

PELATIHAN DENGAN STRATEGI SWOT PADA UKM DI KOTA TANGERANG

M. Tony Nawawi¹ & Darryl²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: tonyn@fe.untar.ac.id

²Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: darryl.117222058@stu.untar.ac.id

ABSTRACT

Everyone who opens a business, whether in the form of products or services, should expect to make a profit. Therefore, he must try to maintain the continuity of his business. One way to maintain your business is to use a business strategy, namely a SWOT analysis strategy. With this SWOT analysis, he can find out the strengths, weaknesses, opportunities and threats that will be faced in the future. This PKM activity aims to help Home Businesses (UKM) explain the importance of SWOT analysis strategies in running their business. This PKM partner is a home-based business engaged in the culinary business, where this business activity has been carried out since 1996 with limited capital and is carried out by using a cart going from complex to complex. Over time, now the partner's business has a permanent location at home, although it is not yet optimal. In implementing partner businesses, of course they face many obstacles, for example business capital problems, marketing strategy problems, and a lack of knowledge about business. For this reason, this PKM activity is carried out with the aim of helping partners increase their knowledge in terms of introducing business strategies with SWOT analysis, so that they know their Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats optimally. The method offered in this activity is offline training/socialization. The material that will be presented includes: a brief explanation of the SWOT business strategy, the importance of SWOT, SWOT elements, and SWOT strategy assessment criteria and others. With this socialization, it is hoped that partners can overcome their problems, and partners can understand the need to carry out a SWOT analysis strategy in running their business.

Keywords: *business strategy, SWOT analysis, culinary partners, SMEs.*

ABSTRAK

Setiap orang yang membuka usaha, baik itu berupa produk maupun jasa sudah semestinya mengharapkan mendapat keuntungan. Oleh karena itu, maka ia harus berusaha menjaga kelangsungan hidup usahanya itu. Salah satu cara untuk dapat mempertahankan usahanya adalah memakai strategi bisnis, yaitu strategi analisis SWOT. Dengan analisis SWOT ini ia dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi dimasa mendatang. Kegiatan PKM kali ini bertujuan untuk membantu Usaha Rumahan (UKM) menjelaskan pentingnya strategi analisis SWOT dalam menjalankan bisnisnya. Mitra PKM ini adalah Usaha Rumahan bergerak pada usaha kuliner, dimana kegiatan usahanya ini sudah dijalankan sejak tahun 1996 dengan modal pas-pasan dan dilakukan dengan menggunakan gerobak berkeliling dari komplek ke komplek. Dalam perjalanan waktu, sekarang ini usaha mitra sudah mempunyai lokasi tetap di rumahnya, walaupun belum optimal. Dalam pelaksanaan usaha mitra, tentu saja banyak kendala yang dihadapinya, misalnya masalah modal usaha, masalah strategi pemasaran, dan minimnya pengetahuan tentang bisnis. Untuk itu kegiatan PKM ini dilaksanakan bertujuan membantu mitra meningkatkan pengetahuan mitra dalam hal pengenalan strategi bisnis dengan analisis SWOT, sehingga mengetahui Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman yang dimiliki secara optimal. Metode yang ditawarkan pada kegiatan ini adalah pelatihan/sosialisasi secara luring. Materi yang akan disampaikan meliputi: penjelasan singkat strategi bisnis SWOT, Pentingnya SWOT, Elemen SWOT, dan Kreteria Penilaian Strategi SWOT dan lainnya. Dengan adanya sosialisasi ini diharapkan, pihak mitra dapat mengatasi masalahnya, dan mitra dapat mengetahui perlunya melakukan strategi analisis SWOT dalam menjalankan bisnisnya.

Kata kunci: strategi usaha, analisis swot, mitra kuliner, ukm.

