

**PERJANJIAN PELAKSANAAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
PERIODE I TAHUN ANGGARAN 2022
NOMOR : 0425-Int-KLPPM/UNTAR/III/2022**

Pada hari ini Rabu tanggal 30 bulan Maret tahun 2022 yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama : Ir. Jap Tji Beng, Ph.D.
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Alamat : Jl. Letjen S. Parman No. 1 Jakarta Barat 11440
selanjutnya disebut **Pihak Pertama**
2. Nama : Rousilita Suhendah, SE.,M.Si., Ak.,CA
Jabatan : Dosen Tetap
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl. Tanjung Duren Utara, No. 1 Jakarta Barat 11470
selanjutnya disebut **Pihak Kedua**

Pihak Pertama dan **Pihak Kedua** sepakat mengadakan Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat sebagai berikut:

Pasal 1

- (1). **Pihak Pertama** menugaskan **Pihak Kedua** untuk melaksanakan pengabdian kepada masyarakat atas nama Universitas Tarumanagara dengan judul "**Pelatihan Pengelolaan Dan Pengembangan Usaha Umkm Modiste Dengan Matriks IFE-EFE**"
- (2). Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilaksanakan berdasarkan perjanjian ini dan Perjanjian Luaran Tambahan PKM.
- (3). Perjanjian Luaran Tambahan PKM pembiayaannya diatur tersendiri.

Pasal 2

- (1). Biaya pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat sebagaimana dimaksud Pasal 1 di atas dibebankan kepada **Pihak Pertama** melalui anggaran Universitas Tarumanagara.
- (2). Besaran biaya pelaksanaan yang diberikan kepada **Pihak Kedua** sebesar Rp 6.500.000,- (Enam juta lima ratus ribu rupiah), diberikan dalam 2 (dua) tahap masing-masing sebesar 50%.
- (3). Pencairan biaya pelaksanaan Tahap I akan diberikan setelah penandatanganan Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat.
- (4). Pencairan biaya pelaksanaan Tahap II akan diberikan setelah **Pihak Kedua** melaksanakan pengabdian kepada masyarakat, mengumpulkan laporan akhir, *logbook*, laporan pertanggungjawaban keuangan dan luaran/draf luaran.
- (5). Rincian biaya pelaksanaan sebagaimana dimaksud dalam ayat (3) terlampir dalam Lampiran Rencana dan Rekapitulasi Penggunaan Biaya yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam perjanjian ini.

Pasal 3

- (1). Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat akan dilakukan oleh **Pihak Kedua** sesuai dengan proposal yang telah disetujui dan mendapatkan pembiayaan dari **Pihak Pertama**.
- (2). Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dalam Periode I, terhitung sejak **Januari – Juni 2022**

Pasal 4

- (1). **Pihak Pertama** mengadakan kegiatan monitoring dan evaluasi terhadap pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh **Pihak Kedua**.
- (2). **Pihak Kedua** diwajibkan mengikuti kegiatan monitoring dan evaluasi sesuai dengan jadwal yang ditetapkan oleh **Pihak Pertama**.
- (3). Sebelum pelaksanaan monitoring dan evaluasi, **Pihak Kedua** wajib mengisi lembar monitoring dan evaluasi serta melampirkan laporan kemajuan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dan *logbook*.
- (4). Laporan Kemajuan disusun oleh **Pihak Kedua** sesuai dengan Panduan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah ditetapkan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.
- (5). Lembar monitoring dan evaluasi, laporan kemajuan dan *logbook* diserahkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat sesuai dengan batas waktu yang ditetapkan.

Pasal 5

- (1). **Pihak Kedua** wajib mengumpulkan Laporan Akhir, *Logbook*, Laporan Pertanggungjawaban Keuangan, dan luaran/draf luaran.
- (2). Laporan Akhir disusun oleh **Pihak Kedua** sesuai dengan Panduan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah ditetapkan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.
- (3). *Logbook* yang dikumpulkan memuat secara rinci tahapan kegiatan yang telah dilakukan oleh **Pihak Kedua** dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat
- (4). Laporan Pertanggungjawaban yang dikumpulkan **Pihak Kedua** memuat secara rinci penggunaan biaya pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat yang disertai dengan bukti-bukti.
- (5). Luaran Pengabdian Kepada Masyarakat yang dikumpulkan kepada **Pihak Kedua** berupa luaran wajib dan luaran tambahan.
- (6). **Luaran wajib** hasil Pengabdian Kepada Masyarakat berupa artikel ilmiah yang dipublikasikan di **Serina Untar IV 2022, jurnal ber-ISSN atau prosiding nasional/internasional**.
- (7). Selain luaran wajib sebagaimana disebutkan pada ayat (6) di atas, **Pihak Kedua** wajib membuat poster untuk kegiatan *Research Week*.
- (8). Draft luaran wajib dibawa pada saat dilaksanakan Monitoring dan Evaluasi (*Monev*) PKM.
- (9). Batas waktu pengumpulan Laporan Akhir, *Logbook*, Laporan Pertanggungjawaban Keuangan, dan luaran adalah **Juni 2022**

Pasal 6

- (1). Apabila **Pihak Kedua** tidak mengumpulkan Laporan Akhir, *Logbook*, Laporan Pertanggungjawaban Keuangan, dan Luaran sesuai dengan batas akhir yang disepakati, maka **Pihak Pertama** akan memberikan sanksi.
- (2). Sanksi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) proposal pengabdian kepada masyarakat pada periode berikutnya tidak akan diproses untuk mendapatkan pendanaan pembiayaan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Pasal 7

- (1). Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, Pihak Kedua dibantu oleh Asisten Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat yang identitasnya sebagai berikut:
 - a. Angelina/125194008/Fakultas Ekonomi/Akuntansi
 - b. Rico Ricardo/125194003/Fakultas Ekonomi/Akuntansi
 - c. Nikita Stevansyah/125194030/Fakultas Ekonomi/Akuntansi
- (2). Pelaksanaan asistensi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) ditetapkan lebih lanjut dalam Surat tugas yang diterbitkan oleh Pihak Pertama.

Pasal 8

- (1). Apabila terjadi perselisihan menyangkut pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, kedua belah pihak sepakat untuk menyelesaikannya secara musyawarah.
- (2). Dalam hal musyawarah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak tercapai, keputusan diserahkan kepada Pimpinan Universitas Tarumanagara.
- (3). Keputusan sebagaimana dimaksud dalam pasal ini bersifat final dan mengikat.

Demikian Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dibuat dengan sebenar-benarnya pada hari, tanggal dan bulan tersebut diatas dalam rangka 3 (tiga), yang masing-masing mempunyai kekuatan hukum yang sama.

Pihak Pertama



Ir. Jap Tji Beng, Ph.D

Pihak Kedua


Rousilita Suhendah, SE.,
M.Si., Ak.,CA

**RENCANA PENGGUNAAN BIAYA
(Rp)**

Rencana Penggunaan Biaya	Jumlah
Honorarium	Rp 0,-
Pelaksanaan Kegiatan	Rp 6.500.000,-

**REKAPITULASI RENCANA PENGGUNAAN BIAYA
(Rp)**

NO	POS ANGGARAN	TAHAP I (50 %)	TAHAP II (50 %)	JUMLAH
1	Honorarium	Rp 0,-	Rp 0,-	Rp 0,-
2	Pelaksanaan Kegiatan	Rp 3.250.000,-	Rp 3.250.000,-	Rp 6.500.000,-
	Jumlah	Rp 3.250.000,-	Rp 3.250.000,-	Rp 6.500.000,-

Jakarta, 30 Maret 2022



Rousilita Suhendah, SE.,M.Si., Ak.,CA

**LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT YANG DIAJUKAN
KE LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA
MASYARAKAT**



**PELATIHAN PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN USAHA
UMKM MODISTE DENGAN MATRIKS IFE-EFE**

Disusun oleh:
Ketua Tim:
Rousilita Suhendah, SE.,M.Si., Ak.,CA dan 0302107101/10101017
Anggota:
Angelina dan 125194008
Rico Ricardo dan 125194003
Nikita Stevansyah dan 125194030

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
JULI 2022**

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR PKM
Periode I/Tahun 2022

1. Judul PKM : Pelatihan Pengelolaan dan Pengembangan Usaha UMKM Modiste Dengan Matriks IFE-EFE
2. Nama Mitra PKM : UMKM Go Nads
3. Dosen Pelaksana
- A. Nama dan Gelar : Rousilita Suhendah
 - B. NIDN/NIK : 0302107101/10101017.
 - C. Jabatan/Gol. : Sekprodi 1 Akuntansi/Lektor
 - D. Program Studi : S1 Akuntansi
 - E. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
 - F. Bidang Keahlian : Akuntansi Keuanga, Akuntansi Manajemen
 - H. Nomor HP/Tlp : 085966206382
4. Mahasiswa yang Terlibat
- A. Jumlah Anggota (Mahasiswa) : 3 orang
 - B. Nama & NIM Mahasiswa 1 : Angelina (125194008)
 - C. Nama & NIM Mahasiswa 2 : Rico Ricardo (125194003)
 - D. Nama & NIM Mahasiswa 3 : Nikita Stevansyah (125194030).
 - E. Nama & NIM Mahasiswa 4 :
5. Lokasi Kegiatan Mitra :
- A. Wilayah Mitra : Perum Rafles Residence No 162, Desa Pandak, Kecamatan Baturaden
 - B. Kabupaten/Kota : Banyumas.
 - C. Provinsi : Jawa Tengah
6. Metode Pelaksanaan : Luring/Daring (pilih)
7. Luaran yang dihasilkan : Publikasi dan HKI
8. Jangka Waktu Pelaksanaan : Januari-Juni/Juli-Desember (pilih)
9. Pendanaan : Rp 8.500.000
- Biaya yang disetujui

Jakarta, 12 Juli 2022

Menyetujui,
Ketua LPPM



Ir. Jap Tji Beng, Ph.D.
NIK:10381047

Pelaksana

Rousilita Suhendah, SE.,M.Si.,Ak.,CA
NIDN/NIK : 0302107101/10101017

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI	iii
RINGKASAN	iv
PRAKATA	v
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Analisis Situasi	1
1.2 Permasalahan Mitra	5
BAB 2. SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN.....	7
2.1 Solusi Permasalahan.....	7
2.2 Luaran Kegiatan PKM	8
BAB 3 METODE PELAKSANAAN	9
3.1 Langkah-Langkah/Tahapan Pelaksanaan	9
3.2 Partisipasi Mitra dalam Kegiatan PKM.....	11
3.3 Kepakaran dan Pembagian Tugas TIM.....	11
BAB 4. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI	13
4.1 Hasil dan Luaran yang Dicapai.....	13
4.2 Luaran yang dicapai	23
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	24
DAFTAR PUSTAKA.....	25
LAMPIRAN.....	
1. Biodata Ketua, Dan Mahasiswa.....	26
2. Luaran Wajib Artikel Serina.....	52
3. Foto Kegiatan	61
4. Materi Pelatihan.....	62
5. Luaran Tambahan (leaflet).....	66

RINGKASAN

Perkembangan trend baju wanita saat ini beraneka model dan penggunaan bahan kain yang bermacam-macam mulai kain print dari industri tekstil sampai ke bahan kain tradisional. Di Indonesia penggunaan kain berbahan etnik untuk pembuatan baju resmi ataupun baju informal mulai diproduksi oleh industri rumahan yang tergolong ke usaha mikro, kecil dan menengah. Salah satunya adalah usaha modiste Go Nads yang berlokasi di Jawa Tengah yang menekuni usaha ini dengan menggunakan kain wastra Indonesia yang dipadukan dengan kain polos juga kain lurik Jawa yang mulai sukar untuk diperoleh sekarang ini.

UMKM modiste Go Nads sebagai industri rumahan masih mengelola usaha untuk membuat baju yang berbahan kain tradisional ini dengan manajemen sederhana. Proses pembuatan baju pada awalnya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pesanan konsumen yang ingin dibuatkan baju berbahan kain tradisional. Banyak konsumen yang senang dibuatkan baju di UMKM Go Nads ini, sehingga konsumen tersebut menjadi pelanggan yang setia pada UMKM Go Nads. Seiring dengan makin banyaknya konsumen yang melakukan pemesanan kembali untuk dibuatkan baju, usaha modiste sering mengalami kendala karena kurangnya persediaan bahan baku kain tradisional dan pegawai yang menjahit baju, sehingga beberapa pesanan untuk dibuatkan baju sering terlambat.

Sama seperti kebanyakan UMKM, usaha modiste Go Nads masih mengelola usahanya dengan insting dan naluri. Manajemen usaha yang masih sederhana, dengan fungsi-fungsi yang masih dikerjakan oleh pemilik sendiri, membuat usaha modiste ini membutuhkan satu strategi untuk mengembangkan usaha modiste. Ini disebabkan setiap usaha baik usaha besar maupun usaha kecil menginginkan usahanya dapat terus berjalan dan menghasilkan keuntungan bagi usahanya. Pengembangan usaha menjadi suatu hal yang diinginkan oleh setiap usaha, sehingga perumusan strategi yang tepat dapat mengantarkan setiap usaha meraih kesuksesan dan keberhasilan.

Pengelolaan manajemen dan perumusan strategi yang tepat dalam pengembangan usaha modiste ini memerlukan pemahaman yang memadai terhadap faktor-faktor internal dan eksternal dari usaha modiste Go Nads. Pemilik Go Nads harus memiliki pengetahuan dan pemahaman mengenai kedua faktor tersebut, sehingga dapat menentukan posisi usahanya dan membuat strategi yang tepat. Oleh karena itu Tim PKM Untar akan memberikan pelatihan tentang pengelolaan usaha dan pengembangan usaha dengan membuat matriks strategi berdasarkan faktor internal dan eksternal yang dikenal dengan nama matriks IFE-EFE. Melalui pelatihan ini diharapkan usaha modiste Go Nads dapat mengenal faktor-faktor internal dan eksternal yang ada dalam usaha modiste dan membuat strategi pengembangan usaha dengan matriks faktor tersebut. Ini dilakukan agar usaha modiste Go Nads dapat terus bertahan.

Kata Kunci : Manajemen, Strategi, Matriks IFE-EFE.

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, yang sudah memberikan Kasih, Rahmat dan Karunia-Nya buat kami semua sehingga kami diberikan kemampuan, dan kemudahan untuk dapat membuat laporan kemajuan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di UMKM Go Nads yang beralamat Perum Rafles Residence No 162, Desa Pandak, Kecamatan Baturaden, Banyumas, Jawa Tengah dengan judul “Pelatihan Pengelolaan dan Pengembangan Usaha UMKM Modiste Dengan Matriks IFE-EFE” dengan baik.

Pada kesempatan ini, kami sebagai tim PKM menyampaikan ucapan terima kasih kepada Ibu Nadia selaku pemilik UMKM Go Nads

Tim PKM menyadari bahwa dalam pembuatan proposal kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini masih belum sempurna dan masih ada kekurangannya, sehingga kami sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak agar pembuatan proposal kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini menjadi lebih baik.

Jakarta, 29 Juni 2022

Tim Penulis PKM

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Tahapan-Tahapan Pelaksanaan Kegiatan PKM	10
Tabel 4.1	Matriks IFE UMKM Go Nads.....	19
Tabel 4.2	Matriks EFE UMKM Go Nads.....	20

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Matriks IE (Internal Eksternal).....	22
------------	--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

1	Biodata Ketua, dan Anggota Mahasiswa.....	26
2	Luaran Wajib Artikel Serina 2022 (Journal of Innovation and Community Engagement).....	52
3	Foto Kegiatan PKM	61
4	Materi Pelatihan.....	62
5	Luaran Tambahan (Leaflet).....	66

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

UMKM menjadi suatu hal yang penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM memiliki potensi yang besar untuk berkembang dan membuka lapangan kerja. Pemberdayaan UMKM dapat meningkatkan penghasilan dan pendapatan bagi UMKM. UMKM juga memiliki fungsi sebagai sarana pemerataan hasil pembangunan yang telah dicapai.

UMKM sebagai pelaku usaha yang ingin mengembangkan usaha perlu memperhatikan permintaan dan kebutuhan pasar dari produk yang dihasilkan. Perhatian UMKM pada permintaan dan kebutuhan pasar produk yang dihasilkan ini dapat membuat kemampuan UMKM untuk bersaing di dunia usaha semakin bertambah. UMKM akan berusaha bekerja efisien dan efektif untuk memanfaatkan sumber daya yang dimiliki agar dapat meningkatkan kesejahteraan bagi UMKM.

Hampir sebagian besar UMKM memiliki kemampuan bersaing yang tergolong rendah. Kemampuan bersaing yang rendah ini dikarenakan kemampuan produksi, modal, manajemen, dan penguasaan teknologi yang masih belum mumpuni. Sumber daya manusia juga masih terbatas. Hal ini membuat UMKM kesulitan untuk menerima kredit pinjaman dari perbankan. Berdasarkan data dari Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI) menunjukkan bahwa masih banyak UMKM yang belum mendapat akses kredit atau pinjaman dari bank. Hampir 77,6 persen UMKM tidak dapat memiliki akses untuk mengajukan kredit perbankan dan fintech. (<https://money.kompas.com/read/2021/04/21/163726326/776-persen-umkm-indonesia-masih-tidak-mendapat-akses-kredit>). Ketidakmampuan UMKM untuk mengakses permodalan lewat perbankan ini dikarenakan banyak UMKM yang belum memahami aturan dan ketentuan yang harus dipenuhi untuk mendapatkan pinjaman dari perbankan dan literasi UMKM yang masih rendah.

Permasalahan lain yang dihadapi oleh UMKM adalah masih kurangnya UMKM untuk berkolaborasi atau memiliki jaringan usaha yang memadai untuk memasarkan produk yang dihasilkan. Ini juga karena kemampuan promosi masih kurang dalam hal memasarkan produk yang dihasilkan. Padahal banyak juga produk dari UMKM yang tidak kalah kualitasnya dari produk yang dihasilkan oleh pelaku bisnis di industri besar.

Salah satu UMKM yang bergerak di bidang modiste yang berlokasi di daerah Banyumas Jawa Tengah memiliki permasalahan yang sama dengan UMKM lainnya yang

menjadi kendala untuk mengembangkan usaha modiste ini di masa depan. Kendala tersebut dapat disebabkan dari faktor internal maupun eksternal dari UMKM itu sendiri. Faktor internal yang berasal dari UMKM meliputi keterbatasan sumber daya manusia tentang pengelolaan dan manajemen usaha, masih minimnya modal yang dimiliki UMKM, jaringan usaha UMKM yang masih sederhana, dan keterbatasan kemampuan dalam melakukan penetrasi pasar. Faktor eksternal meliputi sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan UMKM masih kurang, persaingan bebas dan ekonomi global, iklim usaha yang tidak mendukung kegiatan UMKM.

