



**PERJANJIAN PELAKSANAAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
PERIODE I TAHUN ANGGARAN 2021
NOMOR : 176-Int-KLPPM/UNTAR/II/2021**

Pada hari ini Senin tanggal 22 bulan Februari tahun 2021 yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama : Ir. Jap Tji Beng, MMSI, 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 : Andi Wijaya, SE., MM
Jabatan : Dosen Tetap
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl. Tanjung Duren Utara, No. 1 Jakarta Barat 11470
Bertindak untuk diri sendiri dan atas nama anggota pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat:
 - a. Nama : Stefani, SE., MM.
Jabatan : Dosen Tetap
 - b. Nama : Sanny Ekawati, S.E.,M.M.
Jabatan : Dosen Tetap
 - c. Nama : Dr. Herman Ruslim, S.E.,M.M.,CA.,CPA.,MAPPI
Jabatan : Dosen Tetapselanjutnya 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 Penentuan Indikator Internal dan Eksternal Untuk Penentuan Strategi Bisnis Pada Aneka Cahaya Pelumas di Bekasi**"
- (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 7.500.000,- (Tujuh 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 Tahun 2021

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, 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 2021**

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). 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, MMSi, Ph.D

Pihak Kedua

Andi Wijaya, SE., MM

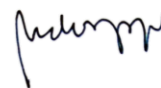
**RENCANA PENGGUNAAN BIAYA
(Rp)**

Rencana Penggunaan Biaya	Jumlah
Honorarium	Rp 0,-
Pelaksanaan Kegiatan	Rp 7.500.000,-

**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 3.750.000,-	Rp 3.750.000,-	Rp 7.500.000,-
	Jumlah	Rp 3.750.000,-	Rp 3.750.000,-	Rp 7.500.000,-

Jakarta, 22 Februari 2021
Pelaksana PKM



(Andi Wijaya, SE., MM)

LAPORAN AKHIR
PROGRAM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT YANG DIAJUKAN
KE DIREKTORAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT



**PELATIHAN PENENTUAN INDIKATOR INTERNAL DAN EKSTERNAL
UNTUK PENENTUAN STRATEGI BISNIS PADA ANEKA CAHAYA
PELUMAS DI BEKASI**

Diusulkan oleh

Ketua tim

ANDI WIJAYA (10199023)

Anggota:

STEFANI, SE., MM (10112011)

SANNY EKAWATI, SE., MM. (10100004)

DR. HERMAN RUSLIM, SE., MM., CA., CPA., MAPPI (10110001)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2021**

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Semester Genap 2020/2021

1. Judul : Pelatihan Penentuan Indikator Internal dan Eksternal Untuk Penentuan Strategi Bisnis pada Aneka Cahaya Pelumas di Bekasi
2. Nama mitra PKM : Aneka Cahaya Pelumas
3. Ketua Tim Pengusul
 - a. Nama dan gelar : Andi Wijaya, SE., MM
 - b. NIP/NIDN : 10199023/0326097403
 - c. Jabatan/Golongan : Lektor Kepala
 - d. Program studi : S1 Manajemen
 - e. Fakultas : Ekonomi
 - f. Bidang Keahlian : Manajemen
 - g. Alamat kantor : Tanjung Duren Utara I No.1 Jak-Bar
 - h. Nomor HP/telp : 08161926021
4. Anggota Tim PKM (Dosen) : Dosen 3 orang
 - a. Nama anggota I/keahlian : Stefani/ Manajemen Pemasarn
 - b. Nama anggota II/keahlian : Sanny Ekawati/Manajemen Pemasaran
 - c. Nama anggota III/keahlian : Herman Ruslim / Penilaian bisnis
5. Anggota Tim PKM (Mhswa) : Mahasiswa 1 orang
 - a. Nama Mahasiswa dan NIM : Anastasia Audrey (115190012)
6. Lokasi kegiatan mitra
 - a. Wilayah mitra : Bekasi
 - b. Kabupaten/kota : Kranji/Bekasi Barat
 - c. Propinsi : Jawa Barat
 - d. Jarak PT ke lokasi mitra : 39 km
7. Luaran yang dihasilkan :
8. Jangka waktu pelaksanaan : Januari – Juni 2021
9. Biaya Total :
 - a. Biaya yang diusulkan :

Jakarta, 28 Juni 2021

Menyetujui
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian
kepada Masyarakat

Jap Tji Beng, Ph.D.
NIK: 10381047



Ketua Tim Pengusul

Andi Wijaya, SE., MM.
0326097407/10199023

DAFTAR ISI

Ringkasan.....	2
BAB I PENDAHULUAN	
a. Analisis situasi.....	5
b. Permasalahan mitra.....	8
BAB 2 TARGET DAN LUARAN	
a. Solusi permasalahan.....	10
b. Luaran.....	12
BAB 3 METODE PELAKSANAAN	
a. Solusi untuk mengatasi masalah.....	14
b. Model yang ditawarkan.....	15
c. Jenis luaran.....	17
BAB 4 HASIL DAN LUARAN YANG INGIN DICAPAI	
a. Profil usaha.....	18
b. Membuat indikator faktor internal.....	18
c. Membuat indikator faktor eksternal.....	19
d. Analisis SWOT.....	20
e. Rencana tahapan selanjutnya.....	22
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	
a. Kesimpulan.....	24
b. Saran	24
DAFTAR PUSTAKA.....	25
LAMPIRAN MATERI YANG AKAN DISAMPAIKAN PADA SAAT KEGIATAN PKM.....	43

RINGKASAN

Penentuan strategi bisnis perlu dilakukan oleh usaha ini mengingat tingkat persaingan yang tinggi membawa dampak pada penjualan maka melalui penentuan strategi bisnis ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan bahkan memenangi persaingan. Penentuan strategi bisnis ini menganalisis pendekatan indikator eksternal dan internal yang dilanjutkan menggunakan analisis SWOT. Dengan memahami kelebihan, kelemahan, peluang serta ancaman, usaha ini dapat menentukan langkah yang paling efektif dalam pencapaian tujuan, menyelidiki masalah yang ditemui dan menemukan solusi.

Program PKM ini berupa penetapan indikator internal dan eksternal untuk penentuan strategi bisnis pada Aneka Cahaya Pelumas, dimana usaha ini memberikan kepuasan melalui pelayanan yang tepat ke konsumen. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat memberikan masukan kepada usaha ini untuk senantiasa memperhatikan apa yang menjadi keinginan pelanggan. Keinginan pelanggan salah satunya diperoleh melalui penentuan strategi bisnis. Melalui strategi bisnis yang tepat maka pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan bahkan memenangi persaingan. Universitas Tarumanagara sebagai kampus *entrepreneur* yang membantu penyediaan dana demi terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Kata Kunci: indikator internal, indikator eksternal, SWOT

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

UMKM mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Peranan UMKM yang sangat besar dalam mendukung ketahanan perekonomian, karena UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) merupakan bagian terpenting yang sangat berpengaruh terhadap perekonomian di Indonesia. Perusahaan-perusahaan besar yang diharapkan mampu bertahan pada kondisi *new normal* ini, ternyata malah sebaliknya. Banyak perusahaan besar yang gagal bahkan ada yang sampai gulung tikar pada kondisi tersebut. Justru, UMKM yang dapat bertahan daripada perusahaan lain yang mempunyai skala besar. UMKM dapat bertahan karena UMKM lebih memanfaatkan sumber daya lokal yang dapat diandalkan untuk mendukung ketahanan ekonomi. Melihat kondisi yang seperti ini, menuntut organisasi untuk tetap terus mengeksplorasi dan memanfaatkan peluang untuk mempertahankan keunggulan kompetitif mereka yang dapat berguna untuk memastikan penciptaan kekayaan mereka melalui organisasi pembelajaran, kreativitas, dan inovasi. Keberadaan usaha kecil dan menengah (UKM) dapat dikatakan sebagai pendorong majunya perekonomian suatu negara. Di saat krisis ekonomi melanda pada tahun 1998, banyak kegiatan usaha yang harus gulung tikar dengan meninggalkan beban pengangguran yang tidak sedikit jumlahnya. Di sisi lain, usaha kecil dan menengah yang tumbuh di tengah masyarakat justru menunjukkan daya tahan yang lebih tinggi karena mampu menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah-ubah. Usaha kecil dan menengah merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara. Memunculkan wirausahawan baru di setiap daerah dirasa penting, selain dapat memajukan ekonomi suatu negara, tentunya juga dapat mengurangi tingkat pengangguran.

Persaingan yang ketat, perubahan, dan ketidakpastian lingkungan yang

dihadapi oleh perusahaan telah membuat organisasi merangkul inovasi (Ferrel and Harline, 2013). Karena inovasi dianggap sebagai suatu hal yang penting untuk kesuksesan organisasi. Jika pemimpin perusahaan tidak memperhatikan atau bahkan kurangnya orientasi belajar dan inovasi maka dapat menghambat pengambilan keputusan terhadap keberlangsungan perusahaan, sehingga tidak dapat mempertahankan keunggulan kompetitif (Kotler & Armstrong, 2013). Hal ini juga akan berdampak pada kinerja dan juga pertumbuhan perusahaan. Kokohnya fundamental perekonomian yang didorong oleh program pemerintah terbukti membuat UMKM mampu bertahan dan menjadi penggerak ekonomi, terutama setelah krisis ekonomi. akan tetapi, UMKM juga dianalisis menghadapi banyak masalah. Pandangan yang telah disampaikan sebelumnya didukung oleh Sulistyastuti (2014) yang mengungkapkan bahwa di negara-negara maju maupun di negara-negara berkembang, UMKM memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional negara tersebut. Oleh sebab itu, keberadaan UMKM sangat dibutuhkan di suatu negara. UMKM seringkali dikaitkan dengan upaya pemerintah untuk mengatasi berbagai masalah ekonomi maupun sosial seperti: pengangguran, kemiskinan, dan masih belum optimalnya pemerataan pendapatan. Menurut UU No. 20 tahun 2008 tentang UMKM, suatu usaha digolongkan sebagai usaha mikro, usaha kecil, dan usaha besar dapat dilihat dari total aset atau total omzet usaha.

Berdasarkan kondisi persaingan yang ketat ini maka diperlukan langkah-langkah strategi yang tepat bagi usaha ini. Mengingat kondisi pandemi ini mengharuskan setiap perusahaan melakukan efisiensi, mau tidak mau tiap perusahaan harus merancang strateginya untuk dapat bertahan hidup bahkan memenangi persainagan. Kunci dari semua ini adalah kita mampu menganalisis sisi internal dan eksternal perusahaan, untuk itu dilakukan perencanaan strategis yang matang.

