

SURAT TUGAS
PENGABDIAN MASYARAKAT SKEMA REGULER
PERIODE II TAHUN ANGGARAN 2025
NOMOR : 1060/Int-KLPPM/UNTAR/X/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Hetty Karunia Tunjungsari, S.E., M.Si.
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
NIDN/NIDK : 0316017903

Memberikan tugas kepada:

1. Nama Ketua : M. TONY NAWAWI, Drs., M.M.
NIDN/NIDK : 0321036301
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi Bisnis / MANAJEMEN BISNIS
2. Nama Anggota Mahasiswa
 - a. NIM dan Nama Mahasiswa : 115230166 / STEVEN FERNALDY JAHYA
 - b. NIM dan Nama Mahasiswa : 125230263 / NOEL VANIA KOPER

Untuk melaksanakan seluruh kegiatan Pengabdian Masyarakat (PKM) meliputi:

1. Melaksanakan Pengabdian Masyarakat sesuai dengan proposal yang disetujui dengan:
 - a. Judul Kegiatan PKM : PEMBERDAYAAN UKM KIOS PERABOTAN DI SUDIMARA KEC. PINANG KOTA TANGERANG, Prov. BANTEN.
 - b. Dana yang disetujui : Rp. 7.000.000,- (tujuh juta), diberikan dalam 2 (dua) tahap masing-masing 50%.
2. Membuat laporan monitoring dan evaluasi atas kegiatan Pengabdian Masyarakat.
3. Membuat luaran wajib berupa **Jurnal Nasional Lainnya, Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dan Produk/prototype** dari kegiatan pengabdian masyarakat
4. Membuat laporan akhir dari kegiatan PKM.

Demikian surat tugas ini dibuat dengan sebenarnya untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Jakarta, 31 Oktober 2025

Kepala LPPM



Dr. Hetty Karunia Tunjungsari, S.E., M.Si.

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



**[PEMBERDAYAAN UKM KIOS PERABOTAN DI SUDIMARA KEC. PINANG KOTA
TANGERANG, PROV. BANTEN.]**

Disusun oleh:

Ketua Tim

[Drs. M. Tony Nawawi, MM NIDN/NIK: : 0321036301/10191031..]

Nama Mahasiswa:

[Steven Fernaldy Jahya NIM: 115230166 [Noel Vania Koper NIM: 125230263]

**[PROGRAM STUDI S1
MANAJEMEN FAKULTAS
EKONOMI & BISNIS UNIVERSITAS
TARUMANAGARA
JAKARTA
TAHUN 2026]**

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Periode I Tahun 2026

1. Judul : Pemberdayaan Ukm Kios Perabotan di Sudimara Kec. Pinang Kota Tangerang Prov, Banten..
2. Nama Mitra PKM : Bapak Toyib Anwar
3. Ketua Tim PKM
 - a. Nama dan gelar : Drs. M. Tony Nawawi, MM.
 - b. NIDN/NIK : 0321036301/ 10191031.
 - c. Jabatan/gol. : Lektor/IIIC
 - d. Program studi : S1 Manajemen.
 - e. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
 - f. Bidang keahlian : Ilmu Manajemen
 - g. Alamat kantor : FEB Untar, Jln Tandura Raya 1 JakBar
 - h. Nomor HP/Telepon : 081906461741
4. Anggota Tim PKM (Mahasiswa) : Mahasiswa 2 orang
 - a. Nama mahasiswa dan NIM : Steven Fernaldy Jahya NIM : **115230166**
 - b. Nama mahasiswa dan NIM : Noel Vania Koper NIM : **125230263**
 - c. Nama mahasiswa dan NIM :
 - d. Nama mahasiswa dan NIM :
5. Lokasi Kegiatan Mitra :
 - a. Wilayah mitra : Jln. KH.Mas Mansyur no. 19 Sudimara, Pinang.
 - b. Kabupaten/kota : Kota Tangerang
 - c. Provinsi : Banten
 - d. Jarak PT ke lokasi mitra : +- 25 KM
6. a. Luaran Wajib : Jurnal/Prosiding
- b. Luaran Tambahan : -
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : Periode I (Januari-Juli)
8. Biaya yang disetujui LPPM : Rp 7.000.000,-

Menyetujui,
Ketua LPPM

Dr. Hetty Tunjungsari MSI., M.Psi.
NIK:10381047.

