STRATEGI PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS

Kania Agustin Cahya Kamila¹, Andrea Cenda Kayle², Irza Risqiansyah³, Berlin Dewa P Permana⁴, Sonja Andarini⁵, Indah Respati Kusumasari⁶
Admisnitasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur,
Surabaya, Indonesia

22042010192@student.upnjatim.ac.id¹, 22042010209@student.upnjatim.ac.id²,
22042010312@student.upnjatim.ac.id³, 22042010327@student.upnjatim.ac.id⁴,
sonja.andarini.adbis@gmail.ac.id⁵, indah.respati.kusumasari.adbis@gmail.ac.id⁶

Corresponding Author : sonja.andarini.adbis@gmail.ac.id

Abstrak:

Dalam era digital yang semakin kompetitif, perencanaan dan pengembangan bisnis menjadi kunci utama untuk kesuksesan perusahaan. Perencanaan bisnis melibatkan proses sistematis untuk merumuskan tujuan, strategi, dan tindakan yang diperlukan untuk mencapai kesuksesan jangka panjang, sementara pengembangan bisnis mencakup upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui ekspansi pasar, inovasi produk, investasi strategis, dan kolaborasi yang efektif. Strategi perencanaan dan pengembangan bisnis mencakup analisis SWOT, merumuskan visi dan misi, serta mengembangkan rencana aksi yang dapat diimplementasikan. Teknologi dan inovasi memainkan peran penting dalam meningkatkan strategi perencanaan dan pengembangan bisnis, termasuk penggunaan teknologi informasi, inovasi dalam produk dan layanan, pemanfaatan teknologi dalam komunikasi, pemasaran, operasional, dan pengembangan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi perencanaan dan pengembangan bisnis yang efektif, tantangan yang dihadapi perusahaan dalam merumuskan strategi tersebut, dan cara teknologi dan inovasi untuk meningkatkan strategi tersebut.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era yang terus berkembang ini, perencanaan dan pengembangan bisnis menjadi kunci utama bagi kesuksesan perusahaan di pasar yang kompetitif. Di tengah perubahan yang cepat dalam teknologi, ekonomi global, dan preferensi konsumen, organisasi perlu memiliki strategi yang solid untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang muncul (Rochmawati et al., 2023).

Perencanaan bisnis adalah proses sistematis untuk merumuskan tujuan, strategi, dan tindakan yang diperlukan untuk mencapai kesuksesan jangka panjang. Sementara itu, pengembangan bisnis berkaitan dengan upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui ekspansi pasar, inovasi produk, investasi strategis, dan kolaborasi yang efektif. Dalam era digital yang semakin kompetitif, perusahaan harus memiliki strategi yang jelas dan rencana pengembangan yang inovatif untuk tetap relevan dan bersaing. Perencanaan dan pengembangan bisnis tidak hanya tentang menentukan tujuan dan sasaran, tetapi juga tentang memahami pasar, mengidentifikasi peluang dan ancaman, serta merencanakan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut (Rochmawati et al., 2023).

Strategi perencanaan dan pengembangan bisnis mencakup berbagai aspek, termasuk analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk memahami posisi bisnis dalam pasar, merumuskan visi dan misi yang jelas, dan mengembangkan rencana aksi yang dapat diimplementasikan untuk mencapai tujuan bisnis. Selain itu, pengembangan bisnis melibatkan inovasi produk atau layanan, peningkatan proses bisnis, dan pengembangan sumber daya manusia (Palgunadi, 2023).

Dalam konteks bisnis modern, perencanaan dan pengembangan bisnis menjadi kunci untuk pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang. Tanpa strategi yang baik, perusahaan mungkin akan mengalami kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan

perubahan pasar, mempertahankan pelanggan, dan mencapai tujuan bisnis. Oleh karena itu, perencanaan dan pengembangan bisnis menjadi komponen penting dalam manajemen bisnis yang efektif.