Perencanaan strategis (*strategic planner*) suatu perusahaan harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) pada kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi atau populer disebut Analisis SWOT. Analisis SWOT adalah

suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan-kelemahan (*Weaknesses*) suatu organisasi dan kesempatan-kesempatan (*Opportunities*) serta ancaman-ancaman (*Threats*) dari lingkungan untuk merumuskan strategi organisasi. Analisis ini memandu untuk mengidentifikasi positif dan negatif di dalam lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Dari analisis seluruh faktor internal dan eksternal dapat dihasilkan empat macam strategi organisasi dengan karakteristiknya masing-masing (Rangkuti, 2016). Dari analisa tersebut potensi dari suatu institusi untuk bisa maju dan berkembang dipengaruhi oleh bagaimana institusi memanfaatkan pengaruh dari luar sebagai kekuatan tambahan serta pengaruh lokal dari dalam yang bisa lebih dimaksimalkan (Budiawan, *et al* 2015). Manfaatnya bagi perusahaan sendiri adalah sebagai strategi penentu masa depan dalam keberlangsungan bisnisnya. Bagaimana sebuah perusahaan menjalankan strategi misinya untuk mencapai tujuan (visi) perusahaan (Aaker, 2017). Juga dapat digunakan oleh *stakeholder* untuk mengetahui kondisi faktor internal dan eksternal dari perusahaannya. Pengembangan proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matrik SWOT, di mana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, selanjutnya bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

Tujuan kegiatan PKM ini memberikan penentuan strategi bisnis Aneka Cahaya Pelumas di Jakarta berdasarkan kondisi yang ada. Dengan strategi yang

tepat dan sesuai dengan kondisi pasar yang ada maka dapat meningkatkan penjualan yang pada akhirnya dapat memenangi persaingan usaha.

1.2. Permasalahan Mitra

Dalam persaingan bisnis, perusahaan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan perusahaan itu sendiri. Hal ini akan sangat membantu perusahaan dalam mengenali diri, serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan ancaman. Suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi bersaing dengan cara mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal perusahaan dan kekuatan-kekuatan eksternal perusahaan. Pengembangan strategi bersaing ini bertujuan agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal sehingga dapat mengantisipasi perubahan lingkungan dimana hal itu sangat penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan optimal dari sumber daya yang ada. Strategi merupakan rencana tindakan yang menerangkan tentang alokasi sumber daya serta berbagai aktivitas untuk menghadapi lingkungan, memperoleh keunggulan bersaing, dan mencapai tujuan perusahaan.

Setiap bisnis yang ada tentu akan mengalami persaingan bisnis dan berupaya untuk mempertahankan eksistensi produk dan usahanya dalam meraih pangsa pasar dan keuntungan. Bukanlah jumlah yang sedikit bagi bisnis yang mengalami kegagalan dalam peluncuran produknya ke pasar konsumen. Faktor penyebab hal ini diantaranya yaitu karena bisnis tersebut tidak memiliki strategi yang jelas dalam menghadapi persaingan atau tekanan dari lingkungan bisnisnya. Hal yang lebih krusial yaitu mereka yang gagal tidak mengantisipasi kemungkinan atau risiko tekanan atau persaingan yang belum siap mereka hadapi tersebut. Dengan demikian, strategi bisnis yang tepat dan matang akan memberikan keunggulan bersaing secara kontinu bagi perusahaan. Penerapan strategi SWOT diperlukan untuk dapat mengetahui kelemahan dan ancaman yang dialami usaha ini serta memanfaatkan segala kekuatan menjadi sebuah peluang agar dapat bertahan dan berkompetisi di dunia usaha. Perkembangan dunia usaha yang terus berkembang dari waktu

ke waktu tentu membuat para pengusaha agar lebih jeli dan teliti dalam melihat sebuah kekurangan dan kekuatan usahanya, sehingga usaha yang sudah dijalankan cukup lama tidak mengalami kemunduran yang berakibat pada matinya usaha itu sendiri.

BAB II

SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN

1.1. Solusi Permasalahan

Penerapan SWOT pada suatu perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu pandangan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisa SWOT tersebut nantinya dapat di jadikan sebagai bandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi di masa-masa yang akan datang. Tujuan lain diperlukannya analisis SWOT adalah dimana setiap produk yang beredar dipasaran pasti akan mengalami pasang surut dalam penjualan atau yang dikenal dengan istilah daur hidup produk (*life cycle product*). Konsep daur hidup produk dirujuk berdasarkan keadaan realita yang terjadi di pasar, bahwa konsumen memiliki tingkat kejenuhan dalam memakai suatu produk. Menurut Jogiyanto (2005), SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi. Menurut David (2008), semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Menurut Ferrel dan Harline (2005), fungsi dari Analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman).

a) Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *Opportunities and Threats* (O and T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi diluar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri (*industry environment*) dan lingkungan bisnis makro (*macro environment*), ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.

b) Faktor Internal

Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *Strengths and Weaknesses* (S

and W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (decision making) perusahaan. Faktor Internal ini mencakup meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, dan budaya perusahaan

Secara umum manfaat analisis SWOT adalah perusahaan menjadi lebih memahami kekuatannya dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkannya, perusahaan dapat melihat suatu peluang dan dapat mempertahankan peluang, perusahaan mengetahui kelemahan serta mencari solusi untuk mengurangi kelemahan tersebut, perusahaan mengetahui potensi ancaman serta mencari solusi untuk menghindari ancaman tersebut. SWOT merupakan sebuah metode yang digunakan untuk membuat evaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam bisnis. Umumnya SWOT digambarkan dengan tabel pada ukuran kertas yang besar untuk memudahkan analisis hubungan antar aspeknya. Pembuatan analisis SWOT melibatkan tujuan bisnis yang spesifik dan identifikasi faktor internal-eksternal untuk mencapai tujuan tersebut. Seperti yang sudah disinggung diatas, analisis SWOT melibatkan empat unsur utamanya, yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

- Kekuatan (*Strenght*)

Solusi yang ditawarkan adalah membuat daftar sebanyak mungkin kekuatan internal perusahaan yang dijadikan dasar pengoptimalan kekuatan dan sebagai pedoman dasar pengambilan keputusan bisnis perusahaan.

- Kelemahan (*Weakness*)

Solusi yang ditawarkan adalah membuat daftar sebanyak mungkin kelemahan internal perusahaan yang dijadikan dasar memperbaiki kelemahan dan sebagai pedoman dasar pengambilan keputusan bisnis perusahaan.

- Peluang (*Opportunity*)

Solusi yang ditawarkan adalah membuat daftar sebanyak mungkin peluang perusahaan yang dijadikan dasar pengoptimalan peluang dan sebagai pedoman dasar pengambilan keputusan bisnis perusahaan.

- Ancaman

Solusi yang ditawarkan adalah membuat daftar sebanyak mungkin ancaman perusahaan yang dijadikan dasar menghadapi ancaman dan sebagai pedoman dasar pengambilan keputusan bisnis perusahaan.

Berdasarkan pentingnya pengembangan produk untuk meningkatkan penjualan, maka para dosen FE UNTAR berinisiatif untuk memberikan saran untuk penetapan strategi bisnis bagi toko kalkulator di Jakarta.

1.2. Luaran Target PKM

Target pengabdian kepada masyarakat/luaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah agar usaha ini dapat menetapkan strategi bisnis yang tepat, strategi ini merangkum dari indikator faktor internal dan eksternal.

Luaran lainnya berupa artikel yang akan dipublikasikan dalam seminar Senapenmas yang diselenggarakan oleh Universitas Tarumanagara sehingga dapat diperoleh beberapa saran yang berguna dalam perbaikan untuk kegiatan program pengabdian masyarakat selanjutnya.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

1.1. Langkah-langkah/Tahapan Pelaksanaan

a. Menganalisis faktor internal

Faktor internal ini meliputi pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, operasional. Solusi yang ditawarkan adalah membuat indikator yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan berdasarkan kondisi internal yang ada. Analisa lingkungan internal dilakukan untuk mengetahui tingkat daya saing perusahaan berdasarkan kondisi internal perusahaan berdasarkan kondisi internal perusahaan. Faktor internal perusahaan sepenuhnya dapat dikendalikan sehingga kelemahan yang diketahuinya dapat diperbaiki.

b. Menganalisis faktor eksternal

Faktor eksternal ini meliputi konsumen, pesaing, pemerintah, pemasok, sosio ekonomi, dan teknologi. Solusi yang ditawarkan adalah membuat indikator yang menjadi peluang dan ancaman perusahaan berdasarkan kondisi eksternal yang ada. Analisis lingkungan eksternal mencakup pemahaman berbagai faktor di luar perusahaan yang mengarah pada munculnya kesempatan bisnis/ bahkan ancaman bagi perusahaan. Di dalam analisis lingkungan eksternal berupaya memilah permasalahan global yang dihadapi perusahaan dalam bentuk, fungsi dan keterkaitan antar bagian.

c. Analisis SWOT

Melalui analisa SWOT dapat menjadi bahan untuk membuat perencanaan strategis dan mencapai tujuan perusahaan secara lebih sistematis. Analisis SWOT sangat penting untuk dilakukan, yaitu sebagai kerangka untuk menganalisis apa yang dimiliki dan tidak dimiliki perusahaan. Analisis ini bukan hanya penting untuk membangun sebuah bisnis saja, namun sangat penting untuk keberlangsungan bisnis. Analisis yang diterapkan dengan baik dan dijalankan dengan benar dalam sebuah perusahaan akan sangat membantu untuk melihat sisi-sisi perusahaan yang selama ini tidak terlihat. Tanpa melakukan analisis bisa jadi bisnis yang dibangun tidak berjalan secara efisien dan efektif.



1.2. Partisipasi Mitra dalam Kegiatan PKM

Mitra menawarkan suatu model untuk mengatasi permasalahan ini, yaitu:

1. Menyusun indikator faktor internal

Pada bagian ini dilakukan pendampingan dalam pembuatan daftar indikator faktor internal, indikator ini dikaitkan dengan kondisi internal perusahaan. Aspek pemasaran dikaitkan dengan teori 4P (*product, price, place, dan promotion*). Indikator aspek keuangan dilihat dari arus kas perusahaan (dilihat dari penjualan dan biaya-biaya) dan kemampuan perusahaan dalam menjaga kelangsungan hidupnya melalui pendekatan rasio keuangan. Indikator aspek sumber daya manusia meliputi perputaran karyawan, kinerja, efisiensi dan efektivitas pengelolaan karyawan. Indikator aspek operasional meliputi kemampuan mesin dalam memproduksi barang termasuk didalamnya pemeliharaan mesin untuk memastikan proses produksi tidak terganggu.

