

Perencanaan Strategi Jangka Panjang dalam Pengembangan dan Peningkatan Keberhasilan UMKM: Studi Kasus pada Ginza Kitchen

Aldino Girsang¹, Rahmadani Bugis², Asmain Uwen³, Claudya Ifentri⁴, Siti.F Maharani Sasole⁵, Nailah Atmaranti Salim Huath⁶, Melani Dama Yanti Soulisha⁷, Riyadh Gunawan⁸, Giofany Monik Luhukay⁹, Sitra Yani Belasa¹⁰, Nurizah¹¹, Yurain Siolimbona¹², Fitra Ramadani Wael¹³, Rita Atarwaman¹⁴

¹⁻¹⁴Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas pattimura, Indonesia

*e-mail: aldinogirsang01@gmail.com¹, bugisrahmadani@gmail.com², asmainuwen@gmail.com³, ifentriclaudya@gmail.com⁴, rannysasole3@gmail.com⁵, melanisoulisha2@gmail.com⁶, nailahhuath001@gmail.com⁷, riyadhgunawan2@gmail.com⁸, giofanyluhukay@gmail.com⁹, nurizahmuksin@gmail.com¹⁰, nurizahmuksin@gmail.com¹¹, mamayati0599@gmail.com¹², yurainsiolimbona6@gmail.com¹³, rita.atarwaman72@gmail.com¹⁴

Abstract

This community services discusses long-term strategic planning in the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), using a case study of Ginza Kitchen. MSMEs play an important role in Indonesia's economy, including in the culinary sector. One such MSME, Ginza Kitchen, was chosen due to the resilience and leadership of its owner, Kak Ginswa Vinisella Maskat, who managed to keep the business running and growing despite various challenges such as intense competition, declining income, and fluctuations in customer numbers. These conditions have caused internal issues, especially in covering operational costs and employee salaries. Established in 2023, Ginza Kitchen was created to meet the public's demand for affordable, fast food with authentic flavors. This activity used a qualitative approach with direct interviews and field observations to collect data that reflects the actual conditions in the business. The results show that product innovation, cost management, appropriate pricing, social media promotion, and operational efficiency are key factors in supporting business growth.

Keywords: *Community Service, Ginza Kitchen, Gen-Z, Long-Term Strategy, MSMEs, Strategic Planning*

1. PENDAHULUAN

Dalam era reformasi saat ini, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki pengaruh besar dalam membantu aspek perekonomian Indonesia maupun dunia, UMKM memberikan kontribusi sekitar 60,51% terhadap produk domestik bruto (PDB) dan juga menyerap 96,92% tenaga kerja nasional. UMKM atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan bagian penting dari sektor perekonomian Indonesia di kelas usaha kecil. UMKM memiliki penafsiran sebagai kegiatan usaha perorangan atau badan yang memenuhi kriteria dari usaha mikro yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008. UMKM yang tersebar di Indonesia rata-rata merupakan kegiatan usaha rumahan/perorangan yang berdampak besar untuk menyerap banyak tenaga kerja. Contoh salah satu UMKM nya adalah Ginza Kitchen. Ginza Kitchen merupakan suatu UMKM yang bergerak dibagian kuliner makanan cepat saji. Alasan memilih UMKM ini adalah karena pengembangan strategi jangka panjang yang diterapkan oleh Ginza Kitchen masih dalam tahap awal dan belum sepenuhnya terintegrasi dalam perencanaan usaha

Penganggaran merupakan sistem perencanaan, pengendalian, dan pengawasan yang digunakan dalam secara luas untuk menjalankan tanggung jawab manajerial. Penganggaran sebagai salah satu alat manajemen yang berkaitan dengan perencanaan, pengendalian, dan

pengawasan untuk memenuhi tujuan perusahaan, yaitu memuaskan pelanggan dan berhasil dalam persaingan.

