ini ketika pendanaan dan persaingan begitu ketat dan semakin maju. Mulai dari perusahaan besar hingga bisnis baru, menjalankan bisnis di Indonesia menjadi semakin kompleks, dengan banyaknya pesaing yang menjual produk dan layanan yang sama. Untuk mengurangi risiko yang mungkin terjadi, sebaiknya perusahaan memiliki rencana bisnis sebelum memulai bisnisnya. Semakin banyak pesaing maka semakin besar kemungkinan konsumen dapat terbujuk untuk membeli produk atau jasa yang dijual. Namun tidak semua cara berjalan lancar dan ada kerugiannya. Banyak pebisnis yang hanya mengejar keuntungan besar tanpa merencanakan atau memikirkan risiko yang mungkin timbul. Perencanaan bisnis yang dapat dilakukan terdiri dari investasi awal, rencana kebutuhan dana awal, estimasi rata-rata penjualan, pembelian peralatan, harga pokok penjualan, analisis pendapatan, analisis arus kas, net present value (NPV), payback periode, aspek hukum, dan metode pengumpulan data. Perencanaan pengembangan bisnis juga merupakan langkah penting untuk menjamin keberhasilan usaha.

Robbins dan Coulter (2003:252) menyatakan rencana bisnis merupakan dokumen tertulis yang menjelaskan rencana perusahaan/pengusaha untuk memanfaatkan peluang-peluang usaha (business opportunities) yang terdapat di lingkungan eksternal perusahaan. Sedangkan menurut Brian R. Ford dkk (2007) business plan adalah suatu dokumen yang dirancang untuk merencanakan jalannya perusahaan dalam periode tertentu. Business plan merupakan alat yang sangat penting bagi pengusaha untuk mengambil keputusan dan kebijakan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan dan dituangkan dalam suatu dokumen perencanaan. Di dunia bisnis yang penuh dinamika, perencanaan dan pengembangan bisnis menjadi kunci utama untuk mencapai kesuksesan. Proses ini melibatkan penetapan tujuan yang jelas, merumuskan strategi yang efektif, dan mengeksekusinya dengan tepat.

### **Rumusan Masalah**

1. Apa yang dimaksud dengan Perencanaan Bisnis?
2. Tujuan pembuatan perencanaan bisnis?
3. Bagaimana Konsep Manajemen Strategi Bisnis?
4. Apa yang dimaksud dengan pengertian dan peranan perencanaan pemasaran dalam bisnis ?

### **Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan perencanaan bisnis.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor kunci dalam pengembangan bisnis.
3. Sebagai panduan dalam mempelajari praktik terbaik dan tren terkini dalam perencanaan dan pengembangan bisnis.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Perencanaan Strategis**

Perencanaan strategis memegang peranan penting dalam suatu proyek karena menentukan arah dan menentukan tujuan yang ingin dicapai, Perencanaan yang cermat mencegah pekerjaan menjadi kacau dan tanpa tujuan. Rencana yang disusun dengan baik mempunyai dampak besar dalam mencapai tujuan. Perencanaan strategis adalah alat dan proses manajemen perencanaan yang menentukan apa yang diinginkan organisasi di masa depan dan bagaimana organisasi dapat mencapainya Dengan kata lain, ini adalah proses menciptakan tujuan Padahal, perencanaan strategis adalah suatu proses pengambilan keputusan strategis dan bersifat strategis.

Perencanaan tidak mempunyai arti tunggal, hanya terbatas pada satu pengertian saja. Hal ini disebabkan karena setiap disiplin ilmu mempunyai pengertian perencanaan yang berbeda-beda, Isi perencanaan tergantung pada sudut pandang dan latar belakang yang mempengaruhi orang tersebut. Di sini penulis membahas berbagai definisi perencanaan dari sumber lain Oleh karena itu, Taylor memandang perencanaan strategis sebagai cara untuk menghadapi perubahan yang dapat dihindari dan tidak dapat diprediksi serta cara untuk mengelola kompleksitas lingkungan Karena kebutuhan individu sering kali perlu dipertimbangkan, lingkungan internal juga harus dipertimbangkan dalam berbagai kasus Unit kerja dalam suatu organisasi