2. Menyusun indikator faktor eksternal

Pada bagian ini dilakukan pendampingan dalam pembuatan daftar indikator faktor eksternal, indikator ini dikaitkan dengan kondisi lingkungan eksternal perusahaan. Indikator aspek pelanggan dilihat dari sisi kesetiaan dan loyalitas terhadap produk perusahaan. Indikator aspek pemasok adalah memastikan bahan baku dapat tetap terjaga dengan baik dalam hal distribusinya. Aspek pesaing memiliki indikator apakah perusahaan memiliki kemampuan dalam menghadapi persaingan. Aspek pemerintah menyangkut kebijakan pemerintah yang mendorong sektor industri untuk terus menghasilkan output yang baik. Aspek ini berkaitan dengan kondisi sosio ekonomi dari masyarakat. Aspek teknologi memiliki indikator

kemampuan perusahaan untuk mengadaptasi perubahan teknologi yang mungkin terjadi.

3. Melakukan analisis SWOT

Pada bagian ini setelah dilakukan seluruh indikator internal dan eksternal maka langkah selanjutnya memasukkan seluruh indikator tersebut dalam tabel analisis SWOT. Analisis SWOT membantu perusahaan untuk pengambilan keputusan strategi bisnisnya. Analisis ini dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan yang ada dengan mengambil peluang pasar serta mempersiapkan perusahaan untuk menghadapi ancaman yang ada dari kelemahan perusahaan. Setelah dilakukan analisis SWOT berikutnya ditentukan strategi yang diusulkan kepada pemilik usaha ini.

3.3. Kepakaran dan Pembagian Tugas Tim

Dalam rangka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini seluruh anggota tim telah pakar mengingat pengalaman mengajar dan gelar yang disandanginya disamping itu seluruh anggota tim juga aktif dalam melakukan pengabdian yang diselenggarakan di lingkungan Universitas Tarumanagara. Pengabdian kepada masyarakat ini merupakan suatu kewajiban bagi dosen untuk memenuhi Tridarma perguruan tinggi disamping itu juga untuk memenuhi persyaratan sertifikasi dosen yang telah diperoleh oleh ketua dan anggota timnya sehingga ketua dan seluruh anggota tim telah memperoleh sertifikasi dosen hingga wajib aktif melakukan pengabdian kepada masyarakat tiap semesternya. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan melakukan penentuan strategi bisnis menggunakan analisis SWOT pada Aneka Cahaya Pelumas di Bekasi. Strategi ini berguna untuk menjaga keberlangsungan hidup toko ini.

Struktur organisasi tim pengabdian kepada masyarakat ini terdiri dari satu orang ketua dan tiga orang anggota, seperti yang tertera pada tabel di bawah ini:

No	Nama	Status
1	Andi Wijaya, SE., MM	Ketua tim
2	Stefani, SE., MM	Anggota tim
3.	Sanny Ekawati, SE., MM.	Anggota tim
4.	Dr. Herman Ruslim, SE., MM., CA., CPA., MAPPI	Anggota tim

Pemilihan personil di atas disesuaikan dengan target output yang akan dicapai melalui program ini, yaitu: terciptanya strategi yang tepat. Masing-masing anggota tim di bawah koordinsai ketua tim dan mereka melakukan tugasnya sesuai dengan apa yang telah ditentukan. Proses penyusunan indikator faktor internal dan eksternal dilakukan oleh ketua tim melalui survey langsung ke pemilik usaha juga melalui pengamatan dilanjutkan dengan membuat rekapan hasil tersebut untuk dimasukkan dalam matriks SWOT yang pada akhirnya dapat diketahui strategi usaha ini.

BAB IV HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

A. Profil Usaha

Nama : Aneka Cahaya Pelumas
Wilayah : Jl. Raya Bekasi KM 23
Kecamatan : Kranji
Propinsi : Jawa Barat
Jam buka : 08.00 – 17.00 (Hari Senin- Sabtu)

Aneka Cahaya Pelumas merupakan usaha oli yang mendistribusikan produknya di wilayah Bekasi dan sekitarnya. Usaha ini beroperasi sejak tahun 2014 yang dikelola oleh Bapak Andry dengan dibantu 4 orang karyawannya. Usaha ini berada di Jalan Raya Bekasi KM 23 Bekasi Barat. Produk yang didistribusikan adalah berbagai macam merek oli, antara lain Shell, Castrol, Federal, Evalube, dll.

Usaha penjualan oli ini terbilang cukup tinggi mengingat produk oli merupakan “makanan” bagi kendaraan bermotor. Usaha ini melayani konsumen mulai pukul 08.00 sampai dengan 17.00.



a. Membuat indikator faktor internal

Analisis lingkungan internal dilakukan untuk mengetahui tingkat daya saing usaha toko ini berdasarkan kondisi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Faktor internal perusahaan sepenuhnya dapat dikendalikan sehingga kelemahan yang diketahuinya dapat diperbaiki. Aspek internal meliputi pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, operasional. Dari hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan, berikut ini adalah daftar indikator faktor internal yang mencerminkan kekuatan dan kelemahan Aneka Cahaya Pelumas tersebut.

Kekuatan (*Strength*)

- Memiliki beberapa merek dari produk yang dijual
- Harga yang kompetitif
- Tidak ada hambatan dalam distribusi produk

Kelemahan (*Weakness*)

- Keterbatasan atas modal karena merupakan usaha keluarga.
- Penataan barang yang tidak rapi
- Masih menggunakan *manual system* dalam sistem pelaporan keuangan

b. Membuat indikator faktor eksternal

Analisis lingkungan eksternal mencakup pemahaman berbagai faktor di luar perusahaan yang mengarah pada munculnya kesempatan bisnis/bahkan ancaman bagi perusahaan. Aspek eksternal meliputi pesaing, *supplier*/pemasok, pemerintah, dan konsumen. Dari hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan, berikut ini adalah daftar indikator faktor eksternal yang mencerminkan peluang dan ancaman Aneka Cahaya Pelumas tersebut.

Peluang (*Opportunities*)

- Pasar di daerah yang masih terbuka luas.
- Hubungan yang baik dengan pemasok
- Peraturan Pemerintah yang mendukung usaha UMKM
- Memiliki pelayanan yang baik kepada konsumen

Ancaman (*Threats*)

- Menurunnya daya beli masyarakat akibat pandemic covid-19
- Pesaing yang sudah lebih dahulu menggunakan sistem penjualan *online*.
- Adanya ancaman dari pendatang baru

c. Analisis SWOT

Matriks SWOT

		Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
		<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki beberapa merek produk • Harga yang kompetitif • Distribusi produk lancar 	<ul style="list-style-type: none"> • Keterbatasan atas modal • Penataan barang yang tidak rapi • Masih menggunakan <i>manual system</i>
Peluang (<i>Opportunities</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Pasar masih terbuka luas. • Hubungan baik dengan pemasok • PP mendukung UMKM • Pelayanan baik kepada konsumen 	<p><u>Strategi S-O</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengembangkan pasar (<i>market development</i>) • Membuat <i>website</i> • Menjaga hubungan baik dengan konsumen 	<p><u>Strategi W-O</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Mencari pinjaman yang mampu untuk dilunasi • Membuat sistem secara komputerisasi
Ancaman (<i>Threats</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Menurunnya daya beli masyarakat • Pesaing menggunakan sistem penjualan <i>online</i>. • Ancaman pendatang baru 	<p><u>Strategi S-T</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Penetrasi kepada konsumen baru • Menawarkan produk melalui media sosial. 	<p><u>Strategi W-T</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>Customer Relationship Managenent</i>

Gambar 3: Tabel analisis SWOT

Strategi S-O

Strategi yang dapat dilakukan oleh Aneka Cahaya Pelumas ini adalah menggunakan kekuatan-kekuatan yang ada untuk memanfaatkan setiap peluang yang ada di pasar. Strategi yang dapat dilakukan adalah:

Mengembangkan pasar (*market development*)

Meningkatkan penjualan dengan cara mencari pasar baru yang masih terbuka luas di daerah. Strategi yang dapat digunakan:

1. Menghubungi toko-toko di luar daerah untuk menjadi pelanggan dengan menawarkan produk perusahaan.
2. Mendatangi toko-toko di luar daerah untuk menawarkan produk Aneka Cahaya Pelumas..

Membuat *website*

Menyewa jasa pembuatan *website* untuk lebih mempromosikan usaha toko dan agar lebih dikenal..

Menjaga hubungan yang baik dengan konsumen

Secara terus menerus menjalin hubungan yang baik dengan konsumen yang ada agar mereka merasa terpuaskan sehingga tercipta loyalitas pelanggan.

Strategi W-O

Strategi yang dapat dilakukan oleh Aneka Cahaya Pelumas adalah meminimalisir kelemahan-kelemahan dan memanfaatkan setiap peluang yang ada di pasar. Strategi yang dapat dilakukan adalah:

Mencari pinjaman yang mampu untuk dilunasi

Dalam hal ini, Aneka Cahaya Pelumas, harus memiliki cadangan modal untuk memutar kegiatan bisnisnya agar berjalan dengan baik. Cadangan modal dapat diperoleh dengan meminjam dari bank yang memiliki tingkat suku bunga pinjaman kecil dan diukur dengan tingkat kemampuan toko mengembalikan pinjaman tersebut.

Membuat sistem secara komputerisasi

Membuat sistem secara komputerisasi akan memudahkan pemilik usaha memantau kondisi keuangan dan perputaran persediaan barang. Sistem komputerisasi ini juga akan menghemat waktu dan tenaga.

Strategi S-T

Strategi yang dapat dilakukan oleh usaha ini adalah menggunakan kekuatan-kekuatan yang ada untuk menghadapi setiap ancaman yang terjadi di pasar. Permasalahan pada kuadran ini dapat diselesaikan melalui beberapa strategi yang dapat dijalankan, yaitu:

Penetrasi kepada konsumen baru

Aneka Cahaya Pelumas mencari konsumen baru dengan melakukan penetrasi yang baik ke daerah-daerah sehingga pasar toko ini menjadi lebih besar untuk memenangi persaingan.

Menawarkan produk menggunakan media sosial

Mengikuti perkembangan jaman di mana produk banyak ditawarkan dengan sistem daring, maka usaha ini juga sudah selayaknya belajar beradaptasi dengan perubahan yang ada. Hal ini merupakan momen untuk usaha ini memulai melakukan perubahan dalam sistem penjualan.

Strategi W-T

Melakukan *Customer Relationship Management (CRM)*

Banyak pesaing yang sudah melakukan penjualan secara *online* dapat dihadapi usaha ini dengan cara menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. Hal ini akan memberikan nilai tambah dan mempertahankan pelanggan tetap setia.

d. Rencana Tahapan Selanjutnya

1. Latar Belakang Masalah

Melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini perlu dikembangkan lebih lanjut pada kegiatan lainnya agar usaha ini lebih tertata rapi ke depannya. Saat ini mitra hanya mencatat mengenai pemasukan dan pengeluaran secara manual, sehingga ketika ingin mengetahui sisa persediaan yang ada akan memerlukan waktu untuk mendapatkan data tersebut. Pencatatan secara komputasi memudahkan mitra untuk mengetahui berapa banyak barang yang keluar dan yang diperlukan untuk pemesanan kembali sehingga efek *over* ataupun kekurangan pada salah satu barang tidak terjadi.