Dalam konteks ini, perencanaan dan pengembangan bisnis tidak hanya menjadi alat penting untuk menghadapi risiko dan mengantisipasi perubahan, tetapi juga menjadi fondasi untuk pertumbuhan berkelanjutan dan keunggulan bersaing. Dengan merancang strategi yang tepat, perusahaan dapat mengarahkan sumber daya mereka secara efisien, memperkuat posisi mereka di pasar, dan menciptakan nilai jangka panjang bagi semua pemangku kepentingan (Palgunadi, 2023).

Namun, tantangan dalam merancang strategi perencanaan dan pengembangan bisnis tidaklah sedikit. Proses ini memerlukan pemahaman mendalam tentang pasar, kemampuan untuk mengidentifikasi tren dan peluang, serta keterampilan dalam mengelola risiko dan merespon perubahan dengan cepat. Selain itu, pengambilan keputusan yang tepat dan eksekusi yang efektif juga merupakan kunci untuk mewujudkan strategi tersebut menjadi kenyataan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana perusahaan dapat merumuskan strategi perencanaan dan pengembangan bisnis yang efektif untuk mencapai tujuan bisnis?
2. Apa saja tantangan yang dihadapi perusahaan dalam merumuskan dan mengimplementasikan strategi perencanaan dan pengembangan bisnis?
3. Bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan teknologi dan inovasi untuk meningkatkan strategi perencanaan dan pengembangan bisnis?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi perencanaan dan pengembangan bisnis yang efektif.

2. Untuk mengetahui tantangan yang dihadapi Perusahaan dalam merumuskan strategi perencanaan dan pengembangan bisnis.
3. Untuk mengetahui cara teknologi dan inovasi untuk meningkatkan strategi perencanaan dan pengembangan bisnis.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perencanaan Bisnis

Perencanaan bisnis adalah proses merencanakan strategi dan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan bisnis. Ini melibatkan analisis menyeluruh tentang berbagai aspek bisnis termasuk pasar, pesaing, model bisnis, keuangan, pemasaran, operasional, dan lainnya. Perencanaan bisnis juga mencakup estimasi keuntungan bisnis, evaluasi rencana bisnis selanjutnya, dan perencanaan pemasaran. Ini penting untuk memastikan bahwa produk perusahaan dapat dipasarkan dengan efektif untuk mendapatkan omzet. Ada beberapa jenis perencanaan bisnis, termasuk perencanaan operasional, perencanaan strategi, dan perencanaan taktis. Perencanaan operasional memberikan gambaran tentang bagaimana perusahaan berjalan, sementara strategi perencanaan mencakup langkah-langkah strategi untuk mencapai tujuan bisnis. Taktis perencanaan digunakan untuk merealisasikan strategi yang telah direncanakan (Arif & Anggraeni, 2023).

Tujuan utama dari perencanaan bisnis adalah untuk memastikan bahwa bisnis berjalan sesuai dengan visi dan misi yang sudah ditentukan di awal. Ini juga memungkinkan pengusaha untuk melakukan peninjauan kembali terhadap aktivitas bisnis yang dilakukan secara berkala dan menggunakan hal tersebut sebagai bahan analisa dan evaluasi (Saebah & Asikin, 2022).

Ada beberapa komponen penting dalam membuat perencanaan bisnis, termasuk:

- a. Perencanaan Strategi
- b. Perencanaan Taktis
- c. Gambaran Umum Bisnis
- d. Perencanaan Jangka Panjang atau Ekspansi

Perencanaan bisnis sangat penting untuk pengembangan bisnis dalam memenuhi beberapa tujuan, seperti memastikan bahwa bisnis berjalan sesuai dengan

visi dan misi yang sudah ditentukan di awal, serta memungkinkan pengusaha untuk melakukan peninjauan kembali terhadap aktivitas bisnis yang dilakukan secara berkala dan menggunakan hal tersebut sebagai bahan analisa dan evaluasi.

2.2 Pengembangan Bisnis

Pengembangan bisnis adalah proses di mana suatu perusahaan berusaha untuk meningkatkan atau memperluas kegiatan bisnisnya dengan berbagai strategi dan inisiatif. Tujuannya adalah untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan, meningkatkan profitabilitas, dan memperluas pangsa pasar. Pengembangan bisnis merupakan proses yang kompleks dan membutuhkan perencanaan yang matang serta eksekusi yang konsisten (Rochmawati et al., 2023). Dengan mengikuti langkah-langkah ini dan terus memantau perkembangan pasar dan industri, perusahaan dapat mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan berhasil dalam bisnisnya.