UMKM Go Nads sebagai salah satu UMKM yang bergerak di bidang modiste terutama pembuatan baju berbahan etnik seperti kain batik dan tenun merupakan salah satu industri rumahan. Usaha rumahan di bidang fashion atau modiste ini membuat baju untuk memenuhi pesanan pelanggan dan juga untuk masyarakat umum lainnya. Bahkan salah satu butik yang berlokasi di Kalimantan memesan pakaian dan baju dengan kain tenun dan batik ini di UMKM Go Nads. Setiap bulan butik ini memesan baju berbahan tenun dengan design khusus seperti pembuatan baju berbahan tenun dengan teknik *patchwork*.

Bagi pemilik UMKM Go Nads, usaha rumah tangga modiste ini merupakan mata pencaharian untuk menambah penghasilan rumah tangga. Dari usaha modiste ini pemilik dapat memenuhi kebutuhan hidup dan rumah tangga. Dari perjalanan usahanya menekuni modiste baju berbahan tenun dan kain tradisional lainnya ini, pemilik menjalaninya dengan strategi penghidupan. Strategi penghidupan ini adalah strategi yang berusaha mempertahankan usaha yang dimiliki untuk memperoleh penghasilan dengan menggunakan aset yang dimiliki. Tujuan strategi penghidupan adalah agar pemilik dan keluarganya dapat memenuhi kebutuhan rumah tangga. Ini disebabkan jika pemilik hanya mengandalkan satu sumber penghasilan maka pemilik tidak dapat mencukupi kebutuhan rumah tangga.

Strategi penghidupan memfokuskan kekuatan dan sumber daya atau aset yang dimiliki untuk melakukan usaha dan terjadi peningkatan kualitas hidup. Menurut Saraswati dan Dharmawan (2014), strategi penghidupan adalah strategi yang membangun sistem penghidupan, cara mempertahankan kehidupan, dan cara memperbaiki status kehidupan. Strategi ini merupakan strategi yang mencoba bertahan untuk memelihara suatu penghidupan agar tetap berkelanjutan dengan menggunakan aset yang dimiliki. Penggunaan asset tersebut saling berkaitan dan berkesinambungan dalam pemanfaatannya dalam usaha yang dilakukan oleh satuan usaha. Strategi penghidupan ini biasa disebut *livelihood*.

Strategi penghidupan ini dilakukan dengan mengolah sumber daya yang dimiliki oleh satuan usaha agar dapat menciptakan kestabilan pendapatan. Pada umumnya pemilik usaha yang memiliki usaha akan mengurangi salah satu pengeluaran lainnya pada saat terjadi

penurunan pendapatan. Pemilik usaha berusaha melakukan berbagai pekerjaan agar pendapatan bertambah.

Strategi penghidupan yang dilakukan ini dipengaruhi oleh ketersediaan sumber daya dan kemampuan dalam mengakses sumber daya. Sumber daya nafkah yang dimiliki oleh usaha rumahtangga berasal dari berbagai macam sumber (*multiple source of livelihood*). Ini dikarenakan bahwa setiap usaha rumahtangga tidak bisa memenuhi kebutuhannya apabila hanya bergantung pada satu sumber nafkah.

Ada lima bentuk modal *livelihood* asset Ellis (2000) yaitu sumber daya alam (*natural capital*), modal fisik (*physical capital*) Modal manusia (*human capital*): Modal finansial (*financial capital and substitutes*) dan Modal sosial (*social capital*). Modal sumber daya alam adalah modal yang berasal dari alam yang dapat diperbaharui atau tidak dapat diperbaharui. Modal fisik menunjukkan modal yang dapat diciptakan oleh manusia yang berbentuk infrastruktur. Modal manusia menjelaskan modal yang dimiliki dalam diri manusia dan modal finansial yaitu modal berupa uang. Modal sosial berupa kepercayaan (*trust*), jaringan kerja (*networking*), organisasi dan bentuk-bentuk hubungan kerja sama serta memberikan akses terhadap kegiatan ekonomi.

Usaha modiste atau fashion ini merupakan salah satu dari 17 sub sektor ekonomi kreatif penyumbang PDB Indonesia terbesar selain sektor kuliner, dan kriya. Sektor kuliner menempati urutan pertama dengan memberikan kontribusi sebesar 41,69%. Fashion menyumbangkan PDB sebesar 18,15% di urutan kedua dan kriya memberikan kontribusi sebesar 15,70% pada urutan ketiga (https://kominfo.go.id/content/detail/11034/kuliner-kriya-dan-fashion-penyumbang-terbesar-ekonomi-kreatif/0/berita_satker).

Keberhasilan dari usaha yang ditekuni oleh UMKM khususnya pada UMKM Go Nads ini tidak terlepas dari peran pemilik UMKM Go Nads dalam melakukan pengembangan usaha modiste yang dimilikinya. Pemilik berupaya mengelola semua hal yang berkaitan dengan usaha modiste ini. Semua kegiatan pengelolaan UMKM dilakukan seorang sendiri, kecuali pada kegiatan menjahit yang dilakukan oleh pekerjanya (penjahit).

Bateman et al (2018) menjelaskan bahwa pengelolaan bisnis melibatkan fungsi-fungsi manajemen seperti: perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian. Pengelolaan bisnis UMKM sebagai satuan usaha berukuran mikro, kecil dan menengah masih sederhana. Fungsi-fungsi manajemen dilakukan oleh pemilik yang merangkap sebagai karyawan. Ini berakibat sering terjadi masalah yang muncul dalam pengelolaan usaha UMKM. Masalah yang timbul tersebut jika dibiarkan dapat mempengaruhi kelangsungan UMKM di masa depan.

UMKM Go Nads yang berada di Kabupaten Banyumas sebagai usaha UMKM yang masih tergolong start-up menghadapi beberapa masalah dan memerlukan rencana strategi yang tepat demi kelangsungan UMKM Go Nads. UMKM Go Nads yang bergerak di bidang pembuatan baju berbahan tenun atau batik ini memiliki jahitan yang rapi, design atau pola baju yang berciri khas, dan memiliki *quality control* yang tinggi yang dilakukan oleh pemilik Go Nads.

UMKM Go Nads sebagai usaha kecil yang membuat baju berbahan kain tradisional ini berusaha memberikan pelayanan dan kualitas yang tinggi dalam setiap produk baju yang dihasilkan. Pelayanan yang memuaskan dan perbaikan kualitas dari setiap produk yang dihasilkan membuat usaha UMKM ini diminati oleh konsumen dan memperoleh kepercayaan konsumen. Konsumen tetap loyal terhadap produk yang dibuat oleh UMKM Go Nads. Ini terbukti dengan banyaknya konsumen yang menjadi pelanggannya, baik konsumen lama maupun butik-butik yang menjadi *reseller* dari baju berbahan etnik tersebut.

UMKM Go Nads memiliki segmen pasar yang terdiri dari berbagai kalangan yang terdiri dari wanita dewasa, maupun wanita muda. Bahkan saat ini konsumen UMKM Go Nads merambah ke kalangan pria, dengan dibuatnya produk kaos yang didesain dan dikombinasikan dengan kain perca sisa kain tenun dan batik yang disusun secara *patchwork*. Hasil kreasi dari UMKM Go Nads banyak diminati oleh kalangan pemuda karena memiliki kekhasan yang berbeda dengan produk kaos lainnya.

Sepanjang UMKM Go Nads ini berdiri, pemilik belum menemukan strategi yang tepat dalam menjalankan usahanya. Strategi yang dilakukan oleh UMKM ini seperti bunyi peribahasa mengikuti arus air yang mengalir, dan dapat terjadi dimana air tersebut di satu lokasi akan berhenti mengalir. Ini tentunya dapat mempengaruhi perkembangan usaha UMKM Go Nads. Oleh karena itu supaya perkembangan usaha UMKM Go Nads dapat terus berlanjut, maka perlu adanya perumusan strategi yang dilakukan oleh pemilik usaha Go Nads agar dapat mencapai tujuan dan sasaran yang tepat. Menurut Arifin (2017) strategi adalah serangkaian proses yang saling berhubungan satu sama lain yang mampu membuat suatu perusahaan dapat berkembang dan sukses dalam menghadapi lingkungan. Aktivitas untuk mencapai strategi terdiri dari aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian.

Rumusan strategi dapat disusun dalam manajemen strategi yang tepat. David dan David (2015) menyatakan bahwa fokus dari manajemen strategis adalah suatu upaya pengintegrasian sumber daya, keuangan, akuntansi, pemasaran, produksi/operasional, penelitian dan pengembangan, dan sistem informasi komputer dalam rangka mencapai suatu keberhasilan dari organisasi. Setiap divisi yang ada dalam organisasi akan diidentifikasi dan dievaluasi kekuatan

dan kelemahannya yang mengarah pada analisis lingkungan internal (David dan David, 2017). Selain faktor internal, lingkungan eksternal juga harus dipantau untuk menentukan peluang atau ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Kekuatan eksternal tersebut dapat dibagi menjadi kekuatan ekonomi, sosial budaya, demografi, teknologi, hukum dan politik.

Strategi menurut David dan David (2017) dapat dibedakan menjadi empat pilihan alternatif strategi yaitu strategi integrasi, intensif, diversifikasi dan defensive (bertahan). Strategi integrasi adalah strategi yang mengupayakan pengendalian dan kepemilikan terhadap distributor (*forward integration*), pemasok (*backward integration*), pesaing usaha sejenis (*vertical integration*). Strategi intensif adalah strategi yang menjadi suatu kewajiban bagi perusahaan untuk mengusahakan dan mengupayakan secara intensif peningkatan posisi produk perusahaan di pasar. Strategi diversifikasi adalah strategi menambah produk baru yang dapat dibedakan menjadi dua yaitu penambahan produk baru yang masih berkaitan (diversifikasi terkait) dan penambahan produk yang benar-benar baru yang tidak berkaitan dengan produk lama (diversifikasi tidak terkait). Strategi bertahan (*defensive strategy*) adalah *joint venture*, penjualan asset perusahaan atau cabang perusahaan, pensiutan perusahaan.

Usaha modiste Go Nads yang mengelola usaha pembuatan baju berbahan kain etnik atau wastra Indonesia menerapkan strategi pengelolaan UMKM hanya berdasarkan insting dan nalurnya yang didapatkan selama pemilik mengelola toko milik ayahnya pada saat masih bersekolah dahulu. Dari instingnya ini pemilik mengetahui kapan saat memproduksi baju berbahan kain tradisional untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan jumlah yang dibuat. Estimasi jumlah baju yang akan dibuat kadang sesuai dengan permintaan konsumen, namun tidak jarang juga produk baju yang dibuat melebihi permintaan konsumen. Bahkan pembuatan baju ini tidak dapat memenuhi jumlah permintaan konsumen dikarenakan kurangnya tenaga penjahit yang ada, dan juga bahan kain tradisional yang tidak tersedia. Untuk masalah ini, jika terus dibiarkan terjadi, maka pemilik UMKM Go Nads tentunya akan kehilangan pendapatan yang seharusnya diperoleh.

1.2. Permasalahan Mitra

Dari observasi dan wawancara langsung melalui video call dan whatsapp serta analisis situasi yang dilakukan oleh tim PKM secara daring dengan mitra usaha pemilik UMKM Go Nads yaitu Ibu Nadia, diperoleh gambaran mengenai beberapa masalah yang dihadapi oleh pemilik usaha pembuatan baju etnik atau batik yang secara garis besar dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Pengelolaan usaha pembuatan baju masih sangat sederhana, karena pemilik merangkap semua pekerjaan membuat baju berbahan kain tradisional, kecuali untuk aktivitas menjahit yang dilakukan oleh karyawan yang bekerja sebagai penjahit.
2. Pemilik UMKM masih belum dapat membuat baju berbahan kain tradisional untuk memenuhi permintaan konsumen pada saat terjadi kenaikan permintaan konsumen.
3. Pemilik UMKM belum mengetahui bahwa produk baju yang dibuatnya memiliki kualitas yang sama dengan baju berbahan tenun atau kain batik yang dibuat oleh seorang desainer.
4. Pemilik UMKM belum dapat menentukan segmen pasar dari produk baju berbahan kain tradisional.
5. Pemilik belum mengetahui bahwa jumlah konsumen yang ingin membeli baju berbahan kain etnik semakin meningkat. Peningkatan permintaan baju berbahan kain etnik itu dapat memperluas peluang usaha modiste yang dimiliki oleh UMKM Go Nads. Tanpa adanya pengelolaan, pengembangan usaha dan keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh UMKM maka UMKM Go nads tidak dapat berkembang.
6. Munculnya pemain baru di usaha pembuatan baju berbahan etnik yang menggunakan kain hasil print yang menawarkan harga jual lebih rendah. Jika pemilik UMKM tidak menyadari kelemahan ini, maka pangsa pasar akan diambil alih oleh pemain baru dalam usaha modiste.
7. Selama melakukan usaha pembuatan baju berbahan kain etnik ini, pemilik masih menetapkan strategi atas dasar instingnya sendiri, yang terkadang tujuan utama dari kegiatan UMKM tidak terpenuhi.
8. Kegiatan pemasaran masih belum dioptimalkan dan kegiatan promosi juga belum sepenuhnya dilakukan. Pemasaran dilakukan sendiri oleh pemilik UMKM Go Nads.
9. Belum mengoptimalkan media pemasaran online sebagai salah satu tempat untuk meningkatkan penjualan.

BAB II

SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN

2.1 Solusi Permasalahan

Dari hasil pengamatan, observasi dan wawancara yang dilakukan oleh Tim PKM Untar dengan pemilik modiste UMKM Go Nads yaitu Ibu Nadia, maka Tim PKM Untar mencoba membuat solusi yang dapat memecahkan masalah yang dihadapi oleh pemilik modiste UMKM Go Nads yaitu :

1. Tim PKM Untar akan memberikan transfer pengetahuan mengenai pengelolaan usaha modiste dan perlunya strategi dalam mengelola usaha sehingga usaha modiste UMKM Go Nads dapat berkembang. Pemahaman dan implemetasi strategi yang tepat dalam mengelola suatu usaha dapat membuat UMKM modiste Go Nads tetap bertahan dan mampu memperluas pangsa pasar dari usaha modiste membuat baju berbahan etnik tradisional.
2. Tim PKM Untar akan memberikan pemahaman dan pengetahuan tentang matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan Matriks External Evaluation (EFE) kepada pemilik UMKM sebelum melatih pemilik UMKM untuk membuat strategi usaha UMKM.
3. Pemahaman mengenai IFE dan EFE akan diarahkan oleh tim PKM Untar dengan melakukan analisis faktor internal dan eksternal usaha modiste UMKM Go Nads. Pemahaman faktor IFE dan EFE yang diajarkan oleh Tim PKM Untar kepada pemilik UMKM agar pemilik dapat mengenal kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang dihadapi dalam mengelola usahanya.
4. Pengenalan mengenai kelemahan, dan kekuatan yang ada dalam usaha modiste UMKM Go Nads agar pemilik UMKM Go Nads dapat mengurangi kelemahannya, dan mengoptimalkan kekuatan usaha membuat baju yang berbahan kain tradisional sehingga produk yang dibuat dapat dikenal oleh konsumen baru dan menambah pendapatan.
5. Tim PKM Untar akan memberikan pengenalan mengenai perlunya pemahaman yang komprehensif terhadap setiap kendala atau hambatan dalam mengembangkan dan mengelola usaha modiste membuat baju berbahan kain etnik agar pemilik UMKM modiste Go Nads dapat mengatasi setiap kendala yang ada serta memperbaiki kelemahan yang dimiliki yang menjadi kendala dalam perkembangan usaha modiste.

6. Tim PKM Untar akan mengenalkan kesempatan atau peluang yang ada dalam usaha modiste kepada pemilik UMKM untuk mengembangkan usahanya di Banyumas.

2.2 Luaran Kegiatan PKM

Setiap kegiatan PKM harus memiliki target yang ingin dicapai oleh setiap Tim yang melakukan kegiatan PKM, demikian pula halnya pada Tim PKM Untar. Tim PKM Untar memiliki target pencapaian dari kegiatan PKM yang dilakukan pada usaha modiste UMKM Go Nads adalah agar pemilik usaha modiste UMKM Go Nads dapat memahami dan memetakan faktor internal dan eksternal dari usaha modiste yang dimiliki. Pemahaman tentang matriks internal dan eksternal ini akan memudahkan pemilik UMKM Go Nads membuat strategi yang tepat dalam mengelola usahanya.

Luaran kegiatan PKM yang dilakukan oleh Tim Untar kali ini adalah berupa luaran wajib publikasi hasil kegiatan PKM di SERINA UNTAR 2022 dan luaran tambahan berupa jurnal dan Haki Perumusan Strategi Usaha Modiste.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Langkah-Langkah /Tahapan Pelaksanaan

Tahapan kegiatan PKM ini dilakukan secara daring melalui media video whatsapp, zoom yang dilakukan secara sistematis dan terjadwal yang dibagi dalam dua kali pertemuan. Kegiatan PKM ini memiliki target agar tujuan kegiatan PKM tercapai yaitu agar pemilik usaha modiste UMKM Go Nads dapat mengelola usaha dan mampu membuat strategi pengembangan usaha berdasar matriks IFE dan EFE. Strategi pengembangan usaha modiste UMKM yang akan dibuat oleh tim PKM Untar bersama-sama dengan pemilik UMKM Go Nads adalah strategi yang dibuat dengan memperhatikan dan menganalisis faktor internal dan eksternal dari usaha modiste.

Kegiatan pelatihan pengelolaan serta pengembangan usaha berdasar matriks IFE dan EFE ini dilakukan dalam dua kali pertemuan yang dilakukan secara daring. Pertemuan pertama akan dilakukan oleh Tim PKM Untar dengan pemilik usaha modiste UMKM Go Nads dengan mengumpulkan semua informasi yang berkaitan dengan usaha modiste dari sudut internal dan eksternal. Informasi yang berkaitan dengan kelemahan dan kekuatan yang ada pada usaha modiste dicatat dan akan digunakan untuk memetakan posisi usaha modiste Go Nads. Informasi ini diperoleh oleh Tim PKM Untar dengan melakukan interview pemilik modiste Go Nads. Observasi dilakukan oleh Tim PKM Untar pada usaha modiste Go Nads untuk mendapatkan gambaran mengenai peluang dan kendala atau hambatan yang dihadapi oleh usaha modiste. Informasi yang didapatkan oleh tim PKM Untar melalui wawancara dan observasi mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan akan digunakan untuk membuat strategi pengembangan usaha dan menentukan posisi usaha modiste UMKM Go Nads. Dari hasil penyusunan strategi ini diharapkan pemilik modiste UMKM Go Nads dapat mengimplementasikan dan memperbaharui strategi dengan mengamati faktor IFE dan EFE dari usaha modiste.

Langkah-langkah tahapan pelaksanaan PKM terhadap permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu usaha modiste UMKM Go nads ada pada Tabel 3.1 berikut ini.