Hal lain yang juga harus diperhatikan adalah mengenai tagihan piutang yang diberikan kepada pelanggan. Keluhan yang disampaikan mitra adalah kelalaian dalam hal penagihan piutang dan ketidakmauan pelanggan membayar kewajibannya, dampak akan hal ini adalah perputaran arus kasnya terhambat. Arus kas dibutuhkan agar pengoperasian usaha dapat berjalan lancar.

2. Permasalahan Mitra

Model kajian selanjutnya berdasarkan latar belakang yang dialami mitra adalah:

- a. Bagaimana membuat pembukuan secara komputasi?
- b. Bagaimana pengelolaan laporan keuangan yang baik?
- c. Bagaimana pengelolaan persediaan barang agar keuangan toko lancar?
- d. Bagaimana sistem penagihan piutang agar arus kas toko lancar?

3. Tujuan Kegiatan

- a. Mitra memahami pembukuan secara komputasi
- b. Mitra memahami pengelolaan keuangan dengan baik untuk mempermudah pelaporan dan analisis keuangan.
- c. Mitra mengetahui mengenai perputaran persediaan.
- d. Mitra memahami mengenai arus kas yang sehat untuk memperlancar kegiatan usaha

4. Luaran Hasil Kegiatan

Melalui kegiatan ini, diharapkan selanjutnya mitra dapat terus bertahan dan terus melakukan pengembangan usaha di masa depan. Luaran yang dapat diusulkan untuk kegiatan PKM selanjutnya adalah:

- a. Membuat pembukuan secara komputasi
- b. Membuat laporan keuangan
- c. Memahami mengenai arus kas perusahaan agar tetap lancar.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Aneka Cahaya pelumas merupakan toko oli yang memenuhi wilayah Bekasi dan sekitarnya
2. Toko ini masih dikelola secara tradisional berdasarkan manajemen keluarga.
3. Aneka Cahaya Pelumas belum menerapkan strategi bisnis melalui pendekatan SWOT

b. Saran

1. Mengembangkan pasar (*market development*)

Meningkatkan penjualan dengan cara mencari pasar baru yang masih terbuka luas di daerah. Strategi yang dapat digunakan:

- a) Menghubungi toko-toko di luar daerah untuk menjadi pelanggan dengan menawarkan produk perusahaan.
- b) Mendatangi toko-toko di luar daerah untuk menawarkan produk Aneka Cahaya Pelumas..

2. Membuat *website*

Menyewa jasa pembuatan *website* untuk lebih mempromosikan usaha toko dan agar lebih dikenal.

3. Menjaga hubungan yang baik dengan konsumen

Secara terus menerus menjalin hubungan yang baik dengan konsumen yang ada agar mereka merasa terpuaskan sehingga tercipta loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. David. 2017. Manajemen Ekuitas Merek. Alih bahasa oleh Aris Ananda . Jakarta: Mitra Utama.
- Budiawan, A., M.N. Ihsan, dan S. Wahjuningsih. 2015. Hubungan body condition score terhadap service per conception dan calving interval sapi potong peranakan ongole di Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan. Jurnal Ternak Tropika. 16(1): 34-40.
- Ferrel,O.C and D, Harline.2013. Marketing Strategy. South Western: Thomson Corporation
- Freddy, Rangkuti. 2016. Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2013. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Sulistiyastuti, Dyah Ratih. 2014, Dinamika Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Analisis Konsentrasi Regional UKM di Indonesia 1999-2001, Jurnal Ekonomi Pembangunan, Vol. 9 No. 2, Desember 2014.

LAMPIRAN 1 : BIODATA KETUA PENGUSUL

I. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap (dengan gelar)	Andi Wijaya, SE., MM.
2.	Jabatan Fungsional	Dosen Tetap FE Untar
3.	Jabatan Struktural	-
4.	NIP/NIK/No. identitas lainnya	10199023
5.	NIDN	0326097403
6.	Tempat dan Tanggal Lahir	Jakarta, 26 September 1974
7.	Alamat Rumah	Jl. Mangga 16 Blok AA No. 15 Jakarta Barat
8.	Nomor HP	08161926021
9.	Alamat Kantor	Jl. Tanjung Duren Utara No. 1 Jakarta Barat
10.	Nomor HP	-
11.	Nomor Telepon/Fax	5655508/5655521
12.	Alamat e-mail	andiw@fe.untar.ac.id
13.	Mata Kuliah yang sedang/pernah diampu	Matematika Ekonomi I Matematika Ekonomi II <i>Operation Research</i>

II Riwayat Pendidikan

No.	Program:	S1	S2	S3
1.	Nama PT	Tarumanagara	Tarumanagara	
2.	Bidang Ilmu	Manajemen	Manajemen	
3.	Tahun Masuk	1994	1999	
4.	Tahun Lulus	1998	2001	
5.	Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Analisis Saluran Distribusi Untuk Membangun Kepuasan Pelanggan pada PT Ayam Merak di Jakarta	Analisis Minat Konsumen dalam keputusan menabung pada Bank Lippo di Jakarta	
6.	Nama Pembimbing/Promotor	Drs. Basjaruddin	Prof. Dr. Carunia M. Firdausy	

III. Pengalaman Penelitian

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp)
1	2013	Pengaruh <i>Total Quality Management</i> (TQM) dan <i>Quality Management Information</i> (QMI) terhadap Kinerja Laboratorium Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara	LPPI	Rp. 6.000.000,-
2.	2014	Pengaruh Kecerdasan Adversitas dan Kematangan Karir Terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah Universitas Tarumanagara,.	LPPI	Rp. 7.000.000,-
3.	2014	Orientasi Kewirausahaan dan Sumber Daya Organisasi sebagai prediktor Kinerja Restoran di Kelurahan Pluit, Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah Universitas Tarumanagara,	LPPI	Rp. 7.000.000,-
4.	2015	Kinerja Perusahaan Ditinjau Dari <i>Economic Value Adde</i> (EVA) dan <i>Market Value Adde</i> (MVA) Sebagai Prediktor Harga Saham Perusahaan di Bursa Efek Indonesia (BEI)	LPPI	Rp. 10.000.000,-
5.	2015	Aplikasi Teori Perilaku Terencana Dalam Konteks Belanja <i>Online</i> Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Jakarta Barat dan Tangerang.	LPPI	Rp. 10.000.000,-
6.	2016	Aplikasi Teori Perilaku Terencana dan Kualitas Web Dalam Konteks Belanja <i>Online</i> Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Jakarta Barat dan Tangerang.	LPPI	Rp. 7.500.000,-

7.	2016	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesuksesan Bisnis Keluarga	LPPI	Rp. 10.000.000
8.	2017	Pengaruh keragu-raguan, Ketrengantungan dalam kelompok, dan Kesadaran akan Lingkungan Terhadap Intensi Pembelian Produk Ramah Lingkungan	LPPI	Rp. 10.000.000
8.	2017	Pengaruh Green Purchasing, Green Manufacturing, dan Green Packaging Terhadap Reverse Logistics.	LPPI	Rp. 10.000.000,-
9.	2018	Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kebijakan Utang, dan Kinerja Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Pada Saham LQ45 di Bursa Efek Indonesia	LPPI	Rp. 10.000.000,-
10.	2018	<i>Multi-Criteria Supplier Selection Model Menggunakan Pendekatan Analytical Hierarchy Process</i>	LPPI	Rp. 15.000.000,-
11	2019	Pengaruh <i>Web Based E-Commerce Layout Design</i> Terhadap <i>Purchase Intention Visitor Tokopedia.com</i>	LPPI	Rp. 12.500.000,-

IV. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp)
1	2013	Koordinator Tim Pemantau Independent SMU/SMK wilayah Jakarta Barat	LPKMV	Rp. 1.700.000,-
2	2012	Tim Pemantau Independent SMU/SMK wilayah Jakarta Barat	LPKMV	Rp. 1.100.000,-
3	2011	Tim Pemantau Independent SMU/SMK wilayah Jakarta Barat	LPKMV	Rp. 1.100.000,
4	2010	Tim Pemantau Independent SMU/SMK wilayah Jakarta Barat	LPKMV	Rp. 1.100.000,

V. Pengalaman Penulisan Artikel Dalam Jurnal

No.	Tahun	Judul Artikel Ilmiah	Volume/Nomor	Nama Jurnal
1	1999	Peranan Saluran Pemasaran Untuk Membangun Kepuasan Pelanggan (studi kasus PT X)	Tahun IV/Okt/1999	Jurnal Manajemen FE-Untar
2	2000	Konsep Perencanaan Strategi Sebagai Suatu Usaha Untuk Menjaga Kelangsungan Hidup Perusahaan Di Masa Krisis	Tahun V/Mei/2000	Jurnal Manajemen FE-Untar
3	2001	Proses Perencanaan Strategis Bagi Perusahaan	Tahun VI/Febr/2001	Jurnal Manajemen FE-Untar
4	2002	Interaksi <i>Risk and Return</i> Dalam Investasi Surat Berharga	Tahun VI/Okt/2002	Jurnal Manajemen FE-Untar
5	2004	Analisis Kepuasan Pelanggan Melalui Pendekatan Nilai Pelanggan (<i>Customer Valuation</i>)	Tahun VIII/Okt/2004	Jurnal Manajemen FE-Untar
6	2006	Analisis Teori Antrian Dalam Upaya Memberikan Pelayanan Yang Optimal Pada Bank XYZ Di Jakarta (Bersama Ai Len)	Tahun X/Febr/2006	Jurnal Manajemen FE-Untar
7	2007	Asosiasi Merek Suatu Produk (Studi Kasus <i>Handphone</i> Merek ABC)	Tahun XI/Febr/2007	Jurnal Manajemen FE-Untar
8	2007	Pengawasan Mutu Dengan Menggunakan Metode <i>Acceptance Sampling</i>	Tahun XI/Okt/2007	Jurnal Manajemen FE-Untar
9	2008	Pembentukan Portofolio Yang Efisien Melalui Pendekatan <i>Single Index Model</i>	Tahun XII/Juni/2008	Jurnal Manajemen FE-Untar
10	2008	Estimasi Nilai Intrinsik Saham PT Indofood Sukses Makmur, Tbk. dengan Menggunakan	Tahun XII/03/Sept/2008	Jurnal Akuntansi FE-Untar

		<i>Dividend Discount Model (Bersama Viliany)</i>		
11	2008	Penilaian Kinerja Reksa Dana Saham Melalui Pendekatan Sharpe Ratio Periode Desember 2006-Desember 2007	Tahun XIII/01/2008	Jurnal Ekonomi FE-Untar
12	2009	Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Diferensiasi Produk pada PT XYZ di Jakarta (Bersama Cindy Cardinalle)	Tahun XIII/Feb/2009	Jurnal Manajemen FE-Untar
13	2009	Evaluasi pengambilan keputusan multi kriteria dalam penentuan lokasi seasion city (bersama Riana Shietra)	Tahun XIII/Okt/2009	Jurnal Manajemen FE-Untar

VI. Pengalaman Penulisan Artikel

No.	Tahun	Judul Buku	Tempat
1	2010	Analisis Pembiayaan Investasi Usaha Kecil Menengah dengan Menggunakan Pendekatan Leasing (Studi Kasus pada CV Christine Collection di Solo)-Mandiri	SNKIB I, Universitas Tarumanagara
2	2011	Keunggulan Bersaing Industri Batik di Indonesia Ditinjau dari Perspektif Harga dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen (Kasus Pada Batik Keris Cabang Mall Taman Anggerek), 2011	Universitas Widya Mandala
3	2012	Implikasi Harga dan Kualitas Terhadap Minat Beli pada Restoran Akai-45 cabang Muara Karang	FMI 4 Universitas Islam Indonesia, Jogjakarta
4	2012	The Influence of Coupon Bond and Bond Maturity to Bond Yield in Indonesia Stock Exchange	The 13th MIICEMA, Universitas Sriwijaya, Palembang
5	2013	The Influence of Supply Chain Management to Product Quality at PT XYZ in Jakarta	International Seminar on Industrial Engeneering and Management, Hotel Harris, Batam

VII. Pengalaman Penulisan Buku

No.	Tahun	Judul Buku	Penerbit
1	2011	Pengantar Riset Operasi	Mitra Wacana
2	2014	Matematika Ekonomi I	Mitra Wacana

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benardan dapat dipertanggung jawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima risikonya.