Ini mencakup berbagai aspek, termasuk peningkatan penjualan, peningkatan efisiensi operasional, pengembangan produk atau layanan baru, dan peningkatan kepuasan pelanggan. Berikut adalah beberapa langkah yang dapat diambil dalam pengembangan bisnis (Hertati et al., 2023):

1. Analisis Pasar, Memahami pasar target dan kompetitor adalah langkah awal penting. Ini melibatkan penelitian tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan, serta analisis perilaku kompetitor.
2. Pengembangan Strategi Bisnis, Setelah memahami pasar, perusahaan harus mengembangkan strategi bisnis yang mencakup tujuan jangka panjang, misi, visi, dan nilai-nilai inti. Strategi ini harus mencerminkan bagaimana perusahaan berencana untuk mencapai pertumbuhan dan keberhasilan.
3. Pengembangan Produk atau Layanan, Ini melibatkan penciptaan atau peningkatan produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan pasar. Ini bisa

mencakup penelitian dan pengembangan, pengujian produk, dan peluncuran produk baru.

4. Peningkatan Efisiensi Operasional, Mengidentifikasi dan mengimplementasikan proses yang tidak efisien dapat meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya. Ini bisa melibatkan penggunaan teknologi baru, peningkatan manajemen, atau pengurangan redundansi.
5. Peningkatan Penjualan dan Pemasaran, Menggunakan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan pangsa pasar. Ini bisa mencakup pemasaran digital, pemasaran offline, dan kampanye pemasaran.
6. Peningkatan Kepuasan Pelanggan, Memastikan bahwa produk atau layanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan adalah kunci untuk pertumbuhan bisnis. Ini bisa dicapai melalui layanan pelanggan yang baik, peningkatan kualitas produk, dan memberikan nilai tambah kepada pelanggan.
7. Pengelolaan Risiko, Mengidentifikasi dan mengelola risiko yang mungkin menghambat pertumbuhan bisnis. Ini bisa mencakup risiko pasar, risiko keuangan, dan risiko operasional.
8. Pengembangan SDM, Meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan melalui pelatihan dan pengembangan profesional dapat meningkatkan produktivitas dan kinerja bisnis.

2.3 Strategi Bisnis

Strategi bisnis adalah serangkaian tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan. Strategi ini mencakup pemilihan arah, pengambilan keputusan tentang sumber daya, dan pengelolaan operasi perusahaan untuk mencapai tujuan tersebut (Arif & Anggraeni, 2023)

a. Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)

Faktor internal merupakan kondisi yang ada pada perusahaan dan faktor struktur yang mempengaruhi kekuatan dan kelemahan perusahaan serta pengambilan keputusan. Evaluasi faktor matriks (IFE) merupakan indikator strategis yang berfungsi untuk menggambarkan dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan area fungsional perusahaan serta untuk menemukan dan menganalisis hubungan antara area tersebut..

b. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

Menurut Aryani, Desmintari dan Pusporini (2020), faktor eksternal yang berfungsi menghadirkan peluang dan tantangan berkaitan dengan kondisi yang terjadi di luar perusahaan dan mempengaruhi pekerjaan yang dilakukan. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) memungkinkan manajer strategis untuk merangkum dan mengevaluasi data sosio-ekonomi, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, teknologi dan persaingan (Santoso, 2013).

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam analisis ini adalah metode deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif. Menurut Sugiyono (2016), metode kualitatif adalah suatu analisis data yang didasarkan pada teks dan bukan angka-angka untuk menarik kesimpulan dari penelitian yang dilakukan. Data yang digunakan dalam analisis ini berasal dari literatur dan data lapangan era bisnis digital saat ini, yang telah penulis olah menjadi data yang lebih detail. Ini adalah elemen kunci dalam strategi bisnis digital perusahaan multinasional sukses yang fokus pada pencapaian tujuan strategis tertentu dalam konteks transformasi bisnis digital. (Harto et al., 2022).