Ginza Kitchen merupakan rumah makan atau cafe yang berlokasi di Jln.Ir. M. Putuhena, Poka pemda III, Kec Teluk Ambon, Kota Ambon. Ginza kitchen adalah salah satu tempat kuliner yang enak dan favorit di Kota Ambon khususnya kalangan anak muda. Selain di di Jln.Ir. M. Putuhena, Poka pemda III, Kec Teluk Ambon, Kota Ambon, Ginza Kitchen juga membuka cabang kecil yang bertempat di sekitar Oasis. Penganggaran yang cermat adalah kunci dalam menjalankan Kaitan Cafe Ginza Kitchen dengan efektif. Tanpa pengelolaan anggaran yang tepat, biaya operasional dapat melonjak, dan kafe mungkin kesulitan dalam mencapai tujuan bisnis jangka panjang. Dengan penganggaran yang tepat, kafe dapat menjaga kelancaran operasional, meningkatkan keuntungan, dan tumbuh secara berkelanjutan.

2. METODE

Pengabdian ini bertujuan mendapatkan pemahaman yang bersifat umum terhadap kenyataan sosial dari sudut pandang partisipan. Dengan bantuan wawancara langsung bersama owner Ginza Kitchen yaitu Ginswa Vinisella Maskat, tim pelaksana kegiatan dapat mengetahui aspek yang kurang mengenai strategi UMKM tersebut. Gambaran dari hasil pengabdian ini berasal dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Kegiatan ini untuk melihat bagaimana penerapan dan pengembangan strategi jangka panjang yang diterapkan oleh Ginza Kitchen dari seluruh aspek bisnis terutama aspek pemasaran dengan melakukan riset lapangan dengan metode perencanaan bisnis atau business plan. Sumber atau subyek dari kegiatan ini adalah pemilik (penulis), pegawai, pelanggan lalu dari data keuangan. Wawancara dilakukan pada tanggal 23 Juni 2025 guna mendapatkan data yang dibutuhkan untuk kelancaran kegiatan yang dilakukan.

3. Studi Literatur

Perencanaan merupakan proses dasar dalam manajemen yang bertujuan untuk menentukan arah dan tindakan yang akan diambil suatu organisasi atau usaha dalam mencapai tujuan tertentu termasuk juga UMKM masuk didalamnya. Profesor Tamrin Amal Tomagola, seorang pakar perencanaan dari Universitas Kihajar Dewantara, menjelaskan bahwa perencanaan adalah peta jalan yang dirancang untuk mencapai suatu tujuan. Sederhananya, jika kehidupan adalah perjalanan, maka perencanaan adalah batu loncatan yang mengarahkan kita ke tempat yang diinginkan. Tanpa perencanaan, kita hanya akan terombang-ambing di lautan tak berujung yang penuh dengan ketidakpastian. Dalam konteks usaha, perencanaan menjadi pedoman utama agar langkah-langkah bisnis dapat berjalan terarah dan sistematis.

Salah satu bentuk perencanaan yang penting bagi keberlangsungan usaha adalah perencanaan strategis jangka panjang. Menurut Wheelen dan Hunger (2012), perencanaan strategis merupakan proses penyusunan strategi untuk menghadapi masa depan dengan memperhatikan lingkungan internal dan eksternal organisasi. Strategi jangka panjang biasanya disusun untuk periode lebih dari satu tahun, dan berfungsi sebagai panduan dalam pengambilan keputusan penting dalam usaha, seperti pengembangan produk, ekspansi pasar, serta penguatan daya saing.