Jakarta, Januari 2021
Ketua Pengusul,

(Andi Wijaya, SE., MM.)

LAMPIRAN 2 : BIODATA ANGGOTA PENGUSUL

Identitas Diri

1. Identitas serta alamat lengkap:

- a. Nama Lengkap : Stefani, SE., MM.
- b. Jenjang Kepangkatan : -
- c. NIK : 10112011
- d. Bidang Spesialisasi / Disiplin : Manajemen Pemasaran
- e. Tempat/Tgl.Lahir : Jakarta, 25 Januari 1987
- f. Alamat rumah/HP/email : Jl. Batu Tulis II No. 25A Jak-Pusat
0818668996 /stefani@fe.untar.ac.id
- g. Alamat Kantor : Fakultas Ekonomi Univ.
Tarumanagara Jl.Tanjung Duren Utara
No.1, Jakarta 11470
- h. Matakuliah yang sedang/pernah diampu : Manajemen Pemasaran
Pengantar Manajemen

2. Riwayat Pendidikan:

- a. Sekolah Dasar : SD Sari Putra
- b. Sekolah Lanjutan Pertama : SMP Budi Mulia
- c. Sekolah Lanjutan Atas : SMA Budi Mulia
- d. Perguruan Tinggi : Sarjana (S1) : FE Untar
Sarjana (S2) : MM Untar
Doktor (S3) : -

3. Riwayat Pekerjaan:

- Tahun 2011 s/d 2015 : Dosen tidak tetap Fakultas Ekonomi
Untar
- Tahun 2015 s/d sekarang : Dosen Tetap FE Untar

Demikian semua data yang saya isi dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggung jawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidak sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima risikonya.

Jakarta, Januari 2021
Anggota Tim Pengusul:

(Stefani, SE., MM.)

LAMPIRAN 2 : BIODATA ANGGOTA PENGUSUL

I. Identitas Diri

1. Identitas serta alamat lengkap:

- a. Nama Lengkap : Sanny Ekawati, SE., MM.
- b. Jenjang Kepangkatan : Asisten Ahli
- c. NIK : 10100004
- d. Bidang Spesialisasi / Disiplin : Manajemen Pemasaran
- e. Tempat/Tgl.Lahir : Jakarta, 24 Juli 1976
- f. Alamat rumah/HP/email : Jl. Griya Permata E4/3
083892325761/sannye@fe.untar.ac.id
- g. Alamat Kantor : Fakultas Ekonomi Universitas
Tarumanagara Jl.Tanjung Duren Utara
No.1, Jakarta 11470
- h. Matakuliah yang sedang/pernah diampu : Manajemen Pemasaran, Manajemen
Penjualan
Pengantar Manajemen, Pengantar Bisnis,
Ekonomi Koperasi

2. Riwayat Pendidikan:

- a. Sekolah Dasar : SD K. Nazareth
- b. Sekolah Lanjutan Pertama : SMP K. Nazareth
- c. Sekolah Lanjutan Atas : SMA Ricci 1
- d. Perguruan Tinggi : Sarjana (S1) : FE Untar
Sarjana (S2) : MM Untar
Doktor (S3) : -

3. Riwayat Pekerjaan:

- Tahun 1998 s/d 2000 : Dosen tidak tetap Fakultas Ekonomi Untar
- Tahun 2000s/d sekarang : Dosen Tetap FE Untar

Demikian semua data yang saya isi dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggung jawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidak sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima risikonya.

Jakarta, Januari 2021
Anggota Pengusul,

(Sanny Ekawati, SE., MM.)

LAMPIRAN 2 : BIODATA ANGGOTA PENGUSUL

I. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap (dengan gelar)	Dr. Herman Ruslim, SE., Ak., MM., CPA., CA., BKP., MAPPI (Cert)
2.	Jabatan Fungsional	Dosen tetap FEB UNTAR
3.	Jabatan Struktural	-
4.	NIP/ NIK/ No. Identitas Lainnya	10110001
5.	NIDN	0310026503
6.	Tempat dan Tanggal Lahir	Pontianak, 20 FEBbruari 1965
7.	Alamat Rumah	Jalan Jamblang Indah I No. 7 RT 013, RW 002 Kelurahan Duri Selatan, Kecamatan Tambora, Jakarta Barat.
8.	Nomor HP	0818-793-638
9.	Alamat Kantor	Jl. Tanjung Duren Utara No. 1 Jakarta Barat
10.	Nomor Telepon	5655508/5655521
11.	Alamat e-mail	herman.ruslim@gmail.com
12.	Mata Kuliah yang sedang/ pernah diampu	<ul style="list-style-type: none">- Manajemen Keuangan- Manajemen Investasi- Manajemen Resiko- Akuntansi & Pelaporan Keuangan- Business Valuation

II. Riwayat Pendidikan

No.	Program	S1	S2	S3
1.	Nama PT	Universitas Trisakti	Universitas Gunung Sewu	Universitas Padjajaran
2.	Bidang Ilmu	Akuntansi	Manajemen	Manajemen Keuangan
3.	Tahun Masuk	1984	1989	2005
4.	Tahun Lulus	1989	1991	2009
5.	Judul Skripsi/ Tesis/ Disertasi	Audit Koperasi dan Banl	Studi Kelayakan Perluasan Pabrik Mebel	Pengaruh Imbal Hasil dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Struktur Modal Dinamis atas Emiten non Keuangan di Bursa EFEBk Indonesia
6.	Nama Pembimbing/ Promotor	Bpk Mizwar	Dr. Yunius Tirok	Dr. Rina Indrastuti Dr. Sumarno Zein

				Prof Dr. Yuyun Wirasasmita
--	--	--	--	----------------------------

III. Pengalaman Penelitian

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp)
1.	2009	Dinamika Struktur Modal di BEI	Pribadi	-
2.	2010	Finance Behaviour	Pribadi	-
3.	2011	Pengaruh Makro Ekonomi terhadap IHSG	Pribadi	-
4.	2018	Pengaruh Corporate Governance terhadap Kinerja Perusahaan	Pribadi	-
5.	2019	Pengaruh Karakteristik Perusahaan dengan Mediasi Inflasi terhadap Kinerja Perusahaan	Pribadi	-

IV. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp)
1.	2018	Pembicara dalam kegiatan pengabdian masyarakat bagi guru-guru Tingkat SMA/SMK Se-Jabodetabek Dalam Rangka Hut Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara	-	-
2.	2017	Penjaga Pameran Program Studi Akuntansi di Gedung Rektorat	-	-

V. Pengalaman Penulisan Artikel Dalam Jurnal

No	Tahun	Judul Artikel Ilmiah	Volume/ Nomor	Nama Jurnal
1.	Januari 2008	Pengujian Empiris Capital Asset Pricing Model di BEI	Volume 2, No. 2, Hal : 163-175	Jurnal Kompetisi Manajemen Bisnis
2.	Juni 2008	Implementasi Merger, Akuisisi dan Restrukturisasi Pada Perusahaan-Perusahaan di Indonesia;	Vol.3, hal 1.	Jurnal manajemen dan bisnis, Kompetensi, Ukrida
3.	November 2009	Mengapa Struktur Modal Bersifat Dinamis (University of Tarumanagara)	Tahun XIV, No.03, hal: 322-341	Jurnal Ekonomi, FEB Untar

4.	Desember 2009	Pengujian Struktur Modal (<i>Pecking Order Theory</i>): Analisis Empiris Terhadap Saham di LQ-45;	Volume 11, No 3, Hal : 209-221	Jurnal Bisnis dan Akuntansi FEB UNTAR
5.	Januari 2010	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Initial Return Pada IPO di BEI; (University of Pancasila)	ISSN 1412 - 0240	Jurnal Akuntansi, FEB Untar
6.	Mei 2010	Anomali Initial Public OfFEBring (Ukrida)	Vol.10 No.2, hal : 115-122	Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Ukrida
7.	Juni 2010	Dampak Imbal Hasil Saham Terhadap Struktur Modal Dinamis di Bursa EFEBk Indonesia; (University of Tarumanagara)	Tahun XIV, No. 2, hal : 193-202	Jurnal Ekonomi FEB Untar
8.	Juli 2010	Pengaruh Suku Bunga Bank Indonesia, Inflasi dan Indeks Harga Konsumen Terhadap Kurs Tukar Dolar Amerika Terhadap Rupiah	Volume XV, No . 2, Hal : 224-233	Jurnal Ekonomi FEB UNTAR
9.	September 2010	Faktor-faktor yang mempengaruhi Struktur Modal (<i>Trade-off Theory</i>): Analisa Empiris Perusahaan di LQ 45;	Tahun XIV, N0.03, hal; 304-316	Jurnal Akuntansi, FEB Untar
10.	November 2011	Penilaian Opsi dalam Hedging Harga Saham	Volume 11, No. 2, Hal 207-304	Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, FEB UNTAR
11.	Maret 2012	Pengaruh Makroekonomi terhadap IHSG, Studi Kasus di BEI;	Volume XVII, No. 1, Hal : 97-107	Jurnal Ekonomi, FEB Untar
12.	2017	The Influence of Company Size, Profitability, Leverage and Foreign Ownership on Corporate Social Responsibility Disclosure Among Manufacturing Companies	Vol 2, Issue 4, Page : 1265- 1280 ISSN : 2456-3676	International Journal of Advanced Engineering and Management Research
13.	November 2018	Pengaruh Proporsi Komisaris Independen, Jumlah Direktur, Jumlah Komite Audit, Kepemilikan Saham Institusional, Kepemilikan Saham Manajemen dan Ukuran Perusahaan Terhadap	No 03, Volume XXIII	Jurnal Ekonomi FEB UNTAR

		Kinerja Keuangan Perusahaan		
14.	2018	The Influence of Asset Utilization, Intellectual Capital and Corporate Governance On Corporate Financial Performance (An Empirical Study on Mining and Consumer Good Companies Listed in The Indonesia Stock Exchange During 2012-2015)	Vol 3, Issue 2, Page : 97 – 113, ISSN : 2456-3676	International Journal of Advanced Engineering and Management Research

Semua data saya isikan dan tercantum dalam biodara ini adalah benar dan dapat dipertanggung jawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan saya sanggup menerima risikonya.