Tabel 3.1 Tahapan-Tahapan Peaksanaan Kegiatan PKM

No	Justifikasi Pengusul	Metode Pendekatan	Prosedur Kerja	Partisipasi Mitra	Jenis Luaran
1	Memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada usaha modiste UMKM Go Nads sebagai mitra untuk mengamati dan memperhatikan kondisi faktor internal dari usaha modiste yang terdiri dari kelemahan dan kekuatan.	Melakukan wawancara dengan pemilik usaha modiste UMKM Go Nads dan observasi pada usaha modiste.	Mengumpulkan informasi-informasi yang berkaitan dengan faktor internal untuk membuat matriks IFE berupa kekuatan dan kelemahan usaha modiste.	Menjawab setiap pertanyaan yang diajukan oleh Tim PKM Untar dalam rangka untuk mengumpulkan informasi internal yang berkaitan dengan usaha modiste	Memo dan catatan
2	Mengenalkan faktor eksternal dari usaha modiste yang terdiri dari peluang dan tantangan yang dihadapi oleh pemilik usaha modiste Go Nads.	Memberikan transfer ilmu dan pengetahuan serta pemahaman kepada pemilik usaha modiste Go Nads untuk dapat melihat kesempatan dan tantangan yang ada dalam usaha modiste	Memberikan pemahaman kepada mitra usaha modiste UMKM Go Nads dapat mengetahui dan mengenal peluang dan mengatasi tantangan yang ada dalam usaha modiste.	Membuat rangkuman mengenai faktor-faktor eksternal berupa peluang dan tantangan usaha modiste.	Memo dan catatan
3	Membuat strategi pengembangan usaha berdasarkan matriks IFE dan EFE	Memberikan pemahaman kepada pemilik usaha modiste Go Nads mengenai faktor eksternal usaha modiste.	Memberikan transfer ilmu kepada pemilik kerajinan usaha modiste UMKM Go Nads untuk dapat membuat strategi pengembangan usaha modiste dengan matriks IFE-EFE.	Belajar mengenal usaha modiste dengan memahami faktor internal dan eksternal yang diberikan oleh Tim PKM Untar sehingga mampu merumuskan strategi dan menentukan posisi usaha modiste.	Memo dan catatan
4	Melakukan pelatihan pengelolaan dan menyusun strategi dengan matriks IFE dan EFE.	Memberikan transfer ilmu dan mengarahkan pemilik usaha modiste Go Nads untuk membuat dan memperbaiki strategi apabila faktor internal dan eksternal berubah.	Melakukan pelatihan pengelolaan usaha modiste dan membuat strategi pengembangan usaha modiste dengan matriks IFE dan EFE.	Mencoba membuat strategi bersama-sama dengan tim PKM Untar yang dibuat dengan matriks IFE dan EFE.	Modul dan memo

3.2 Partisipasi Mitra dalam Kegiatan PKM

Mitra PKM yang menjadi tempat kegiatan PKM Tim Utara adalah usaha modiste UMKM Go Nads yang beralamat di Perum Rafles Residence No 162, Desa Pandak, Kecamatan Baturaden, Banyumas, Jawa Tengah yang membuat baju berbahan kain tradisional. Partisipasi Mitra dalam kegiatan PKM ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Mitra PKM yaitu usaha modiste UMKM Go Nads pada langkah pertama kegiatan PKM ini akan belajar bersama dengan Tim PKM Utara mengenai pengelolaan usaha modiste dan perlunya suatu strategi bagi usaha berukuran mikro dan kecil agar usaha modiste tetap bertahan dan berkembang di masa depan.
- b. Mitra PKM usaha modiste UMKM Go Nads bersama dengan tim PKM Utara akan belajar untuk mengenal faktor-faktor internal (IFE) yang menjadi rumusan strategi untuk pengembangan usaha modiste.
- c. Mitra PKM akan belajar mengenal faktor eksternal dari usaha modiste sehingga mampu mengetahui konsep EFE dalam membuat strategi pengembangan usaha modiste yang diterapkan dalam manajemen usaha pembuatan baju berbahan kain tradisional.
- d. Mitra PKM akan belajar bersama dengan Tim PKM Utara untuk membuat strategi yang tepat dengan matrik IFE dan EFE.
- e. Mitra PKM merumuskan strategi pengembangan usaha modiste berdasar matriks IFE dan EFE bersama-sama dengan tim PKM Utara dan melakukan perbaikan jika matriks IFE dan EFE berubah posisinya.

3.3 Kepakaran dan Pembagian Tugas PKM

Tim pengusul mempunyai kualifikasi sesuai dengan bidang yang menunjang keberhasilan sesuai target luaran, yaitu:

1. Rousilita Suhendah, SE. MSi.Ak..CA mempunyai keahlian Akuntansi Keuangan, Akuntansi Manajemen, dan Manajemen Keuangan. Lulus S-1 Akuntansi Universitas Gadjah Mada (UGM) Yogyakarta dan S-2 Magister Akuntansi Universitas Trisakti Jakarta. Mempunyai pengalaman penelitian dalam bidang akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen dan aktif *call paper* di setiap seminar akuntansi yang diadakan Nasional maupun Internasional. Dalam PKM ini Ibu Rousilita Suhendah bertugas sebagai Ketua PKM yang memiliki tugas untuk mengkoordinasi kegiatan PKM, wawancara dan membuat proposal, sebagai narasumber dalam kegiatan PKM serta membuat laporan PKM bersama-sama dengan anggota PKM lainnya.

- a. Angelina (125194008) seorang mahasiswi yang sedang menempuh studi S1 akuntansi angkatan 2019 yang membantu ketua panitia dalam mempersiapkan keperluan ketua tim dalam pelaksanaan kegiatan PKM secara daring
- b. Rico Ricardo (125194003) seorang mahasiswa yang sedang menempuh studi S1 akuntansi angkatan 2019 yang membantu ketua panitia dalam mempersiapkan keperluan ketua tim dalam pelaksanaan kegiatan PKM secara daring.
- c. Nikita Stevansyah (125194030) seorang mahasiswi yang sedang menempuh studi S1 akuntansi angkatan 2019 yang membantu ketua panitia dalam mempersiapkan keperluan ketua tim dalam pelaksanaan kegiatan PKM secara daring

BAB IV

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

4.1 Hasil dan Luaran yang Dicapai

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan oleh tim PKM Untar secara daring melalui zoom dan video call dengan pemilik UMKM Go Nads yaitu Ibu Nadia yang beralamat di Perum Rafles Residence No 162, Desa Pandak, Kecamatan Baturaden, Banyumas, Jawa Tengah. Kegiatan pelatihan pengelolaan dan pengembangan usaha UMKM modiste dengan matriks IFE-EFE ini dilakukan pada tgl 2-3 April 2022. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diikuti dengan respon positif dan apresiasi yang tinggi dari pemilik UMKM Go Nads.

Kegiatan pelatihan pengelolaan dan pengembangan usaha UMKM modiste dengan matriks IFE-EFE ini dilakukan dengan beberapa tahapan. Tahap pertama kegiatan PKM yang dilakukan oleh Tim PKM Untar ini adalah dengan melakukan wawancara atau interview dengan ibu pemilik UMKM Go Nads untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan faktor internal dan eksternal yang ada dalam usaha modiste UMKM Go Nads. Informasi faktor internal dan eksternal ini digunakan untuk membuat matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan Matriks External Evaluation (EFE). Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan Matriks External Evaluation (EFE) diperlukan untuk menentukan posisi UMKM Go Nads dan strategi yang tepat yang akan diimplementasikan di UMKM ini. Setelah informasi tentang faktor internal dan eksternal diperoleh oleh Tim PKM Untar, maka Tim PKM Untar membuat kuesioner atas dasar informasi tersebut dan dibagikan kepada pemilik UMKM Go Nads, karyawan UMKM Go Nads, dan pelanggan UMKM Go Nads. Pengisian kuesioner ini dilakukan untuk memberikan bobot atau skors dari setiap faktor internal dan eksternal yang ada pada UMKM Go Nads. Setelah hasil skor diperoleh maka akan dihitung rata-rata dari setiap faktor yang ada untuk menentukan posisi usaha UMKM Go Nads. Posisi ini akan menentukan strategi yang dapat diterapkan oleh UMKM Go Nads.

Setelah kegiatan PKM pemberian pelatihan tentang manajemen dan pengembangan usaha UMKM dengan matriks IFE_EFE ini, tim memberikan kuesioner tentang evaluasi kegiatan PKM yang telah dilakukan oleh Tim PKM. Ini bertujuan agar tim PKM Untar dapat memperbaiki kegiatan PKM untuk masa yang akan datang, dan jenis kegiatan pelatihan lainnya yang diperlukan oleh UMKM Go Nads.

4.1.1 Pengelolaan dan Pengembangan UMKM

Bateman dan Snell (2018) mendefinisikan pengelolaan dari suatu usaha terbagi menjadi beberapa fungsi manajemen yaitu *planning* (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggerakan), dan *controlling* (pengendalian). *Planning* merupakan fungsi manajemen yang menggambarkan tujuan, sasaran, dan cara mencapai tujuan. *Organizing* adalah aktivitas pengkoordinasian yang dilakukan secara sistematis oleh beberapa orang atau kelompok yang bekerjasama untuk mencapai tujuan, dan sasaran yang telah ditetapkan dan dipimpin oleh seseorang atau kelompok. *Actuating* adalah usaha yang menggerakkan orang atau beberapa orang untuk bekerjasama secara efektif dan efisien dalam rangka mencapai tujuan bersama. *Controlling* (pengendalian) adalah satu aktivitas yang memantau dan mengawasi kinerja yang telah dilakukan, dan melakukan perbaikan atau perubahan jika diperlukan.

Perencanaan (*planning*) menentukan manajemen dalam melakukan pemilihan pola-pola yang mengarahkan manajemen dalam pengambilan keputusan. Perencanaan adalah serangkaian proses yang menetapkan dan memanfaatkan sumber-sumber daya secara terpadu sesuai dengan perhitungan dan penentuan yang tepat. Pengorganisasian (*organizing*) berorientasi kepada tugas dan bertujuan untuk mempermudah pencapaian tujuan dengan mempertimbangkan legitimasi (*legitimacy*). Pemberian respon dan tuntutan eksternal dapat menampakkan performa institusi atau organisasi untuk meyakinkan pihak-pihak lain yang terkait kemampuan perusahaan mencapai tujuan, efisiensi penggunaan waktu, uang, dan sumber daya yang terbatas.

Pengelolaan suatu usaha merupakan satu kegiatan yang mengikutsertakan atau melibatkan semua unsur yang ada di satuan usaha yang saling berkaitan satu dengan yang lain seperti produksi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia. Kegiatan yang dilakukan itu bertujuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Setiap UMKM khususnya pemilik UMKM harus memiliki kepandaian dalam mengelola usaha UMKM agar tercapai tujuan UMKM yang telah ditetapkan pada awal pendirian UMKM. UMKM harus mengkoordinir segala aktivitas yang dilakukan agar UMKM dapat terus berlangsung dan mempertahankan usahanya di masa depan. Apabila UMKM menghasilkan produk yang bernutu tinggi dan disukai oleh konsumen, namun jika tidak didukung oleh tenaga pemasaran yang baik yang dapat mempromosikan produknya, maka produk tersebut hanya dapat dijual dalam jumlah sedikit. Demikian pula jika produk UMKM tersebut dapat terjual dalam jumlah yang besar, namun penetapan harga masih berdasarkan perkiraan atau estimasi, maka penjualan produk dalam jumlah yang besar juga dapat membuat usaha UMKM tidak dapat memperoleh laba. Ini dikarenakan kesalahan dalam penetapan harga jual yang tidak memperhitungkan biaya

produksi. Oleh karena itu strategi yang tepat harus diambil oleh UMKM agar UMKM dapat terus meningkatkan pendapatannya dan tetap bertahan di masa yang akan datang.

Muchtar (2010) menyatakan bahwa pengembangan bisnis dapat terbagi menjadi beberapa aspek yang dimulai dari pasokan atau pengadaan bahan baku, dan bahan penunjang lainnya untuk kegiatan produksi, pemasok, overhead pabrik atau produksi yang meliputi mesin-mesin, modal kerja, sumber daya manusia dan investasi. Setiap usaha memerlukan pengembangan usaha karena satuan usaha menghadapi perubahan system, lingkungan dan prosedur yang cepat berubah di masa saat ini.

4.1.2 Strategi, dan Manajemen Strategi

Strategi adalah suatu upaya dalam pencapaian tujuan. Strategi dalam KBBI (1990:859) adalah siasat perang atau ilmu siasat perang. Strategi adalah rencana kegiatan yang cermat untuk mencapai sasaran-sasaran khusus. Strategi adalah sebuah seni (Potter , 1998) dan ilmu dari pembuatan (formulating), (penerapan (implementing), dan evaluasi (evaluating). Keputusan strategis antara lain berfungsi agar sebuah organisasi dapat mencapai tujuan-tujuan dimasa mendatang.

Stuart Wells (1998) menerangkan bahwa strategi adalah ilmu perencanaan dan penugasan operasi militer dalam skala besar yang meliputi kekuatan maneuver untuk mendapatkan posisi yang menguntungkan pada saat berhadapan dengan musuh. Nanang Fattah & H. Mohammad Ali. (2008) mendefinisikan strategi sebagai suatu pemikiran secara konseptual, realistis dan komprehensif tentang langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan. Chandler dalam J. Salusu (2004) menyebutkan strategi adalah sebagai suatu penetapan tujuan, sasaran jangka panjang, serangkaian aktivitas /tindakan dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Salusu (2004) mendefinisikan strategi sebagai suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasaran melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan pada kondisi yang paling menguntungkan.

Manajemen strategi merupakan rangkaian proses yang saling berkaitan yang berisikan cara-cara atau Teknik untuk pengembangan suatu usaha dalam menghadapi lingkungan di mana usaha itu berada. Manajemen strategi berisikan peran dan pengertian manajemen dalam kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian yang bersifat strategis untuk meraih tujuan dari suatu usaha atau organisasi (Arifin, 2017). Manajemen strategi juga memiliki definisi sebagai teknologi, pengetahuan yang dimulai dari aktivitas produksi (membuat), implementasi dan evaluasi dari setiap keputusan manajemen yang diambil agar

suatu usaha dapat meraih tujuan yang telah ditetapkan. Manajemen strategis memiliki fokus dalam hal integrasi semua fungsi yang ada dalam suatu usaha yang meliputi produksi, pemasaran, sumber daya manusia, keuangan/akuntansi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi yang ada di dalam satuan usaha untuk mencapai kesuksesan dan keberhasilan dari suatu organisasi (David, 2015).

4.1.3 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Analisis lingkungan internal adalah analisis yang dilakukan yang memfokuskan pada internal dari suatu usaha atau entitas (perusahaan) yang mengidentifikasi, melakukan penilaian dari setiap kekuatan dan kelemahan yang ada pada satuan usaha, yang dimulai dari fungsi produksi, pemasaran, keuangan, akuntansi, sumber daya manusia dan lainnya (David, 2017). Analisis lingkungan internal juga mengevaluasi setiap kemampuan, keterbatasan yang ada dari setiap organisasi atau satuan usaha.

Analisis lingkungan internal merupakan proses identifikasi faktor-faktor kekuatan dan kelemahan yang ada pada UMKM Go Nads. Lingkungan internal UMKM Go Nads dianalisis menggunakan analisis pendekatan fungsional, yaitu analisis yang dilakukan pada masing-masing fungsi yang ada pada UMKM Go Nads. Analisis lingkungan internal UMKM Go Nads adalah kekuatan dan kelemahan yang ada pada UMKM Go Nads.

Analisis lingkungan eksternal meliputi faktor-faktor aspek politik, aspek ekonomi, aspek sosial, aspek budaya, aspek demografi, aspek lingkungan, aspek teknologi dan aspek persaingan. Analisis lingkungan eksternal dalam UMKM Go Nads meliputi peluang dan ancaman dari UMKM Go Nads. David (2017) menjelaskan analisis lingkungan eksternal adalah suatu analisis yang dilakukan yang merupakan suatu perencanaan strategis yang memantau sektor lingkungan yang terbagi ke dalam peluang dan ancaman terhadap perusahaan. Analisis lingkungan eksternal terbagi menjadi ekonomi, sosial budaya, demografi lingkungan, teknologi, persaingan dan politik-hukum.

Faktor ekonomi berkaitan erat dengan strategi yang ditetapkan dalam pengambilan keputusan ekonomi dan lingkungan di mana satuan usaha atau perusahaan beroperasi. Keputusan yang diambil harus mempertimbangkan dan memperhitungkan perkembangan global atau dunia yang terjadi pada bidang ekonomi, pertumbuhan ekonomi di negara di mana perusahaan berada, berdirinya korporasi multinasional, perkembangan di bidang energi, dan pendanaan.

Faktor sosial meliputi faktor budaya, demografis, dan lingkungan. Faktor sosial budaya seperti kepercayaan, nilai, sikap, pandangan, gaya hidup mempengaruhi perusahaan.

Faktor ini mempengaruhi ekologi budaya, populasi, agama, pendidikan dan ras. Perubahan terhadap permintaan produk primer dan produk sekunder dipengaruhi juga oleh faktor sosial budaya dimana perusahaan tinggal.

Faktor pemerintah, politik dan hukum serta stabilitas politik mempengaruhi trend dan arah ekonomi nasional. Keadaan dan suasana dari situasi politik juga berdampak pada berlangsungnya kegiatan usaha.

Faktor teknologi berdampak pada perubahan teknologi yang cepat yang mengarah pada pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. Perubahan teknologi dapat memperpendek siklus produksi, mengurangi atau meminimalkan biaya perusahaan dan menyebabkan kurangnya keterampilan teknis, serta inovasi dan adaptasi perusahaan ke dalam. Teknologi kreatif dapat membuat perusahaan mengikuti perkembangan zaman.

Lingkungan kompetitif merupakan lingkungan dimana perusahaan yang bergerak pada sektor tertentu saling bersaing. Lingkungan kompetitif memiliki efek yang besar terhadap kelangsungan hidup perusahaan.

4.1.4 Klasifikasi Strategi

David (2017) membagi strategi perusahaan ke dalam empat alternatif strategi yaitu strategi integrasi, strategi intensif, strategi diversifikasi, dan strategi bertahan. Strategi integrasi adalah strategi yang berupaya untuk mengendalikan dan mengupayakan kepemilikan terhadap distributor (*forward integration*), pemasok perusahaan (*backward integration*), atau kepada pesaing yang bergerak pada usaha sejenis (*vertical integration*). Strategi intensif adalah strategi di mana perusahaan melakukan upaya-upaya intensif yang bertujuan agar dapat meningkatkan posisi produk perusahaan di pasar melalui penetrasi pasar, pengembangan jangkauan geografis dan layanan baru, serta strategi pengembangan pasar dan produk yang lebih inovatif.

Strategi diversifikasi adalah strategi yang bertujuan menambah produk baru. Strategi diversifikasi dibagi menjadi dua yaitu diversifikasi terkait dan diversifikasi tidak terkait. Diversifikasi terkait adalah penambahan produk baru yang masih berkaitan dengan produk lama. Diversifikasi tidak terkait adalah penambahan produk yang benar-benar baru dan tidak terkait dengan produk lama. Strategi diversifikasi dibagi juga berdasarkan jenisnya yaitu diversifikasi konsentrik, konglomerat, dan horizontal.

