

**LAPORAN PKM REGULER BERBASIS LUARAN  
YANG DIAJUKAN KE LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA  
MASYARAKAT**



**STRATEGI ANALISIS SWOT UKM DI KUNCIRAN INDAH  
KOTA TANGERANG**

**Disusun oleh:**

**Ketua Tim**

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

**Anggota:**

**Said Ashadi Cahyadi NIM: 115220249**

**Shandy Eka Prasetyo NIM: 115220247**

**Helena Monica Ong NIM:115220235**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS UNIVERSITAS  
TARUMANAGARA JAKARTA  
JUNI 2025**

**HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN PKM  
SKEMA REGULER**

Periode 1 Tahun 2025

- |                                  |   |
|----------------------------------|---|
| 1. Judul PKM                     | <b>STRATEGI ANALISIS SWOT UKM DI KUNCIRAN<br/>INDAH KOTA TANGERANG</b>        |
| 2. Nama Mitra PKM                | <b>IBU SUSYATI .</b>  |
| 3. Ketua Tim Pelaksana           |   |
| A. Nama dan Gelar                | : Drs. M. Tony Nawawi, MM..   |
| B. NIDN/NIK                      | : 0321036301/10191031.  |
| C. Jabatan/Gol.                  | : Lektor.   |
| D. Program Studi                 | : S1 Manajemen.   |
| E. Fakultas                      | : Ekonomi & Bisnis  |
| F. Bidang Keahlian               | : Ilmu Manajemen.   |
| H. Nomor HP/Tlp                  | : 081906461741.   |
| 4. Anggota Tim PKM               |   |
| A. Jumlah Anggota<br>(Mahasiswa) | : 3 orang   |
| B. Nama & NIM Mahasiswa 1        | : Said Ashadi Cahyadi NIM: 115220249.   |
| C. Nama & NIM Mahasiswa 2        | : Shandy Eka Prasetyo NIM: 115220247<br>Helena Monica Ong NIM:115220235       |
| 5. Lokasi Kegiatan Mitra         | :   |
| A. Wilayah Mitra                 | : Jln. H. Sikam Raya, Rt.004 Rw.009 Bojong<br>Poncol, Kunciran Indah, Pinang. |
| B. Kabupaten/Kota                | : Kota Tangerang.   |
| C. Provinsi                      | : Banten  |
| 6. Metode Pelaksanaan            | : Luring/ <del>Daring</del> (pilih)   |
| 7. Luaran yang dihasilkan        | : Prosiding-Jurnal.   |
| 8. Jangka Waktu Pelaksanaan      | : Januari-Juni/ <del>Juli-Desember</del> (pilih)                              |
| 9. Pendanaan                     |   |
| Biaya yang disetujui LPPM        | : Rp12.000.000  |

Jakarta, 21 Juni 2025

Menyetujui,  
Ketua LPPM

Ketua Pelaksana



Dr. Hetty Karunia Tunjungsari, S.E., M.Si.  
NIDN/NIDK : 0316017903/10103030

Drs. M. Tony Nawawi, MM.  
NIDN/NIDK: 321036301/10191031

## **ABSTRAK**

Strategi analisis bisnis ukm sangat penting bagi seorang pengusaha untuk menjaga kelangsungan bisnisnya, melalui strategi marketing ini dapat memberikan solusi operasional bisnisnya di masa yang akan datang. Sebuah Bisnis dibidang berhasil atau sukses bilamana, bisnisnya memiliki strategi marketing bisnis yang terukur. Kegiatan PKM kali ini bertujuan untuk membantu Usaha Rumahan (UKM) memahami pentingnya pemberdayaan strategi marketing bisnis dalam menjalankan suatu bisnisnya. Adapun Mitra PKM ini adalah Usaha Rumahan bergerak pada usaha warung sembako yang diolah menjadi bisnis keluarga untuk mendapatkan pendapatan rumah tangga. Dalam hal pelaksanaan usaha mitra memerlukan strategi analisis bisnis terutama dalam menjaga keberlanjutan usaha, namun mitra menghadapi permasalahan dalam hal strategi marketing bisnis secara optimal. Hal ini dikarenakan minimnya pengetahuan mitra tentang hal itu.. Untuk itu kegiatan PKM bertujuan membantu mitra meningkatkan pengetahuan mitra dalam hal pengenalan strategi rencana bisnis secara optimal . Metode yang ditawarkan pada kegiatan ini adalah sosialisasi secara luring. Materi yang akan disampaikan meliputi: pengenalan strategi, manfaat rencana bisnis, format rencana bisnis dan lainnya. Melalui kegiatan ini diharapkan, masalah yang muncul pada usaha mitra akan teratasi, mitra dapat memahami pentingnya pengembangan strategi marketing bisnis dalam menjalankan usaha.