Jakarta, Februari 2026

Ketua



Drs. M. Tony Nawawi, MM..
NIDN/NIK:0321036301/10191031

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul	i
Halaman Pengesahan	ii
A. Laporan Kemajuan Pengabdian Kepada Masyarakat	iii
Ringkasan	iv
Prakata	v
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel*	vii
Daftar Gambar*	viii
Daftar Lampiran*	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Analisis Situasi.....	1
1.2 Permasalahan Mitra.....	3
1.3 Uraian Hasil Penelitian dan PKM Terkait (jika PKM merupakan kelanjutan/ implementasi hasil penelitian).....	5
1.4 Uraian keterkaitan topik dengan Peta Jalan PKM yang ada di Rencana Induk Penelitian dan PKM Untar).....	8
BAB II SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN.....	10
2.1 Solusi Permasalahan.....	11
2.2 Luaran Kegiatan PKM.....	12
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	14
3.1 Langkah-Langkah/Tahapan Pelaksanaan.....	14
3.2 Partisipasi Mitra dalam Kegiatan PKM.....	15
3.3 Kepakaran dan Pembagian Tugas TIM.....	16
BAB IV HASIL DAN LUARAN YANG DI CAPAI.....	17
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	24
DAFTAR PUSTAKA.....	27

Lampiran

1. Materi yang disampaikan pada saat kegiatan PKM berupa PPT.
2. Foto-foto kegiatan PKM
3. Luaran wajib
4. Luaran tambahan

ABSTRAK

Strategi bisnis sangat penting bagi seorang pengusaha untuk menjaga kelangsungan bisnisnya, dan strategi bisnis dapat memberikan solusi operasional bisnisnya di masa yang akan datang. Sebuah Bisnis dikatakan sukses, jika mempunyai misi dan visi serta strategi bisnis yang terukur. Kegiatan PKM kali ini bertujuan untuk membantu Usaha Rumahan (UKM) memahami pentingnya strategi bisnis dalam menjalankan suatu bisnisnya. Adapun Mitra PKM ini adalah Usaha Rumahan bergerak pada usaha kuliner. Dalam hal pelaksanaan usaha mitra memerlukan strategi bisnis dengan bantuan SWOT terutama dalam menjaga keberlanjutan usaha, namun mitra menghadapi permasalahan dalam strategi rencana bisnis secara optimal. Hal ini dikarenakan minimnya pengetahuan mitra tentang hal yang harus diketahui mitra dalam rencana bisnis. Untuk itu kegiatan PKM bertujuan membantu mitra meningkatkan pengetahuan mitra dalam hal pengenalan strategi bisnis SWOT sehingga mengetahui Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman 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 Kriteria Penilaian Strategi SWOT dan lainnya. Melalui kegiatan ini diharapkan, masalah yang muncul pada usaha mitra akan teratasi, mitra dapat memahami pentingnya strategi bisnis dengan mengetahui SWOT dalam menjalankan usaha.

Kata kunci: strategi bisnis, swot, Usaha kuliner, ukm.

ABSTRACT

Business strategy is very important for an entrepreneur to maintain the continuity of his business, and business strategy can provide operational solutions for his business in the future. A business is said to be successful if it has a mission and vision as well as a measurable business strategy. This PKM activity aims to help Home Businesses (UKM) understand the importance of business strategy in running a business. The PKM Partners are home-based businesses engaged in the culinary business. In terms of business implementation, partners require a business strategy with the help of SWOT, especially in maintaining business sustainability, but partners face problems in optimal business planning strategies. This is due to the partner's lack of knowledge about what partners need to know in the business plan. For this reason, PKM activities aim to help partners increase partner knowledge in terms of introducing SWOT business strategies so that they know 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. Through this activity, it is hoped that problems that arise in partner businesses will be resolved, partners can understand the importance of business strategy by knowing SWOT in running a business.

Key words: business strategy, SWOT, culinary business, SMEs.

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Perencanaan Strategi Bisnis diperlukan dalam upaya mengatasi permasalahan 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 bukti tertulis 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) memandang perencanaan sebagai proses yang sadar dan sistematis yang menyediakan peta jalan bagi organisasi untuk mengejar visi dan tujuan organisasinya Scarborough dan Cornwall (2016) Rencana bisnis adalah ringkasan tertulis dari seorang wirausaha yang mengusulkan bisnisnya, rincian operasional dan keuangan, peluang pemasaran dan strategi, dan keterampilan dan kemampuan manajernya. McKeever (2014) mengemukakan bahwa rencana bisnis adalah rencana tertulis memuat gambaran dan tujuan bisnis, cara 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 bukti tertulis bahwa wirausahawan telah melakukan penelitian yang diperlukan, mempelajari tentang adanya peluang bisnis, dan siap untuk melaksanakan sebuah ide bisnis baru dengan menentukan arah perusahaan, tujuan, tempat yang ingin dituju, dan cara untuk mencapainya. Singkatnya, rencana bisnis merupakan asuransi terbaik wirausahawan untuk mencegah terjadinya kegagalan dalam mendirikan dan mengelola perusahaan. Rencana bisnis juga bermanfaat untuk membantu para pengusaha agar dapat memimpin perusahaan dengan sukses. Walaupun rencana bisnis akan memberikan panduan dalam mencapai kesuksesan suatu usaha, Namun kecenderungan pelaku usaha termasuk UKM kurang memperhatikan cara menyusun rencana bisnis. Sehingga kegiatan usaha yang dilakukan kebanyakan hanya berdasarkan insting semata, tidak terstruktur dan terdokumentasi secara lengkap. Rencana bisnis adalah alat praktis bagi pengusaha untuk digunakan dalam merancang usaha mereka. Alat ini membantu pengusaha untuk merencanakan ide bisnis sebelum mengambil tindakan (Corbett & Katz, 2016). Kelayakan ide kewirausahaan telah dinilai dengan analisis kelayakan dan studi. Menurut Frederick, Kuratko dan Hodgetts (2016), bagi seorang

pengusaha rencana bisnis memberikan panduan operasi perusahaan dengan membuat rencana untuk masa yang akan datang dan menyusun strategi untuk mencapai kesuksesannya.