Perencanaan strategis terdiri dari beberapa tahapan, yaitu:

1. **Perumusan strategi:** meliputi analisis situasi (internal dan eksternal), penetapan visi, misi, dan tujuan jangka panjang. Visi misi Ginza Kitchen adalah:

Visi: Menjadi tempat makan yang menghadirkan makanan rumahan yang lezat dan berkualitas tinggi

Misi:

- Menyediakan menu makanan yang enak dengan bahan-bahan berkualitas.
 - Menawarkan menu makanan dengan harga terbaik.
 - Memberikan pelayanan yang cepat dan ramah.
 - Berinovasi dalam menciptakan menu baru yang lezat dan sehat.
 - Menjaga kebersihan dan keamanan produk makanan.
 - Memberikan pengalaman kuliner yang menyenangkan bagi pelanggan
2. **Implementasi strategi:** Proses pelaksanaan rencana melalui kebijakan, struktur organisasi, dan pengalokasian sumber daya. Strategi yang dijalankan oleh Ginza Kitchen dengan memanfaatkan pengembangan teknologi informasi (TI) melalui sosial media (sosmed) yaitu dengan cara *take video* atau rekaman video dan membagikannya melalui laman Tiktok (@ginzakitchen), Instagram (@ginza.id), Dll. Di dalam sosmed tersebut Ginza Kitchen membagikan video berupa produk mereka dan varian produk yang lain. Dengan memanfaatkan TI, Ginza Kitchen bisa beradaptasi dengan persaingan bersama cafe and resto yang telah berdiri.
3. **Evaluasi dan pengendalian strategi:** Evaluasi dan pengendalian strategi merupakan tahap penting dalam proses perencanaan strategis, terutama untuk memastikan bahwa strategi yang telah dirancang dan dijalankan benar-benar memberikan hasil sesuai tujuan. Tanpa adanya evaluasi dan pengendalian yang terukur, sebuah usaha berisiko mengalami penyimpangan arah atau tidak mampu beradaptasi dengan perubahan kondisi pasar. Menurut Fred R. David (2011), evaluasi strategi dilakukan melalui tiga aktivitas utama, yaitu:
- Meninjau kembali faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar strategi,
 - Mengukur kinerja usaha, dan
 - Mengambil tindakan korektif apabila terdapat ketidaksesuaian antara rencana dan hasil.

Dalam konteks pengembangan UMKM seperti Ginza Kitchen, evaluasi strategi dibutuhkan untuk menilai apakah langkah-langkah pengembangan yang sudah dilakukan—seperti promosi digital, inovasi menu, dan pengelolaan biaya—berdampak positif terhadap peningkatan jumlah pelanggan, omzet, dan stabilitas operasional.

Ginza Kitchen dapat melakukan evaluasi strategi melalui pengukuran kinerja bulanan, seperti laporan keuangan sederhana (laba rugi), jumlah pengunjung harian, serta tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, feedback dari pelanggan juga dapat menjadi alat bantu dalam mengevaluasi apakah strategi yang diterapkan masih relevan dengan kebutuhan pasar.

Sementara itu, pengendalian strategi berfungsi sebagai mekanisme untuk menjaga agar pelaksanaan strategi tetap berada pada jalurnya. Dalam praktiknya, pengendalian bisa dilakukan dengan membuat SOP (Standard Operating Procedure), kontrol biaya rutin, dan penjadwalan evaluasi kinerja karyawan serta operasional. Jika ditemukan hambatan atau ketidaksesuaian, manajemen perlu segera melakukan penyesuaian atau perbaikan strategi.

Dalam pengembangan UMKM, perencanaan strategis jangka panjang sangat dibutuhkan karena UMKM cenderung memiliki keterbatasan dari segi sumber daya dan manajemen. Dengan perencanaan yang tepat, pelaku UMKM dapat menetapkan langkah-langkah prioritas, seperti inovasi produk, efisiensi operasional, strategi promosi, dan pengelolaan keuangan jangka panjang. Hal ini diperkuat oleh pendapat Rangkuti (2013) yang menyatakan bahwa UMKM yang memiliki perencanaan jangka panjang lebih mampu bertahan menghadapi tantangan bisnis, terutama saat terjadi krisis atau persaingan yang tinggi.

