

LAPORAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



PENYULUHAN PENENTUAN KEKUATAN DAN KELEMAHAN USAHA KIOS SAYURAN MAS SARIP

Disusun oleh:

SANNY EKAWATI, SE., MM. (0324077602/10100004)

PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
NOVEMBER 2025

PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Sebuah usaha akan dapat berjalan dengan baik jika memiliki kemampuan untuk mengelolanya. Salah satu kemampuan yang dituntut adalah dengan memahami kekuatan dan kelemahan dari usaha yang dimiliki. Kemampuan menganalisis kekuatan dan kelemahan ini merupakan analisis internal perusahaan yang tercakup di dalam analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunity, Threats). Manfaat dari mengetahui SWOT ini untuk memberikan arahan dalam menentukan strategi kompetitif. Kekuatan adalah faktor keunggulan atau sumber daya yang dimiliki oleh usaha bisnis tersebut yang harus lebih ditonjolkan sebagai kompetensi inti (Robbins and Coulter, 2016). Kelemahan adalah kekurangan yang dimiliki oleh usaha bisnis tersebut dan perlu untuk diminimalisir keberadaannya (Kotler and Amstrong, 2021).

B. Masalah Mitra dan Solusi

Mas Sarip selaku pemilik usaha sayuran di pasar tradisional Kosambi Baru telah berjualan di sana selama hampir 15 tahun dan belum pernah memahami kondisi internal dari usahanya tersebut. Masalah yang dihadapi mitra saat ini adalah ketidakmampuannya melihat kekuatan dan kelemahan usahanya. Maka kegiatan PKM ini bertujuan untuk memberikan edukasi terkait kekuatan dan kelemahan dari usaha sayuran Mas Sarip. Mengedepankan keunggulan yang dimiliki usaha Pak Sarip akan menarik lebih banyak pelanggan dan mempertahankan usaha yang sudah dengan baik dijalankan. Mengetahui kelemahan, maka tindakan yang dapat dilakukan adalah meminimalisir kekurangan tersebut dengan memperbaiki masalah internal yang ada.

PELAKSANAAN PKM

Secara keseluruhan terdapat dua kegiatan yang dilakukan, yaitu:

1. Memberikan materi mengenai pengertian SWOT
2. Memberikan pemahaman penerapan kekuatan dan kelemahan dari kegiatan usaha agar dapat meningkatkan penjualan.

HASIL PKM

Berdasarkan pelaksanaan PKM yang sudah dilakukan, maka hasil PKM yang didapat adalah:

1. Mas Sarip mengerti mengenai SWOT.
2. Mas Sarip memahami pentingnya mengetahui kekuatan dan kelemahan dari kegiatan usahanya agar dapat meningkatkan penjualan.

KESIMPULAN

1. Mas Sarip mengerti mengenai SWOT.
2. Mas Sarip akan menerapkan kekuatan dan kelemahan dari kegiatan usahanya agar dapat meningkatkan penjualan.

Daftar Pustaka

Kotler, P., and Armstrong, G (2021). Principles of Marketing. 18th Edition. Pearson Education Limited, UK.

Robbins, S.P., & Coulter, M. (2016). Management, 13th Edition. USA: Pearson.

CURICULUM VITAE

1. IDENTITAS

Nama Lengkap	: Sanny Ekawati
Jenjang Kepangkatan	: Lektor
NIK/NIDN	: 10100004/0324077602
Tempat/Tanggal Lahir	: Jakarta, 24 Juli 1976
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat Rumah	: Perum Griya Permata Blok E4 No.3, Petir, Cipondoh
No HP	: 082213196733
Alamat e-mail	: sannye@fe.untar.ac.id
Jenjang Pendidikan	: S1 Manajemen , Universitas Tarumanagara : S2 Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara

2. PENGALAMAN PENELITIAN

Tahun	Judul	Sumber Dana
Gasal 2018/2019	Peran Kemampuan UKM Terhadap Model Bisnis dan Kinerja Usaha Pada UKM Tasikmalaya, Jawa Barat.	UNTAR
Genap 2019/2020	Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Koperasi <i>Mart</i> 212 Tirtayasa, Pinang Kota Tangerang	UNTAR
Gasal 2020/2021	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT "UK" di Tangerang	UNTAR
Genap 2020/2021	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Overall Satisfaction Pengguna MRT pada Masa Pandemi Covid-19	UNTAR
Tahun 2022	Pengaruh Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT. MMU Jakarta	UNTAR
Tahun 2023	The Effect of Work Environment and Compensation on Employee Work Satisfaction at Medical Appliance Company	UNTAR
Tahun 2024	Pengaruh Customer Review dan Brand Trust terhadap Purchase Intention Nature Republic E-Commerce Sociolla	UNTAR

3. PENGALAMAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Tahun	Judul	Sumber Dana
Gasal 2018/2019	Implementasi Keunggulan Bersaing & Pendampingan Redesain Kemasan Dalam Meningkatkan Perilaku Pada UKM Ritel di Tangerang	UNTAR
Genap 2018/2019	Optimalisasi Model Keuntungan Strategis, Pemahaman Perilaku Belanja Serta Pendampingan Pengemasan Produk Pada Usaha Ritel di Pasar Tradisional Tangerang	UNTAR
Gasal 2019/2020	Penetapan Layout Untuk Memperlancar Arus Barang Pada Toko Casayo	UNTAR
Genap 2019/2020	Penentuan Strategi Bisnis Pada Toko Casayo	UNTAR
Gasal 2020/2021	Penetapan Tata Letak Untuk Memperlancar Arus Barang Pada Aneka Cahaya Pelumas di Bekasi	UNTAR
Genap 2020/2021	Pelatihan Penentuan Indikator Internal dan Eksternal Untuk Penentuan Strategi Bisnis Pada Aneka Cahaya Plumas di Bekasi	UNTAR
Gasal 2021/2022	Pembekalan Materi Komunikasi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha Succulent House di Jakarta Utara	Mandiri
Gasal 2022/2023	Penerapan Motivasi untuk Meningkatkan Produktivitas Karyawan pada Toko Kalkulator Grosir di Jakarta	Mandiri
Gasal 2023/2024	Penyuluhan Peranan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Produk Pada Kios Kue Ibu Ayen	UNTAR
Genap 2023/2024	Pengenalan Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Kios Sayuran Mas Sarip di Jakarta	UNTAR



UNTAR
Universitas Tarumanagara



UNTAR untuk INDONESIA

Pelatihan Penentuan Kekuatan dan Kelemahan Usaha untuk Meningkatkan Penjualan

PKM UNTAR

www.untar.ac.id [Untar Jakarta](#) [@UntarJakarta](#) [@untarjakarta](#)

MANAJEMEN STRATEGIS

Manajemen strategis: apa yang dilakukan pemilik usaha untuk mengembangkan strategi organisasi.

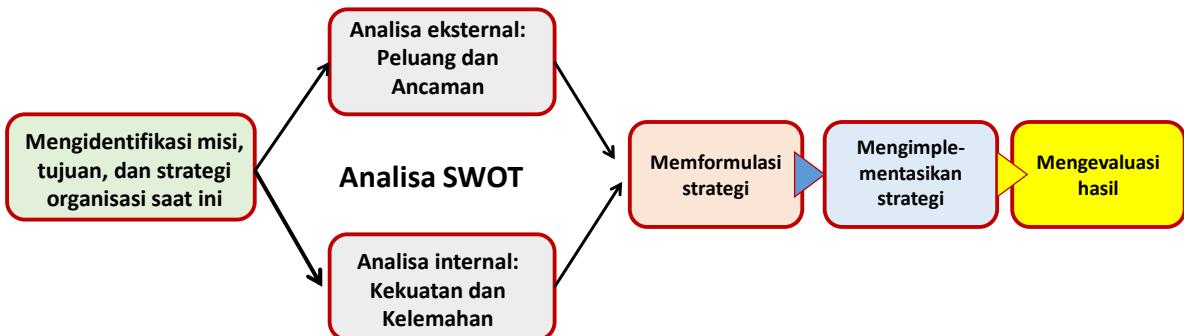
Strategi: rencana mengenai bagaimana sebuah organisasi akan melakukan apa yang perlu dikerjakan dalam bisnis, bagaimana mereka akan menang bersaing, dan bagaimana perusahaan menarik serta memuaskan pelanggan agar dapat mencapai tujuan.

Model bisnis: bagaimana perusahaan akan menghasilkan uang



MANAJEMEN STRATEGIS

PROSES MANAJEMEN STRATEGIS:



- Kekuatan adalah:

Keunggulan/kelebihan yang dimiliki oleh suatu usaha. Sumber daya yang kuat yang merupakan keunggulan komparatif yang dimiliki suatu usaha bisnis.

- Kelemahan adalah:

Sumber daya yang tidak dimiliki atau kekurangan dari suatu usaha bisnis yang harus diminimalisir keberadaannya.

- Analisa Internal:
 1. Kekuatan:
 - a. Pelanggan yang cukup besar
 - b. Usaha yang sudah cukup lama
 - c. Harga yang bersaing
 - d. Pelayanan yang ramah



- Analisa Internal:
 2. Kelemahan:
 - a. Tata letak produk yang kurang rapi
 - b. Kebersihan yang kurang terjaga
 - c. Peralatan yang sudah usang



MANAJEMEN STRATEGIS**KEUNGGULAN KOMPETITIF:**

Faktor yang membedakan usaha, keunggulan uniknya:

- Kualitas sebagai keunggulan kompetitif
- Media sosial sebagai keunggulan kompetitif
- Mempertahankan keunggulan/kekuatan kompetitif