

**PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN KARYAWAN BUMY DALAM  
PENYUSUNAN BUSSINESS PLAN**

**Muhammad Taufiq Hidayat**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[taufikhidayat@untag-sby.ac.id](mailto:taufikhidayat@untag-sby.ac.id)

**Achmad Maqsudi**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[achmadmaqsudi@untag-sby.ac.id](mailto:achmadmaqsudi@untag-sby.ac.id)

**ABSTRAK**

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia usaha semakin ketat, menuntut setiap pelaku bisnis memiliki strategi yang efektif dan komprehensif untuk bersaing dan berkembang. Hal ini tidak hanya berlaku bagi perusahaan besar, tetapi juga bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang berperan penting dalam perekonomian nasional. Berdasarkan survei di BUMY, banyak karyawan menghadapi kesulitan dalam menyusun rencana bisnis yang efektif dan kurang pengetahuan tentang strategi pemasaran yang diperlukan untuk membantu produk-produk rumahan bersaing dengan produk dari pengusaha besar. Selain itu, karyawan juga mengalami tantangan dalam mendampingi pengusaha rumahan mengembangkan usaha mereka di tengah persaingan pasar yang ketat. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini bertujuan memberikan pelatihan dan pendampingan kepada karyawan BUMY untuk meningkatkan keterampilan dalam penyusunan business plan, mengajarkan strategi pemasaran yang efektif, dan mendukung pengembangan usaha kecil dan menengah agar mampu bersaing dan berkembang di pasar yang kompetitif. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan ini, diharapkan karyawan BUMY akan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik dalam menyusun rencana bisnis dan strategi pemasaran, sehingga dapat berkontribusi positif terhadap perkembangan UKM di bawah pendampingan mereka, serta memberikan dampak signifikan bagi perekonomian lokal dan nasional.

**Kata kunci:** *Rencana Bisnis, Strategi Bisnis, Kewirausahaan, Badan Usaha*

**A. PENDAHULUAN**

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia usaha semakin ketat dan menuntut setiap pelaku bisnis untuk memiliki strategi yang efektif dan komprehensif agar dapat bersaing dan berkembang. Hal ini tidak hanya berlaku bagi perusahaan besar, tetapi juga bagi usaha kecil dan menengah (UKM) yang berperan penting dalam perekonomian nasional. Pilihan produk yang beraneka rasa, higienis, dan dengan harga yang terjangkau, maka hal ini tentunya menjadi minat atau daya tarik masyarakat untuk membelinya (Anonim, 2023). Namun, banyak UKM yang menghadapi berbagai tantangan dalam menyusun rencana bisnis yang solid dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk memasarkan produk mereka.

Porter's Five Forces Model merupakan alat yang efektif untuk menganalisis daya saing industri, yang mencakup kekuatan persaingan antar pesaing, ancaman pendatang baru, ancaman produk substitusi, kekuatan tawar-menawar pemasok, dan kekuatan tawar-menawar pembeli (Nurlansa & Jati, 2016).

Kemitraan antara posyandu dan masyarakat dalam upaya pemberdayaan di bidang kesehatan menunjukkan bahwa kolaborasi yang efektif dapat meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan masyarakat, melalui program-program yang saling menguntungkan (Rina, 2023). Berdasarkan survei yang telah dilakukan di BUMY, ditemukan bahwa banyak karyawan mengalami kesulitan dalam menyusun rencana bisnis yang efektif dan komprehensif. Selain itu, hasil survei juga menunjukkan bahwa karyawan BUMY belum memiliki pengetahuan yang memadai tentang strategi pemasaran yang diperlukan untuk membantu produk-produk rumahan bersaing dengan produk dari pengusaha besar. Tidak hanya itu, karyawan juga menghadapi tantangan yang signifikan dalam mendampingi pengusaha rumahan untuk mengembangkan usaha mereka di tengah persaingan pasar yang ketat.