Key word: strategi analisis swot, marketing bisnis, Ukm

## **1. PENDAHULUAN**

Pemberdayaan Ukm merupakan langkah yang strategis dalam meningkatkan dan memperkuat dasar kehidupan perekonomian dari sebagian besar rakyat Indonesia, khususnya melalui penyediaan lapangan kerja dan mengurangi kesenjangan serta mengurangi tingkat kemiskinan. Pemberdayaan ukm dengan rencana Strategi marketing Bisnis diperlukan dalam upaya mengatasi permasalahan usaha rumahan (UKM), rencana marketing 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. Mc.Keever (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 (2008) 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 kecendrungan 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 (2006), bagi seorang pengusaha rencana bisnis memberikan panduan operasi perusahaan dengan membuat rencana untuk masa yang akan datang dan menyusun strategi marketing untuk mencapai kesuksesannya.

Menurut Philip Kotler & Gary A (2016), strategi pemasaran adalah pola pikir yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran pada suatu perusahaan, bisa mengenai startegi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran (marketing mix), dan besarnya sebuah pengeluaran pemasaran.

Mitra yang menjadi tempat kegiatan adalah usaha rumahan yang fokus dengan barang kebutuhan Rumah tangga. Dengan latar belakang untuk memenuhi kebutuhan hidup yang semakin banyak, sehingga Bu Susy sebagai tulang punggung keluarga dengan 2 anaknya, merasa perlu bekerja ekstra dalam memenuhi kebutuhan keluarga. Awal ini lah yang menyebabkan mitra memulai usahanya dengan modal awal dari pinjaman saudaranya sebesar Rp. 10 juta, dengan buka usaha perkreditan dan jualan kecil-kecilan. setiap hari ada saja yang membeli. Harapan Bu Susyati usahanya ini bisa menopang kehidupan keluarga sepenuhnya. Mengembangkan usaha lebih maju lagi. Untuk itu mitra terus memperhatikan upaya yang perlu dilakukan dalam menjaga kelangsungan hidup usaha.

Berbagai jenis usaha dan potensi yang dimiliki mitra, sudah seharusnya memiliki rencana

marketing bisnis yang lebih baik. Menurut Julian (2013) mengungkapkan bahwa banyak manajer UKM belum memiliki pengetahuan yang memadai perencanaan strategis. Sehingga partisipasi UKM masih tergolong rendah dalam proses rencana . Mitra cukup kooperatif dalam variasi kuliner yang dijual, memiliki skill dalam mengolah bahan baku menjadi produk yang bernilai jual, adanya permintaan produk yang dihasilkan dan banyak lagi sumber potensi mitra. Untuk itu penting bagi mitra dapat melakukan usaha dengan membuat rencana marketing bisnis yang baik dan benar. Tim dosen dan mahasiswa berkeinginan untuk membantu melakukan memberikan pembekalan tentang perencanaan strategi marketing bisnis pada mitra. Agar usaha yang akan dijalankan maupun yang sedang berjalan dapat lebih ditingkatkan, dan menjaga keberlanjutan usaha mitra di masa depan.

## **2. METODE PELAKSANAAN**

### **A. Langkah-Langkah / Tahapan Pelaksanaan**

Kegiatan sosialisasi dilakukan untuk memberikan pembekalan kepada mitra dalam memahami pengembangan strategi marketing bisnis 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 mentor dapat 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 secara langsung.
- f. Pelaksana PKM menjelaskan tentang apa yang harus dilakukan dalam pengembangan strategi perencanaan bisnis
- g. Pelaksana PKM menanggapi respon mitra tentang materi yang sudah disampaikan dan melakukan evaluasi.

### **B. 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 dengan 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 3 mahasiswa dalam bentuk ceramah dan tanya jawab	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

### C. Uraian kepakaran dan tugas masing-masing anggota tim.

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

Tabel 2. Daftar Kegiatan Pengusul

No	Nama	Bidang Keahlian	Tugas
1	M Tony Nawawi	Manajemen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan perizinan</li> <li>• Berkoordinasi dengan mitra</li> <li>• Menentukan materi kegiatan</li> <li>• Menentukan jadwal sosialisasi</li> <li>• Menentukan metode</li> <li>• Menyusun luaran</li> <li>• Menyusun laporan</li> </ul>
2	Said Ashadi Cahyadi	Mahasiswa	Membantu pelaksanaan sosialisasi
3	Shandy Eka Prasetyo	Mahasiswa	Membantu menyusun anggaran
4	Helena Monieca Ong	Mahasiswa	Membantu PPT Materi PKM

### 3. LUARAN WAJIB KEGIATAN PKM

Luaran WAJIB		
1	Artikel Publikasi di Jurnal Terindeks SINTA/Prosiding Internasional	V
2	Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	V
3	Produk/ <i>prototype</i>	-







## DAFTAR PUSTAKA

- 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 (2006). *Entrepreneurship, Theory, Process, Practice*, South Melbourne, Victoria: Cengage Learning.
- Julian, O. (2013), "Relationship between strategic planning and organization's performance", *Non-Governmental Organizations (NGOS): a Case of Actionaid, Kenya*, Unpublished MBA Project School of Business, University of Nairobi, Nairobi
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga
- McKeever, M. P. (2017). *How to write a business plan* (13th edition). Berkeley, CA: Nolo.
- Scarborough, N. M. & Cornwall, J. R., 2016. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. England: Pearson
- Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Essentials of entrepreneurship and small business management*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
-

.