1. PENDAHULUAN

Kiat Perencanaan bisnis diperlukan sebagai tujuan untuk menyelesaikan hambatan yang terjadi pada usaha rumahan (UKM), rencana bisnis merupakan ringkasan tertulis mengenai usulan pendirian usaha oleh UKM yang berisikan rincian kegiatan operasi, rencana keuangan, peluang, strategi pemasaran, serta keterampilan dan kemampuan manajer. Rencana yang disusun merupakan buktitertulis bahwa UKM telah melakukan bisnis dengan memanfaatkan peluang bisnis, dan siap untuk melaksanakan sebuah ide bisnis baru dengan menentukan arah usaha yang ingin dicapai. Bryson (2011) melihat bahwa perencanaan sebagai proses yang sadar dan sistematis yang menyediakan kerangka berpikir bagi organisasi untuk mengejar rencana jangka panjang dan sasaran yang dituju untuk organisasinya. Scarborough dan Cornwall (2016) mengemukakan bahwa perencanaan bisnis adalah kesimpulan tertulis dari seorang pebisnis yang mengusulkan usahanya, perencanaan operasional dan keuangan, peluang dan kesempatan dalam pemasaran dan kiat kiat dalam bisnis, dan keterampilan dan kemampuan manajernya. McKeever (2014) mengemukakan bahwa rencana bisnis adalah rencana yang tercatat dan berisi ringkasan dan tujuan bisnis, kerangka kerja dan rincian keuangan/permodalan susunan para pemilik dan manajemen dan bagaimana cara mencapai tujuan bisnisnya. Zimmerer dan Scarborough (2018) menyatakan bahwa rencana bisnis adalah ringkasan tertulis mengenai usulan pendirian perusahaan oleh wirausahawan yang berisi rincian kegiatan operasi, rencana keuangan, peluang, strategi pemasaran, serta keterampilan dan kemampuan manajer.

Rencana yang disusun merupakan buktitertulis bahwa wirausahawan telah melakukan penelitian yang diperlukan, mempelajari tentang adanya peluang bisnis, dan siap untuk melaksanakan sebuah gagasan bisnis baru dengan menentukan arah dalam menentukan perusahaan, tujuan, tempat yang ingin dituju, dan cara untuk mencapainya. Singkatnya, rencana bisnis merupakan asuransi terbaik wirausahawan untuk mencegah terjadinya kemunduran dalam mendirikan dan mengelola perusahaan. Rencana bisnis juga berguna bagi parapengusaha agar dapat memimpin perusahaan dengan sukses.

Walaupun rencanabisnis akan memberikan panduan dalam mencapai kesuksesan suatu usaha, Namun beberapa dan tren pelaku usaha termasuk UKM kurang mengetahui cara menyusun perencanaan bisnis. Sehingga kegiatan usaha yang dilakukan kebanyakan hanya berdasarkan intuisi semata , tidak teratur, terorganisir dan terdokumentasi secara lengkap. Rencana bisnis adalah instrumen praktis bagi pebisnis yang dipergunakan dalam mendesain usaha mereka. Instrumen ini dapat menolong pengusaha untuk merencanakan gagasan bisnis sebelum mengambil peluang dan tindakan (Corbett & Katz, 2016). Kesesuaian ide kewirausahaan telah dinilai dengan analisis kesesuaian dan perencanaan. Menurut Frederick, Kuratko dan Hodgetts (2016), bagi seorang pengusaha rencana bisnis memberikan urutan dan tahapan operasi perusahaan dengan membuat rencana untuk masa depan dan menyusun strategi untuk mencapai keberhasilannya. Partner yang menjadi tempat kegiatan pkm ini adalah usaha rumahan milik

Bapak Ismail Subri yang fokus pada usaha *F&B (Food and Beverage)* khas Surabaya, sehingga diberi label dengan Nasgor Surabaya.. Dengan identifikasi masalah untuk memenuhi kebutuhan hidup yang semakin banyak, sehingga mitra merasa perlu membantu pasangan dalam memenuhi hajat hidup keluarga. Awal inilah yang menyebabkan mitra memulai usahanya dengan modal yang kecil. Menumbuhkan bisnis bersama pasangan menjadi tujuan dari mitra. Untuk itu mitra terus memperhatikan cara yang perlu dilaksanakan demi menjaga keberlangsungan hidup usaha. Dibawah ini lokasi dan sampel produk yang dihasilkan mitra adalah:

Gambar 1.

Lokasi Mitra untuk Produksi



Gambar 2.

Sampel Hasil Produksi berupa Nasgor dan Mie Goreng.



2. METODE PELAKSANAAN PKM

Kegiatan penyuluhan dilaksanakan untuk mendukung dan memberikan ilmu kepadamitra untuk memberikan pemahaman tentang pengembangan kiat bisnis dengan *SWOT* dalam berwirausaha. Banyak hal yang menjadi faktor bagi mitra untuk menjaga keberlanjutan usaha.