Strategi pemberdayaan pelaku UMKM menuju ekonomi digital melalui aksi sosial adalah upaya untuk mengintegrasikan teknologi digital dalam operasional bisnis UMKM, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di era digital (Fuadi, 2023). Inklusi keuangan dan literasi keuangan memiliki peran signifikan dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), khususnya dalam menghadapi tantangan ekonomi yang dinamis (Hilmawati, 2021), sehingga temuan ini menegaskan perlunya peningkatan kapasitas dan kompetensi karyawan melalui pelatihan dan pendampingan yang lebih intensif. Dalam rangka menjawab tantangan tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada karyawan BUMY. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan keterampilan karyawan dalam penyusunan business plan, mengajarkan strategi pemasaran yang efektif, serta mendukung pengembangan usaha kecil dan menengah agar mampu bersaing dan berkembang di pasar yang kompetitif.

Dengan adanya pelatihan dan pendampingan ini, diharapkan karyawan BUMY akan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik dalam menyusun rencana bisnis dan strategi pemasaran. Hal ini akan berkontribusi positif terhadap perkembangan UKM di bawah pendampingan mereka, sehingga mampu memberikan dampak yang signifikan bagi perekonomian lokal dan nasional.

#### **Permasalahan Mitra**

Berdasarkan survei yang telah dilakukan, ditemukan bahwa banyak karyawan di BUMY mengalami kesulitan dalam menyusun rencana bisnis yang efektif dan komprehensif. Hasil survei juga menunjukkan bahwa karyawan belum memiliki pengetahuan yang cukup tentang strategi pemasaran yang diperlukan untuk membantu produk-produk rumahan bersaing dengan produk dari pengusaha besar. Selain itu, survei tersebut mengungkapkan bahwa karyawan menghadapi tantangan yang signifikan dalam mendampingi pengusaha rumahan untuk mengembangkan usaha mereka di tengah persaingan pasar yang ketat. Temuan ini menegaskan perlunya pelatihan dan pendampingan yang lebih intensif untuk meningkatkan kemampuan karyawan dalam penyusunan business plan dan strategi pemasaran.

## **Tujuan**

Kegiatan pengabdian berupa pemberian pelatihan dan pendampingan kepada karyawan BUMY untuk meningkatkan keterampilan penyusunan business plan, mengajarkan strategi pemasaran yang efektif, dan mendukung pengembangan usaha kecil dan menengah.

## **B. TARGET DAN LUARAN**

### **Target**

Target dari kegiatan pengabdian ini adalah:

1. Terlaksananya salah satu aspek Tri Dharma Perguruan, yaitu Pengabdian kepada Masyarakat.
2. Teridentifikasinya permasalahan yang ada di Mitra.
3. Memberikan solusi bagi permasalahan Mitra.
4. Membuatkan business plan untuk badan usaha milik Yayasan (BUMY).
5. Memberikan pelatihan penyusunan bussiness plan .
6. Memberikan pendampingan dalam implementasi bussiness plan yang telah disusun.

### **Luaran**

Luaran dari kegiatan pengabdian ini adalah:

1. Laporan Hasil Pengabdian kepada Masyarakat.
2. Publikasi Artikel di Jurnal Pengabdian Nasional.

## **C. METODE PELAKSANAAN**

### **Metode**

Pengabdian kepada Masyarakat berupa kegiatan penyusunan bussiness plan pada masing-masing bisnis badan usaha milik yayasan (BUMY). Pelatihan penyusunan business plan distributor BE Frozen Food pada karyawan badan usaha milik yayasan (BUMY). Memberikan pendampingan dalam implementasi bussiness plan yang telah disusun.

### **Pelaksanaan**

Pelatihan penyusunan business plan pada karyawan badan usaha milik yayasan (BUMY) ini diikuti oleh sebanyak 12 orang peserta yang terdiri dari perwakilan klinik utama untag 2 (satu) orang, percetakan untag 2 (dua) orang, untag press 2 (dua) orang, bisnis persewaan gedung 2 (dua) orang, *guest house* untag 2 (dua) orang dan kantin untag 2 (dua) orang. Pelatihan dilaksanakan secara langsung, mulai pada tanggal 12-13 Juli 2024.