Di sisi lain, Steiner mendefinisikan perencanaan strategis sebagai metode berpikir logis dan menggambarannya sebagai kerangka kerja, Hal ini juga merupakan proses yang memandu para pemimpin dalam mengembangkan visi yang menggambarkan masa depan yang mereka inginkan, mengubah cara berpikir mereka dan bagaimana mereka mengalokasikan dan mengalokasikan kembali sumber daya selama implementasi program Dengan kata lain, perencanaan adalah bagaimana keputusan yang diambil saat ini akan mempengaruhi masa depan. Perencanaan strategis, juga dikenal sebagai keputusan masa depan saat ini, menetapkan arah tujuan organisasi untuk tahun-tahun mendatang dan membantu organisasi mencapai hasil yang diinginkan. Dirancang oleh McNamara untuk menentukan cara mencapai tujuan Perencanaan strategis dapat dilakukan untuk seluruh ruang lingkup organisasi atau sebagian darinya (bagian penting dari organisasi), namun biasanya mencakup seluruh ruang lingkup organisasi.

Membuat rencana strategis melibatkan tiga tahap: Diagnosis, Perencanaan dan Penyusunan Dokumen Perencanaan Tahap Diagnosis diawali dengan mengumpulkan berbagai informasi perencanaan untuk dikaji Tahap Perencanaan diawali dengan penetapan visi dan misi penelitian Menyusun Dokumen Perencanaan Strategis Dalam hal ini bahasanya tidak kental dan mudah dipahami memahaminya, namun juga memungkinkan administrator untuk bersikap fleksibel Setelah menerima hasil penilaian, Anda dapat membuat rencana strategis.

## **METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Sukmadinata (2009), metode kualitatif adalah penelitian yang menggambarkan dan menganalisis fenomena, peristiwa, keyakinan, sikap, dan aktivitas sosial secara individu atau kelompok. Metode kualitatif merupakan kumpulan teknik untuk menganalisis dan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran penting berbagai individu dan kelompok dalam permasalahan kemanusiaan dan social. Creswell (2015) Penelitian kualitatif ini menggunakan metode penelitian eksploratif. Eksplorasi adalah bentuk penelitian awal yang sangat komprehensif

Dalam penelitian eksploratif, hal ini sangat penting karena memberikan dasar yang kuat untuk penelitian lebih lanjut Yusuf (2004) menjelaskan bahwa tujuan penelitian eksploratif adalah untuk memperoleh gambaran lebih rinci mengenai permasalahan pokok dan mengembangkan lebih lanjut hipotesis yang ada. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif untuk memahami fenomena dalam konteks sosial alaminya yang menjelaskan permasalahan sosial masyarakat dari sudut pandangnya Perilaku Dalam penelitian kualitatif, peneliti menganalisis suatu fenomena dan melaporkan hasil analisis penelitian.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Perencanaan Bisnis**

Perencanaan Bisnis Perencanaan Bisnis Perencanaan dan pengembangan bisnis merupakan dua proses yang saling terkait dan penting untuk mencapai kesuksesan dalam dunia bisnis Pengembangan bisnis yang mempunyai batas waktu adalah pengelolaan bisnis Dengan kata lain Melaksanakan rencana dan mencapai tujuan.

- a. Analisis pasar: Memahami target pasar, pesaing, dan tren industri
- b. Perumusan strategi: Bagaimana perusahaan berperilaku dalam persaingan dan mencapai keunggulan kompetitif
- c. Perencanaan keuangan: Perkiraan biaya, penjualan, dan arus kas
- d. Sasaran: Suatu proses untuk mencapai sesuatu yang spesifik, terukur, dapat dicapai.

Mengacu pada proses membuat perubahan yang diperlukan untuk mencapai sesuatu Ini termasuk:

- a. Pemasaran dan Penjualan: Pencapaian Sasaran
- b. Operasi: Produksi, Penjualan, dan Layanan Pelanggan
- c. Manajemen Keuangan: Pengelolaan Keuangan dan Memastikan Profitabilitas Bisnis
- d. Pengembangan Sumber Daya Manusia: Perekrutan, Pelatihan, dan Motivasi Manajer Karyawan
- e. inovasi Produk

### **Tujuan Perencanaan Bisnis**

Tujuan Perencanaan Bisnis yang Ditetapkan

- a. Untuk memungkinkan bisnis fokus pada tujuan tertentu
- b. Sebagai alat untuk menentukan biaya dan keuntungan
- c. Untuk membantu konsumen dan pemasok dalam berinvestasi Sebagai alat komunikasi untuk digunakan di rumah
- d. Membantu pelaku usaha fokus pada tujuan dan bisnisnya
- e. Memudahkan pemantauan bisnis
- f. Memberikan langkah-langkah praktis untuk bersaing dan menghindari potensi kesalahan

Elemen rencana bisnis yang buruk meliputi:

- a. Kesalahan yang dapat menyebabkan masalah serius Perusahaan
- b. Menyasar peralatan yang tidak tepat dan operator yang tidak bertanggung jawab
- c. Kurangnya pengalaman dalam perencanaan bisnis
- d. Tidak memperhitungkan ancaman dan kelemahan perusahaan,
- e. Dapat mengetahui langkah praktis menghadapi dunia persaingan, sehingga dapat mencegah kegagalan yang mungkin terjadi.