Jakarta, Januari 2021
Anggota Pengusul,

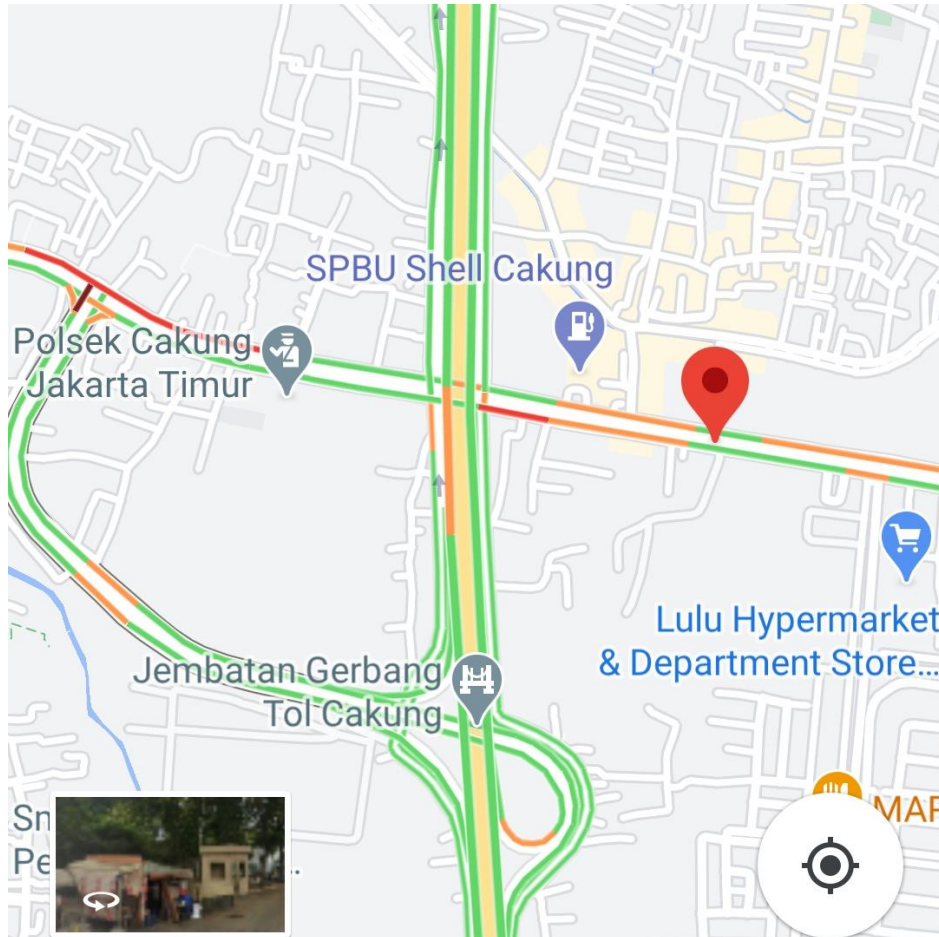
Herman Ruslim

LAMPIRAN 3 : GAMBARAN IPTEK YANG AKAN DITRANSFER KE MITRA

No	Jenis Iptek yang akan ditransfer ke mitra	Deskripsi Iptek
1.	Melakukan kunjungan ke objek	Mengidentifikasi strategi apa yang selama ini dijalankannya dan permasalahan apa saja yang terjadi dalam menjalankan strategi tersebut.
2.	Melakukan pendampingan penentuan kriteria	Dilakukan pendampingan penentuan kriteria faktor internal (untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (untuk mengetahui peluang dan ancaman)
3.	Pengumpulan dan pengolahan data	Data yang diperoleh dari hasil wawancara tersebut dikumpulkan kemudian diolah menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui strategi apa yang akan dijalankan toko tersebut.
4.	Implementasi strategi	Hasil dari strategi tersebut kemudian diimplementasikan dan dilakukan pengamatan terhadap pelaksanaan strategi tersebut untuk dilakukan evaluasi.

LAMPIRAN 4 : PETA LOKASI WILAYAH MITRA

Jalan Raya Bekasi KM 23 Bekasi Barat



**PELATIHAN PENENTUAN INDIKATOR INTERNAL DAN EKSTERNAL
UNTUK PENENTUAN STRATEGI BISNIS PADA ANEKA CAHAYA
PELUMAS DI BEKASI**

Andi Wijaya¹, Stefani², Sanny Ekawati³, Herman Ruslim⁴

¹Jurusan Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: sannye@fe.untar.ac.id

²Jurusan Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: andiw@fe.untar.ac.id

³Jurusan Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: stefani@fe.untar.ac.id

³Jurusan Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: hermanr@fe.untar.ac.id

ABSTRAK

Penentuan strategi bisnis perlu dilakukan oleh usaha ini mengingat tingkat persaingan yang tinggi membawa dampak pada penjualan maka melalui penentuan strategi bisnis ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan bahkan memenangi persaingan. Penentuan strategi bisnis ini menganalisis pendekatan indikator eksternal dan internal yang dilanjutkan menggunakan analisis SWOT. Dengan memahami kelebihan, kelemahan, peluang serta ancaman, usaha ini dapat menentukan langkah yang paling efektif dalam pencapaian tujuan, menyelidiki masalah yang ditemui dan menemukan solusi.

Program PKM ini berupa penetapan indikator internal dan eksternal untuk penentuan strategi bisnis pada Aneka Cahaya Pelumas, dimana usaha ini memberikan kepuasan melalui pelayanan yang tepat ke konsumen. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat memberikan masukan kepada usaha ini untuk senantiasa memperhatikan apa yang menjadi keinginan pelanggan. Keinginan pelanggan salah satunya diperoleh melalui penentuan strategi bisnis. Melalui strategi bisnis yang tepat maka pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan bahkan memenangi persaingan. Universitas Tarumanagara sebagai kampus *entrepreneur* yang membantu penyediaan dana demi terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Kata Kunci: indikator internal, indikator eksternal, SWOT

1. PENDAHULUAN

UMKM mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Peranan UMKM yang sangat besar dalam mendukung ketahanan perekonomian, karena UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) merupakan bagian terpenting yang sangat berpengaruh terhadap perekonomian di Indonesia. Perusahaan-perusahaan besar yang diharapkan mampu bertahan pada kondisi *new normal* ini, ternyata malah sebaliknya. Banyak perusahaan besar yang gagal bahkan ada yang sampai gulung tikar pada kondisi tersebut. Justru, UMKM yang dapat bertahan daripada perusahaan lain yang mempunyai skala besar. UMKM dapat bertahan karena UMKM lebih memanfaatkan sumber daya lokal yang dapat diandalkan untuk mendukung ketahanan ekonomi. Melihat kondisi yang seperti ini, menuntut organisasi untuk tetap terus mengeksplorasi dan memanfaatkan peluang untuk mempertahankan keunggulan kompetitif mereka yang dapat berguna untuk memastikan penciptaan kekayaan mereka melalui organisasi pembelajaran, kreativitas, dan inovasi. Keberadaan usaha kecil dan menengah (UKM) dapat dikatakan sebagai pendorong majunya perekonomian suatu negara. Di saat krisis ekonomi melanda pada tahun 1998, banyak kegiatan usaha yang harus gulung tikar dengan meninggalkan beban pengangguran yang tidak sedikit jumlahnya. Di sisi lain, usaha kecil dan menengah yang tumbuh di tengah masyarakat justru menunjukkan daya tahan yang lebih tinggi karena mampu menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah-ubah. Usaha kecil dan menengah merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara. Memunculkan wirausahawan baru di setiap daerah dirasa penting, selain dapat memajukan ekonomi suatu negara, tentunya juga dapat mengurangi tingkat pengangguran.

Persaingan yang ketat, perubahan, dan ketidakpastian lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan telah membuat organisasi merangkul inovasi (Ferrel and Harline, 2013). Karena inovasi dianggap sebagai suatu hal yang penting untuk kesuksesan organisasi. Jika pemimpin perusahaan tidak memperhatikan atau bahkan kurangnya orientasi belajar dan inovasi maka dapat menghambat pengambilan keputusan terhadap keberlangsungan perusahaan, sehingga tidak dapat mempertahankan keunggulan kompetitif (Kotler & Amstrong, 2013). Hal ini juga akan berdampak pada kinerja dan juga pertumbuhan perusahaan. Kokohnya fundamental perekonomian yang didorong oleh program pemerintah terbukti membuat UMKM mampu bertahan dan menjadi penggerak ekonomi, terutama setelah krisis ekonomi. akan tetapi, UMKM juga dianalisis menghadapi banyak masalah. Pandangan yang telah disampaikan sebelumnya didukung oleh Sulistyastuti (2014) yang mengungkapkan bahwa di negara-negara maju maupun di negara-negara berkembang, UMKM memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional negara tersebut. Oleh sebab itu, keberadaan UMKM sangat dibutuhkan di suatu negara. UMKM seringkali dikaitkan dengan upaya pemerintah untuk mengatasi berbagai masalah ekonomi maupun sosial seperti: pengangguran, kemiskinan, dan masih belum optimalnya pemerataan pendapatan. Menurut UU No. 20 tahun 2008 tentang UMKM, suatu usaha

digolongkan sebagai usaha mikro, usaha kecil, dan usaha besar dapat dilihat dari total aset atau total omzet usaha.

Berdasarkan kondisi persaingan yang ketat ini maka diperlukan langkah-langkah strategi yang tepat bagi usaha ini. Mengingat kondisi pandemi ini mengharuskan setiap perusahaan melakukan efisiensi, mau tidak mau tiap perusahaan harus merancang strateginya untuk dapat bertahan hidup bahkan memenangi persaingan. Kunci dari semua ini adalah kita mampu menganalisis sisi internal dan eksternal perusahaan, untuk itu dilakukan perencanaan strategis yang matang.