## **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Materi Kegiatan**

Penyusunan business plan pada karyawan BUMY disajikan sebagai berikut:



**Gambar 1** Penyusunan rencana bisnis

### **1. Rencana Bisnis Klinik Utama Untag**

Klinik Utama Untag adalah salah satu anak perusahaan dari PT. Dharma Patriot Sejati Nusantara yang bergerak di bidang pelayanan kesehatan. Pelayanan kesehatan kami terdiri dari:

1. Pelayanan spesialistikdermatovenereologi dan estetika (poli spesialis kulit)
2. Pelayanan medik dasar (poli umum dan poli gigi)
3. Pelayanan penunjang (farmasi dan laboratorium)

#### **Analisis SWOT**

Digunakan sebagai dasar Strategi pemasaran. Dalam Membuat analisis SWOT, terdapat dua faktor yang perlu kita ketahui yaitu factor Internal dan Eksternal. Kedua faktor ini membantu kita dalam melakukan analisis data yang kita buat (Wheelen, T. L., & Hunger, J. D., 2012).

##### **a. Faktor Internal**

Adapun yang termasuk dalam factor internal dalam analisis SWOT adalah:

##### **1) S – Strength (Kekuatan)**

Adalah komponen yang memberikan kelebihan pada usaha kita dibandingkan komponen yang lain, meliputi:

- Fasilitas nyaman (ruangan bersih, berAC, ada televisi, kamar mandi bersih)
- Poli Gigi: Adanya fasilitas dental unit yang canggih dengan adanya layar monitor untuk melihat posisi gigi yang sakit
- Poli Kulit: Adanya fasilitas alat-alat skin care yg Modern.
- Poli Umum: Dapat melakukan tindakan bedah minor
- Farmasi: Tersedia unit farmasi, sehingga pasien setelah berobat bisa menebus langsung obatnya di klinik
- Laboratorium: harga terjangkau dan hasil bisa ditunggu dengan perkiraan waktu kuranglebih 1 jam (tergantung jenis pemeriksaannya)
- Pembayaran bisa menggunakan Qris, transfer dan tunai
- Lokasi klinik cukup strategis, berada di pinggir jalan raya
- Tenaga kesehatan yang memiliki Surat Ijin Praktik dan bersertifikasi

##### **2) W- Weakness (Kelemahan)**

Adalah komponen yang menentukan apa saja kelemahan yang dimiliki

dalam bisnis kita. Adalah sebagai berikut:

- Tempat parkir terbatas, dan seharusnya pintu gerbang depan dibuka
- Poli Umum: Jam praktik dokter umum kosong pada siang hari  
Harga konsultasi dokter umum tergolong mahal  
(Rp. 120.000)
- Poli Kulit: jadwal praktiknya hanya 3 hari dalam 1 minggu  
Senin : 12.00 – 17.00  
Selasa : 12.00 – 15.00  
Rabu : 15.00 – 18.00
- Belum ada tenaga administrasi dan keuangan
- Belum ada tenaga marketing untuk memasarkan klinik untag
- Jumlah kunjungan pasien pada masa liburan kuliah, menurun
- Tidak ada mobil ambulance yang standby di depan klinik
- Tidak ada ruang serbaguna, tidak ada ruang pantry, tidak ada gudang untuk menyimpan barang dan arsip, tidak ada mushola

b. Faktor Eksternal

3) O - Opportunities (Peluang)

Adapun komponen yang menentukan peluang-peluang yang bisa kita manfaatkan agar usaha dapat berkembang ke depannya, adalah sebagai berikut:

- Sp. Kulit: Trend dan Pasar Yang Luas untuk Estetika perawatan wajah
- Poli Gigi: Trend dan Pasar Yang Luas untuk Pemasangan bracket/ behel, Bleaching gigi

4) T- Threats (Ancaman)

Adapun komponen ini, berguna untuk mengetahui ancaman apa saja yang mungkin kita hadapi saat menjalankan usaha. Dengan demikian kita bisa mengetahui hal-hal apa yang menjadi penghambat perkembangan bisnis kita dan bagaimana kita bisa meminimalisir atau menghindarinya. Seperti hal-hal berikut:

- Persaingan yang cukup Ketat (Tumbuhnya Klinik kecantikan dengan harga semakin terjangkau.
- Disekitar Klinik utama untag terdapat pelayanan kesehatan lain yang cukup bersaing, diantaranya: Puskesmas, Klinik Gotong Royong, Klinik Pratama Siloam (BPJS)
- Belum bisa melayani demand dengan jumlah banyak
- Belum memiliki karyawan

### **Pemasaran**

Status wa (hp klinik)

- a) Media sosial instagram
- b) Banner
- c) Running text
- d) Bakti sosial (rencana 2024)

Rencana Bisnis Tahun 2024

- 1) Membuka praktik dokter spesialis lebih banyak

- 2) Membuat promo masing-masing poli setiap 3 bulan sekali
  - a. Poli gigi: konsultasi gratis khusus karyawan UNTAG, harga khusus scalling gigi untuk karyawan di acara HUT RI, bleaching dengan harga khusus untuk pasien umum
  - b. Poli kulit: moment hari ibu, moment valentine. Moment2 hari Istimewa untuk kaum Wanita
  - c. Poli umum: pemeriksaan dan pengobatan gratis khusus karyawan UNTAG di acara HUT RI
  - d. Farmasi: potongan harga 10% pada hari apoteker,
  - e. Laboratorium: sistem pemeriksaan paket dengan harga lebih murah
- 3) Menjalin kerjasama dengan SMPTAG, SMATAG, Fakultas-fakultas yang membutuhkan surat keterangan sehat
- 4) Mensosialisasikan kepada masyarakat bahwa Klinik Utama Untag juga melayani masyarakat umum
- 5) Ikut serta dalam event-event yang diadakan di kampus UNTAG seperti bazar
- 6) Kerjasama dengan Kopkar
- 7) Usulan skema tarif pelayanan (poli umum)

1) Skema 1

Admin	15.000
YPTA	6.000
Dokter	49.500
Paramedis	4.500
<b>Total</b>	<b>75.000</b>

2) Skema 2

Admin	15.000
YPTA	21.000
Dokter	49.500
Paramedis	4.500
<b>Total</b>	<b>90.000</b>

3) Skema 3

Admin	15.000
YPTA	11.000
Dokter	49.500
Paramedis	4.500
<b>Total</b>	<b>80.000</b>

**2. Unit Percetakan Untag Surabaya**

Percetakan UNTAG Sby kini melayani semua mahasiswa, dosen, dan unit-unit di lingkungan UNTAG Surabaya.

**Analisis SWOT**

Digunakan sebagai dasar Strategi pemasaran. Dalam Membuat analisis SWOT, terdapat dua factor yang perlu kita ketahui yaitu factor Internal dan Eksternal. Kedua faktor ini membantu kita dalam melakukan analisis data yang kita buat.

a. Faktor Internal

Adapun yang termasuk dalam factor internal dalam analisis SWOT adalah:

1) S – Strength (Kekuatan)

Adalah komponen yang memberikan kelebihan pada usaha kita dibandingkan komponen yang lain, meliputi:

- Buka 07.30 s/d 19.00
- Mesin yang dipakai sudah memadai
- Pelayanan maksimal

- Menerima jasa design Fasilitas nyaman (ruangan bersih, berAC, ada televisi, kamar mandi bersih)
- 2) W- Weakness (Kelemahan)  
Adalah komponen yang menentukan apa saja kelemahan yang dimiliki dalam bisnis kita. Adalah sebagai berikut:
- Tempat masih kurang besar (layout penataan)
  - Belum semua mahasiswa mengetahui lokasi percetakan UNTAG Sby
  - Waktu Pelayanan lama (karena kekurangan SDM)
  - Belum mempunyai SOP yang paten
  - Mesin pendukung masih kurang (mesin fotocopy)
- b. Faktor Eksternal
- 3) O - Opportunities (Peluang)  
Adapun komponen yang menentukan peluang-peluang yang bisa kita manfaatkan agar usaha dapat berkembang ke depannya, adalah sebagai berikut:
- Jumlah mahasiswa banyak
  - Jumlah Dosen banyak
- 4) T- Threats (Ancaman)  
Adapun komponen ini, berguna untuk mengetahui ancaman apa saja yang mungkin kita hadapi saat menjalankan usaha. Dengan demikian kita bisa mengetahui hal-hal apa yang menjadi penghambat perkembangan bisnis kita dan bagaimana kita bisa meminimalisir atau menghindarinya. Seperti hal-hal berikut:
- Persaingan yang cukup Ketat (Tumbuhnya Tempat percetakan di sekitar Untag dengan waktu layanan lebih cepat dan harga terjangkau).
  - Belum bisa melayani demand dengan jumlah banyak
  - Dokumen Digital