Ada beberapa tahapan yang dilakukan dalam kegiatan proses sosialisasi berjalan sebagai berikut:

- a) Anggota Tim PKM mempersiapkan bahan yang akan disampaikan ke mitra;
- b) Anggota Tim PKM sebagai pembimbing menemui pihak terkait, yaitu pemilik usaha untuk perizinan melakukan penyuluhan;
- c) Anggota Tim PKM melakukan pengaturan dengan pebisnis untuk mengikuti kegiatan

- penyuluhan;
- d) Anggota Tim PKM melakukan klasifikasi tugas dengan mahasiswa yang membantu kegiatan;
 - e) Anggota Tim PKM mengajarkan materi sosialisasi melalui ceramah, diskusi, dan tanya jawab di tempat secara langsung;
 - f) Anggota Tim PKM memberikan pemahaman tentang apa yang wajib dilakukan dalam identifikasi strategi bisnis *SWOT*;
 - g) Anggota Tim PKM meminta mitra untuk bertanya jika belum memahami dari materi yang disajikan;
 - h) Anggota Tim PKM menanggapi tanggapan partner tentang materi dan melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan PKM.

3. Partisipasi Mitra Dalam Kegiatan PKM

Adapun kegiatan dalam rangka pemecahan masalah mitra berikut ini:

Tabel 1.

Rencana aktivitas dan keterlibatan Mitra

No	Skedul kegiatan	Partisipasi mitra
1	Pengamatan awal ke partner dan pemeriksaan	Tim mengamati persoalan mitra
2	Melakukan perjanjian dengan mitra	Mitra memberikan kesepakatan
3	Membuat persiapan materi yang akan	Tim berdiskusi dan menyiapkan materi yang akan disampaikan ke mitra
4	Membuat kesepakatan waktu kegiatan	Partner melaksanakan kesepakatan dengan mitra mengenai waktu kegiatan
5	Sosialisasi dilakukan pemimpin kegiatan dibantu	Tim meminta mitra
6	Draf artikel luaran wajib	Tim menyusun draf artikel luaran wajib
7	Publikasi ilmiah pada jurnal	Tim mempersiapkan publikasi ilmiah pada jurnal
8	Pembuatan laporan dan luaran tambahan	Tim membuat laporan ke LPPM, dan membuat luaran tambahan

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM ini dilakukan di Rumah Kuliner Bapak Ismail Sumbri di kp. Bojong Poncol Rt.004, RW. 013, Kelurahan Kunciran Indah, Kecamatan Pinang, Kota Tangerang. sudah mulai beroperasi sejak 1996 untuk usaha kecil-kecilan dengan kondisi masih keliling dari kampung/kompleks ke kampung/kompleks, karena belum punya lokasi/tempat yang tetap. Dari periode itu sudah ada konsumen. Sesudahnya Pak Ismail Sumbri mulai mencari tempat yang tetap, dan Tahun 2009 ia berjualan/berpangkalan di depan Masjid Al Anshary, kompleks kunciran Mas permai, dan Pindah lokasi lagi di Jln Raya Tirtayasa, depan AlfaMart sudimara pinang tahun 2020, kurang perencanaan pada lokasi. Karena kondisi ekonomi belum terpenuhi dan ditambah dengan adanya Pandemi Covid 19 saat itu, maka dia membuka bisnis di rumahnya di Jln Gang H. Asep sejak tahun 2022 sampai sekarang ini. Dimana awalnya pemasaran masih

tradisional dan dari mulut ke mulut. Sejak tahun 2010 pemasaran hasil masakannya mulai diminati oleh konsumen karena mereka sudah tahu rasanya dan harga pun terjangkau. Sekarang ini kegiatan pemasarannya sudah mulai mencoba untuk go food. Untuk harga makanan yang dihidangkan oleh Usaha Pak Is (panggilan bapak Ismail Sumbri) mulai dari harga Rp. 13.000 sd. Rp. 17.000 per porsi. Penjelasan materi pada kegiatan ini disampaikan secara langsung ke mitra dalam bentuk power point (ppt) dan dibantu oleh mahasiswa.” Dari hasil kunjungan dilokasi dan wawancara dengan pihak mitra, maka tim memberikan penjelasan yang berkaitan masalah yang ada, dengan mengemukakan bahwa ia dapat menggunakan strategi bisnis dengan analisis *SWOT* (*Strength, Weakness, Opportunity and Threats*) dalam rangka mengetahui factor internal dan eksternal. Dimana menurut Robbins & Coulter (2016), bahwa Analisis *SWOT* adalah alat analisis yang berguna untuk mengidentifikasi kekuatan (*Strength*) , kelemahan (*Weakness*) , peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*) dari internal dan eksternal UKM itu sendiri.