Mitra yang menjadi tempat kegiatan adalah usaha rumahan yang fokus dengan Nasgornya. Dengan latar belakang untuk memenuhi kebutuhan hidup yang semakin banyak, sehingga mitra merasa perlu membantu istri dalam memenuhi kebutuhan keluarga. Awal ini lah yang menyebabkan mitra memulai usahanya dengan modal terbatas kecil-kecilan. setiap hari ada saja yang membeli. Harapan Pak Ismail usahanya ini bisa menopang kehidupan keluarga sepenuhnya. Mengembangkan usaha bersama isteri menjadi impian mitra. Usaha nasgor ini, digeluti sejak tahun 1996 dengan modal pasapasan berkeliling dari kompleks ke kompleks. Untuk itu mitra terus memperhatikan upaya yang perlu dilakukan dalam menjaga kelangsungan hidup usaha.

Dibawah ini Foto Lokasi produksi dan produk yang dijual mitra adalah:



Gambar 1. Lokasi Mitra Beroperasi di Jl. KH.MasMansyur , Sudimara, Pinang.

Kegiatan PKM ini dilakukan di Rumah Kios Bapak Toyib di kp. Sudimara Rt.004, RW. 01, 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 Masa itu rupanya sudah ada peminatnya/konsumen. Setelah itu 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 focus dengan dari berbagai tempat. Karena kondisi ekonomi belum kondusif dan ditambah lagi dampak Pandemi Covid 19 saat itu, maka dia buka jualan di rumahnya di Jln Gang H. Asep sejak tahun 2022 sampai sekarang ini. Dimana awalnya pemasaran masih manual dan dari mulut kemulut. Sejak tahun 2010 pemasaran hasil masakannya mulai diminati oleh konsumen karena mereka sudah tahu rasanya dan hargapun terjangkau. Sekarang ini kegiatan pemasarannya sudah mulai mencoba untuk go food, walaupun belum optimal, karena keterbatasan modal dan tenaga serta pengalaman dalam iptek. Untuk harga makanan yang di sajikan oleh Usaha Pak Toyib mulai dari harga Rp. 13.000 sd. Rp. 17.000 per pis.

Dalam penyampaian materi kegiatan ini disajikan dalam bentuk PPT secara luring , yang dibantu oleh mahasiswa. ” Dalam permasalahan diatas tim PKM dapat menentukan strategi bisnis menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity and Threats*). Analisis SWOT (Robbins & Coulter,2016) adalah alat analisis yang berguna untuk mengidentifikasi kekuatan (*Strength*) , kelemahan (*Weakness*) , peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*) dari internal dan eksternal UKM itu sendiri.

Berikut ini adalah penjelasan dari 4 aspek analisis SWOT dari Ukm milik Pak Ismail Sumbri yaitu :

1. ***Strength*** (Kekuatan)

Menurut Robbins dan Coulter (2016) mengatakan bahwa kekuatan adalah setiap aktivitas perusahaan yang dilakukan dengan baik atau unik dari sisi sumber daya yang dimiliki dan digunakan. *Strength* adalah Karakteristik sebuah bisnis yang akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Ada beberapa pertanyaan yang bisa digunakan untuk mengetahui kekuatan dari perusahaan atau bisnis yang anda jalani, seperti:

- a. Apakah kelebihan yang usaha Anda miliki sehingga patut dijadikan rekomendasi untuk konsumen?
- b. Kenapa konsumen mau antri hanya untuk mendapatkan produk yang Anda jual?
- c. Apa yang pelanggan Anda rasakan ketika berbelanja di tempat Anda?

Dalam hal ini Usaha kuliner Pak Is, mempunyai variasi produk (makanan): Nasi goreng, Nasi Mawut, Mie Goreng, Mie Rebus, Kwitiau dll. Bahan Baku berkualitas (membeli bahan sangat selektif dan segar), Harga jual terjangkau dan telah mempunyai pelanggan tetap.

2. **Weakness** (Kelemahan)

Menurut Robbins dan Coulter (2016) bahwa kelemahan adalah setiap aktivitas perusahaan yang tidak dilakukan dengan maksimal dikarenakan kurangnya sumber daya ataupun ketidakpunyaan sumber daya. *Weaknesses* adalah karakteristik sebuah bisnis yang merupakan kelemahan sebuah perusahaan. Beberapa jenis pertanyaan yang bisa dijadikan acuan dalam mengetahui kelemahan. Seperti:

- a. Apa yang menyebabkan penjualan sebuah perusahaan menjadi menurun?
- b. Bagaimana cara meningkatkan penjualan dan haruskah memberikan promo tertentu kepada mereka?
- c. Kenapa pelanggan beralih dari produk Anda kepada kompetitor di tempat lain?