### **Pemasaran**

- a) Percetakan pemasaran di lingkungan UNTAG Sby
- b) Pemasaran media social
- c) Bekerja sama dengan fakultas untuk percetakan dan penjilidan skripsi, tesis, disertasi,
- d) Bekerja sama dengan semua unit di lingkungan untuk untuk fotocopy/jilid dengan pembayaran tagihan

### **3. Rencana Bisnis Untag Press**

Penerbitan adalah suatu kegiatan pembuatan dan pendistribusian buku dan surat kabar yang dapat diminati publik. Sedangkan, Penerbitan buku merupakan pekerjaan pembuatan buku, mulai dari mencari naskah, menyunting Layout, Cover, dan Pemberian ISBN yang menjadi hak Penerbit.

Penerbitan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya (Untag Press) melayani pengurusan ISBN. ISBN sendiri kepanjangan dari International Standard Book Number atau juga bisa disebut angka standar buku internasional. Angka atau nomor ini akan diberikan ketika buku akan diterbitkan oleh Penerbit. ISBN terdiri dari

angka 13 digit. Fungsi dari ISBN yakni memberikan identitas terhadap satu judul buku yang diterbitkan oleh penerbit dan juga dapat membantu melancarkan distribusi buku karena dapat mencegah adanya kekeliruan dalam pemesanan buku.

Salah satu buku yang telah diterbitkan oleh Penerbitan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yaitu buku berjudul "Pengantar Filsafat Ilmu" yang di tulis oleh Prof. Dr.tri Ratnawati,Ak.MS.CA.CPA dan Prof.Dr.Amiartuti Kusmaningtyas, SH,MM. Dengan nomor ISBN 978-602-9077-67-4, buku tersebut telah diterbitkan pada tahun 2021 (Ratnawati, T., & Kusmaningtyas, A., 2021).

#### **Kelebihan dan Kelemahan**

Kelebihan:

- 1) Biaya penerbitan terjangkau
- 2) Waktu penyelesaian dalam menerbitkan buku
- 3) Membantu sampai buku siap dicetak dengan mengedit Cover, Layout dsb.
- 4) Menggunakan mesin yang terbaru
- 5) Pelayanan untuk penulis tidak perlu datang bisa melalui via online (Email, Whatsapp)

Kelemahan

- 1) Pelayanan Customer Service
- 2) Penerbitan terbatas karena masih dibawah lembaga. (Bahwa penerbit hanya bisa menerbitkan buku ajar, monograf, referensi. Dengan perbedaan penerbit swasta yang bisa menerbitkan buku seperti buku umum, karya fiksi/nonfiksi).
- 3) Tidak memiliki reviewer atau editor untuk penyuntingan naskah

#### **Pemasaran**

Pemasaran akan dilakukan secara offline dan online dengan mengutamakan pemasaran di lingkungan Untag Surabaya. Salah satu bentuk pemasaran offline tersebut yaitu bekerjasama dengan LPPM mengenai penulisan buku dan mendatangkan narasumber. Dan untuk yang akan datang, penerbitan Untag Surabaya akan mempromosikan dengan cara mendatangi Dosen Untag dan guru SMP maupun SMA yang berada di lingkungan Untag Surabaya.