Strategi bertahan (*defensive strategy*) adalah suatu strategi yang terdiri dari strategi rasionalisasi biaya, divestasi, atau likuidasi. Strategi rasionalisasi biaya digunakan apabila suatu organisasi melakukan restrukturisasi dan penghematan biaya serta asset untuk

meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun. Strategi rasionalisasi biaya disebut juga strategi berbalik (*turnaround*) atau reorganisasi. Rasionalisasi biaya dirancang oleh perencana strategi agar dapat bekerja dengan sumber daya terbatas dan menghadapi tekanan dari para pemegang saham, karyawan dan media.

Strategi umum Michael Porter terbagi menjadi tiga landasan strategi yaitu keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus. Ketiga strategi Michael Porter ini membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif. Keunggulan biaya ditujukan untuk konsumen yang memiliki kepekaan terhadap perubahan harga. Strategi keunggulan biaya ini menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya per unit yang rendah. Strategi diferensiasi adalah strategi yang membuat produk yang unik dan menyediakan jasa di seluruh industri yang ditujukan kepada konsumen yang relatif tidak terlalu peduli terhadap perubahan harga. Strategi fokus berarti membuat produk dan menyediakan jasa yang memenuhi kelompok kecil konsumen.

4.1.5 Faktor Internal dan Eksternal UMKM GO Nads

Pengenalan faktor-faktor internal yang ada dalam usaha modiste UMKM Go Nads dilakukan dengan cara mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal yaitu manajemen, produksi, keuangan, pemasaran, dan pengembangan. Tahap pengenalan berupa identifikasi dan evaluasi ini merupakan tahap masukan yang digunakan untuk membuat strategi pengembangan usaha dan menyusun matriks IFE bagi UMKM Go Nads. Dari matriks IFE ini diketahui mengenai kekuatan dan kelemahan yang ada di UMKM Go Nads.

Pengenalan terhadap faktor-faktor yang berada di luar UMKM Go Nads berfungsi untuk menyusun matriks EFE yang merupakan peluang dan tantangan yang ada di UMKM Go Nads. Faktor-faktor eksternal tersebut terdiri dari faktor ekonomi, sosial, lingkungan, teknologi, persaingan, hukum, dan politik. Matriks EFE ini digunakan untuk analisis strategi yang berisikan peluang dan ancaman yang ada di dalam UMKM Go Nads.

Pada tahap pengenalan terhadap faktor internal dan eksternal yang ada di UMKM, dilakukan penilaian intuitif untuk memberikan bobot atau skor dari setiap matriks IFE-EFE. Penilaian berupa pemberian bobot menjadi dasar pertimbangan untuk menentukan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats) yang ada di UMKM Go Nads.

Setelah dilakukan tahap pengenalan, maka tahap selanjutnya adalah tahap pencocokan dan tahap keputusan. Tahap pencocokan merupakan satu langkah untuk menciptakan strategi alternatif yang tepat dengan memperhatikan matriks IFE-EFE. Matriks IFE-EFE dan matriks SWOT yang telah dibuat dicocokkan satu dengan yang lainnya untuk mendapatkan strategi yang

akan dipilih yang terdiri dari strategi SO(*Strength, Opportunity*), Strategi ST (*Strength, Threats*), Strategi WO (*Weakness, Opportunity*), dan Strategi WT (*Weakness, Threats*).

Pada tahap keputusan akan dibuat matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matriks*). *Matriks QSPM* adalah satu alat analisis yang dibuat untuk menentukan daya tarik relatif dari suatu tindakan yang dilakukan atau dilaksanakan (David, 2017). Matriks QSPM menentukan faktor keberhasilan dari analisis internal dan eksternal serta daya tarik dari masing-masing strategi.

Hasil identifikasi faktor internal dan eksternal yang ada dalam UMKM modiste Go Nads ada pada Tabel 1 Matriks IFE dan Tabel 2 Matriks EFE

Tabel 4.1 Matriks IFE UMKM Go Nads

No	Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Skor Pembobotan
A Kekuatan				
1	Pelayanan yang baik	0,082	4	0,328
2	Harga yang terjangkau	0,082	4	0,328
3	Kualitas Produk yang baik	0,082	4	0,328
4	Pekerja memiliki komitmen dengan kualitas produk	0,073	3,6	0,263
5	Memiliki Toko	0,082	4	0,328
6	Penggunaan media sosial untuk pemasaran produk	0,078	3,8	0,296
7	Keanekaragaman pola desain baju	0,082	4	0,328
8	Ketrampilan membuat desain patchwork dari perca kain tenun dan batik sangat baik	0,082	4	0,328
9	Menggunakan kain wastra tradisional Indonesia yang dikombinasi dengan bahan kain lainnya	0,082	4	0,328
Jumlah Skor Kekuatan				2,855
B Kelemahan				
1	Promosi masih kurang	0,029	1,4	0,041
2	Manajemen usaha/ pengelolaan masih sederhana	0,041	2	0,082
3	Pencatatan keuangan masih sederhana	0,02	1	0,02
4	Keterbatasan modal usaha	0,02	1	0,02
5	Merk/brand belum dikenal banyak orang	0,033	1,6	0,053

6	Manajamen waktu masih kurang baik	0,02	1	0,02
7	Job description masih kurang baik (banyak pekerjaan yang dirangkap)	0,02	1	0,02
8	Saluran distribusi masih belum jelas	0,02	1	0,02
9	Kurangnya perencanaan strategi	0,02	1	0,02
10	Kegiatan operasi belum terjadwal dengan baik	0,033	1,6	0,053
11	Penggunaan teknologi masih sederhana	0,02	11	0,02
Jumlah Skor Kelemahan				0,369
Jumlah kekuatan dan kelemahan				3,224

Sumber : data diolah

Pada Tabel 4.1 matriks IFE diperoleh skor total sebesar 3,224. Ini berarti skor pembobotan IFE berada di atas nilai 2,5. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM Go Nads memiliki kekuatan yang lebih besar daripada kelemahannya. UMKM Go Nads telah optimal dalam menjalankan usahanya, namun UMKM ini harus memiliki strategi yang tepat untuk dapat bertahan dan berkembang di masa depan. Dengan memperhatikan posisi ini berarti strategi yang diambil UMKM Go Nads adalah strategi bertumbuh dan berkembang.

Tabel 4.2 Matriks EFE UMKM Go Nads

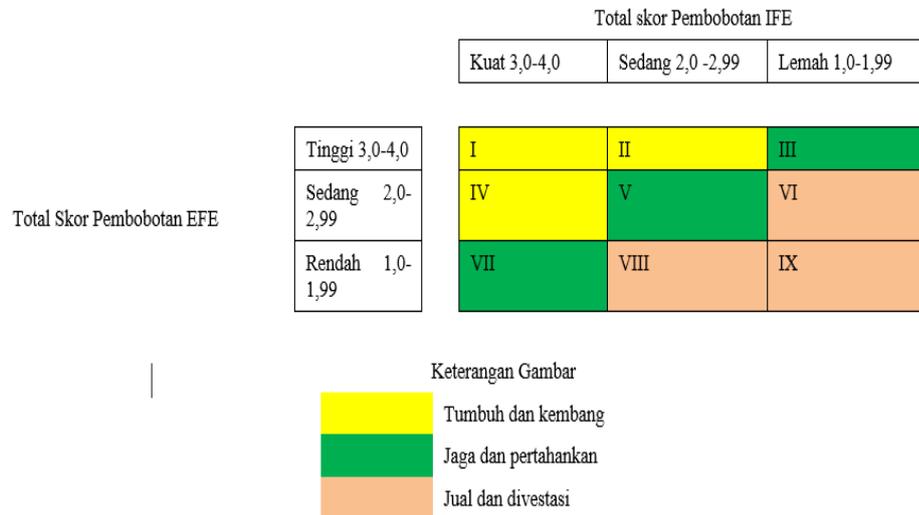
No	Faktor Eksternal	Bobot	Peringkat	Skor Pembobotan
A Peluang				
1	Peluang dan target pasar yang masih luas	0,051	3,2	0,1632
2	Adanya media jual beli online yang makin banyak	0,064	4	0,256
3	Adanya dukungan pemerintah terhadap pelaku UMKM	0,051	3	0,153
4	Pelaku usaha UMKM yang menekuni teknik patchwork masih sedikit	0,061	3,8	0,2318
5	Peluang untuk <i>benchmarking</i> tinggi	0,064	4	0,256
6	Kemudahan memperoleh bahan baku	0,051	3	0,153
7	Peluang kerjasama dengan pemerintah/pihak lain untuk memberikan kredit usaha	0,039	2,4	0,0936
8	Perkembangan teknik pola design pembuatan baju makin modern, kreatif dan inovatif	0,045	2,8	0,126

9	Jumlah pengguna sosial media makin meningkat	0,061	3,8	0,2318
10	Memberikan harga promo	0,064	4	0,256
11	Display produk makin menarik	0,064	4	0,256
Jumlah Skor Peluang				2,1764
B Ancaman				
1	Ada pesaing yang memiliki nama brand terkenal	0,032	2	0,064
2	Teknik print digital yang makin sempurna untuk membuat tenun dan batik sebagai substitusi kain tenun dan batik asli yang mahal harganya	0,042	2,6	0,1092
3	Kenaikan harga kain tenun sebagai bahan baku produk	0,061	3,8	0,2318
4	Perubahan selera konsumen yang sangat cepat	0,032	2	0,064
5	Daya tawar konsumen yang tinggi	0,039	2,4	0,0936
6	Perbedaan selera konsumen terhadap produk	0,032	2	0,064
7	Kemunculan pesaing-pesaing baru yang memproduksi produk yang sama	0,048	3	0,144
	Tingkat pendapatan masyarakat yang masih rendah	0,032	2	0,064
9	Daya beli konsumen makin menurun	0,039	2,4	0,0936
10	Produk tiruan harga masih murah	0,032	2	0,064
Jumlah skor ancaman				0,9922
Jumlah peluan dan ancaman				3,1686

Sumber : data diolah

Pada Tabel 4.2 matriks EFE diperoleh skor total sebesar 3,1686. Ini berarti skor pembobotan EFE berada di atas nilai 2,5. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM Go Nads memiliki peluang lebih besar daripada ancamannya. UMKM Go Nads dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk mengembangkan usahanya dan mengurangi ancaman yang akan mengganggu usaha pembuatan baju tenun dan batik di masa depan

Dari matriks IFE dan EFE yang ada pada usaha UMKM Go Nads ini dibuat matriks Internal-Eksternal yang ada pada Gambar 1. Dari Gambar 1 diketahui bahwa UMKM Go Nads menempati posisi di kuadran I yang menunjukkan wilayah dengan strategi mengembangkan usaha dan bertumbuh. Pada posisi di kuadran 1 ini alternatif strategi yang dapat diterapkan adalah strategi intensif.



Gambar 4.1 Matriks IE (Internal-Eksternal)

Nilai Skor pembobotan IFE dan EFE UMKM Go Nads adalah sebesar 3,224 dan 3,1686. Jika dilihat pada Gambar 1 Matriks IE, maka posisi UMKM Go Nads ada pada kuadran I. Ini berarti UMKM Go Nads berada dalam wilayah bertumbuh dan berkembang, sehingga strategi yang diterapkan adalah strategi intensif.

Strategi intensif adalah suatu strategi yang terdiri dari strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk. Strategi ini mewajibkan adanya upaya-upaya intensif yang harus dilakukan oleh satuan usaha atau bisnis apabila komposisi kompetitif sebuah satuan usaha/perusahaan dengan produk yang dijualnya berada dalam kondisi persaingan yang baik. Strategi penetrasi pasar adalah strategi yang berusaha melakukan penambahan atau peningkatan pangsa pasar untuk produk yang ada saat ini di pasar melalui usaha usaha kegiatan pemasaran yang lebih banyak dan besar. Satuan usaha dapat menambah jumlah tenaga pemasaran, melakukan promosi yang lebih besar, serta meningkatkan usaha untuk mengiklankan produk yang dijualnya. Strategi penetrasi pasar dapat dilakukan dengan mengkombinasikan dengan strategi lain.

Strategi pengembangan pasar adalah suatu strategi yang mengenalkan produk yang ada saat ini ke daerah geografis yang baru. Strategi ini dilakukan pada saat ada saluran distribusi yang tersedia dan di mana saluran distribusi tersebut tidak mahal dan memiliki kualitas yang

baik. Satuan usaha dapat menggunakan sarana distribusi online ataupun offline untuk menambah pangsa pasar yang baru

Strategi pengembangan produk adalah suatu strategi yang berusaha meningkatkan penjualan dengan cara melakukan modifikasi atau perbaikan kualitas dari produk yang dijual saat ini. Strategi pengembangan produk membutuhkan adanya aktivitas penelitian dan pengembangan yang membutuhkan biaya cukup besar. Strategi ini diterapkan jika suatu unit usaha berada dalam industri yang berada dalam kompetisi dan penggunaan teknologi yang cepat.

Ketiga strategi yang tergolong dalam strategi infensive ini, yang dapat diterapkan di UMKM Go Nads adalah strategi penetrasi pasar dan pengembangan pasar. UMKM Go Nads dapat menambah tenaga pemasaran untuk melakukan kegiatan pemasaran dan menambah pangsa pasar untuk produk baju yang berbahan kain tenun dan batik. UMKM Go Nads dapat melakukan penjualan produk baju berbahan kain tradisional ini dengan memanfaatkan penjualan online lewat media market place saat ini dan membuat website atau instagram. Penggunaan media online untuk penjualan diharapkan dapat meningkatkan pendapatan bagi UMKM Go Nads.

Selain daripada itu strategi lain yang dapat diimplementasikan oleh UMKM Go Nads adalah strategi pengembangan pasar. UMKM Go Nads menciptakan saluran distribusi baru yang dapat menyalurkan produk yang dibuatnya dengan melakukan kerjasama dengan pihak-pihak ekspedisi yang ada saat ini sehingga produk dapat tepat waktu sampai di wilayah geografis yang baru. Strategi ini membutuhkan modal yang cukup besar sehingga UMKM Go Nads dapat melakukan kerja sama dengan pihak lembaga keuangan atau *intermediary* untuk memberikan keringanan dalam hal persyaratan untuk mengajukan pinjaman. Tambahan modal ini dapat digunakan untuk UMKM Go Nads untuk menambah kapasitas produksi dan tenaga operasi untuk membuat baju berbahan kain wastra.

4.2 Luaran yang Dicapai

Kegiatan PKM yang dilakukan oleh Tim PKM Untar ini menghasilkan luaran wajib berupa publikasi pada Serina 2022 yang telah diselenggarakan oleh LPPM Universitas Tarumanagara pada tanggal 20 April 2022 dan luaran tambahan berupa publikasi jurnal (artikel ini diterima untuk diterbitkan pada Journal of Innovation and Community Engagement (<https://journal.maranatha.edu/index.php/ice>) serta HAKI Strategi UMKM.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan PKM yang dilakukan oleh Tim PKM Untar ke mitra PKM yaitu UMKM Go Nads yang beralamat di Perum Raffles Residence No 162, Desa Pandak, Kecamatan Baturaden, Banyumas, Jawa Tengah ini dapat berjalan dengan baik, lancar dan sukses. Kegiatan PKM yang dilakukan oleh Tim PKM Untar ini dengan memberikan Pelatihan Pengelolaan dan Pengembangan Staretki Usaha UMKM dengan Matriks IFE-EFE Pada UMKM Go Nads mendapatkan apresiasi dan tanggapan yang positif dari pemilik UMKM Go Nads. Pemberian pelatihan pengelolaan dan pengembangan usaha yang dilakukan oleh tim PKM Untar dengan membuat matriks IFE—EFE, membuat pemilik UMKM Go Nads dapat memahami posisi usahanya selama ini dalam industri rumahan untuk membuat baju berbahan kain tradisional.

Posisi UMKM Go Nads saat ini berada dalam posisi di mana pemilik harus melakukan pengembangan usahanya dengan melakukan strategi yang tepat, sehingga mampu tetap bertahan dan meningkatkan pendapatan. Strategi yang dapat dilakukan dengan posisi UMKM Go Nads saat ini adalah strategi penetrasi pasar, dan pengembangan pasar. UMKM Go Nads dapat menambah kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan platform media penjualan online yang lebih ditingkatkan dan membuat website serta instagram guna mendukung penetrasi pasar yang lebih baik. Strategi pengembangan pasar dapat diimplementasikan dengan menambah saluran distribusi dengan meningkatkan kerjasama dengan pihak lain seperti reseller untuk menjual produk. Go Nads dapat melakukan kerjasama dengan pihak-pihak ekspedisi yang ada saat ini sehingga produk dapat dijual di wilayah geografis yang baru. Untuk itu UMKM Go Nads dapat melakukan kerja sama dengan pihak lembaga keuangan untuk memberikan tambahan modal guna menciptakan saluran distribusi yang baru dan keringanan dalam hal persyaratan untuk mengajukan pinjaman. Tambahan modal ini dapat digunakan untuk UMKM Go Nads untuk menambah kapasitas produksi dan tenaga operasi untuk membuat baju berbahan kain wastra.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, M. (2017). Strategi Manajemen Perubahan dalam Meningkatkan Disiplin di Perguruan Tinggi. *Jurnal EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ilmu Sosial* Vol.3 (1), 117-132. DOI: <http://dx.doi.org/10.30596%2Fedutech.v3i1.990>
- Bateman, Thomas S., Snell S., & Konopaske, Robert (2018). *Management: Leading & Collaborating in a Competitive World*. McGraw-Hill Education.
- David, Fred R. and David, Forest R. (2015). *Strategic Management : A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases* (15th ed.). Pearson Education.
- David, Fred R. and David, Forest R. (2017). *Strategic Management concepts and Cases A Competitive Advantage Approach*. (16th ed.). Pearson. Education Limited.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. (1990) *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka
- Ellis F. (2000). *Rural Livelihood Diversity in Developing Country*. Oxford University Press
- Muchtar, A.F.(2010). Strategi Memenangkan Persaingan Usaha dengan Menyusun Business Plan. PT Elex Media Komputindo.
- Nanang Fattah & H. Mohammad Ali.(2008). Manajemen Berbasis Sekolah. Universitas Terbuka.
- Porter, M. E . (1998). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York
- Salusu. J. (2004). *Pengambilan Keputusan Strategik*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia
- Saraswati, Y., dan Dharmawan, A.Y. (2014). The Livelihood Resilience of Forest Community Farmer Household in Giriwoyo, Wonogiri, *Jurnal Sosiologi Pedesaan* April. 63-75
- Stuart Wells (1998). *Choosing the Future: The Power of Strategic Thinking*. Butterworth-Heinemann
- <https://money.kompas.com/read/2021/04/21/163726326/776-persen-umkm-indonesia-masih-tidak-mendapat-akses-kredit>).
- https://kominfo.go.id/content/detail/11034/kuliner-kriya-dan-fashion-penyumbang-terbesar-ekonomi-kreatif/0/berita_satker).