Dalam hal ini Usaha kuliner Pak Is, belum ada kerjasama dengan pihak lain, layout ruangan belum teratur, dan Usaha ini belum ada social media.

3. **Opportunity** (Peluang)

Menurut Robbins dan Coulter (2016) dikatakan bahwa peluang adalah kesempatan positif yang dimanfaatkan perusahaan untuk melebarkan pasar di sisi eksternal / luar perusahaan.

Opportunity adalah kesempatan atau peluang yang bisa didapatkan di dalam bisnis. Bagaimana cara menganalisanya, silahkan lihat beberapa pertanyaan di bawah ini, seperti :

- a. Peluang bisnis apa yang harus dilakukan agar produk Anda menjadi lebih inovatif?
- b. Bagaimana cara untuk mendapatkan pelanggan dari sebuah golongan tertentu?

Dalam hal ini usaha kuliner Pak Is, mempunyai lokasi yang strategis, konsumen sangat selektif dalam memilih makanan dan konsumtif; adanya perkembangan internet.

4. **Threats** (Ancaman)

Ancaman dalam Robbins dan Coulter (2016) adalah bahaya atau tren buruk yang dapat menghantam perusahaan di sisi luar atau eksternal perusahaan. Threat adalah ancaman di dalam

bisnis yang dapat melemahkan sebuah bisnis. Deteksi ancaman-ancaman di dalam perusahaan Anda dengan merujuk dari beberapa pertanyaan di bawah ini, seperti:

- a. Apa hambatan yang membuat produk Anda tidak laku di pasaran?
- b. Seberapa bahayakah ancaman yang datang dari produk kompetitor?
- c. Apakah perkembangan teknologi menjadi ancaman tersendiri bagi produk Anda?

Dalam hal ini usaha kuliner Pak Is, mempunyai banyak pesaing dan banyak produk pengganti makanan, Konsumen cepat merasa bosan, dan Kondisi ekonomi kurang kondusif saat ini.

1.2 Permasalahan Mitra

Dari hasil analisis Situasi yang berdasarkan observasi serta hasil wawancara dengan pihak Mitra, maka diperoleh beberapa permasalahan yang dihadapi oleh Mitra, yaitu:

1. Produk yang dihasilkan belum ada Brand/ Mereknya, sehingga konsumen mudah mengenalnya.
2. Modal Usaha/Operasi masih pas pasan.
3. Belum paham tentang strategi SWOT berkaitan dengan Usaha/Bisnis.
4. Belum Paham tentang Strategi Marketing dan Inovasi produk.
5. Pihak Mitra masih gatek masalah iptek berkaitan dengan bisnis.

1.3. Uraian Hasil Penelitian dan PKM Terkait (jika PKM merupakan kelanjutan/implementasi hasil dari penelitian)

Kegiatan PKM ini bukan merupakan implementasi dari hasil penelitian, dan kegiatan PKM ini sebagai kegiatan rutin ke UKM yang dianggap perlu diperdayakan lebih lanjut.

1.4. Uraikan keterkaitan topik dengan Peta Jalan PKM yang ada di Rencana Induk Penelitian dan PKM Untar.

[Ada kaitannya dengan RIP dan PKM Untar, terutama berhubungan dengan Marketing dan Inovasi]

BAB 2 SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN

2.1 Solusi Permasalahan

Untuk mengatasi prioritas masalah yang dihadapi mitra, maka solusi yang ditargetkan selesai dari kegiatan pengabdian masyarakat ini terkait dengan pembekalan pengetahuan tentang hal yang

perlu diperhatikan mitra dalam menyusun strategi rencana bisnis . Solusi transfer knowlegde tentang hal yang perlu menjadi perhatian mitra untuk menjaga keberlanjutan usaha di masa depan adalah :

1. Mengenalkan tentang strategi bisnis dengan SWOT
2. Mengenalkan pentingnya strategi bisnis SWOT ,
3. Elemen dalam Strategi SWOT.
- 4.Kriteria penilaian Strategi SWOT.
5. Format rencana bisnis.

Spesifikasi tersebut diberikan pada UKM sebagai bekal menambah wawasan dalam meningkatkan meningkatkan keberlanjutan usaha . Target kegiatan PKM ini, yaitu berupa peningkatan pengetahuan bagi mitra dalam berwirausaha.