#### **4. Rencana Bisnis Persewaan Gedung**

Gedung Graha Widya Lt II merupakan salah satu tempat atau hall di UNTAG Surabaya yang bisa di sewakan untuk acara resepsi pernikahan, pelepasan siswa (wisuda), dan kegiatan-kegiatan mahasiswa lainnya.

#### **Kelebihan dan Kelemahan**

Kelebihan:

- 1) Lokasi strategis karena dekat dengan kampus-kampus, sekolahan, pusat pemerintahan, terminal
- 2) Lahan parkir luas baik mobil maupun motor
- 3) Kapasitas gedung 1000 orang
- 4) Terdapat akses belakang gedung yang memudahkan untuk loading dekor
- 5) Harga yang affordable
- 6) Terdapat disc untuk mahasiswa dan alumni UNTAG, SMATAG, SMPTAG dan karyawan / anak karyawan YPTA Surabaya

Kelemahan

- 1) Gedung berada di lt 2 sehingga perlu naik tangga
- 2) Tidak terdapat lift

- 3) Memiliki beberapa pesaing di sekitar (Gedung Wanita, Gedung STESIA, Convention Hall, BK3S Tenggilis)
- 4) Kurangnya peralatan entertain salah satunya, seperti mic yang terbatas
- 5) Bagian belakang gedung dan samping temboknya mengelupas
- 6) Bagian selasar gedung penerangannya kurang terang / remang-remang

#### Pemasaran

Untuk pemasaran sewa gedung Graha Widya Lt II di promosikan lewat Instagram dan Web, serta dilakukan pemasaran Word of Mouth dari testimoni klien yang sudah pernah menyewa di gedung Graha Widya Lt II. Dapat melakukan Kerjasama dengan EO.

**PERSEWAAN GEDUNG** Graha Widya Lt II  
KAMPUS UNTAG, JL. SEMOLOWARU NO. 45, SURABAYA  
@gra\_ha\_widya | 031 891 6312 79673 | 031 891 3611 9556

**DAFTAR HARGA ACARA PERNIKAHAN**

**U M U M**  
Pagi : Rp. 9.712.500  
Malam : Rp. 10.267.500

**A L U M N I**  
U M T A G, S M A T A G, S M P T A G  
Pagi : Rp. 7.492.500  
Malam : Rp. 7.492.500

**D O S E N / K A R Y A W A N**  
U M T A G, S M A T A G, S M P T A G  
Pagi : Rp. 4.717.500  
Malam : Rp. 4.717.500

Untuk band akan dikenakan tambahan biaya sebesar Rp. 300.000,00

**FASILITAS**

- ✓ Kapasitas 1000 Orang
- ✓ Lantai Ruang : 39x39 meter
- ✓ Lantai Panggung 6x14x0,60 meter
- ✓ AC Central & AC Standing : 70 pk
- ✓ Daya Listrik Terpasang : 200 kva
- ✓ Kursi Lipat : 100 buah
- ✓ Meja Makan (dapur) 4 buah 2x1 meter
- ✓ Meja Penerima Tamu 2 buah 1,5x0,5 meter
- ✓ Genset 1 Unit (500 kva)
- ✓ Sound System 1 set (7000 watt)
- ✓ Ruang Ganti : 2,5x10 meter
- ✓ Parkir : 400 motor, 140 mobil

Gambar 1 Poster Persewaan Gedung

#### 5. Rencana Bisnis Guest House Untag Surabaya

Graha Sarinah Guest Houst Untag Surabaya berlokasi di persimpangan antara Surabaya pusat, Timur dan Selatan, salah satu alternatif penginapan yang cukup dekat dengan berbagai tempat. Grha Sarinah Guest Houst Untag Surabaya merupakan tema perjuangan yang dikembangkan dari indentitas kota Pahlawan, dan sebagai bagian dari Untag Surabaya yang selalu mengangkat semangat patriotisme dan Menampilkan dekorasi bercorak kebangsaan yang sangat unik di setiap kamar dan ruang publiknya. Dimana Grha Sarinah Guest Houst Untag Surabaya terdapat 22 kamar setiap kamar maksimal 2 orang Ful AC, TV, Wifi. Grha Sarinah Guest Houst Untag Surabaya menawarkan tiga (3) tipe yaitu :