LAMPIRAN 1
BIODATA KETUA, ANGGOTA DAN MAHASISWA

Identitas Diri Ketua Pengusul

1	Nama Lengkap	Rousilita Suhendah, SE., MSi., Ak., CA
2	Jabatan Fungsional	Lektor
3	Jabatan Struktural	-----
4	NIP/NIK/Identitas Lainnya	10101017
5	NIDN	0302107101
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Cirebon, 2 Oktober 1971
7	Alamat Rumah	Sukajaya I Gg. Buntu no 5 Jelambar Baru Jakarta Barat 11460
8	No Telpon/Faks/Hp	087781510826/08129986526
9	Alamat Kantor	Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jl. Tanjung Duren Utara no 1, Jakarta Barat 11470
10	No. Telpon /Faks	021-5655508 ext 1128
11	Alamat Email	Rousita12@gmail.com
12	Lulusan yang telah Dihadirkan	S1 = orang
13	Mata Kuliah yang Diampu	1. Pengantar Akuntansi I dan II
		2. Akuntansi Keuangan Menengah I dan II
		3. Akuntansi Manajemen
		4. Metodologi Penelitian

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	UGM Yogyakarta	Universitas Trisakti	
Bidang Ilmu	Ekonomi-Akuntansi	Ekonomi Akuntansi	
Tahun Masuk-Lulus	1992-1996	2006-2011	
Judul Skripsi/Thesis/ Disertasi	Analisis Empiris Pengumuman Dividen Terhadap Return Saham perusahaan Yang Go Publik di BEJ	Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Profitabilitas, Produktivitas, dan Market Value Terhadap Perusahaan Knowledge Based Yang terdaftar di BEI Tahun 2005-2008	
Nama Pembimbing/ Promotor	Mas'ud Maechfoedz, Phd	Alm. Prof. Sofyan Syafri Harahap, Phd. MSc. Dr. Indra Wijaya, MM.	

C. Pengalaman Penelitian dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jumlah (juta Rupiah)
1	2012	Pengaruh Asimetri Informasi, Kinerja Masa Kini Dan Kinerja Masa Depan Terhadap Manajemen Laba (Ketua Peneliti)	Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah UNTAR	5
2	2012	Pengaruh Pengungkapan Laporan Keuangan dan Asimetri Informasi terhadap <i>Cost of Equity Capital</i> Perusahaan Go Public di BEI Tahun 2006-2008(Ketua Peneliti)	Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah UNTAR	3,758
3	2012	<i>Intellectual Capital</i> dan <i>Business Performance</i> Pada Perusahaan <i>Knowledge Based</i> dengan Model Diamond	Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah UNTAR	7,5
4	2012	Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Terhadap Profitabilitas, Produktivitas, dan Penilaian Pasar pada Perusahaan yang <i>Go Public</i> di Indonesia pada Tahun 2005-2007	Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah UNTAR	8
5	2013	Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Sektor Keuangan Yang Tercatat di BEI Pada Tahun 2007-2010(Anggota Peneliti)	Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah UNTAR	5
6	2013	Investigasi Model <i>Pecking Order Theory</i> dan <i>Static Order Trade Off</i> pada Perusahaan Property dan Real Estate (Ketua Peneliti)	Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah UNTAR	7

7	2013	Investigasi Pengaruh Model Pengukuran <i>Earning Management</i> Terhadap <i>Cost of Equity Capital</i> Pada Perusahaan <i>Knowledge Based</i> (Ketua Peneliti)	Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah UNTAR	7,5
8	2013	Pengujian <i>Environmental Performance</i> Terhadap <i>Economic Performance</i> Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI (Anggota Peneliti)	Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah UNTAR	7
9	2014	Investigasi Pengaruh <i>Environmental Performance</i> dan <i>Political Visibility</i> Terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> (Penelitian Bersama Melinda Haryanto)	Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah UNTAR	7
10	2014	Pengaruh Determinan Risiko Likuiditas dan Struktur Modal Terhadap Kinerja Modal Bank (Ketua Penelitian)	Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah UNTAR	7
11	2015	Pengaruh Intellectual capital Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Knowledge Based Yang Terdaftar Di BEI (ketua peneliti)	Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah UNTAR	6
12	2015	Pengaruh Locus Of Control Terhadap Strategi Operasional dan Kinerja UMKM Di Kabupaten Muna Propinsi Sulawesi Tenggara dengan Lingkungan Sebagai Variabel Moderator (anggota peneliti)	Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah UNTAR	12

13	2015	Pengaruh Budaya Organisasi dan Strategi Sumber daya Manusia Terhadap Orientasi Kewirausahaan Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Menengah kota Kendari (anggota peneliti)	Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah UNTAR	8
14	2015	Pengaruh Elemen-Elemen Intellectual Capital Terhadap Kualitas Laba (ketua peneliti)	Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah UNTAR	7,5
15	2015	Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Sektor Keuangan Yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2007-2010 (Penelitian bersama Rini Tri Hastuti).	Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah UNTAR	5
16	2016	Pengaruh Accounting Conservatism, Debt Contracts, Firm Size dan Profitabilitas Terhadap Earnings Management (ketua peneliti)	Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah UNTAR	10
17	2017	Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Leverage, <i>Cash Flow</i> dan <i>Growth Opportunities</i> terhadap <i>Corporate Investment</i> (penelitian bersama Irena Estrella)	Mandiri	
18	2017	<i>What Do the Effect on Corporate Investment? Empirical Research in Indonesia</i>	Mandiri	
19	2017	<i>Analysis of Earnings and Corporate Responses: An Empirical Study for Indonesia</i>	Mandiri	

20	2018	Determinan <i>Earnings Quality</i> (penelitian bersama Nada)	Mandiri	
21	2018	<i>Analysis CSR And Environmental Performance Report On Financial Performance: An Empirical Study For PROPER Ranking Manufacturing In Indonesia</i> (penelitian bersama hendro Lukman dan Jesica)	Mandiri	
22	2019	Determinan <i>Risk Disclosure</i> pada Perbankan di Indonesia	DPPM	13
23	2019	TQM, Entrepreneurial Orientation, Innovation and Organizational Performance at Indonesian Palm Oil Industries (Proceeding TICASH Untar, 27-28 Juni 2019, Jakarta)	Mandiri	
24	2019	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Firm Investment Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi A Budiono, R Suhendah Jurnal Paradigma Akuntansi 1 (3), 2019, hal.: 730-737	Mandiri	
25	2019	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi corporate Cash Holding Pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia I Kurniawan, R Suhendah Jurnal Paradigma Akuntansi 1 (2),2019, hal.: 408-415	Mandiri	
26	2019	Pengaruh Total Quality Management Dan Entrepreneurial	Mandiri	

		Orientation Terhadap Organizational Performance Dimediasi Innovation MA Brigita, R Suhendah Jurnal Paradigma Akuntansi 1 (4),2019 hal.: 1380-1388		
27	2019	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Risiko Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bei J Meilody, R Suhendah Jurnal Paradigma Akuntansi 1 (2),2019, hal.: 201-209	Mandiri	
28	2019	Determinan <i>Voluntary Disclosure</i>	LPPM	12

D. Pengalaman Pengabdian Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jumlah (juta Rupiah)
1	2012-2014	Pengawas Independen Ujian Akhir Nasional Tingkat SMA Wilayah Jakarta Barat	Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat dan Ventura UNTAR	Tiap tahun rata-rata 1
2	2014	Program Pelatihan Pembukuan Sederhana Bagi UMKM Batik Di Surakarta	Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat dan Ventura UNTAR	8,283

3	2015	Pengembangan dan Pelatihan Akuntansi Serta Potensi Kewirausahaan Bagi UMKM di Kota Kendari Propinsi Sulawesi Tenggara	Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat dan Ventura UNTAR	20
4	2015	Manajemen Kewirausahaan dan Pengelolaan Keuangan UMKM Sepatu di Jakarta Timur	Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat dan Ventura UNTAR	7,5
5	2016	Iptek bagi Masyarakat (IbM) Penetapan harga Pokok Produk, Pengelolaan Usaha dan Keuangan Kerajinan Decoupage Bagi UMKM Adinka Sew & Craft di Tangerang	Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat dan Ventura UNTAR	7
6	2017	Penerapan Sistem Penetapan Harga Pokok Penjualan Tahu dan Manajemen Usaha Pabrik Tahu Barokah	Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DPPM) Untar	7
7	2017	Perancangan Strategi untuk Pengembangan Usaha Mikro Kecil Tahu Barokah	Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DPPM) Untar	9,1
8	2017	Strategi SWOT Untuk Pengembangan Usaha Sepatu dan Sandal UMKM Batik Sesawi	Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DPPM) Untar	6,8

9	2018	Penetapan Harga Pokok Produksi Batik Tulis Usaha Batik Gumregah	DPPM Untar	8
10	2018	Strategi Pengembangan Usaha Pengrajin Aksesoris Wanita Yunikua by Miko	DPPM Untar	9
11	2019	Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan <i>Home Industries</i> <i>Decoupage</i> di Tangerang	DPPM Untar	8,5
13	2019	Aplikasi Excell untuk Akuntansi Sederhana Usaha Kerajinan Aksesoris Yunikua By Miko	DPPM	10
14	2020	Aplikasi Akuntansi UKM Berbasis Android untuk Pabrik Tahu Barokah	LPPM	8,5
15	2020	Pelatihan Akuntansi Digital Melalui Aplikasi Keuangan Buku Kas Untuk UMKM Batik	LPPM	10
16	2020	Pemberdayaan Usaha Ekonomi Kreatif Bagi Penenun Kain Ikat Lembata Sebagai Daya Tarik Wisata	LPPM	3
17	2020	Aplikasi Akuntansi Bagi UMKM	LPPM	3
18	2021	Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Perak Di Bandung dengan Matriks SWOT	LPPM	9
19	2021	Strategi Pengembangan Usaha Terpadu Bagi Penjual Batik Lawasan	LPPM	3
20	2021	Pelatihan Akuntansi Biaya Untuk Menghitung Harga Pokok Baju Tenun Pada UMKM Go Nads	LPPM	9

21	2021	Pelatihan Akuntansi Persediaan dan Piutang bagi Peserta Didik Kelas XII SMA Santo Kristoforus I	LPPM	8,5
----	------	---	------	-----

E. Pengalaman Penulisan Artikel Ilmiah dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Artikel Ilmiah	Pendanaan	
			Sumber*	Jumlah (juta Rupiah)
1	2012	Pengaruh Informasi Asimetri, Kinerja Masa Kini Dan Kinerja Masa Depan Terhadap Earning Management Pada Perusahaan Manufaktur yang Go Public dari tahun 2006-2008(telah dipublikasi di Jurnal Akuntansi FE Untar, TH. XVI /02/ MEI / 2012 , ISSN: 1410-3591, hal 262-279)	Mandiri	
2	2012	Pengaruh Informasi Asimetri, Kinerja Masa Kini Dan Kinerja Masa Depan Terhadap Earning Management Pada Perusahaan Manufaktur yang Go Public dari tahun 2006-2008 (<i>Proceeding SNAB / Seminar Nasional Akuntansi & Bisnis, Universitas Widyatama, 27 Maret 2012, Bandung, Jawa Barat, ISSN – SNAB 2252 3936, hal 212-221</i>)	Mandiri	
3	2012	Pengaruh Pengungkapan Laporan Keuangan dan Asimetri Informasi terhadap <i>Cost of Equity Capital</i> Perusahaan Go Public di BEI	Mandiri	

		Tahun 2006-2008 (<i>Proceeding</i> SNAB / Seminar Nasional Akuntansi & Bisnis, Universitas Widyatama, 27 Maret 2012, Bandung, Jawa Barat, ISSN – SNAB 2252 3936, Hal 222-233)		
4	2012	<i>Intellectual Capital dan Business Performance</i> Pada Perusahaan <i>Knowledge Based</i> dengan Model Diamond (<i>Proceeding</i> SISAN / Seminar Internasional dan Simposium Akuntansi Nasional2012 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 4-5 Juni 2012)	Mandiri	
5	2012	Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Terhadap Profitabilitas, Produktivitas, dan Penilaian Pasar pada Perusahaan yang <i>Go Public</i> di Indonesia pada Tahun 2005-2007 (<i>Proceeding</i> SNA XV Banjarmasin 2012, di Kampus Fakultas Ekonomi Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin Kalimantan Selatan, tgl 20-23 September 2012, hal 76).	Mandiri	
6	2013	Investigasi Model <i>Pecking OrderTheory</i> dan <i>Static Order Trade Off</i> pada Perusahaan Property dan Real Estate (Prosiding Simposium Nasional Akuntansi Vokasi ke-2 Politeknik	Mandiri	

		Negeri Bali 17-18 Mei 2013, ISBN: 978-602-17955-0-7, hal 207-224)		
7	2013	Investigasi Pengaruh Model Pengukuran <i>Earning Management</i> Terhadap <i>Cost of Equity Capital</i> Pada Perusahaan <i>Knowledge Based</i> (Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper Forum Manajemen Indonesia (FMI) ke 5 Pontianak, tgl 23-24 Oktober 2013, ISSN 2338 994X)	Mandiri	
8	2014	Investigasi Pengaruh <i>Environmental Performance</i> dan <i>Political Visibility</i> Terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> (Prosiding 3rd Economics and Business Research Festival di UKSW Salatiga 13 November 2014)	Mandiri	
9	2015	Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Sektor Keuangan Yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2007-2010 (Penelitian bersama Rini Tri Hastuti). Jurnal Ekonomi 20 (2), Juli 2015, hal. : 335-351	Mandiri	
10	2015	Pengujian <i>Environmental Performance</i> Terhadap <i>Economic Performance</i> Pada Perusahaan Manufaktur di BEI (penelitian bersama Melinda Haryanto,	Mandiri	

		Prosiding 1st National Conference on Business, Management, and Accounting: Bridging the Gap between Theory and Practice, Universitas Pelita Harapan, Karawaci, Tangerang Banten pada tgl 19 Maret 2015)		
11	2016	Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Terhadap <i>Earnings Quality</i> Prosiding pada Simposium Nasional Akuntansi Vokasi /SNAV ke 5 Di Poltek Ujung Pandang, Makasar pada tgl 12-14 Mei 2016.	Mandiri	
12	2017	Analysis of Earnings and Corporate Responses: An Empirical Study for Indonesia R SUHENDAH International Journal of Economic Perspectives 11 (4)	Mandiri	
13	2017	Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Leverage, <i>Cash Flow</i> dan <i>Growth Opportunities</i> terhadap <i>Corporate Investment</i> (penelitian bersama Irena Estrella, Prosiding Konferensi Ilmiah Akuntansi IV (KIA IV, Universitas Pancasila, 2-3 Maret 2017)	Mandiri	
14	2017	<i>What Do the Effect on Corporate Investment? Empirical Research in Indonesia pada The 6th International Accounting</i>	Mandiri	

		<i>Conference</i> , Hotel Tentrem 27-29 August 2017 Yogyakarta		
15	2018	Determinan <i>Earnings Quality</i> (penelitian bersama Nada), Kalbisocio Jurnal Bisnis dan komunikasi vol 5 no 2 Agustus 2018, ISSN 2356-4385	Mandiri	
16	2019	Determinan Kecurangan Laporan Keuangan Account : Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan: VOI 6 No 2, hal 1116-1129	FE Untar	
17	2019	TQM, Entrepreneurial Orientation, Innovation and Organizational Performance at Indonesian Palm Oil Industries (Proceeding TICASH Untar, 27-28 Juni 2019, Jakarta)	FE Untar	
18	2019	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Risiko Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bei J Meilody, R Suhendah Jurnal Paradigma Akuntansi 1 (2),2019, hal.: 201-209	Mandiri	
19	2019	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi corporate Cash Holding Pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia I Kurniawan, R Suhendah Jurnal Paradigma Akuntansi 1 (2),2019, hal.: 408-415	Mandiri	

20	2019	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Firm Investment Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi A Budiono, R Suhendah Jurnal Paradigma Akuntansi 1 (3), 2019, hal.: 730-737	Mandiri	
21	2019	Pengaruh Total Quality Management Dan Entrepreneurial Orientation Terhadap Organizational Performance Dimediasi Innovation MA Brigita, R Suhendah Jurnal Paradigma Akuntansi 1 (4),2019 hal.: 1380-1388	Mandiri	
22	2020	<u>Analysis Corporate Social Responsibility and Environmental Performance Report Forward Financial Performance on Proper Ranking Companies in Indonesia</u> H Lukman, R Suhendah, J Evan Proceedings of the International Conference on Management, Accounting, and Economy (ICMAE 2020) Advances in Economics, Business and Management Research, volume 151, pp.274-279 Atlantis Press		
23	2020	PENGARUH FIRM SIZE, LEVERAGE, DAN		

		INVESTMENT OPPORTUNITY TERHADAP CASH HOLDING Monica dan Suhendah : Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara / Vol.2 , No.1 , Januari 2020 : 176 - 185		
24	2020	<u>Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dividen dan Umur Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan</u> G Anggasta, R Suhendah - Jurnal Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara / Vol.2 Edisi April 2020 : 586 - 593		
25	2020	FAKTOR YANG MEMPENGARUHI RISK DISCLOSURE PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI Sugandha dan Suhendah: Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara / Vol.2 Edisi April 2020 : 658 - 666		
26	2020	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI RISK DISCLOSURE SEKTOR PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BEI Keziah Karfinto & Rousilita Suhendah		

		Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara / Vol.2 Edisi Juli 2020 : 1213 - 1221		
27	2020	PENGARUH LEVERAGE, FIRM SIZE, FIRM AGE DAN SALES GROWTH TERHADAP KINERJA KEUANGAN Cahyana dan Suhendah, Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara / Vol.2 Edisi Oktober 2020 : 1791 - 1798		
28	2020	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERINGKAT OBLIGASI PERUSAHAAN NON KEUANGAN YANG TERDAFTAR DI BEI Irene & Rousilita Suhendah Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara / Vol.2 Edisi Oktober 2020 : 1818 - 1826		
29	2020	Investment Decision : The Case of Indonesian Manufacturing Companies Rousilita Suhendah ^{1*} , Nathania Nathania ² 8th International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM 2019) UNTAR Advances in Economics, Business and Management Research, volume 145,pp.207-212 Atlantis Press 2020		

30	2021	TQM, Entrepreneurial Orientation, Innovation, and Organizational Performance in Indonesian Palm-Oil Industry Rousilita Suhendah ^{1*} , Maria Angelica Brigita Proceedings of the Ninth International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM 2020) Advances in Economics, Business and Management Research, volume 174, pp. 484-493 Atlantis Press 2021		
31	2021	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persistensi Laba Pada Perusahaan Manufaktur <i>Rohit, Rousilita Suhendah</i> Jurnal Multiparadigma Akuntansi, Volume III No. 1/2021 Edisi Januari Hal: 146-154		
32	2021	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI FIRM VALUE PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BEI Natanael dan Suhendah: Jurnal Multiparadigma Akuntansi, Volume III No. 1/2021 Edisi Januari Hal: 331-338 332		
33	2021	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERINGKAT OBLIGASI PADA PERUSAHAAN KEUANGAN		