2.3 Luaran Kegiatan

Tabel 1. Luaran Kegiatan

No	Jenis Luaran	Keterangan
Luaran Wajib		
1	Publikasi ilmiah pada jurnal ber ISSN atau	sudah submit/publish
2	Prosiding dalam Temu ilmiah	sudah submit/publish
Luaran Tambahan		
1	Publikasi di jurnal Internasional	Publish
2	Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	terdaftar/publish
3	Teknologi Tepat Guna (TTG)	Publish
4	Model/purwarupa/karya desain atau	Publish
5	Buku ber ISBN	Publish

BAB 3 METODE PELAKSANAAN

3.1 Tahapan/langkah-langkah solusi bidang.

Kegiatan sosialisasi dilakukan untuk memberikan pembekalan kepada mitra,dalam memahami strategi Swot dalam berwirausaha. Banyak hal yang menjadi faktor bagi mitra untuk menjaga keberlanjutan usaha. Terdapat beberapa tahapan kegiatan selama proses sosialisasi berlangsung adalah:

- a. Pelaksana PKM menyiapkan materi yang akan disampaikan ke mitra.
- b. Pelaksana PKM sebagai tutor menghubungi pihak terkait, yaitu pemilik usaha untuk minta ijin melakukan sosialisasi.
- c. Pelaksana PKM berkoordinasi dengan pemilik untuk mengikuti kegiatan sosialisasi.
- d. Pelaksana PKM melakukan pembagian tugas dengan mahasiswa yang membantu kegiatan
- e. Pelaksana PKM menyampaikan materi sosialisasi melalui ceramah, diskusi, dan tanya jawab.
- f. Pelaksana PKM menjelaskan tentang apa yang harus dilakukan dalam strategi SWOT dalam bisnis.
- g. Pelaksana PKM meminta mitra untuk bertanya jika belum jelas dan di mengerti dari materi yang disampaikan.
- h. Pelaksana PKM menanggapi respon mitra tentang materi yang sudah disampaikan dan melakukan evaluasi.

3.2 Partisipasi mitra dalam kegiatan PKM

Rencana kegiatan dalam rangka pemecahan masalah mitra seperti dalam Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2: Rencana Kegiatan & Partisipasi Mitra

No.	Rencana Kegiatan	Partisipasi Mitra
1	Observasi awal ke mitra dan kajian literatur	Tim mengamati permasalahan mitra , mengkaji berbagai literatur dan jurnal terkait
2	Melakukan kesepakatan dengsan mitra untuk melakukan kegiatan	Mitra memberikan kesepakatan untuk bekerja sama
3	Membuat persiapan materi yang akan disampaikan	Tim berdiskusi dan menyiapkan materi yang akan disampaikan kemitra
4	Membuat kesepakatan waktu pelaksanaan	Mitra melakukan perjanjian dengan mitra mengenai waktu pelaksanaan
5	Sosialisasi dilakukan ketua dibantu mahasiswa dalam bentuk ceramah dan tanya jawab, diskusi.	Tim meminta mitra memberikan respon pada atas materi yang disampaikan

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

3.4 Uraian kepakaran dan tugas masing-masing anggota tim (termasuk mahasiswa).

Pihak yang terkait dengan kegiatan ini adalah: dosen dan mahasiswa dengan pembagian pelaksanaan tugas sebagai berikut:

Tabel 3. Daftar Kegiatan Pengusul

No	Nama	Bidang Keahlian	Tugas
1	M Tony Nawawi	Manajemen	• Melakukan perizinan • Berkoordinasi dengan mitra • Menentukan materi kegiatan • Menentukan jadwal sosialisasi • Menentukan metode • Menyusun luaran • Menyusun laporan
2	Darryl	Mahasiswa	Membantu pelaksanaan sosialisasi Membantu menyusun anggaran

BAB 4 HASIL DAN LUARAN YANG DI CAPAI

4.1. Profil Usaha Mitra.

Kegiatan PKM ini dilakukan di Rumah Kios Bapak Toyib Anwar di jln. KH.Mas Mansyur no. 19, Kelurahan Sudimara, Kecamatan Pinang, Kota Tangerang. sudah mulai beroperasi sejak 1992 untuk bawa dagangannya usaha kecil-kecilan dengan pikulan masih keliling dari kampung/kompleks ke kampung/kompleks, karena belum punya lokasi/tempat yang tetap. Dari Masa itu Modal awalnya dari orang tuanya 150 K. Setelah itu Pak Toyib Anwar mulai mencari tempat yang tetap, dan Tahun 2004 ia berjualan/berpangkalan/buka lapak di wilayah Regensi, dan Pindah lokasi lagi di Jln Raya Tirtayasa, depan AlfaMart sudimara pinang tahun 2017, kurang focus dengan dari berbagai tempat. Karena kondisi ekonomi belum kondusif dan ditambah lagi dampak Pandemi Covid 19 saat itu, maka dia buka jualan di rumahnya di Jln Gang H. Asep sejak tahun 2022 sampai sekarang ini. Dimana awalnya pemasaran masih manual dan dari mulut kemulut. Sejak tahun 2010 pemasaran hasil masakannya mulai diminati oleh konsumen karena mereka sudah tahu rasanya dan hargapun terjangkau. Sekarang ini kegiatan pemasarannya sudah mulai mencoba untuk go food, walaupun belum optimal, karena keterbatasan modal dan tenaga serta pengalaman dalam iptek. Untuk harga perabotan yang dijual oleh Usaha Pak Toyib mulai dari harga Rp. 5K, dan 10K/3 pc sd. Rp. 250K. (Khususnya untuk Panci aluminium)

Penyampaian materi tersebut disajikan dalam bentuk PPT secara luring , yang dibantu oleh mahasiswa.” Dalam permasalahan diatas tim PKM dapat menentukan strategi bisnis menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity and Threats*). Analisis SWOT (Robbins & Coulter,2016) adalah alat analisis yang berguna untuk mengidentifikasi kekuatan (*Strength*) , kelemahan (*Weakness*) , peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*) dari internal dan eksternal UKM itu sendiri.