4. PEMBAHASAN

4.1 Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis Yang Efektif

Untuk merumuskan strategi perencanaan dan pengembangan bisnis yang efektif yang dapat membantu perusahaan mencapai tujuan bisnisnya (Jihad et al., 2022). Dengan mengikuti langkah-langkah ini, perusahaan dapat merumuskan strategi perencanaan dan pengembangan bisnis yang efektif untuk mencapai tujuan bisnisnya, ada beberapa langkah penting yang dapat diikuti (Adiningrum et al., 2022):

1. Langkah pertama adalah menentukan tujuan bisnis yang jelas dan spesifik. Tujuan ini harus mencerminkan visi perusahaan dan harus dapat diukur. Tujuan bisnis harus mencakup aspek keuangan, operasional, dan strategis perusahaan.
2. Melakukan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dapat membantu perusahaan memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi. Analisis ini akan membantu dalam merumuskan strategi yang tepat untuk mengatasi kelemahan dan memanfaatkan peluang.
3. Setelah menentukan tujuan dan melakukan analisis SWOT, perusahaan dapat merumuskan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi ini bisa berupa strategi pertumbuhan, strategi penetrasi pasar, strategi peningkatan efisiensi, atau strategi inovasi.
4. Setelah strategi dikembangkan, perusahaan perlu merumuskan taktik dan tindakan spesifik yang akan diambil untuk mewujudkan strategi tersebut. Taktik dan tindakan ini harus dirancang untuk mencapai tujuan bisnis dengan efisien dan efektif.
5. Untuk memastikan bahwa semua orang dalam perusahaan memahami dan mendukung strategi, penting untuk memiliki komunikasi yang efektif dan keterlibatan semua pihak. Ini termasuk memastikan bahwa semua karyawan memahami tujuan bisnis, strategi, dan bagaimana mereka dapat berkontribusi.

4.2 Tantangan Yang Dihadapi Perusahaan Dalam Merumuskan Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis.

Mengatasi tantangan-tantangan ini membutuhkan pemahaman mendalam tentang pasar, analisis yang cermat, dan kemampuan adaptasi yang kuat (Abidin, 2022). Perusahaan yang mampu menghadapi tantangan ini dengan bijaksana akan memiliki kesempatan lebih besar untuk mencapai pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang. Tantangan yang dihadapi perusahaan dalam merumuskan strategi perencanaan dan pengembangan bisnis meliputi (Hartatik et al., 2023):

1. Perubahan Pasar
2. Kompetisi yang Ketat
3. Keterbatasan Sumber Daya.
4. Teknologi yang Berkembang
5. Regulasi dan Kepatuhan
6. Pengelolaan Risiko
7. Pengembangan SDM.
8. Pengaruh Global.
9. Pertumbuhan Ekonomi.
10. Inovasi

4.3 Cara Teknologi Dan Inovasi Untuk Meningkatkan Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis

Untuk memanfaatkan teknologi dan inovasi dalam meningkatkan strategi perencanaan dan pengembangan bisnis, perusahaan dapat mengambil beberapa langkah berikut (Hartatik et al., 2023):

1. Penggunaan Teknologi Informasi
2. Inovasi dalam Produk dan Layanan
3. Pemanfaatan Teknologi dalam Komunikasi.
4. Penggunaan Teknologi dalam Pemasaran.

5. Penggunaan Teknologi dalam Operasional
6. Penggunaan Teknologi dalam Pengembangan Bisnis.

Dengan memanfaatkan teknologi dan inovasi dalam cara-cara ini, perusahaan dapat meningkatkan strategi perencanaan dan pengembangan bisnisnya, sehingga dapat mencapai tujuan bisnis dengan lebih efektif.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Perencanaan dan pengembangan bisnis merupakan komponen penting dalam manajemen bisnis yang efektif. Perencanaan bisnis melibatkan analisis menyeluruh tentang berbagai aspek bisnis, termasuk pasar, pesaing, model bisnis, keuangan, pemasaran, operasional, dan lainnya. Pengembangan bisnis adalah proses untuk meningkatkan atau memperluas kegiatan bisnisnya dengan berbagai strategi dan inisiatif, dengan tujuan untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan, meningkatkan profitabilitas, dan memperluas pangsa pasar. Strategi perencanaan dan pengembangan bisnis mencakup berbagai aspek, termasuk analisis SWOT, merumuskan visi dan misi yang jelas, dan mengembangkan rencana aksi yang dapat diimplementasikan untuk mencapai tujuan bisnis.

