

STRATEGI BISNIS SWOT PADA UKM DI KOTA TANGERANG

M. Tony Nawawi¹, Darryl²

¹Jurusan Manajemen bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email:tonyn@fe.untar.ac.id

² Program S1 Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: darryl@stu.untar.ac.id

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.

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 Kreteria 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.

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 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) 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 (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 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 para pengusaha agar dapat memimpin perusahaan dengan sukses. Walaupun rencana bisnis 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 (2006), 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 MieGor.

2. Metode Pelaksanaan PKM

Langkah-Langkah / Tahapan Pelaksanaan

Kegiatan penyuluhan dilaksanakan untuk mengedukasi dan memberikan ilmu kepada mitra untuk memberikan pemahaman tentang pengembangan kiat bisnis dengan *SWOT*

dalam berwirausaha. Banyak hal yang menjadi faktor bagi mitra untuk menjaga keberlanjutan usaha. Terdapat beberapa tahapan kegiatan selama proses sosialisasi berlangsung adalah:

Pelaksana Tim PKM mempersiapkan bahan yang akan disampaikan ke mitra

Pelaksana Tim PKM sebagai pembimbing menemui pihak terkait, yaitu pemilik usaha untuk perizinan melakukan penyuluhan.

Pelaksana Tim PKM melakukan pengaturan dengan pebisnis untuk mengikuti kegiatan penyuluhan.

Pelaksana Tim PKM melakukan klasifikasi tugas dengan mahasiswa yang membantu kegiatan.

Pelaksana Tim PKM mengajarkan materi sosialisasi melalui ceramah, diskusi, dan tanya jawab di tempat secara langsung.

Pelaksana Tim PKM memberikan pemahaman tentang apa yang wajib dilakukan dalam identifikasi strategi bisnis SWOT

Pelaksana Tim PKM meminta mitra untuk bertanya jika belum memahami dari materi yang disampaikan.

Pelaksana 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 studi pustaka	Tim mengamati persoalan mitra , memeriksa berbagai studi pustaka dan artikel yang berhubungan dengan kajian
2	Melakukan perjanjian 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 ke mitra
4	Membuat kesepakatan waktu kegiatan	Partner melaksanakan kesepakatan dengan mitra mengenai waktu kegiatan
5	Sosialisasi dilakukan pemimpin kegiatan dibantu mahasiswa dalam bentuk diskusi /ceramah dan tanya jawab	Tim meminta mitra memberikan tanggapan pada 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

4. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan PKM ini dilakukan di Rumah Kuliner Bapak Ismail Subri 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 Subri 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 Subri) mulai dari harga Rp. 13.000 sd. Rp. 17.000 per porsi. Penjelasan materi tersebut disajikan dalam bentuk PPT secara luring , yang dibantu oleh mahasiswa.” Dalam permasalahan diatas tim menemukan dalam 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 uraian dari 4 aspek analisis SWOT dari Ukm milik Pak Ismail Subri yaitu :

1. **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.

2. **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 sosial.

3. *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.

4. *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 pengganti makanan, 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:

- a. Mitra kerjasama PKM ini adalah pemilik rumah Kuliner (Makanan khas Surabaya) di Kp. Bojong Poncol, Kunciran Indah, Kec, Pinang, Kota Tangerang.
- b. Bahan untuk pengutaraan PKM ini adalah kiat dengan cara melakukan penyuluhan kepada partner mengenai Strategi bisnis SWOT.
- c. Pemilik Rumah Kuliner secara bertahap melakukan pembenahan dan inovasi dalam usahanya, karena sudah mengetahui kelemahan dan peluang, kekuatan dan ancaman yang dihadapi untuk selanjutnya.
- d. 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 Subri, 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 (2006). *Entrepreneurship, Theory, Process, Practice*, 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 Small Business Management*. England: Pearson
- Scarborough, N. M., & Zimmerman, Wilson, D. (2008). *Essentials of entrepreneurship and small business management*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