Faktor perencanaan bisnis yang kurang baik, dapat menyebabkan kegagalan bisnis :

- a. Tujuan yang ditetapkan tidak masuk akal, dan pengusaha tidak memiliki tanggung jawab
- b. Tidak memiliki pengalaman dalam perencanaan bisnis
- c. Tidak memperhitungkan ancaman dan kelemahan bisnisnya

### **Konsep Manajemen Strategi Bisnis**

Konsep Manajemen Strategis Manajemen strategis adalah suatu proses kegiatan pengambilan keputusan yang mendasar dan menyeluruh yang dilakukan oleh para manajer dan dilakukan pada seluruh tingkatan organisasi untuk mencapai tujuan, dan keputusan mengenai pelaksanaannya. Menurut Peach dan Robinson (1997), manajemen strategis adalah serangkaian tindakan yang mengarah pada pengembangan dan implementasi rencana untuk mencapai tujuan organisasi, Sedangkan menurut Park Nawawi, pengertian manajemen strategis adalah suatu rencana berskala besar (yang disebut rencana strategis) yang bertujuan untuk mencapai tujuan yang luas di masa depan (yang disebut visi), yang ditentukan oleh pemerintah Kepemimpinan tertinggi (negara yang berkuasa) Optimalisasi keputusan, tujuan (yang disebut tujuan strategis) yang mendasar dan mendasar dan pencapaian berbagai tujuan (rencana operasional untuk produksi barang dan jasa berkualitas tinggi) Suatu upaya untuk menciptakan sesuatu (disebut misi) yang bertujuan untuk membawa perubahan Dalam merumuskan strategi perlu dilakukan analisis terhadap lingkungan eksternal dan internal yaitu peluang dan ancaman/hambatan, serta lingkungan perusahaan merupakan kelebihan dan kekurangan yang penting untuk memprediksi perubahan yang akan terjadi.

Pencapaian tujuan perusahaan memerlukan pemilihan keputusan implementasi yang tepat dan tepat sasaran Strategi bertujuan untuk memastikan bahwa tujuan dan sasaran dapat dicapai melalui langkah-langkah yang tepat. Organisasi sangat membutuhkan strategi untuk menjadi pedoman dan menunjukkan bagaimana organisasi akan mencapai misinya dan menetapkan tujuannya Pengembangan strategi dapat dilakukan oleh manajer di semua tingkatan, termasuk kepala departemen dan kepala departemen.

### **Konsep Manajemen Strategi :**

- a. Menerapkan manajemen strategis sebagai tindakan berskala besar
- b. Perencanaan skala dalam arti mencakup seluruh elemen lingkungan organisasi dan dinyatakan serta dikembangkan dalam bentuk rencana strategis (Lenstra) Rencana operasional dibuat dan kemudian dikembangkan menjadi rencana operasional Program kerja dan rencana tahunan disajikan dalam bentuk proyek Renstra yang berorientasi pada jangkauan masa depan.
- c. Visi, misi, keputusan strategis organisasi, dan tujuan strategis jangka panjang yang mewakili strategi utama tidak hanya dalam tahap persiapan Ini juga mencakup pengambilan keputusan.
- d. Rencana strategis diterjemahkan ke dalam rencana operasional yang mencakup program operasional seperti proyek dan keputusan manajemen puncak terkait.

- e. Rencana operasi memerlukan keterlibatan manajemen karena rencana tersebut menjadi dasar penerapan, realisasi jangka menengah, pemeliharaan dan pengembangan misi organisasi secara keseluruhan, termasuk kelangsungan hidup jangka panjangnya.
- f. Perumusan strategi dalam program, termasuk proyek untuk mencapainya, dilakukan oleh fungsi manajemen lainnya seperti organisasi, implementasi, penganggaran, dan pengendalian.