Dibawah ini adalah perincian aspek analisis *SWOT* dari Usaha kuliner milik Pak Ismail Sumbri yaitu :

a) *Strength* (Kekuatan)

Menurut Robbins dan Coulter (2016) mengatakan bahwa kekuatan adalah kegiatan perusahaan yang dilakukan dengan baik dan cermat atau khas dari bagian sumber daya yang dipunyai dan digunakan dengan baik sehingga memunculkan daya saing yang unggul pada perusahaan. Dalam hal ini Usaha kuliner mempunyai variasi masakan : Nasi goreng, Nasi Mawut, Mie Goreng, Mie Rebus, Kwetiau dll. Bahan Baku berkualitas (membeli bahan sangat selektif dan segar), Harga jual juga terjangkau dan telah mempunyai pelanggan tetap.

b) *Weakness* (Kelemahan)

Menurut Robbins dan Coulter (2016) bahwa kelemahan adalah setiap aktivitas perusahaan yang belum bisa dilaksanakan dengan maksimal dikarenakan adanya kesukaran dalam mencari bahan, materi maupun sumber daya ataupun kekurangan dalam menggunakan sumber daya. Dalam hal ini Usaha kuliner, belum ada kolaborasi dengan pihak manapun, desain dan tata letak ruangan belum teratur, dan Usaha ini belum ada media social.

c) *Opportunity* (Peluang)

Menurut Robbins dan Coulter (2016) dikatakan bahwa peluang adalah kesempatan baik yang dapat diambil oleh perusahaan untuk membentangkan pasar di sisi eksternal / luar perusahaan. Dalam hal ini usaha kuliner mempunyai lokasi yang vital, konsumen sangat pemilih dalam memilih makanan dan konsumtif; adanya pertumbuhan dalam berstrategi di internet.

d) *Threats* (Ancaman)

Ancaman dalam Robbins dan Coulter (2016) adalah kemalangan atau tren buruk yang dapat menghancurkan usaha dari bagian luar atau eksternal perusahaan. Dalam hal ini usaha kuliner, mempunyai banyak pesaing dan banyak produk penggantinya, Konsumen cepat merasa bosan, dan Kondisi ekonomi kurang kondusif saat ini.

Berikut ini beberapa dokumen berupa foto yang berkaitan dengan kegiatan PKM yang telah dilaksanakan sebagai berikut :

Gambar 3.

Kondisi saat sosialisasi dengan mitra



Gambar 4.

Penjelasan Strategi SWOT kepada Mitra.



Gambar 5.

Mitra sedang Melayani Pelanggannya



5. KESIMPULAN

Kesimpulan dari pelaksanaan kegiatan PKM ini adalah:

1. Mitra kerjasama PKM ini adalah pemilik rumah Kuliner (Makanan khas Surabaya) di Kp.Bojong Poncol, Kunciran Indah, Kec, Pinang, Kota Tangerang.
2. Bahan untuk pengutaraan PKM ini adalah kiat dengan cara melakukan penyuluhan kepadapartner mengenai Strategi bisnis SWOT.
3. Pemilik Rumah Kuliner secara bertahap melakukan pembenahan dan inovasi dalam usahanya, karena sudah mengetahui kelemahan dan peluang, kekuatan dan ancaman yangdihadapi untuk selanjutnya.
4. Kolaborasi berikutnya dapat dilanjutkan dengan memberikan pendampingan kegiatan pelatihan dan cara membuat penyusunan laporan keuangan sesuai standar akuntansi.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Bersama ini Kami Tim PKM mengucapkan Terima Kasih kepada Ketua LPPM Untar beserta pegawai yang telah membiayai kegiatan ini, dan Mitra Kerjasama Bapak Ismail Sumbri, Pemilik usaha Kuliner khas Surabaya juga mahasiswa FEB Untar sebagai asisten pelaksana PKM yang telah mendukung terselenggaranya kegiatan ini. Semoga hasil Pengabdian ini berguna bagi yang membacanya.

REFERENSI

- Bryson, J.M. (2011), *Strategic Planning for Public and Non-Profit Organizations: A Guide to Strengthening and Sustaining Organizational Achievement*, John Wiley & Sons, NJ, Vol.
- Corbett, A. C., & Katz, J. A. (2016). *Models of start-up thinking and action: Theoretical, empirical, and pedagogical approaches*. Bingley, UK: Emerald Group Publishing
- Frederick, Howard H., Kuratko, Donald F dan Hodgetts, Richard H (2016). *Entr epr eneur ship, Theory, P r ocess, Pr nctice*, South Melbourne, Victoria: Cengage Learning.
- McKeever, M. P. (2017). *How to write a business plan* (13th edition). Berkeley, CA: Nolo.
- Robbins dan Coulter.(2016). *Manajemen*. Edisi ketujuh. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Scarborough, N. M. & Cornwall, J. R., (2016). *Essentials of Entrepreneurship and SmallBusiness Management*. England: Pearson
- Scarborough, N. M., & Zimmeter, Wilson, D. (2018).*Essentials of entrepreneurship and small business management*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.