		Catherine Amelia Wijaya dan Rousilita Suhendah, Jurnal Multiparadigma Akuntansi, Volume III No. 2/2021 Edisi April Hal: 523-532 523		
34	2021	PENGARUH FIRM SIZE, LEVERAGE, PROFITABILITY, DAN NET WORKING CAPITAL TERHADAP CASH HOLDING Riska Ayu Agustya Putri dan Rousilita Suhendah, Jurnal Multiparadigma Akuntansi, Volume III No. 3/2021 Edisi Juni Hal: 1158-1166		
35	2021	PENGARUH LEVERAGE, FIRM SIZE, DAN GROWTH OPPORTUNITY TERHADAP EARNINGS RESPONSE COEFFICIENT Marcelius Setiawan dan Rousilita Suhendah, Jurnal Multiparadigma Akuntansi, Volume III No.4/2021 Edisi Oktober Hal: 1709-1718		
36	2021	PENGARUH PROFITABILITY, FIRM SIZE, DAN EARNINGS PERSISTENCE TERHADAP EARNINGS RESPONSE COEFFICIENT Nicholas Eri Saputra dan Rousilita Suhendah, Jurnal Multiparadigma Akuntansi		

		Volume III No. 4/2021 Edisi Oktober Hal: 1690-1698		
37	2021	PELATIHAN AKUNTANSI BIAYA UNTUK MENGHITUNG HARGA POKOK BAJU TENUN PADA UMKM GO NADS Rousilita Suhendah, Irma Christiawati N, Adrianus Rangga, Tiara Christie , Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia Vol. 4, No. 3, November 2021, Hal. 643-649		
38	2021	Pengaruh Covid-19 Terhadap return Saham Perusahaan transportasi Book Chapter, Seri Publikasi Ilmiah Kontemporer Untar 2021- Aspek Akuntansi dan Pasar Modal di Masa Pandemi Covid- 19, LPPI Untar, ISBN 978-623- 6463-08-6		
39	2022	Perubahan Harga, Volume Saham, dan Kapitalisasi Pasar Selama COVID-19 pada Sektor Keuangan Joanna Yutanesy dan Rousilita Suhendah, Jurnal Ekonomi, Untar SPECIAL ISSUE. Maret 2022: 159-181		

F. Pengalaman Penyampaian Makalah Secara Oral Pada Pertemuan /Seminar Ilmiah dalam 5 Tahun Terakhir

No	Nama Pertemuan Ilmiah / Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	Seminar Nasional Akuntansi & Bisnis (SNAB)	Pengaruh Informasi Asimetri, Kinerja Masa Kini Dan Kinerja Masa Depan Terhadap Earning Management Pada Perusahaan Manufaktur yang Go Public dari tahun 2006-2008	27 Maret 2012, Universitas Widyatama, Bandung
2	Seminar Nasional Akuntansi & Bisnis (SNAB)	Pengaruh Pengungkapan Laporan Keuangan dan Asimetri Informasi terhadap <i>Cost of Equity Capital</i> Perusahaan Go Public di BEI Tahun 2006-2008	27 Maret 2012, Universitas Widyatama, Bandung
3	Seminar Internasional dan Simposium Akuntansi Nasional (SISAN)	<i>Intellectual Capital</i> dan <i>Business Performance</i> Pada Perusahaan <i>Knowledge Based</i> dengan Model Diamond	4-5 Juni 2012 Universitas Muhammadiyah, Jogja
4	Seminar Nasional Akuntansi (SNA) XV	Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Terhadap Profitabilitas, Produktivitas, dan Penilaian Pasar pada Perusahaan yang <i>Go Public</i> di Indonesia pada Tahun 2005-2007	20-23 September 2012 Fakultas Ekonomi Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin
5	Simposium Nasional Akuntansi Vokasi (SNAV) ke-2	Investigasi Model <i>Pecking Order Theory</i> dan <i>Static Order Trade</i>	17-18 Mei 2013 Politeknik Negeri Bali

		<i>Off</i> pada Perusahaan Property dan Real Estate	
6	Seminar Nasional & Call for Paper Forum Manajemen Indonesia (FMI) ke 5	Investigasi Pengaruh Model Pengukuran <i>Earning Management</i> Terhadap <i>Cost of Equity Capital</i> Pada Perusahaan <i>Knowledge Based</i>	23-24 Oktober 2013, Pontianak
7	3rd Economics and Business Research Festival	Investigasi Pengaruh <i>Environmental Performance</i> dan <i>Political Visibility</i> Terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>	13 november 2014, UKSW Salatiga
8	1st National Conference on Business, Management, and Accounting: Bridging the Gap between Theory and Practice	Pengujian <i>Environmental Performance</i> Terhadap <i>Economic Performance</i> Pada Perusahaan Manufaktur di BEI (penelitian bersama Melinda Haryanto)	Universitas Pelita Harapan, Karawaci, Tangerang Banten pada tgl 19 Maret 2015.
9	Simposium Nasional Akuntansi Vokasi ke 5 Di Makasar pada tgl 12-14 Mei 2016.	Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Terhadap <i>Earnings Quality</i>	Poltek Ujung Pandang, 12-14 Mei 2016
10	Konferensi Ilmiah Akuntansi IV	Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Leverage, Cash Flow dan Growth	Universitas Pancasila, 2-3 Maret 2017 Jakarta

		Opportunities terhadap Corporate Investment (penelitian bersama Irena Estrella)	
11	<i>The 6th International Accounting Conference</i>	<i>What Do the Effect on Corporate Investment?</i>	Hotel Tentrem Yogya, 27-29 Agustus 2017
12	Konferensi Ilmiah Akuntansi V	Determinan <i>Earnings Quality</i> (penelitian bersama Nada)	STEI Rawamangun tgl 1-2 Maret 2018
13	The 1 th International Conference and Call for Papers “Insuring Sustainable Business Strategy” (ISBS)	<i>Analysis CSR And Environmental Performance Report On Financial Performance: An Empirical Study For PROPER Ranking Manufacturing In Indonesia</i> (penelitian bersama Hendro Lukman dan Jesica)	Semarang 15 November 2018
14	SNAV ke 8 Polsri Palembang, 18-20 Juni 2019	Determinan Kecurangan Laporan Keuangan	
15	Ticash Jakarta Utara 27-28 Juni 2019	TQM, Entrepreneurial Orientation, Innovation and Organizational Performance at Indonesian Palm Oil Industries (Penelitian bersama Maria Brigita Angelia)	

G. Pengalaman Penulisan Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit

H. Pengalaman Perolehan HKI dalam 5-10 Tahun Terakhir

No	Judul /Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1	Pelatihan Akuntansi Digital Melalui Aplikasi Keuangan Buku Kas Untuk UMKM batik	2021	Poster	000261350
2	Strategi Pengembangan Usaha Terpadu Bagi Penjual Batik Lawasan	2021	Poster	000261357
3	Strategi Generik	2021	Kuliah	000259844
4	Aplikasi Akuntansi Bagi UMKM	2020	Poster	000230645
5	Akuntansi Persediaan dan Piutang	2021	Leaflet	000292477
6	Akuntansi Biaya Perhitungan Harga Pokok baju tenun	2021	leaflet	000292476

I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/ Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul /Tema/ Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat

J. Pengalaman yang pernah diraih dalam 10 tahun terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)

No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Best Paper Award pada SISAN / Seminar Internasional dan Simposium Akuntansi Nasional	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2012

Jakarta, 28 Juli 2022

Rousilita Suhendah, SE.MSi.Ak.CA

Identitas Diri Anggota Mahasiswa

Nama : Angelina (125194008)



ANGELINA

SENTRA UMKM AND SME VIII PT
BANK CENTRAL ASIA, TBK

I'm Angelina, part of Sentra UMKM and SME region 8. I'm working as analyst credit and working with enthusiastic.

EXPERIENCE

2013 - PENGURUS KELAS 6 SD
SUTOMO I
2020 - PENGURUS KELAS PPA BCA 50
BIDANG WAKIL KETUA KELAS
2020 - PENGURUS KELAS PPA BCA 50
BIDANG IT
2020 - ANGGOTA LENTERA
DHAMMA PPA/TI BCA BIDANG
KONSUMSI
2021 - PENGURUS KELAS PPA BCA 50
BIDANG KURIKULUM

CONTACT

 085922781857
 angelinachris14@gmail.com
 www.bca.co.id
 Jl. Semangka No. 12 Komplek Cemara
Asri, Medan

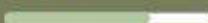
EDUCATION

2007-2013 : SD SUTOMO I MEDAN
2013-2016 : SMP SUTOMO I MEDAN
2016-2019 : SMA SUTOMO I MEDAN
2019-2022 : PROGRAM PENDIDIKAN
AKUNTANSI BCA
2019- SEKARANG : SI UNIVERSITAS
TARUMANAGARA

SKILL

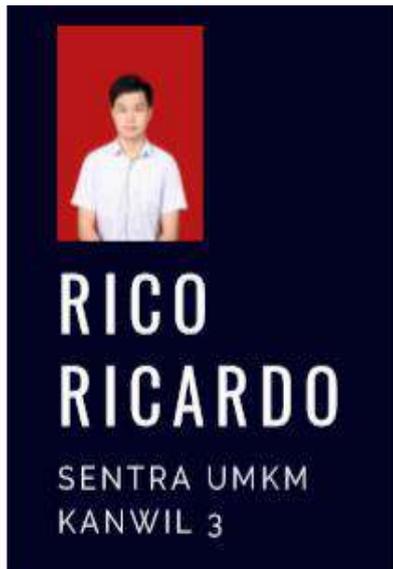
Problem Solving
 80%

Leadership
 80%

Analysis
 70%

Communication
 70%

Nama : Rico Ricardo (125194003)



CONTACT

(0823 7254 8676)
RICOR2611@GMAIL.COM

PROFILE

Saya merupakan seorang mahasiswa PPA BCA yang telah menjalankan pendidikan selama 2,5 tahun. Lalu, saya sedang melanjutkan pendidikan saya di Universitas Tarumanegara untuk mendapatkan gelar S1 Akuntansi. Saat ini, saya juga sedang menjalankan training menjadi Sentra UMKM BCA untuk Kanwil 3.

SKILLS

- Analisis Data (Expert)
- Bahasa Inggris (Fluent)
- Public Speaking (Good)
- Manajemen (Good)
- Microsoft Office (Good)

EXPERIENCE

KOORDINATOR OSIS BIDANG AKADEMIK, SENI, DAN OLAHRAGA

SMA IGNATIUS GLOBAL SCHOOL PALEMBANG | 2018 - 2019

Memimpin tim yang terdiri dari beberapa anggota untuk menyediakan kegiatan yang mampu mengembangkan prestasi siswa baik dalam bidang akademik, seni, dan olahraga.

PENGURUS KELAS BIDANG KURIKULUM

PPA BCA | 2019 - 2020

Mengatur dan menyusun acara kelompok belajar agar menjadi lebih efektif dan efisien.

SPBC AO INTERN

PT BANK CENTRAL ASIA | OCT 2021 - DEC 2021

- Membantu AO dalam mengurus pengikatan kredit secara administratif.
- Membantu keperluan administratif lain dari AO.
- Membantu analisis rekening giro.
- Mengecek kelengkapan dokumen KPR.
- Mengunjungi nasabah prospek.

EDUCATION

SMA IGNATIUS GLOBAL SCHOOL PALEMBANG (SCIENCE)

2016 - 2019

ACCOUNTING

PPA BCA | 2019 - 2022

GPA: 4.0

ACCOUNTING

UNIVERSITAS TARUMANEGARA | 2019 - PRESENT

GPA: 3.99

AWARDS

IELTS (INTERNATIONAL ENGLISH LANGUAGE TESTING SYSTEM)

SCORE : 6.5 / 9

LCC EKONOMI HIMPENOMI SE SUMATERA SELATAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA | 2018

1ST WINNER

OLIMPIADE AKUNTANSI SE SUMATERA

UNIVERSITAS SRIWIJAYA | 2018

2ND WINNER

Nama : Nikita Stevansyah (125194030).



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nikita Stevansyah

TENTANG SAYA

Saya seorang mahasiswa di Universitas Tarumanagara dengan jurusan akuntansi yang mendapatkan beasiswa pada Program Pendidikan Akuntansi BCA. Saat ini saya juga bekerja di PT Bank Central Asia Tbk. sebagai Staf Pengembangan Proyek Wilayah X.

PENDIDIKAN

SMAN 2 JAKARTA	: JUL 2016 - JUN 2017
SMAN 24 BANDUNG	: JUL 2017 - APR 2019
PROGRAM PENDIDIKAN AKUNTANSI BCA	: JUL 2019 - FEB 2022
PPA BCA BATCH 50 IPK 3,96	
UNIVERSITAS TARUMANAGARA	: JUL 2019 - SEKARANG

SI AKUNTANSI DAN BISNIS

PENGALAMAN ORGANISASI

HUMAS PASKIBRA SMAN 2 JAKARTA	: AGU 2016 - JUN 2017
<ul style="list-style-type: none">Menjembatani hubungan antara alumni dan anggota aktif paskibraMenginformasikan kegiatan yang berhubungan dengan seluruh anggota, seperti HUT Paskibra	
KETUA SIE. DANA NATAL PPA/PPTI 2020	: SEP 2020 - MEI 2021
<ul style="list-style-type: none">Melakukan kegiatan yang bertujuan untuk menghimpun dana natalMelakukan koordinasi dengan bendahara dalam pemenuhan kebutuhan dana natal	
SIE. PUASA PPA BCA BATCH 50	: APR 2020 - AGU 2020
<ul style="list-style-type: none">Membuat daftar nama PPA 50 yang puasa setiap minggu untuk mendapatkan menu puasa	
SIE. ACARA PPA BCA BATCH 50	: AGU 2020 - DES 2020
<ul style="list-style-type: none">Mempersiapkan acara yang dilakukan oleh PPA 50, seperti pergantian catur wulan dan anniversary	
SIE. PUBDOK PPA BCA BATCH 50	: JUN 2021 - SEKARANG
<ul style="list-style-type: none">Melakukan editing foto dan video serta mempublikasikan pada media sosial PPA 50	

PENGALAMAN KERJA

STAFF PENGEMBANGAN BISNIS CABANG PT BANK CENTRAL ASIA TBK KCU PLUIT	: OKT 2021 - DES 2021
<ul style="list-style-type: none">Melakukan pengecekan dokumen KPRMelakukan follow-up proses KPRMenarik data SLIKMembuat kartu ucapan ulang tahun/natal/imlekMelakukan dosir	

KONTAK

0857-1670-2991
nikitastevansyah@gmail.com
Jl. Samarasa I No.17, Jakarta

KEAHLIAN

Komunikasi
Analisis Data
Kerja Sama
Microsoft Word
Microsoft Excel

BAHASA

Indonesia 100%

English 90%

LAMPIRAN 2

Luaran Wajib

Artikel Serina 2022

PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN USAHA UMKM DENGAN MATRIKS IFE-EFE

Rousilita Suhendah¹, Angelina², Rico Ricardo³, dan Nikita Stevansyah⁴

¹Prodi S1 Akuntansi, Universitas Tarumanagara
Surel: rousilitas@fe.untar.ac.id

²Prodi S1 Akuntansi, Universitas Tarumanagara
Surel: angelina.125194008@stu.untar.ac.id

³Prodi S1 Akuntansi, Universitas Tarumanagara
Surel: ricor2611@gmail.com

⁴Prodi S1 Akuntansi, Universitas Tarumanagara
Surel: nikitastevansyah@gmail.com

ABSTRAK

Pemberdayaan UMKM merupakan suatu hal yang penting. Pemberdayaan UMKM bertujuan agar UMKM dapat terus berkembang dan membuka lapangan kerja untuk penduduk di sekitarnya. Pemberdayaan UMKM meliputi pembenahan pengelolaan dan mengimplementasikan strategi yang tepat agar UMKM dapat terus bertahan di masa depan. UMKM Go Nads yang bergerak dalam di bidang modiste pembuatan baju berbahan kain tradisional Indonesia, menghadapi masalah yang sama seperti UMKM lainnya. Masalah itu menjadi kendala dalam mengembangkan UMKM Go Nads. Kendala tersebut disebabkan oleh faktor internal maupun eksternal dari UMKM. Faktor internal meliputi keterbatasan sumber daya manusia yang cakap, keterbatasan modal, jaringan usaha masih sederhana, dan keterbatasan kemampuan dalam melakukan penetrasi pasar. Faktor eksternal meliputi keterbatasan sarana dan prasarana, persaingan bebas, dan iklim usaha yang tidak mendukung kegiatan UMKM. Oleh karena itu tim PKM Untar melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan memberikan pelatihan tentang pengelolaan dan pengembangan usaha dengan membuat matriks IFE-EFE. Matriks IFE dan EFE ini menentukan posisi UMKM dan penyusunan strategi usaha. Hasil kegiatan PKM ini adalah bahwa UMKM Go Nads berada di Kuadran I dalam matriks IE. Posisi Kuadran I dalam matriks IE menunjukkan posisi UMKM Go Nads berada dalam tahap pertumbuhan dan berkembang, sehingga strategi yang tepat adalah melakukan penetrasi pasar dan pengembangan pasar.

Kata Kunci: Pengelolaan, Pengembangan, Matriks IFE_EFE

ABSTRACT

The empowerment of SMEs is an important thing. MSME empowerment aims to enable MSMEs to continue, develop and create employment opportunities for the surrounding population. Empowering MSMEs includes improving management and implementing appropriate strategies so that MSMEs can continue to survive in the future. SMEs Go Nads, which engaged in fashion making clothes made from traditional Indonesian fabrics, face the same problems as other SMEs. This problem is an obstacle in developing Go Nads SMEs. Internal and external factors from SMEs are a constraint for SMEs' growth. Internal factors include limited competency in human resources, capital, a simple business network, and limited ability to penetrate the market. External factors include limited facilities and infrastructure, free competition, and a business climate that does not support MSME activities. Therefore, the Untar PKM team carried out community service activities by providing training on business management and development by making the IFE-EFE matrix. The IFE and EFE matrices determine the position of MSMEs and the preparation of business strategies. The results of this PKM activity are that Go Nads

MSMEs are in Quadrant I in the IE matrix. The position of the 1st Quadrant in the IE (Internal External) matrix shows the Go Nads SMEs position is in the growth and development stage. The right strategy is to penetrate the market and develop the market.

Keywords: *Maanagement, Development, IFE-EFE Matrix*

1. PENDAHULUAN

UMKM menjadi satu hal yang penting dalam perekonomian Indonesia dan memiliki fungsi sebagai sarana pemerataan hasil pembangunan. UMKM memiliki potensi yang besar untuk berkembang dan membuka lapangan kerja bagi penduduk sekitar yang belum mendapatkan pekerjaan. Oleh karena itu UMKM perlu diberdayakan agar dapat mampu meningkatkan pendapatan.