Perencanaan strategis (*strategic planner*) suatu perusahaan harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) pada kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi atau populer disebut Analisis SWOT. Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan-kelemahan (*Weaknesses*) suatu organisasi dan kesempatan-kesempatan (*Opportunities*) serta ancaman-ancaman (*Threats*) dari lingkungan untuk merumuskan strategi organisasi. Analisis ini memandu untuk mengidentifikasi positif dan negatif di dalam lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Dari analisis seluruh faktor internal dan eksternal dapat dihasilkan empat macam strategi organisasi dengan karakteristiknya masing-masing (Rangkuti, 2016). Dari analisa tersebut potensi dari suatu institusi untuk bisa maju dan berkembang dipengaruhi oleh bagaimana institusi memanfaatkan pengaruh dari luar sebagai kekuatan tambahan serta pengaruh lokal dari dalam yang bisa lebih dimaksimalkan (Budiawan, *et al* 2015). Manfaatnya bagi perusahaan sendiri adalah sebagai strategi penentu masa depan dalam keberlangsungan bisnisnya. Bagaimana sebuah perusahaan menjalankan strategi misinya untuk mencapai tujuan (visi) perusahaan (Aaker, 2017). Juga dapat digunakan oleh *stakeholder* untuk mengetahui kondisi faktor internal dan eksternal dari perusahaannya. Pengembangan proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matrik SWOT, di mana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, selanjutnya bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

Tujuan kegiatan PKM ini memberikan penentuan strategi bisnis Aneka Cahaya Pelumas di Jakarta berdasarkan kondisi yang ada. Dengan strategi yang tepat dan sesuai dengan kondisi pasar yang ada maka dapat meningkatkan penjualan yang pada akhirnya dapat memenangi persaingan usaha.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Langkah-langkah/Tahapan Pelaksanaan

a. Menganalisis faktor internal

Faktor internal ini meliputi pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, operasional. Solusi yang ditawarkan adalah membuat indikator yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan berdasarkan kondisi internal yang ada. Analisa lingkungan internal dilakukan untuk mengetahui tingkat daya saing perusahaan berdasarkan kondisi internal perusahaan berdasarkan kondisi internal perusahaan. Faktor internal perusahaan sepenuhnya dapat dikendalikan sehingga kelemahan yang diketahuinya dapat diperbaiki.

b. Menganalisis faktor eksternal

Faktor eksternal ini meliputi konsumen, pesaing, pemerintah, pemasok, sosio ekonomi, dan teknologi. Solusi yang ditawarkan adalah membuat indikator yang menjadi peluang dan ancaman perusahaan berdasarkan kondisi eksternal yang ada. Analisis lingkungan eksternal mencakup pemahaman berbagai faktor di luar perusahaan yang mengarah pada munculnya kesempatan bisnis/ bahkan ancaman bagi perusahaan. Di dalam analisis lingkungan eksternal berupaya memilah permasalahan global yang dihadapi perusahaan dalam bentuk, fungsi dan keterkaitan antar bagian.

c. Analisis SWOT

Melalui analisa SWOT dapat menjadi bahan untuk membuat perencanaan strategis dan mencapai tujuan perusahaan secara lebih sistematis. Analisis SWOT sangat penting untuk dilakukan, yaitu sebagai kerangka untuk menganalisis apa yang dimiliki dan tidak dimiliki perusahaan. Analisis ini bukan hanya penting untuk membangun sebuah bisnis saja, namun sangat penting untuk keberlangsungan bisnis. Analisis yang diterapkan dengan baik dan dijalankan dengan benar dalam sebuah perusahaan akan sangat membantu untuk melihat sisi-sisi perusahaan yang selama ini tidak terlihat. Tanpa melakukan analisis bisa jadi bisnis yang dibangun tidak berjalan secara efisien dan efektif.

3. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

a. Profil Usaha

Nama : Aneka Cahaya Pelumas
Wilayah : Jl. Raya Bekasi KM 23
Kecamatan : Kranji
Propinsi : Jawa Barat
Jam buka : 08.00 – 17.00 (Hari Senin- Sabtu)

Aneka Cahaya Pelumas merupakan usaha oli yang mendistribusikan produknya di wilayah Bekasi dan sekitarnya. Usaha ini beroperasi sejak tahun 2014 yang dikelola oleh Bapak Andry dengan dibantu 4 orang karyawannya. Usaha ini berada di Jalan Raya Bekasi KM 23 Bekasi Barat. Produk yang didistribusikan adalah berbagai macam merek oli, antara lain Shell, Castrol, Federal, Evalube, dll.

Usaha penjualan oli ini terbilang cukup tinggi mengingat produk oli merupakan “makanan” bagi kendaraan bermotor. Usaha ini melayani konsumen mulai pukul 08.00 sampai dengan 17.00.

b. Membuat indikator faktor internal

Analisis lingkungan internal dilakukan untuk mengetahui tingkat daya saing usaha toko ini berdasarkan kondisi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Faktor internal perusahaan sepenuhnya dapat dikendalikan sehingga kelemahan yang diketahuinya dapat diperbaiki. Aspek internal meliputi pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, operasional. Dari hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan, berikut ini adalah daftar indikator faktor internal yang mencerminkan kekuatan dan kelemahan Aneka Cahaya Pelumas tersebut.

Kekuatan (*Strength*)

- Memiliki beberapa merek dari produk yang dijual
- Harga yang kompetitif
- Tidak ada hambatan dalam distribusi produk

Kelemahan (*Weakness*)

- Keterbatasan atas modal karena merupakan usaha keluarga.
- Penataan barang yang tidak rapi
- Masih menggunakan *manual system* dalam sistem pelaporan keuangan

c. Membuat indikator faktor eksternal

Analisis lingkungan eksternal mencakup pemahaman berbagai faktor di luar perusahaan yang mengarah pada munculnya kesempatan bisnis/bahkan ancaman bagi perusahaan. Aspek eksternal meliputi pesaing, *supplier*/pemasok, pemerintah, dan konsumen. Dari hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan, berikut ini adalah daftar indikator faktor eksternal yang mencerminkan peluang dan ancaman Aneka Cahaya Pelumas tersebut.

Peluang (*Opportunities*)

- Pasar di daerah yang masih terbuka luas.
- Hubungan yang baik dengan pemasok
- Peraturan Pemerintah yang mendukung usaha UMKM
- Memiliki pelayanan yang baik kepada konsumen

Ancaman (*Threats*)

- Menurunnya daya beli masyarakat akibat pandemic covid-19
- Pesaing yang sudah lebih dahulu menggunakan sistem penjualan *online*.
- Adanya ancaman dari pendatang baru

d. Analisis SWOT
Matriks SWOT

		Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
		<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki beberapa merek produk • Harga yang kompetitif • Distribusi produk lancar 	<ul style="list-style-type: none"> • Keterbatasan atas modal • Penataan barang yang tidak rapi • Masih menggunakan <i>manual system</i>
Peluang (Opportunities)	<ul style="list-style-type: none"> • Pasar masih terbuka luas. • Hubungan baik dengan pemasok • PP mendukung UMKM • Pelayanan baik kepada konsumen 	<u>Strategi S-O</u> <ul style="list-style-type: none"> • Mengembangkan pasar (<i>market development</i>) • Membuat <i>website</i> • Menjaga hubungan baik dengan konsumen 	<u>Strategi W-O</u> <ul style="list-style-type: none"> • Mencari pinjaman yang mampu untuk dilunasi • Membuat sistem secara komputerisasi
Ancaman (Threats)	<p>e. Menurunnya daya beli masyarakat</p> <p>f. Pesaing menggunakan sistem penjualan <i>online</i>.</p> <p>g. Ancaman pendatang baru</p>	<u>Strategi S-T</u> <ul style="list-style-type: none"> • Penetrasi kepada konsumen baru • Menawarkan produk melalui media sosial. 	<u>Strategi W-T</u> <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>Customer Relationship Managenent</i>

Gambar 3: Tabel analisis SWOT

Strategi S-O

Strategi yang dapat dilakukan oleh Aneka Cahaya Pelumas ini adalah menggunakan kekuatan-kekuatan yang ada untuk memanfaatkan setiap peluang yang ada di pasar. Strategi yang dapat dilakukan adalah:

Mengembangkan pasar (*market development*)

Meningkatkan penjualan dengan cara mencari pasar baru yang masih terbuka luas di daerah. Strategi yang dapat digunakan:

4. Menghubungi toko-toko di luar daerah untuk menjadi pelanggan dengan menawarkan produk perusahaan.
5. Mendatangi toko-toko di luar daerah untuk menawarkan produk Aneka Cahaya Pelumas..

Membuat *website*

Menyewa jasa pembuatan *website* untuk lebih mempromosikan usaha toko dan agar lebih dikenal..

Menjaga hubungan yang baik dengan konsumen

Secara terus menerus menjalin hubungan yang baik dengan konsumen yang ada agar mereka merasa terpuaskan sehingga tercipta loyalitas pelanggan.

Strategi W-O

Strategi yang dapat dilakukan oleh Aneka Cahaya Pelumas adalah meminimalisir kelemahan-kelemahan dan memanfaatkan setiap peluang yang ada di pasar. Strategi yang dapat dilakukan adalah:

Mencari pinjaman yang mampu untuk dilunasi

Dalam hal ini, Aneka Cahaya Pelumas, harus memiliki cadangan modal untuk memutar kegiatan bisnisnya agar berjalan dengan baik. Cadangan modal dapat diperoleh dengan meminjam dari bank yang memiliki tingkat suku bunga pinjaman kecil dan diukur dengan tingkat kemampuan toko mengembalikan pinjaman tersebut.

Membuat sistem secara komputerisasi

Membuat sistem secara komputerisasi akan memudahkan pemilik usaha memantau kondisi keuangan dan perputaran persediaan barang. Sistem komputerisasi ini juga akan menghemat waktu dan tenaga.

Strategi S-T

Strategi yang dapat dilakukan oleh usaha ini adalah menggunakan kekuatan-kekuatan yang ada untuk menghadapi setiap ancaman yang terjadi di pasar. Permasalahan pada kuadran ini dapat diselesaikan melalui beberapa strategi yang dapat dijalankan, yaitu:

Penetrasi kepada konsumen baru

Aneka Cahaya Pelumas mencari konsumen baru dengan melakukan penetrasi yang baik ke daerah-daerah sehingga pasar toko ini menjadi lebih besar untuk memenangi persaingan.

Menawarkan produk menggunakan media sosial

Mengikuti perkembangan jaman di mana produk banyak ditawarkan dengan sistem daring, maka usaha ini juga sudah selayaknya belajar beradaptasi dengan perubahan yang ada. Hal ini merupakan momen untuk usaha ini memulai melakukan perubahan dalam sistem penjualan.