Gambar: Sampel Perabotan Rumah Tangga Mitra

Berikut ini adalah penjelasan dari 4 aspek analisis SWOT dari Ukm milik Pak Ismail Sumbri yaitu :

1. **Strength** (Kekuatan)

Menurut Robbins dan Coulter (2016) mengatakan bahwa kekuatan adalah setiap aktivitas perusahaan yang dilakukan dengan baik atau unik dari sisi sumber daya yang dimiliki dan digunakan. *Strength* adalah Karakteristik sebuah bisnis yang akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Ada beberapa pertanyaan yang bisa digunakan untuk mengetahui kekuatan dari perusahaan atau bisnis yang anda jalani, semisal:

- d. Apakah kelebihan yang usaha Anda miliki sehingga patut dijadikan rekomendasi untuk konsumen?
- e. Kenapa konsumen mau antri hanya untuk mendapatkan produk yang Anda jual?
- f. Apa yang pelanggan Anda rasakan ketika berbelanja di tempat Anda?

Dalam hal ini Usaha kuliner mempunyai variasi produk (makanan): Nasi goreng, Nasi Mawut, Mie Goreng, Mie Rebus, Kwitiau dll. Bahan Baku berkualitas (membeli bahan sangat selektif dan segar), Harga jual terjangkau dan telah mempunyai pelanggan tetap.

2. **Weakness** (Kelemahan)

Menurut Robbins dan Coulter (2016) bahwa kelemahan adalah setiap aktivitas perusahaan yang tidak dilakukan dengan maksimal dikarenakan kurangnya sumber daya ataupun ketidakpunyaan sumber daya. *Weaknesses* adalah karakteristik sebuah bisnis yang merupakan kelemahan sebuah perusahaan. Beberapa jenis pertanyaan yang bisa dijadikan acuan dalam mengetahui kelemahan. Misalnya:

- d. Apa yang menyebabkan penjualan sebuah perusahaan menjadi menurun?
- e. Bagaimana cara meningkatkan penjualan dan haruskah memberikan promo tertentu kepada mereka?
- f. Kenapa pelanggan beralih dari produk Anda kepada kompetitor di tempat lain?

Dalam hal ini Usaha kuliner, belum ada kerjasama dengan pihak lain, layout ruangan belum teratur, dan Usaha ini belum ada social media.

3. **Opportunity** (Peluang)

Menurut Robbins dan Coulter (2016) dikatakan bahwa peluang adalah kesempatan positif yang dimanfaatkan perusahaan untuk melebarkan pasar di sisi eksternal / luar perusahaan.

Opportunity adalah kesempatan atau peluang yang bisa didapatkan di dalam bisnis. Bagaimana cara menganalisanya, silahkan lihat beberapa pertanyaan di bawah:

- c. Peluang bisnis apa yang harus dilakukan agar produk Anda menjadi lebih inovatif?
- d. Bagaimana cara untuk mendapatkan pelanggan dari sebuah golongan tertentu?

Dalam hal ini usaha kuliner mempunyai lokasi yang strategis, konsumen sangat selektif dalam memilih makanan dan konsumtif; adanya perkembangan internet.

4. **Threats** (Ancaman)

Ancaman dalam Robbins dan Coulter (2016) adalah bahaya atau tren buruk yang dapat menghantam perusahaan di sisi luar atau eksternal perusahaan. Threat adalah ancaman di dalam bisnis yang dapat melemahkan sebuah bisnis. Deteksi ancaman-ancaman di dalam perusahaan Anda dengan merujuk dari beberapa pertanyaan di bawah ini.

- d. Apa hambatan yang membuat produk Anda tidak laku di pasaran?
- e. Seberapa bahayakah ancaman yang datang dari produk kompetitor?

- f. Apakah perkembangan teknologi menjadi ancaman tersendiri bagi produk Anda?

Dalam hal ini usaha kuliner, mempunyai banyak pesaing dan banyak produk pengganti makanan, Konsumen cepat merasa bosan, dan Kondisi ekonomi kurang kondusif saat ini.