- 1) Patrot Superior dengan kamar mandi di dalam berjumlah 4 room (lantai 1) dengan harga Rp 200.000
- 2) Patriot Basic dengan kamar mandi luar berjumlah 7 room (lantai 1, ada 2 room dan lantai 2, ada 5 room) dengan harga Rp 185.000
- 3) Juang Basic dengan kamar madi luar berjumlah 12 room (lantai 1, ada 5 room dan lantai 2, ada 7 room) dengan harga Rp 125.000

Usulan :

- 1) Juang basic lantai 1 diusulkan, dengan harga Rp 150.000
- 2) Juang Basic lantai 2 diusulkan, dengan harga Rp 125.000
- 3) Jual Paket Kamar

1 Minggu :  $125.000 \times 7 = 875.000 - 30\% = 612.500$

2 Minggu	: 125.000 x 14 = 1.750.000 -30%	= 1.225.000
3 Minggu	: 125.000 x 21 = 2.625.000 – 30%	= 1.837.500
1 Bulan	: 125.000 x 30 = 3.750.000 – 30%	= 2.625.000

**Kelebihan dan Kelemahan**

Kelebihan:

- 1) Dekat dengan kampus Untag, Unitomo, STESIA
- 2) Dekat pertokoan
- 3) Dekat dengan terminal dan bandara Juanda
- 4) Ada ruang meeting
- 5) Tempat parkir tersedia
- 6) Harga murah fasilitas sama dengan hotel
- 7) Lingkungan yang tenang
- 8) Disediakan Air Minelar, Gula dan Teh

Kelemahan

- 1) Berdekatan dengan Hotel lain
- 2) Tidak ada fasilitas Makan Pagi
- 3) Tempat parkir kurang luas

**Pemasaran**

Target pasar Grha Sarinah Guest Houst Untag Surabaya para mahasiswa Untag, Unitoma, maupun STESIA Surabaya, Serta Masyarakat sekitar Nginden Baru dan Semolowaru Elok. Selanjutnya pemasaran dilakukan melalui media sosial seperti instagram, line, whatsapp, maupun gmail. Karena media sosial dapat menjangkau belahan dunia dengan cepat sehingga dapat membantu Grha Sarinah Guest Houst Untag Surabaya untuk melakukan promosi penjualan.

**6. Rencana Bisnis Kantin Untag**

Kantin Untag Surabaya merupakan salah satu persewaan yang dimiliki oleh Badan Usaha Milik Yayasan YPTA. Kantin Untag Surabaya terletak di lingkungan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Tepatnya, di sebelah Gedung Teknik. Kantin Untag Surabaya menyewakan kantin yang diisi oleh para tenant. Saat ini Kantin Untag Surabaya memiliki 23 kantin yang telah diisi oleh para tenant dengan menjual berbagai macam makanan dan minuman. Selain bisa makan ditempat, Kantin Untag Surabaya juga memiliki aplikasi delivery yang sementara ini hanya beroperasi di lingkungan Untag untuk sivitas akademik.

Kios Kantin Untag Surabaya berukuran 2 x 2,5 meter sebanyak 23 kantin. Sistem kerja sama BUMY dengan tenant, menggunakan sistim presentase dari omset (15% untuk BUMY dan 85% untuk pemilik tenant). Pembayaran konsumen dilakukan melalui kasir yang dikelola oleh BUMY (2 loket kasir, loket 1= 2 petugas dan loket 2 = 1 petugas) kemudian dari hasil pembayaran tersebut dibagikan kepada pemilik tenant keesokan harinya. Sistem kasir Kantin Untag Surabaya, menggunakan aplikasi Bakoel POS dan Kantin Untag saat ini memiliki 5 pegawai yang mengoperasikan kasir.

**Kelebihan dan Kelemahan**

Kelebihan:

- 1) Tempat luas
- 2) Sistim pembayaran menggunakan tunai dan non tunai (Qris)
- 3) Tersedia banyak pilihan menu baik makanan maupun minuman

- 4) Harga makanan dan minuman di Kantin Untag Surabaya harganya terjangkau.
- 5) Kebersihan tempat, makanan dan minuman terjaga.
- 6) Tersedia fasilitas musholla, tempat wudhu, wastafel dan toilet.