Dalam kasus Ginza Kitchen, perencanaan strategis jangka panjang menjadi penting untuk menghadapi fluktuasi pelanggan, tantangan operasional, dan kebutuhan pengembangan usaha ke arah yang lebih stabil. Dengan dasar teori perencanaan strategis ini, Ginza Kitchen dapat merancang arah bisnisnya secara lebih terarah dan berkelanjutan. Dengan melakukan evaluasi dan pengendalian strategi secara rutin dan objektif, Ginza Kitchen dapat memastikan bahwa

strategi jangka panjang yang disusun tidak hanya dijalankan dengan baik, tetapi juga dapat beradaptasi dengan perubahan, sehingga peluang keberhasilan bisnis dapat terus meningkat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat adalah usaha untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat. Kegiatan tersebut harus mampu memberikan suatu nilai tambah bagi masyarakat, baik dalam kegiatan ekonomi, kebijakan, dan perubahan perilaku sosial. Sebagai sebuah usaha yang baru berdiri pada pertengahan tahun 2023, Ginza Kitchen masih menghadapi permasalahan mengenai strategi untuk jangka panjang. Dalam kegiatan ini, Ginza Kitchen memang sudah menerapkan tahap awal strategi jangka untuk mendukung kegiatan operasional mereka. Hasil temuan menunjukkan bahwa Ginza Kitchen sudah memulai tahap awal penerapan strategi jangka panjang untuk UMKM tersebut.

Kegiatan ini dilakukan untuk mengetahui dan memahami penerapan strategi jangka panjang oleh Ginza Kitchen. Tahapan awal yang dimulai untuk strategi nya adalah dengan memanfaatkan sosmed untuk mengenalkan menu mereka. Namun, banyak tantangan dan pesaing menjadi masalah utama tentunya dihadapi oleh UMKM tersebut. Dengan keahlian sang owner yang mengendalikan dan menerapkan strategi, UMKM tersebut dapat beradaptasi dan bersaing melawan UMKM lainnya yang telah lama berdiri. Target utama UMKM tersebut adalah Gen-Z karena Gen-Z kerap aktif 24 jam dalam sosmed sehingga besar kemungkinan tercipta rasa ingin tahu sehingga muncul "rasa ingin beli".

3.1. Profil Perusahaan

Ginza kitchen didirikan sejak Mei 2023 yang bergerak dibidang Usaha kuliner/food & beverage (F&B) dan juga catering service yang berlokasi di Jln.Ir. M. Putuhena, Poka pemda III, Kec Teluk Ambon, Kota Ambon. Kemudian cabang kecil bertempat di sekitar Oasis Mart Ambon dengan wilayah layanan Ambon dan Sekitarnya. Ginza kitchen juga menyediakan pesanan online melalui grabfood, gofood, dan shoppefood (terdaftar sebagai Ginza kitchen).