4.2. Model Ipteks yang ditransfer ke Mitra.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini terkait dengan pembekalan pengetahuan tentang rencana bisnis yang disampaikan ke mitra adalah :

1. Pengertian Strategi

Strategi merupakan suatu kesatuan rencana lengkap yang terpadu guna mencapai tujuan organisasi. Menurut Kotler, Burton, Deans, Brown, and Armstrong (2015), menjelaskan bahwa **strategi** adalah pola sasaran, tujuan dan kebijakan/rencana umum untuk meraih tujuan yang telah ditetapkan, yang dinyatakan dengan mendefinisikan apa bisnis yang dijalankan oleh perusahaan, atau yang seharusnya dijalankan oleh perusahaan. Strategi yang efektif berkaitan dengan tiga persoalan organisasi yaitu kompetensi, ruang lingkup, dan alokasi sumber daya (Kotler et al., 2015). Manajemen strategis merupakan proses lengkap dan berkelanjutan untuk memformulasikan dan mengimplementasikan strategi secara efektif. Ada tiga elemen utama dalam manajemen strategi, strategi memerlukan tiga proses yang berkelanjutan yaitu analisis, keputusan, dan aksi. **Strategi** merupakan pedoman untuk melaksanakan suatu tindakan guna tercapainya visi dan misi suatu organisasi. Pengelompokan strategi perusahaan dapat dilihat dari tingkatan tugasnya. Strategi-strategi yang dimaksud adalah: strategi generik (*generic strategy*) yang akan dijabarkan menjadi strategi utama/induk (*grand strategy*) . Setelah strategi induk ditetapkan, maka selanjutnya akan ditindaklanjuti dengan penentuan strategi pada tingkat fungsionalnya (Porter & Kramer, 2012).

2. Pentingnya Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan,

strategi dan kebijakan perusahaan (Porter & Kramer, 2012). Analisis SWOT juga dikenal sebagai analisis KeKePAN (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman). Pada dasarnya analisis ini berusaha menemukan peluang baru, mengelola dan mengurangi ancaman organisasi. Dalam konteks bisnis, Analisis SWOT membantu bisnis mengelola ceruk pasar berkelanjutan dari perusahaan. Dalam konteks pribadi digunakan untuk membantu seseorang mengembangkan karir dengan cara memanfaatkan keunggulan terbaik dari bakat, kemampuan, dan kesempatan.

Menurut Freddy Rangkuti (2019: 18) Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis (strategic planner) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini.

Berdasarkan pada pendapat di atas maka analisa SWOT tidak hanya berguna dalam menganalisa kekuatan dan kelemahan dalam organisasi tetapi juga dapat meminimalkan dan mengatasi kelemahan dan ancaman-ancaman yang ada dalam pencapaian tujuan dalam suatu organisasi.

Analisa SWOT yang dilakukan oleh organisasi mempunyai tujuan yaitu untuk mengkaji dan menambah kekuatan (*strengths*), mengurangi kelemahan (*weaknesses*), memperluas peluang (*opportunities*) dan mengeliminasi ancaman dari luar (*threats*) (Suharto, 2014:53). Dengan adanya analisa tersebut maka suatu organisasi tidak hanya dapat mengeliminasi ancaman yang ada tetapi organisasi juga dapat mengantisipasi ancaman-ancaman yang akan timbul di masa yang akandatang.

3. Langkah Analisis SWOT untuk Mitra

4.

Berdasarkan pemetaan tentang wilayah, dipilih jenis usaha berdasarkan potensi atau masalah yang ada di desa. Selanjutnya, untuk mendalami dari masing- masing alternatif jenis usaha yang akan dipilih, dilakukan analisa SWOT. Untuk mempermudah analisis

SWOT pada Ukm, ada beberapa pertanyaan contoh yang dapat untuk membantu menyusun analisis SWOT. Jika mitra dapat memahami kelemahan bisnisnya, maka ia dapat mengelola dan menghilangkan ancaman yang belum siap dihadapi. Lebih dari itu, dengan melihat internal Mitra dan pesaingnya menggunakan kerangka SWOT, mereka dapat mulai menyusun strategi yang membantu Mitra membedakan diri dari pesaing, sehingga dapat bersaing dengan sukses di pasar.



Gambar : Sosialisasi Strategi SWOT ke Mitra

Sebagai panduan Langkah melakukan analisis SWOT untuk Mitra, dapat dilakukan dengan menjawab pertanyaan

Kekuatan (Strengths):

- Apa kelebihan jenis usaha yang dipilih dibandingkan dengan jenis usaha lainnya?
- Atau apa kelebihan produk atau jasa dari kegiatan usaha yang akan dilaksanakan bumdes?
- Sumberdaya unggulan apa yang dapat diandalkan oleh bumdes dalam menjalankan kegiatan usaha atau dalam produk/layanan ini, sehingga dapat bersaing atau dapat diterima konsumen atau pelanggan?
- Nilai tambah atau keunggulan apa yang dapat diberikan kepada konsumen atau pelanggan dari produk ini?

Kelemahan (*Weaknesses*):

- Apa yang bisa di perbaiki oleh pengelola Mitra?
- Apa yang harus dihindari oleh Mitra?
- Apa yang dilihat oleh konsumen/atau masyarakat yang cenderung sebagai kelemahan Mitra.?
- Faktor-faktor yang menyebabkan Bisnis Mitra kehilangan penjualan?