Kemampuan bersaing hampir sebagian besar UMKM masih relatif rendah. Ini dikarenakan kemampuan UMKM untuk produksi, jumlah modal, manajemen, dan penguasaan teknologi yang masih belum mumpuni. Sumber daya manusia yang memiliki kecakapan pengetahuan dan teknologi juga sangat terbatas jumlahnya. Hal ini membuat UMKM kesulitan untuk menerima kredit pinjaman dari perbankan.

Berdasarkan data dari Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI) menunjukkan bahwa masih banyak UMKM yang belum mendapat akses kredit atau pinjaman dari bank. Hampir 77,6 persen UMKM tidak dapat memiliki akses untuk mengajukan kredit perbankan dan fintech. (<https://money.kompas.com/read/2021/04/21/163726326/776-persen-umkm-indonesia-masih-tidak-mendapat-akses-kredit>). Ketidakmampuan UMKM untuk mengakses permodalan lewat perbankan ini dikarenakan banyak UMKM yang belum memahami aturan dan ketentuan yang harus dipenuhi untuk mendapatkan pinjaman dari perbankan dan literasi UMKM yang masih rendah.

UMKM Go Nads yang bergerak di bidang modiste yang berlokasi di daerah Banyumas Jawa Tengah memiliki permasalahan yang sama dengan UMKM lainnya yang menjadi kendala untuk mengembangkan usaha modiste ini di masa depan. Kendala tersebut dapat disebabkan dari faktor internal maupun eksternal dari UMKM. Faktor internal yang berasal dari UMKM meliputi keterbatasan sumber daya manusia tentang pengelolaan dan manajemen usaha, masih minimnya modal yang dimiliki UMKM, jaringan usaha UMKM yang masih sederhana, dan keterbatasan kemampuan dalam melakukan penetrasi pasar. Faktor eksternal meliputi sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan UMKM masih kurang, persaingan bebas dan ekonomi global, iklim usaha yang tidak mendukung kegiatan UMKM.

Bagi Pemilik UMKM ini, usaha rumah tangga modiste ini merupakan mata pencaharian untuk menambah penghasilan rumah tangga. Pemilik dapat memenuhi kebutuhan hidup dan rumah tangga dari usaha ini. Pemilik menjalani usahanya ini dengan strategi penghidupan. Strategi penghidupan adalah suatu strategi yang mempertahankan usaha yang dimiliki untuk memperoleh penghasilan dengan menggunakan aset yang dimiliki. Tujuan strategi penghidupan adalah agar pemilik dan keluarganya dapat memenuhi kebutuhan rumah tangga. Ini disebabkan jika pemilik hanya mengandalkan satu sumber penghasilan maka pemilik tidak dapat mencukupi kebutuhan rumah tangga.

Strategi penghidupan memfokuskan kekuatan dan sumber daya atau aset yang dimiliki untuk melakukan usaha dan terjadi peningkatan kualitas hidup. Menurut Saraswati dan Dharmawan (2014), strategi penghidupan adalah strategi yang membangun sistem penghidupan, cara mempertahankan kehidupan, dan cara memperbaiki status kehidupan. Strategi ini merupakan strategi yang mencoba bertahan untuk memelihara suatu penghidupan agar tetap berkelanjutan dengan menggunakan aset yang dimiliki. Penggunaan aset tersebut saling berkaitan dan berkesinambungan dalam pemanfaatannya dalam usaha yang dilakukan oleh satuan usaha. Strategi penghidupan ini biasa disebut *livelihood*.

Strategi penghidupan yang dilakukan ini dipengaruhi oleh ketersediaan sumber daya dan kemampuan dalam mengakses sumber daya. Sumber daya nafkah yang dimiliki oleh usaha rumahtangga berasal dari berbagai macam sumber (*multiple source of livelihood*). Ini dikarenakan bahwa setiap usaha rumahan tidak bisa memenuhi kebutuhannya apabila hanya bergantung pada satu sumber nafkah.

Ada lima bentuk modal *livelihood asset* (Ellis, 2000) yaitu sumber daya alam (*natural capital*), modal fisik (*physical capital*), modal manusia (*human capital*), modal finansial (*financial capital and*

substitutes) dan modal sosial (*social capital*). Modal sumber daya alam adalah modal yang berasal dari alam yang dapat diperbaharui atau tidak dapat diperbaharui. Modal fisik menunjukkan modal yang dapat diciptakan oleh manusia yang berbentuk infrastruktur. Modal manusia menjelaskan modal yang dimiliki dalam diri manusia dan modal finansial yaitu modal berupa uang. Modal sosial berupa kepercayaan (*trust*), jaringan kerja (*networking*), organisasi dan bentuk-bentuk hubungan kerja sama serta memberikan akses terhadap kegiatan ekonomi.

Usaha modiste atau fashion ini merupakan salah satu dari 17 sub sektor ekonomi kreatif penyumbang PDB Indonesia terbesar selain sektor kuliner, dan kriya. Sektor kuliner menempati urutan pertama dengan memberikan kontribusi sebesar 41,69%. Fashion menyumbangkan PDB sebesar 18,15% diurutkan kedua dan kriya memberikan kontribusi sebesar 15,70% pada urutan ketiga (https://kominfo.go.id/content/detail/11034/kuliner-kriya-dan-fashion-penyumbang-terbesar-ekonomi-kreatif/0/berita_satker).

Keberhasilan dari usaha yang ditekuni oleh UMKM khususnya pada UMKM Go Nads ini tidak terlepas dari peran pemilik dalam melakukan pengembangan usaha modiste. Semua kegiatan pengelolaan UMKM dilakukan seorang sendiri, kecuali pada kegiatan menjahit yang dilakukan oleh pekerjanya (penjahit).

Bateman et al (2018) menjelaskan bahwa pengelolaan bisnis melibatkan fungsi-fungsi manajemen seperti: perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian. Pengelolaan bisnis UMKM sebagai satuan usaha berukuran mikro, kecil dan menengah masih sederhana. Fungsi-fungsi manajemen dilakukan oleh pemilik yang merangkap sebagai karyawan. Ini berakibat sering terjadi masalah yang muncul dalam pengelolaan usaha UMKM. Masalah yang timbul tersebut jika dibiarkan dapat mempengaruhi kelangsungan UMKM di masa depan.

UMKM Go Nads sebagai usaha UMKM yang masih tergolong start-up menghadapi beberapa masalah dan memerlukan rencana strategi yang tepat demi kelangsungan UMKM Go Nads. UMKM Go Nads yang bergerak di bidang pembuatan baju berbahan tenun dan batik ini memiliki jahitan yang rapi, design atau pola baju yang berciri khas, dan memiliki *quality control* yang tinggi yang dilakukan oleh pemilik Go Nads.

UMKM Go Nads memiliki segmen pasar yang terdiri dari kalangan wanita dewasa, maupun wanita muda. Bahkan saat ini konsumen UMKM Go Nads merambah ke kalangan pria, dengan dibuatnya produk kaos yang didesain dan dikombinasikan dengan kain perca sisa kain tenun dan batik yang disusun secara *patchwork*. Hasil kreasi dari UMKM Go Nads banyak diminati oleh kalangan pemuda karena memiliki kekhasan yang berbeda dengan produk kaos lainnya.

Pemilik UMKM Go Nads belum menemukan strategi yang tepat dalam menjalankan usahanya. Strategi yang dilakukan oleh UMKM ini seperti bunyi peribahasa mengikuti arus air yang mengalir, dan dapat terjadi dimana air tersebut di satu lokasi akan berhenti mengalir. Ini tentunya dapat mempengaruhi perkembangan usaha UMKM Go Nads. Oleh karena itu supaya perkembangan usaha UMKM Go Nads dapat terus berlanjut, maka perlu adanya perumusan strategi yang dilakukan oleh pemilik usaha Go Nads agar dapat mencapai tujuan dan sasaran yang tepat. Menurut Arifin (2017) strategi adalah serangkaian proses yang saling berhubungan satu sama lain yang mampu membuat suatu perusahaan dapat berkembang dan sukses dalam menghadapi lingkungan. Aktivitas untuk mencapai strategi terdiri dari aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian.

Rumusan strategi dapat disusun dalam manajemen strategi yang tepat. David dan David (2015) menyatakan bahwa fokus dari manajemen strategis adalah suatu upaya pengintegrasian sumber daya, keuangan, akuntansi, pemasaran, produksi/operasional, penelitian dan pengembangan, dan sistem informasi komputer dalam rangka mencapai suatu keberhasilan dari organisasi. Setiap divisi yang ada dalam organisasi akan diidentifikasi dan dievaluasi kekuatan dan kelemahannya yang mengarah pada analisis lingkungan internal (David dan David, 2017). Selain faktor internal, lingkungan eksternal juga harus dipantau untuk menentukan peluang atau ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Kekuatan eksternal tersebut dapat dibagi menjadi kekuatan ekonomi, sosial budaya, demografi, teknologi, hukum dan politik.

Dari observasi dan wawancara langsung melalui video call dan whatsapp serta analisis situasi yang dilakukan oleh tim PKM dengan mitra usaha pemilik UMKM Go Nads diperoleh gambaran mengenai

beberapa masalah yang dihadapi oleh pemilik usaha pembuatan baju etnik atau batik yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Pengelolaan usaha pembuatan baju masih sangat sederhana, karena pemilik merangkap semua pekerjaan membuat baju berbahan kain tradisional, kecuali untuk aktivitas menjahit yang dilakukan oleh karyawan yang bekerja sebagai penjahit.
2. Pemilik UMKM masih belum dapat membuat baju berbahan kain tradisional untuk memenuhi permintaan konsumen pada saat terjadi kenaikan permintaan konsumen.
3. Pemilik UMKM belum mengetahui bahwa produk baju yang dibuatnya memiliki kualitas yang sama dengan baju berbahan tenun atau kain batik yang dibuat oleh seorang desainer.
4. Pemilik UMKM belum dapat menentukan segmen pasar dari produk baju berbahan kain tradisional.
5. Pemilik belum mengetahui bahwa jumlah konsumen yang ingin membeli baju berbahan kain etnik semakin meningkat. Peningkatan permintaan baju berbahan kain etnik itu dapat memperluas peluang usaha modiste yang dimiliki oleh UMKM Go Nads.
6. Munculnya pemain baru di usaha pembuatan baju berbahan etnik yang menggunakan kain hasil print yang menawarkan harga jual lebih rendah. Jika pemilik UMKM tidak menyadari kelemahan ini, maka pangsa pasar akan diambil alih oleh pemain baru dalam usaha modiste.
7. Selama melakukan usaha pembuatan baju berbahan kain etnik ini, pemilik masih menetapkan strategi atas dasar instingnya sendiri, yang terkadang tujuan utama dari kegiatan UMKM tidak terpenuhi.
8. Kegiatan pemasaran masih belum dioptimalkan dan kegiatan promosi juga belum sepenuhnya dilakukan. Pemasaran dilakukan sendiri oleh pemilik UMKM Go Nads.
9. Belum mengotimalkan media pemasaran online sebagai salah satu tempat untuk meningkatkan penjualan.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Tahapan kegiatan PKM ini dilakukan secara daring melalui media video whatsapp, zoom yang dilakukan secara sistematis dan terjadwal yang dibagi dalam dua kali pertemuan. Kegiatan PKM ini memiliki target agar tujuan kegiatan PKM tercapai yaitu agar pemilik usaha modiste UMKM Go Nads dapat mengelola usaha dan mampu membuat strategi pengembangan usaha berdasar matriks IFE dan EFE. Strategi pengembangan usaha modiste UMKM yang akan dibuat oleh tim PKM Untar bersama-sama dengan pemilik UMKM Go Nads adalah strategi yang dibuat dengan memperhatikan dan menganalisis faktor internal dan eksternal dari usaha modiste.

Kegiatan pelatihan pengelolaan serta pengembangan usaha berdasar matriks IFE dan EFE ini dilakukan dalam dua kali pertemuan yang dilakukan secara daring. Pertemuan pertama dilakukan oleh Tim PKM Untar dengan pemilik usaha modiste UMKM Go Nads dengan mengumpulkan semua informasi yang berkaitan dengan usaha modiste dari sudut internal dan eksternal. Informasi yang berkaitan dengan kelemahan dan kekuatan yang ada pada usaha modiste dicatat dan digunakan untuk memetakan posisi usaha modiste Go Nads. Informasi ini diperoleh oleh Tim PKM Untar dengan melakukan interview pemilik modiste Go Nads. Observasi untuk mendapatkan gambaran mengenai peluang dan kendala atau hambatan yang dihadapi oleh usaha modiste. Informasi yang didapatkan oleh tim PKM Untar melalui wawancara dan observasi mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan digunakan untuk membuat strategi pengembangan usaha dan menentukan posisi usaha modiste UMKM Go Nads. Dari hasil penyusunan strategi ini diharapkan pemilik modiste UMKM Go Nads dapat mengimplementasikan dan memperbaharui strategi dengan mengamati faktor IFE dan EFE dari usaha modiste.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan pengelolaan dan pengembangan usaha UMKM berdasar matrik IFE-EFE yang dilakukan oleh tim PKM Untar pada UMKM modiste GoNads, dimulai dengan memberikan pemahaman, pengertian dan transfer ilmu mengenai pentingnya UMKM memperhatikan faktor-faktor internal yang ada di

dalam dan faktor-faktor yang berada di luar UMKM. Pemahaman tersebut penting agar UMKM dapat mengembangkan usahanya dan tetap mampu bertahan untuk masa-masa selanjutnya.

Pengenalan faktor-faktor internal yang ada dalam usaha modiste UMKM Go Nads dilakukan dengan cara mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal yaitu manajemen, produksi, keuangan, pemasaran, dan pengembangan. Tahap pengenalan berupa identifikasi dan evaluasi ini merupakan tahap masukan yang digunakan untuk membuat strategi pengembangan usaha dan menyusun matriks IFE bagi UMKM Go Nads. Dari matriks IFE ini diketahui mengenai kekuatan dan kelemahan yang ada di UMKM Go Nads.

Pengenalan terhadap faktor-faktor yang berada di luar UMKM Go Nads berfungsi untuk menyusun matriks EFE yang merupakan peluang dan tantangan yang ada di UMKM Go Nads. Faktor-faktor eksternal tersebut terdiri dari faktor ekonomi, sosial, lingkungan, teknologi, persaingan, hukum, dan politik. Matriks EFE ini digunakan untuk analisis strategi yang berisikan peluang dan ancaman yang ada di dalam UMKM Go Nads.

Pada tahap pengenalan terhadap faktor internal dan eksternal yang ada di UMKM, dilakukan penilaian intuitif untuk memberikan bobot atau skor dari setiap matriks IFE-EFE. Penilaian berupa pemberian bobot menjadi dasar pertimbangan untuk menentukan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats) yang ada di UMKM Go Nads.

Setelah dilakukan tahap pengenalan, maka tahap selanjutnya adalah tahap pencocokan dan tahap keputusan. Tahap pencocokan merupakan satu langkah untuk menciptakan strategi alternatif yang tepat dengan memperhatikan matriks IFE-EFE. Matriks IFE-EFE dan matriks SWOT yang telah dibuat dicocokkan satu dengan yang lainnya untuk mendapatkan strategi yang akan dipilih yang terdiri dari strategi SO (*Strength, Opportunity*), Strategi ST (*Strength, Threats*), Strategi WO (*Weakness, Opportunity*), dan Strategi WT (*Weakness, Threats*).

Pada tahap keputusan akan dibuat matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matriks*). Matriks QSPM adalah satu alat analisis yang dibuat untuk menentukan daya tarik relatif dari suatu tindakan yang dilakukan atau dilaksanakan (David, 2017). Matriks QSPM menentukan faktor keberhasilan dari analisis internal dan eksternal serta daya tarik dari masing-masing strategi.

Hasil identifikasi faktor internal dan eksternal yang ada dalam UMKM modiste Go Nads ada pada Tabel 1 Matriks IFE dan Tabel 2 Matriks EFE

Tabel 1 Matriks IFE UMKM Go Nads

No	Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Skor Pembobotan
A Kekuatan				
1	Pelayanan yang baik	0,082	4	0,328
2	Harga yang terjangkau	0,082	4	0,328
3	Kualitas Produk yang baik	0,082	4	0,328
4	Pekerja memiliki komitmen dengan kualitas produk	0,073	3,6	0,263
5	Memiliki Toko	0,082	4	0,328
6	Penggunaan media sosial untuk pemasaran produk	0,078	3,8	0,296
7	Keanekaragaman pola desain baju	0,082	4	0,328
8	Ketrampilan membuat desain patchwork dari perca kain tenun dan batik sangat baik	0,082	4	0,328
9	Menggunakan kain wastra tradisional Indonesia yang dikombinasi dengan bahan kain lainnya	0,082	4	0,328
Jumlah Skor Kekuatan				2,855
B Kelemahan				
1	Promosi masih kurang	0,029	1,4	0,041
2	Manajemen usaha/ pengelolaan masih sederhana	0,041	2	0,082
3	Pencatatan keuangan masih sederhana	0,02	1	0,02
4	Keterbatasan modal usaha	0,02	1	0,02
5	Merk/brand belum dikenal banyak orang	0,033	1,6	0,053
6	Manajemen waktu masih kurang baik	0,02	1	0,02
7	Job description masih kurang baik (banyak pekerjaan yang dirangkap)	0,02	1	0,02
8	Saluran distribusi masih belum jelas	0,02	1	0,02

9	Kurangnya perencanaan strategi	0,02	1	0,02
10	Kegiatan operasi belum terjadwal dengan baik	0,033	1,6	0,053
11	Penggunaan teknologi masih sederhana	0,02	11	0,02
Jumlah Skor Kelemahan				0,369
Jumlah kekuatan dan kelemahan				3,224

Sumber : data diolah

Pada Tabel 1 matriks IFE diperoleh skor total sebesar 3,224. Ini berarti skor pembobotan IFE berada di atas nilai 2,5. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM Go Nads memiliki kekuatan yang lebih besar daripada kelemahannya. UMKM Go Nads telah optimal dalam menjalankan usahanya, namun UMKM ini harus memiliki strategi yang tepat untuk dapat bertahan dan berkembang di masa depan. Dengan memperhatikan posisi ini berarti strategi yang diambil UMKM Go Nads adalah strategi bertumbuh dan berkembang.