Gambar 1. Profil perusahaan



(a) Proses wawancara



(b) Dokumentasi bersama
owner

3.2 Perencanaan Strategi Jangka Panjang

Perencanaan strategi jangka panjang adalah proses menyusun arah dan tujuan utama suatu usaha dalam jangka waktu 3–5 tahun atau lebih, untuk memastikan bisnis tetap berkembang, kompetitif, dan berkelanjutan. Untuk mencapai keberhasilan usaha secara berkelanjutan, Ginza Kitchen perlu menyusun strategi jangka panjang yang fokus pada aspek pengembangan usaha, peningkatan daya saing, serta penguatan manajemen internal. Kemampuan owner dalam mengelola rumah makan tersebut dengan cara menguatkan pondasi bisnis dengan selalu melakukan evaluasi operasional, menyusun standar operasional pabrik, meningkatkan cita rasa. Selanjutnya optimalisasi operasional dengan: mengikuti pelatihan UMKM, meningkatkan intensitas promosi penjualan, dan memperkenalkan beberapa menu terbaru. Strategi akhir adalah dengan meningkatkan promosi melalui sosmed dan mulut ke mulut.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil aktivitas pengabdian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perencanaan strategi jangka panjang sangat penting dalam menunjang pengembangan dan peningkatan keberhasilan UMKM, khususnya dalam kasus Ginza Kitchen. Sebagai UMKM yang baru berdiri, Ginza Kitchen sudah mulai menerapkan strategi awal melalui pemanfaatan media sosial, inovasi menu, dan pengelolaan biaya operasional secara efisien. Meskipun masih dalam tahap awal, langkah-langkah ini menunjukkan potensi untuk mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Evaluasi dan pengendalian strategi yang dilakukan juga menjadi bagian penting untuk menilai apakah strategi yang diterapkan sudah efektif atau perlu penyesuaian. Dengan adanya pengukuran kinerja secara berkala, feedback pelanggan, dan penyesuaian taktik di lapangan, Ginza Kitchen menunjukkan respons adaptif terhadap tantangan yang dihadapi, terutama persaingan usaha dan ketidakstabilan pelanggan.

Dengan terus memperkuat perencanaan, implementasi, dan evaluasi strategi, diharapkan Ginza Kitchen dapat tumbuh menjadi UMKM yang tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang secara konsisten dan berkelanjutan. Pengabdian ini juga memberikan gambaran bagi pelaku UMKM lain bahwa strategi jangka panjang yang terarah bisa menjadi kunci untuk menghadapi persaingan dan membangun usaha yang sukses di masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pelaksana yang sudah mau berkontribusi atas berjalannya kegiatannya. Juga tidak lupa kepada ibu dosen Rita Atarwaman yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dan pelaksana kegiatan dalam menulis jurnal ini sehingga dapat melakukan publish dengan baik. Serta yang terakhir penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada owner Ginza Kitchen Ginswa Vinisella Maskat yang telah meluangkan waktu dan juga tempat terlaksananya wawancara semoga diberkati dan selalu dalam naungan sang pencipta.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan & Yunita Anggarini, Anggaran Bisnis 2017. Anggaran Komprehensif. Hal 61-63.
- Bahagia, D. S., Numan, A., & Saputra, S. (2024). Strategi Perencanaan Bisnis untuk Meningkatkan Keberhasilan UMKM . *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 1(3), 123–130. <https://doi.org/10.59837/jpnmb.v1i3.41>
- Girsang, A., Tisera, S., Wacano, D., Tebiary, T. O., & Luanmassa, M. (2025). PENERAPAN SIA DALAM SIKSLUS PRODUKSI PADA UMKM KEDAI MAMA NANO . *Jurnal Tagalaya Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 77–82. <https://doi.org/10.71315/jtpkm.v2i1.124>
- Irawan, I. A., & Ghonisyah, G. A. A. . (2023). Strategi Digitalisasi Pada UMKM di Bidang Kuliner pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Tasikmalaya. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 19(1), 43–49. <https://doi.org/10.31940/jbk.v19i1.43-49>
- Purwanti Purwanti, Riska Yunia Andiani, & M. Ilham Noer Arif. (2025). Strategi Penetapan Harga Jangka Panjang dan Adaptasi Usaha Katering Mama Dian Kitchen dalam Merespons Dinamika Pasar. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 5(2), 669–675. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v5i2.2071>
- Riry, wilbertrista, Pratama, A. Y., Muhrim, S. A., & sergio. (2025). PENERAPAN APLIKASI RANDU PADA LAPORAN KEUANGAN UMKM REJEKI LAUNDRY AMBON. *Jurnal Tagalaya Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 123–128. <https://doi.org/10.71315/jtpkm.v2i1.151>
- STRATEGI PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK UMKM NASI GORENG (NASGOR IN): MENUJU KESUKSESAN KESUKSESAN DALAM INDUSTRI KULINER. (2024). *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(4). <https://doi.org/10.62281/v2i4.231>