### **Peranan Perencanaan Pemasaran dalam Bisnis**

Semua perusahaan dan unit usaha selalu melakukan kegiatan pemasaran khusus untuk dirinya sendiri, Tidak ada perusahaan yang dikecualikan dari kegiatan pemasaran ini Apakah badannya berbentuk perseroan terbatas (PT), perseroan terbatas, CV, atau patungan Koperasi dan Badan Usaha Milik Negara tidak dapat dipisahkan dari kegiatan pemasaran Kegiatan pemasaran yang dilakukan sebagai bagian dari kegiatan suatu perusahaan harus terkoordinasi dan terkoordinasi untuk mencapai tujuan umum perusahaan dan tujuan pemasaran pada khususnya. Perencanaan pemasaran adalah rumusan kegiatan pemasaran yang akan dilakukan dengan menggunakan sumber daya yang ada dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan dan sasaran pemasaran tertentu pada waktu tertentu di masa yang akan datang.

Merencanakan strategi pemasaran berarti menemukan peluang yang menarik dan mengembangkan strategi yang menguntungkan. Kegiatan yang melaksanakan rencana pemasaran disebut rencana pemasaran. Peranan penting pemasaran dalam perencanaan strategis perusahaan antara lain :

- a. Pemasaran memberikan pendekatan pemasaran strategis yang memungkinkan perusahaan memperhatikan kebutuhan kelompok konsumen.
- b. Dapat diidentifikasi peluang pasar yang menarik

Sebaliknya, rencana pemasaran suatu perusahaan memberikan manfaat bagi perusahaan sebagai berikut:

- a. Mendorong berpikir positif
- b. Selaraskan upaya pemasaran Anda dengan lebih baik
- c. Pengawas melaksanakan kegiatan pemasaran berdasarkan kriteria kinerja yang ditentukan dalam rencana

Tujuan dari rencana pemasaran adalah untuk:

- a. Sasaran dan Sasaran Menyeimbangkan dan mengkoordinasikan kegiatan pemasaran serta menjamin pencapaiannya
- b. Penggunaan metode bisnis dalam pemasaran secara intensif dan optimal
- c. Memastikan koordinasi dan koordinasi antar departemen internal untuk mencapai tujuan Perusahaan

Manfaat rencana pemasaran :

- a. Meningkatkan koordinasi kegiatan
- b. Mengidentifikasi perkembangan yang diharapkan
- c. Meningkatkan daya tanggap organisasi terhadap perubahan
- d. Meminimalkan reaksi irasional terhadap reaksi yang tidak terduga
- e. Meningkatkan organisasi Tingkatkan posisi Anda
- f. Kurangnya masalah perencanaan mengenai komunikasi yang tidak baik

Masalah masalah yang muncul akibat kurangnya perencanaan

- a. Hilangnya peluang untuk sukses
- b. Perencanaan numerik jangka panjang yang sia-sia
- c. Sasaran yang tidak realistis
- d. Kurangnya tindakan yang dapat ditindaklanjuti informasi pasar
- e. Konflik interpersonal fungsional
- f. Ketidakpuasan manajemen

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

perencanaan bisnis, manajemen strategi, dan perencanaan pemasaran memegang peran penting dalam kesuksesan sebuah bisnis. Perencanaan yang matang dan strategis diperlukan untuk menghadapi tantangan persaingan pasar yang semakin kompleks. Selain itu, penggunaan metode penelitian kualitatif dalam menggali informasi juga menjadi hal yang penting dalam pengembangan bisnis. Dengan memperhatikan aspek-aspek tersebut, perusahaan dapat mengoptimalkan peluang, menghindari risiko, dan mencapai kesuksesan dalam berbisnis. Untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan bisnis di masa depan, perusahaan perlu terus melakukan evaluasi terhadap perencanaan dan strategi bisnis yang telah dibuat.

## **PENELITIAN LANJUTAN**

Masih melakukan penelitian lanjutan untuk mengetahui lebih jauh tentang Pengembangan dan Perencanaan Strategi Bisnis.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Dessler, Gary. 2019. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Pren hallindo
- Mudayat, D. A., & M. F. (2020). perencanaan dan pengembangan bisnis .  
Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Rachmat. 2021. Manajemen Strategik. Bandung: Pustaka Setia
- Rowley, Chris. 2021. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT  
Rajagrafindo Persada
- Silalahi, U. 2020. Studi tentang Ilmu Administrasi. Bandung : Sinar Baru  
Algensindo