Tantangan dalam merancang strategi perencanaan dan pengembangan bisnis meliputi perubahan pasar, kompetisi yang ketat, keterbatasan sumber daya, teknologi yang berkembang, regulasi dan kepatuhan, pengelolaan risiko, pengembangan SDM, pengaruh global, pertumbuhan ekonomi, dan inovasi. Untuk memanfaatkan teknologi dan inovasi dalam meningkatkan strategi perencanaan dan pengembangan bisnis, perusahaan dapat mengambil langkah seperti penggunaan teknologi informasi, inovasi dalam produk dan layanan, pemanfaatan teknologi dalam komunikasi, penggunaan teknologi dalam pemasaran, penggunaan teknologi dalam operasional, dan penggunaan teknologi dalam pengembangan bisnis.

Perusahaan harus memahami pasar, mengidentifikasi peluang dan ancaman, serta merencanakan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan bisnis. Perusahaan dapat menggunakan analisis SWOT untuk memahami posisi bisnis dalam pasar, merumuskan visi dan misi yang jelas, dan mengembangkan rencana aksi yang dapat diimplementasikan untuk mencapai tujuan bisnis. Perusahaan dapat memanfaatkan teknologi dan inovasi untuk meningkatkan strategi perencanaan dan pengembangan bisnis, seperti penggunaan teknologi informasi, inovasi dalam

produk dan layanan, pemanfaatan teknologi dalam komunikasi, penggunaan teknologi dalam pemasaran, penggunaan teknologi dalam operasional, dan penggunaan teknologi dalam pengembangan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2022). Pemberdayaan ekonomi pesantren melalui pengembangan bisnis usaha mandiri. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(2), 374–385.
- Adiningrum, L., Yunanda, F., Angelita, T., Mulyaningsih, S., & Puspa, T. (2022). Analisis Strategi Bisnis Kedai Kopi Coffee Latar. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 391–404.
- Arif, M. E., & Anggraeni, R. (2023). *Strategi Bisnis*. Universitas Brawijaya Press.
- Hartatik, H., Rukmana, A. Y., Efitra, E., Mukhlis, I. R., Aksenta, A., Ratnaningrum, L. P. R. A., & Efdison, Z. (2023). *TREN TECHNOPRENEURSHIP: Strategi & Inovasi Pengembangan Bisnis Kekinian dengan Teknologi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Harto, B., Rinaldi, K., & Sulistya, A. (2022). Rencana Strategi Bisnis Jualan Online di Masa Pandemi Covid-19. *Engineering and Technology International Journal (EATIJ)*, 3(3), 188–192.
- Hertati, L., Syafitri, L., Asmawati, A., Terttiavini, T., & Tripermata, L. (2023). Digitalisasi Industri Kreatif Bisnis Plan Limbah Alam Era Pademi Covid-19. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(1), 179–191.
- Jihad, F. M., Nugroho, L., & Sugiarti, D. (2022). Kajian Pengembangan Bisnis Syariah di Era Digitalisasi. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(3), 1157–1168.
- Palgunadi, N. M. D. K. R. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Startup Menggunakan SWOT Analysis (Studi Kasus pada Startup yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Journal on Education*, 5(2), 1958–1964.
- Rochmawati, D. R., Hatimatunnisani, H., & Veranita, M. (2023). Mengembangkan Strategi Bisnis di Era Transformasi Digital. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1), 101–108.
- Saebah, N., & Asikin, M. Z. (2022). Efektivitas Pengembangan Digital Bisnis pada Gen-Z dengan Model Bisnis Canvas. *Jurnal Syntax Transformation*, 3(11), 1534–1540.