Peluang (*Opportunities*):

- Apa kesempatan baik yang bisa dilihat oleh?
- Apa Mitra mengetahui trend yang menarik?
- Kesempatan yang berguna bagi Mitra dapat datang dari hal-hal seperti:
- Perubahan teknologi dan pasar baik dengan skala luas maupun sempit.
- Perubahan kebijakan pemerintah yang terkait dengan bidang usaha BUMDes.
- Perubahan pola sosial, profil penduduk, gaya hidup, dan seterusnya.
- Kegiatan atau acara setempat/lokal.

Ancaman (*Threats*)

- Apa kendala yang dihadapi oleh Mitra?
- Apa yang dilakukan oleh pesaing?
- Apakah standar kualitas atau spesifikasi pekerjaan, produk, atau jasa BUMDes berubah?
- Apakah perubahan teknologi mengancam posisi Mitra kerja?
- Apakah Mitra Kerja memiliki masalah hutang atau masalah arus kas?
- Mungkinkah salah satu kelemahan Mitra mengancam bisnis nya secara serius?

Analisis SWOT

Dalam merumuskan strategi yang dapat dilakukan oleh UKM dalam memaksimalkan potensi pasar adalah dengan melakukan Analisis SWOT. Analisis ini digunakan untuk mengetahui dan

mengidentifikasi potensi yang dimiliki oleh UKM. Dari analisis ini akan diketahui seperti kekuatan, kelemahan, peluang, dan juga ancaman. Dari hasil Analisis SWOT ini kemudian dapat dilakukan tindakan lebih lanjut dalam memaksimalkan potensi pasar UKM. Adapun hasil Analisis SWOT dari UKM Kuliner Pak Is sebagai berikut :

Tabel 2.. Matriks SWOT

STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
1. Memiliki Variasi Produk yang disajikan	2. Belum ada kerjasama dengan pihak lain
3. Memiliki Lokasi yang Strategis	1. Layout ruangan belum teratur
4. Bahan Baku berkualitas (membeli bahan sangat selektif dan segar),	5. Belum ada social media
6. Harga jual terjangkau dan telah mempunyai pelanggan tetap	2.
OPPORTUNITIES (O)	THREAT (T)
1. usaha kuliner mempunyai lokasi yang strategis	1. Mempunyai banyak pesaing dan banyak produk pengganti makanan,
2. konsumen sangat selektif dalam memilih makanan dan konsumtif	3. Konsumen cepat merasa bosan
4. adanya perkembangan internet.	Kondisi ekonomi kurang kondusif saat ini. 2.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 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 presentasi PKM ini adalah strategi dengan cara mensosialisasikan kepada mitra mengenai Strategi bisnis SWOT.
3. Pemilik Rumah Kuliner secara bertahap melakukan pembenahan dalam usahanya, karena sudah mengetahui kelemahan dan peluang, kekuatan dan ancaman yang dihadapi untuk selanjutnya.
4. Kerjasama berikutnya dapat dilanjutkan dengan materi kegiatan pelatihan dan pendampingan mengenai cara membuat penyusunan laporan keuangan.

5.2 SARAN

Dengan memperhatikan hasil dari pembahasan dan kesimpulan yang ada, maka diberikan Saran sebagai berikut :

1. Sebaiknya usaha Pak Is ini, secepatnya membuat inovasi-inovasi yang radikal agar bisa menjangkau konsumen lebih banyak lagi.
2. Masalah Tata letak/layout fasilitas usaha juga perlu ditata ulang.
3. Dalam masalah Administrasi dan keuangan perlu segera dibenahi supaya tertib dan rapih.
4. Memanfaat teknologi internet secara maksimal dalam pelayanan dan pemasarannya.

Referensi

1. 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.
2. Corbett, A. C., & Katz, J. A. (2016). Models of start-up thinking and action: Theoretical, empirical, and pedagogical approaches. Bingley, UK: Emerald Group Publishing.
3. Frederick, Howard, Allan O'Connor, and Don Kuratko (2012). Entrepreneurship Theory Process Practice. 3rd Asia-Pacific edition. Melbourne: Cengage Learning Australia.
4. Frederick, Howard H., Kuratko, Donald F dan Hodgetts, Richard H (2016). Entrepreneurship, Theory, Process, Practice, South Melbourne, Victoria: Cengage Learning.
5. Freddy Rangkuti, (2015), "Analisis SWOT, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
6. Kotler, Philip et.al (2015), "Marketing Management: An Asian Perspective", Second Edition. Singapore: Prentice Hall.
7. McKeever, M. P. (2017). How to write a business plan (13th edition). Berkeley, CA: Nolo.
8. Robbins dan Coulter.(2016). Manajemen. Edisi ketujuh. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
9. Scarborough, N. M. & Cornwall, J. R., (2016). Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management. England: Pearson.
10. Scarborough, N. M., & Zimmerer, Wilson, D. (2018). Essentials of entrepreneurship and small business management. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
11. Suharto, Edi (2014), Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat (Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial & Pekerjaan Sosial), PT.Refika Aditama
12. Zimmerer, Thomas. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2018). Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil . Jakarta: Salemba Empat.