**Kelemahan**

- 1) Tempat Kantin Untag Surabaya panas.

**Pemasaran**

Untuk pemasaran Kantin Untag Surabaya masih dilakukan di lingkungan Untag Surabaya. Pemasaran juga dilakukan dengan media social instagram yang dimiliki oleh Kantin Untag Surabaya.



**Gambar 3** Diskusi implementasi rencana bisnis

Kegiatan pengabdian ini telah berhasil meningkatkan keterampilan karyawan BUMY dalam menyusun rencana bisnis dan strategi pemasaran yang efektif, sehingga mereka kini lebih mampu mengembangkan dan mengimplementasikan business plan yang komprehensif. Pelatihan ini juga menekankan pentingnya strategi pemasaran yang kuat untuk bersaing dengan produk dari pengusaha besar, serta mendorong peningkatan kualitas layanan dan produk unit-unit usaha di bawah BUMY, seperti Klinik Utama Untag dan Kantin Untag. Dengan panduan penyusunan SOP dan peningkatan keterampilan operasional, efisiensi unit-unit usaha dapat ditingkatkan, memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan. Selain itu, karyawan didorong untuk lebih kreatif dan inovatif, termasuk dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran dan operasional sehari-hari.

**E. KESIMPULAN**

Beberapa kesimpulan dapat ditarik dari pelaksanaan pelatihan dan pendampingan penyusunan bussines plan pada karyawan BUMY adalah:

1. Pelatihan ini berhasil meningkatkan kompetensi karyawan BUMY dalam menyusun business plan yang lebih efektif dan komprehensif. Karyawan mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai komponen-komponen penting dari sebuah rencana bisnis yang baik.
2. Selain penyusunan rencana bisnis, karyawan juga memperoleh pengetahuan mengenai strategi pemasaran yang efektif. Hal ini sangat membantu mereka dalam memasarkan produk dan jasa yang ditawarkan oleh usaha kecil dan menengah yang mereka dampingi.
3. Program pendampingan yang dilakukan secara intensif memungkinkan

karyawan untuk terus berkembang dan mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh selama pelatihan. Ini membantu dalam menghadapi tantangan nyata di lapangan dan memberikan solusi yang lebih baik bagi pengusaha rumahan yang mereka dampingi.

4. Dengan pengetahuan dan keterampilan baru, karyawan merasa lebih percaya diri dalam menyusun dan mengimplementasikan rencana bisnis. Kepercayaan diri ini juga berdampak positif pada kinerja mereka secara keseluruhan.
5. Pelatihan dan pendampingan ini memberikan dampak positif bagi perkembangan usaha kecil dan menengah yang berada di bawah pendampingan karyawan BUMY. Peningkatan kualitas rencana bisnis dan strategi pemasaran membantu UKM bersaing di pasar yang kompetitif.
6. Dengan meningkatnya kemampuan karyawan dalam mendampingi pengusaha kecil, kontribusi terhadap perekonomian lokal dan nasional juga meningkat. Usaha kecil dan menengah yang berkembang dengan baik akan memberikan dampak ekonomi yang signifikan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anonim. (2023). Survei Preferensi Konsumen terhadap Produk Frozen Food. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 45-60.
- Fuadi, F. (2023). Sistematis Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 3(1), 54-63.
- Hilmawati, H. (2021). Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah. *Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 10(1), 123-134.
- Nurlansa, O., & Jati, H. (2016). Analysis Porter's Five Forces Model on Airbnb. *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*, 1(2), 48-59.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Ratnawati, T., & Kusmaningtyas, A. (2021). *Pengantar Filsafat Ilmu*. Surabaya: Penerbitan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. ISBN 978-602-9077-67-4.
- Rina, R. (2023). Jalinan Kemitraan Program Posyandu dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat di Bidang Kesehatan. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 4(2), 98-108.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.