Tabel 2 Matriks EFE UMKM Go Nads

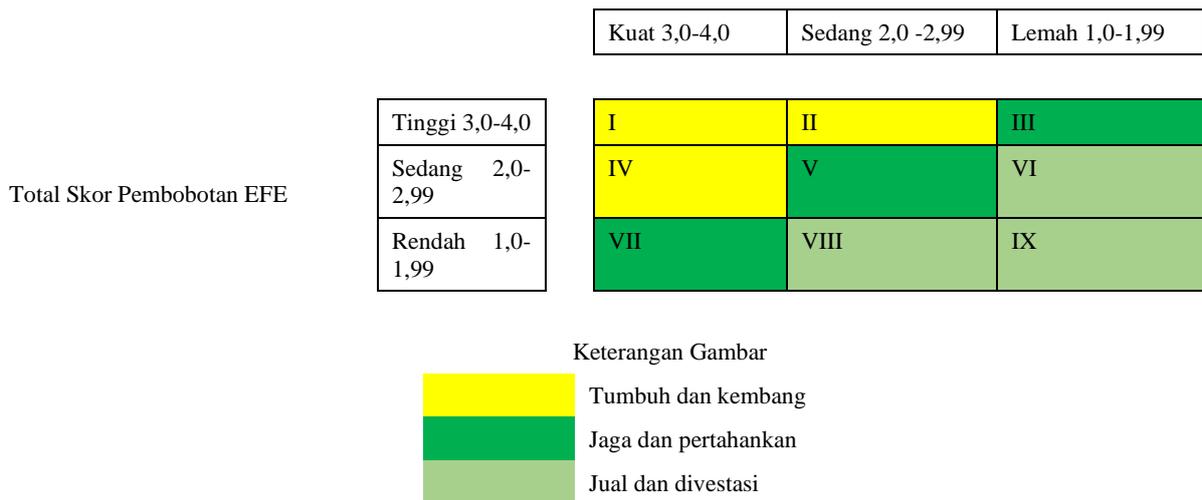
No	Faktor Eksternal	Bobot	Peringkat	Skor Pembobotan
A Peluang				
1	Peluang dan target pasar yang masih luas	0,051	3,2	0,1632
2	Adanya media jual beli online yang makin banyak	0,064	4	0,256
3	Adanya dukungan pemerintah terhadap pelaku UMKM	0,051	3	0,153
4	Pelaku usaha UMKM yang menekuni teknik patchwork masih sedikit	0,061	3,8	0,2318
5	Peluang untuk <i>benchmarking</i> tinggi	0,064	4	0,256
6	Kemudahan memperoleh bahan baku	0,051	3	0,153
7	Peluang kerjasama dengan pemerintah/pihak lain untuk memberikan kredit usaha	0,039	2,4	0,0936
8	Perkembangan teknik pola design pembuatan baju makin modern, kreatif dan inovatif	0,045	2,8	0,126
9	Jumlah pengguna sosial media makin meningkat	0,061	3,8	0,2318
10	Memberikan harga promo	0,064	4	0,256
11	Display produk makin menarik	0,064	4	0,256
Jumlah Skor Peluang				2,1764
B Ancaman				
1	Ada pesaing yang memiliki nama brand terkenal	0,032	2	0,064
2	Teknik print digital yang makin sempurna untuk membuat tenun dan batik sebagai substitusi kain tenun dan batik asli yang mahal harganya	0,042	2,6	0,1092
3	Kenaikan harga kain tenun sebagai bahan baku produk	0,061	3,8	0,2318
4	Perubahan selera konsumen yang sangat cepat	0,032	2	0,064
5	Daya tawar konsumen yang tinggi	0,039	2,4	0,0936
6	Perbedaan selera konsumen terhadap produk	0,032	2	0,064
7	Kemunculan pesaing-pesaing baru yang memproduksi produk yang sama	0,048	3	0,144
	Tingkat pendapatan masyarakat yang masih rendah	0,032	2	0,064
9	Daya beli konsumen makin menurun	0,039	2,4	0,0936
10	Produk tiruan harga masih murah	0,032	2	0,064
Jumlah skor ancaman				0,9922
Jumlah peluan dan ancaman				3,1686

Sumber : data diolah

Pada Tabel 1 matriks EFE diperoleh skor total sebesar 3,1686. Ini berarti skor pembobotan EFE berada di atas nilai 2,5. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM Go Nads memiliki peluang lebih besar daripada ancamannya. UMKM Go Nads dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk mengembangkan usahanya dan mengurangi ancaman yang akan mengganggu usaha pembuatan baju tenun dan batik di masa depan

Dari matriks IFE dan EFE yang ada pada usaha UMKM Go Nads ini dibuat matriks Internal-Eksternal yang ada pada Gambar 1. Dari Gambar 1 diketahui bahwa UMKM Go Nads menempati posisi di kuadran I yang menunjukkan wilayah dengan strategi mengembangkan usaha dan bertumbuh. Pada posisi di kuadran 1 ini alternatif strategi yang dapat diterapkan adalah strategi intensif.

Total skor Pembobotan IFE



Gambar 1 Matriks IE (Internal-Eksternal)

Nilai Skor pembobotan IFE dan EFE UMKM Go Nads adalah sebesar 3,224 dan 3,1686. Jika dilihat pada Gambar 1 Matriks IE, maka posisi UMKM Go Nads ada pada kuadran I. Ini berarti UMKM Go Nads berada dalam wilayah bertumbuh dan berkembang, sehingga strategi yang diterapkan adalah strategi intensif.

Strategi intensif adalah suatu strategi yang terdiri dari strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk. Strategi ini mewajibkan adanya upaya-upaya intensif yang harus dilakukan oleh satuan usaha atau bisnis apabila komposisi kompetitif sebuah satuan usaha/perusahaan dengan produk yang dijualnya berada dalam kondisi persaingan yang baik. Strategi penetrasi pasar adalah strategi yang berusaha melakukan penambahan atau peningkatan pangsa pasar untuk produk yang ada saat ini di pasar melalui usaha usaha kegiatan pemasaran yang lebih banyak dan besar. Satuan usaha dapat menambah jumlah tenaga pemasaran, melakukan promosi yang lebih besar, serta meningkatkan usaha untuk mengiklankan produk yang dijualnya. Strategi penetrasi pasar dapat dilakukan dengan mengkombinasikan dengan strategi lain.

Strategi pengembangan pasar adalah suatu strategi yang mengenalkan produk yang ada saat ini ke daerah geografis yang baru. Strategi ini dilakukan pada saat ada saluran distribusi yang tersedia dan di mana saluran distribusi tersebut tidak mahal dan memiliki kualitas yang baik. Satuan usaha dapat menggunakan sarana distribusi online ataupun offline untuk menambah pangsa pasar yang baru

Strategi pengembangan produk adalah suatu strategi yang berusaha meningkatkan penjualan dengan cara melakukan modifikasi atau perbaikan kualitas dari produk yang dijual saat ini. Strategi pengembangan produk membutuhkan adanya aktivitas penelitian dan pengembangan yang membutuhkan biaya cukup besar. Strategi ini diterapkan jika suatu unit usaha berada dalam industri yang berada dalam kompetisi dan penggunaan teknologi yang cepat.

Ketiga strategi yang tergolong dalam strategi infensive ini, yang dapat diterapkan di UMKM Go Nads adalah strategi penetrasi pasar dan pengembangan pasar. UMKM Go Nads dapat menambah tenaga pemasaran untuk melakukan kegiatan pemasaran dan menambah pangsa pasar untuk produk baju berbahan kain tenun dan batik. UMKM Go Nads dapat melakukan penjualan produk baju berbahan kain tradisional ini dengan memanfaatkan penjualan online lewat media market place saat ini dan membuat website atau instagram. Penggunaan media online untuk penjualan diharapkan dapat meningkatkan pendapatan bagi UMKM Go Nads.

Selain daripada itu strategi lain yang dapat diimplementasikan oleh UMKM Go Nads adalah strategi pengembangan pasar. UMKM Go Nads menciptakan saluran distribusi baru yang dapat menyalurkan produk yang dibuatnya dengan melakukan kerjasama dengan pihak-pihak ekspedisi yang ada saat ini sehingga produk dapat tepat waktu sampai di wilayah geografis yang baru. Strategi ini membutuhkan modal yang cukup besar sehingga UMKM Go Nads dapat melakukan kerja sama dengan pihak lembaga keuangan atau *intermediary* untuk memberikan keringanan dalam hal persyaratan untuk mengajukan

pinjaman. Tambahan modal ini dapat digunakan untuk UMKM Go Nads untuk menambah kapasitas produksi dan tenaga operasi untuk membuat baju berbahan kain wastra.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan PKM yang dilakukan oleh tim Untar untuk UMKM Go Nads yang memproduksi baju dari kain tradisional seperti tenun dan batik mendapat respon positif dari pemilik UMKM Go Nads.

Pemberian pelatihan pengelolaan dan pengembangan usaha yang dilakukan oleh tim PKM Untar dengan membuat matriks IFE—EFE, membuat pemilik UMKM Go Nads dapat memahami posisi usahanya selama ini dalam industri rumahan untuk membuat baju berbahan kain tradisional. Posisi UMKM Go Nads saat ini berada dalam posisi di mana pemilik harus melakukan pengembangan usahanya dengan melakukan strategi yang tepat, sehingga mampu tetap bertahan dan meningkatkan pendapatan. Strategi yang dapat dilakukan dengan posisi UMKM Go Nads saat ini adalah strategi penetrasi pasar, dan pengembangan pasar. UMKM Go Nads dapat menambah kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan platform media penjualan online yang lebih ditingkatkan dan membuat website serta instagram guna mendukung penetrasi pasar yang lebih baik. Strategi pengembangan pasar dapat diimplementasikan dengan menambah saluran distribusi dengan meningkatkan kerjasama dengan pihak lain seperti reseller untuk menjual produk. Go Nads dapat melakukan kerjasama dengan pihak-pihak ekspedisi yang ada saat ini sehingga produk dapat dijual di wilayah geografis yang baru. Untuk itu UMKM Go Nads dapat melakukan kerja sama dengan pihak lembaga keuangan untuk memberikan tambahan modal guna menciptakan saluran distribusi yang baru dan keringanan dalam hal persyaratan untuk mengajukan pinjaman. Tambahan modal ini dapat digunakan untuk UMKM Go Nads untuk menambah kapasitas produksi dan tenaga operasi untuk membuat baju berbahan kain wastra.

Ucapan Terima kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Tarumanagara yang telah mendanai kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, juga kepada Mitra UMKM Go Nads yang telah mengizinkan Tim PKM Untar untuk melakukan kegiatan ini serta pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuannya demi kelancaran pelaksanaan kegiatan ini

REFERENSI

- Arifin, M. 2017. Strategi Manajemen Perubahan dalam Meningkatkan Disiplin di Perguruan Tinggi. *Jurnal EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ilmu Sosial*, Vol.3, No 1, hal 117-132. DOI: <http://dx.doi.org/10.30596%2Fedutech.v3i1.990>
- Bateman, Thomas S. , Snell S., Konopaske, Robert (2018), *Management: Leading & Collaborating in a Competitive World*, McGraw-Hill Education.
- David, Fred R. Dan David, Forest R. (2015). *Strategic Management : A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases*, 15th edition, New Jersey: Pearson Education.
- David, Fred R. dan David, Forest R. (2017). *Strategic Management concepts and Cases A Competitive Advantage Approach*. 16th edition. England. Pearson. Education Limited.
- Ellis F. (2000). *Rural Livelihood Diversity in Developing Country*. London (UK): Oxford University Press
- Saraswati, Y., dan Dharmawan, A.Y. (2014). *The Livelihood Resilience of Forest Community Farmer Household in Giriwoyo, Wonogiri*, *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, April, hal. 63-75

<https://money.kompas.com/read/2021/04/21/163726326/776-persen-umkm-indonesia-masih-tidak-mendapat-akses-kredit>).

https://kominfo.go.id/content/detail/11034/kuliner-kriya-dan-fashion-penyumbang-terbesar-ekonomi-kreatif/0/berita_satker).

LAMPIRAN 3

Foto Kegiatan PKM dan Foto Sebagai Pemakalah Senapenmas



LAMPIRAN 4

Materi Pelatihan



Pengelolaan dan Pengembangan Usaha Dengan Matriks IFE-EFE

**Rousilita Suhendah
Angelina
Rico Ricardo
Nikita Stevansyah**



Definisi Pengelolaan dan Pengembangan Usaha

- 01 Bateman dan Snell (2018)**

Pengelolaan terbagi menjadi beberapa fungsi manajemen yaitu *planning* (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggerakan), dan *controlling* (pengendalian).
- 02 Muchtar (2010)**

Pengembangan bisnis terbagi menjadi pengadaan bahan baku, bahan penunjang produksi, pemasok, overhead pabrik, modal kerja, sumber daya manusia dan investasi.



Strategi dan Manajemen Strategi

Strategi adalah suatu upaya dalam pencapaian tujuan



Strategi adalah sebuah seni dan ilmu dari pembuatan penerapan, dan evaluasi



Keputusan strategis berfungsi agar sebuah organisasi dapat mencapai tujuan-tujuan di masa mendatang

Definisi Strategi

Insert the title of your subtitle Here

01

Stuart Wells (1998)

Strategi adalah ilmu perencanaan dan penguasaan operasi militer dalam skala besar meliputi kekuatan manuver untuk mendapatkan posisi menguntungkan pada saat berhadapan dengan musuh

02

Nanang Fattah & H. Moh. Ali (2008)

Strategi adalah pemikiran konseptual, Realistis, komprehensif tentang langkah-langkah untuk mencapai tujuan dan sasaran.

03

Chandler dalam J. Salusu (2004)

Strategi adalah penetapan tujuan, sasaran jangka panjang, dan serangkaian aktivitas Serta alokasi sumber daya untuk mencapai tujuan

04

Salusu (2004)

Strategi adalah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya organisasi untuk mencapai sasaran melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan pada kondisi yang paling menguntungkan.

Analisis Lingkungan Internal -Eksternal

S
STRENGTHS

Faktor Internal

Kekuatan (Strength)

- Kualitas personal
- Gedung dan ruang kerja
- Keahlian dan pengalaman
- Keunggulan
- Komitmen

W
WEAKNESSES

Faktor Internal

Kelemahan (Weakness)

- Kinerja belum optimal
- Kualitas personal belum merata
- Jasa kurang memuaskan
- Pemantauan (kontrol)
- Fasilitas

O
OPPORTUNITIES

Faktor Eksternal

Peluang (Opportunity)

- Potensi cadangan mineral dan batubara
- Momen untuk pengembangan bahasa
- Kemudahan litbang
- Jalur kerjasama/hiburan
- Pelayanan jasa tidak

T
THREATS

Faktor Eksternal

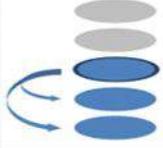
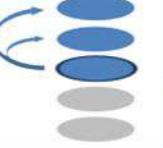
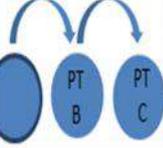
Ancaman (Threat)

- Persaingan era perdagangan bebas
- Instabilitas Daerah
- Tawar-menawar
- Koneksi data/informasi
- Kebijakan tarif gouth

Klasifikasi Strategi

<p>Strategi Integrasi</p>  <p>Strategi penyatuan yaitu strategi menggabungkan satuan usaha dengan merger, akuisisi, dan lainnya.</p>	<p>Strategi Intensif</p>  <p>Berbagai upaya intensif untuk meningkatkan posisi kompetitif satuan usaha dengan produk yang ada.</p>	<p>Strategi Diversifikasi</p>  <p>Pembedaan dengan bisnis yang telah ada, tidak hanya berupa ekspansi namun menampilkan bisnis baru.</p>	<p>Strategi Bertahan</p>  <p>Strategi pertahanan usaha agar tetap survive di masa depan Demi kelangsungan hidup usaha</p>
--	--	--	--

Strategi Integrasi

<p>Strategi Integrasi ke depan</p> <p>Strategi yang menghendaki perusahaan mempunyai kemampuan yang besar terhadap pengendalian para distributor / pengecer</p> 	<p>Strategi Integrasi ke belakang</p> <p>Strategi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas Pemasok perusahaan</p> 	<p>Strategi Integrasi Horizontal</p> <p>Strategi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pesaing perusahaan.</p> 
--	--	--

Strategi Intensif

<p>Strategi Penetrasi Pasar</p> <p>Meningkatkan Market share dari produk yang ada saat ini pada pasar yang ada saat ini melalui usaha pemasaran yang lebih gencar</p>	<p>Strategi Pengembangan Pasar</p> <p>Memperkenalkan produk yang ada saat ini pada pasar baru (new market).</p>	<p>Strategi Pengembangan Produk</p> <p>Merupakan strategi yang dijalankan untuk menaikkan penjualan dengan memperbaiki atau memodifikasi produk yang ada saat ini</p>	<p>Berbagai upaya yang intensif untuk meningkatkan posisi kompetitif perusahaan dengan produk yang ada.</p> 
--	--	--	--

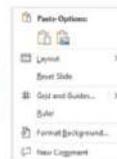
Strategi Diversifikasi



Strategi ini memiliki tujuan agar perusahaan /satu usaha melakukan tindakan-tindakan penyelamatan agar perusahaan /satu usaha tidak mengalami kerugian yang lebih besar, yang dapat menyebabkan kebangkrutan.



Strategi Bertahan Hidup



Thank you

LAMPIRAN 5

Luaran Tambahan (Leaflet)



Pengelolaan dan Pengembangan UMKM dengan Matriks IFE-EFE

Pengelolaan



Pengelolaan terbagi menjadi beberapa fungsi manajemen yaitu *planning* (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggerakan), dan *controlling* (pengendalian).

Pengembangan Usaha

Pengembangan bisnis dapat terbagi menjadi beberapa aspek yang dimulai dari pasokan atau pengadaan bahan baku, dan bahan penunjang lainnya untuk kegiatan produksi, pemasok, overhead pabrik atau produksi yang meliputi mesin-mesin, modal kerja, sumber daya manusia dan investasi



Definisi Strategi

Strategi adalah sebuah seni dan ilmu dari pembuatan, penerapan, dan evaluasi

Rousilita Suhendah

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tarumanagara**

Keputusan strategis berfungsi agar sebuah organisasi dapat mencapai tujuan-tujuan di masa mendatang







KLASIFIKASI STRATEGI

Strategi dibedakan menjadi empat yaitu

1. Strategi Integrasi
2. Strategi Intensif
3. Strategi Diversifikasi
4. Strategi Bertahan



1

STRATEGI INTEGRASI

Strategi menggabungkan satuan usaha dengan merger, akuisisi, dan lainnya.

2

STRATEGI INTENSIF

Strategi untuk meningkatkan posisi kompetitif dengan produk yang sudah ada.

3

STRATEGI DIVERSIFIKASI

Strategi pembedaan dengan bisnis yang telah ada, berupa ekspansi dan bisnis baru.

4

STRATEGI BERTAHAN

Strategi pertahanan usaha agar tetap survive di masa depan.



MATRIKS IFE-EFE



ANALISIS FAKTOR INTERNAL-EKSTERNAL





UNTAR
Universitas Tarumanagara



No: 0425-Int-KLPPM/UNTAR/III/2022

SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA

Rousilita Suhendah

sebagai

KETUA TIM

Program Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) Universitas Tarumanagara
Skema Reguler, dengan judul:

**Pelatihan Pengelolaan Dan Pengembangan Usaha UMKM
Modiste Dengan Matriks IFE-EFE**

yang telah dilaksanakan pada
Januari – Juni 2022

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat



Ir. Jap Tji Beng, Ph.D.