Strategi W-T

Melakukan *Customer Relationship Management (CRM)*

Banyak pesaing yang sudah melakukan penjualan secara *online* dapat dihadapi usaha ini dengan cara menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. Hal ini akan memberikan nilai tambah dan mempertahankan pelanggan tetap setia.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Aneka Cahaya pelumas merupakan toko oli yang memenuhi wilayah Bekasi dan sekitarnya
- 2) Toko ini masih dikelola secara tradisional berdasarkan manajemen keluarga.

- 3) Aneka Cahaya Pelumas belum menerapkan strategi bisnis melalui pendekatan SWOT

b. Saran

1. Mengembangkan pasar (*market development*)

Meningkatkan penjualan dengan cara mencari pasar baru yang masih terbuka luas di daerah. Strategi yang dapat digunakan:

- a) Menghubungi toko-toko di luar daerah untuk menjadi pelanggan dengan menawarkan produk perusahaan.
- b) Mendatangi toko-toko di luar daerah untuk menawarkan produk Aneka Cahaya Pelumas.

2. Membuat *website*

Menyewa jasa pembuatan *website* untuk lebih mempromosikan usaha toko dan agar lebih dikenal.

3. Menjaga hubungan yang baik dengan konsumen

Secara terus menerus menjalin hubungan yang baik dengan konsumen yang ada agar mereka merasa terpuaskan sehingga tercipta loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. David. 2017. Manajemen Ekuitas Merek. Alih bahasa oleh Aris Ananda . Jakarta: Mitra Utama.
- Budiawan, A., M.N. Ihsan, dan S. Wahjuningsih. 2015. Hubungan body condition score terhadap service per conception dan calving interval sapi potong peranakan ongole di Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan. Jurnal Ternak Tropika. 16(1): 34-40.
- Ferrel,O.C and D, Harline.2013. Marketing Strategy. South Western: Thomson Corporation
- Freddy, Rangkuti. 2016. Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2013. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Sulistiyastuti, Dyah Ratih. 2014, Dinamika Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Analisis Konsentrasi Regional UKM di Indonesia 1999-2001, Jurnal Ekonomi Pembangunan, Vol. 9 No. 2, Desember 204.



**PERJANJIAN PELAKSANAAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
PERIODE II TAHUN ANGGARAN 2021
NOMOR : 1104-Int-KLPPM/UNTAR/IX/2021**

Pada hari ini Kamis tanggal 2 bulan September tahun 2021 yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama : Ir. Jap Tji Beng, MMSI, 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 : Andi Wijaya, SE., MM
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 "**Peluang Wirausaha dalam Era New Normal dengan Pemanfaatan Teknologi dan Media Sosial Pada Karyawan PT Mandiri Utama Ruslim di Tangerang**"
- (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 7.000.000,- (Tujuh juta 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 Agustus - Desember Tahun 2021

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, 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 **Desember 2021**

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). 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

Pihak Kedua

Ir. Jap Tji Beng, MMSI, Ph.D

Andi Wijaya, SE., MM

**RENCANA PENGGUNAAN BIAYA
(Rp)**

Rencana Penggunaan Biaya	Jumlah
Honorarium	Rp 0,-
Pelaksanaan Kegiatan	Rp 7.000.000,-

**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 3.500.000,-	Rp 3.500.000,-	Rp 7.000.000,-
	Jumlah	Rp 3.500.000,-	Rp 3.500.000,-	Rp 7.000.000,-

Jakarta, 2021
Pelaksana PKM

(Andi Wijaya, SE., MM)

LAPORAN AKHIR
PROGRAM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT YANG DIAJUKAN
KE DIREKTORAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT



**PELUANG WIRAUSAHA DALAM ERA NEW NORMAL DENGAN
PEMANFAATAN TEKNOLOGI DAN MEDIA SOSIAL PADA
KARYAWAN PT MANDIRI UTAMA RUSLIM DI TANGERANG**

Diusulkan oleh

Ketua tim

ANDI WIJAYA (10199023)

Anggota:

YOHANES NUHADRIEL (115180008)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2021**

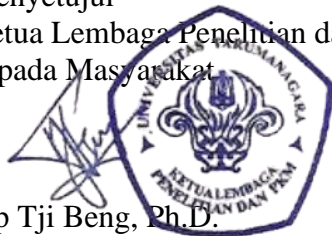
**HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN PENGABDIAN
KEPADA MASYARAKAT
Semester Ganjil 2021/2022**

1. Judul : Peluang Wirausaha dalam Era New Normal dengan Pemanfaatan Teknologi dan Media Sosial pada Karyawan PT Mandiri Utama Ruslim di Tangerang
2. Nama mitra PKM : PT. Mandiri Utama Ruslim
3. Ketua Tim Pengusul
- a. Nama dan gelar : Andi Wijaya, SE., MM
- b. NIP/NIDN : 10199023/ 0326097403
- c. Jabatan/Golongan : Lektor Kepala
- d. Program studi : S1 Manajemen
- e. Fakultas : Ekonomi
- f. Bidang Keahlian : Manajemen/08161926021
- g. Nomor HP/telp :
4. Anggota Tim PKM
- a. Jumlah anggota (mahasiswa) : 1 orang
- b. Nama & NIM Mahasiswa 1 : Yohanes Nuhadriel (115180008)
- c. Nama & NIM Mahasiswa 2 :
- d. Nama & NIM Mahasiswa 3 :
- e. Nama & NIM Mahasiswa 4 :
5. Lokasi kegiatan mitra
- a. Wilayah mitra : DKI Jakarta
- b. Kabupaten/kota : Serpong Utara/Tangerang
- c. Provinsi : Banten
6. Metode Pelaksanaan : Luring
7. Luaran yang dihasilkan : Senapenmas
8. Jangka waktu pelaksanaan : Agustus - Desember 2021
9. Pendanaan
- a. Biaya yang diusulkan :

Jakarta, Desember 2021

Menyetujui
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian
kepada Masyarakat

Jap Tji Beng, Ph.D.
NIK: 10381047



Ketua Tim Pengusul

Andi Wijaya, SE., MM
10199023/ 032609740303

DAFTAR ISI

Ringkasan.....	4	
BAB I PENDAHULUAN		
a. Analisis situasi.....	5	
b. Permasalahan mitra.....	8	
BAB 2 TARGET DAN LUARAN		
a. Solusi permasalahan.....	10	
b. Luaran.....	13	
BAB 3 METODE PELAKSANAAN		
a. Solusi untuk mengatasi masalah.....	14	
b. Model yang ditawarkan.....	14	
c. Jenis luaran.....	15	
BAB 4 HASIL DAN LUARAN YANG INGIN DICAPAI		
a. Profil usaha.....	16	
b. Pelatihan konsep kewirausahaan.....	17	
c. Sifat-sifat dasar dari seorang wirausaha	18	
d. Rencana tahapan selanjutnya.....	19	
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		
a. Kesimpulan.....	22	
b. Saran	22	
DAFTAR PUSTAKA.....		23
LAMPIRAN MATERI YANG AKAN DISAMPAIKAN PADA		
SAAT KEGIATAN PKM.....	34	

RINGKASAN

Pandemi COVID-19 yang terjadi di Indonesia merupakan bencana yang tidak pernah diduga sebelumnya. Kondisi bencana ini terjadi hampir di seluruh dunia yang membawa dampak besar bagi perekonomian. Provinsi DKI Jakarta sebagai ibukota negara telah menjadi episentrum atau pusat bagi penyebaran virus tersebut. Kondisi perekonomian masyarakat sekarang ini menuntut tiap orang untuk “bertahan hidup”. Pengabdian masyarakat ini telah menghadirkan suatu kegiatan pelatihan kewirausahaan bagi karyawan PT Mandiri Utama Ruslim yang terdampak akan kondisi pandemik ini agar mereka mempersiapkan diri untuk memulai usahanya. Kegiatan dilakukan berupa webinar tentang kewirausahaan untuk mempersiapkan para karyawan dalam situasi pandemi COVID-19.

Program PKM ini berupa Pelatihan kewirausahaan dalam Era New Normal dengan kepada karyawan PT Mandiri Utama Ruslim di Tangerang. Universitas Tarumanagara sebagai kampus *entrepreneur* yang membantu penyediaan dana demi terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Kata Kunci: kewirausahaan, wirausaha, pandemik

BAB I PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Pemberlakuan kebijakan untuk melakukan pembatasan sosial di wilayah DKI Jakarta, memberikan dampak berupa melemahnya roda perekonomian khususnya di tingkat keluarga pada lapisan masyarakat kecil dan menengah. Atas kondisi tersebut, maka diperlukan upaya untuk memulihkan kondisi ekonomi keluarga bilamana pandemi COVID-19 ini berakhir. Implementasi program kegiatan untuk memecahkan masalah, adalah pemberian pengetahuan dan perkembangan bisnis secara online, analisis tentang pertumbuhan pengguna internet dan pengguna *smartphone* sehingga para peserta mampu menjadi praktisi *technopreneur*. Menurut Mopangga (2015), *technopreneur* adalah entrepreneur zaman baru yang berminat pada teknologi, kreatif, inovatif, dinamis, berani berbeda serta mengambil jalur yang belum dieksplorasi dan sangat bersemangat dengan pekerjaannya. Menurut Marti'ah (2017), terdapat perbedaan antara *entrepreneurship* biasa dan *technopreneurship* (*technology entrepreneurship*). *Technology entrepreneurship* fokus pada teknologi yang berfungsi sesuai kebutuhan target pelanggan dan teknologi tersebut dapat dijual dengan mendapatkan keuntungan (profit). *Entrepreneurship* umumnya berhubungan dengan bagian yang kedua, yakni menjual dengan mendapatkan profit. Dampak positif dari hadirnya media sosial adalah kemudahan interaksi, memperluas hubungan relasi, tidak adanya lagi batasan ruang dan waktu, serta penyebaran informasi yang cepat. Kewirausahaan memiliki peran penting dalam memajukan perekonomian suatu negara, sehingga diharapkan setiap warga negara harus memiliki niat untuk berwirausaha. Proses kewirausahaan menuntut kemauan untuk mengambil risiko dengan penuh perhitungan sehingga dapat mengatasi rintangan untuk mencapai kesuksesan yang diharapkan. Untuk mengembangkan usaha baru, penting untuk memahami tentang apa yang membuat seseorang menjadi wirausaha.

Hal ini disebabkan fakta bahwa kewirausahaan merupakan proses kompleks

yang melibatkan kognisi kewirausahaan dan tindakan kewirausahaan. Kewirausahaan juga merupakan perilaku yang disengaja dan terencana. Oleh karena itu, penting untuk meneliti lebih lanjut niat berwirausaha pada kaum muda.

Menurut Ajzen (2020) kewirausahaan sebagai persepsi pribadi terhadap nilai, manfaat dan kesukaan dari kewirausahaan yang mempengaruhi niat mereka untuk memasuki area bisnis baru. Seorang individu memiliki sikap yang berbeda dalam menghadapi sesuatu. Penelitian telah menemukan bahwa sikap wirausaha dipengaruhi oleh beberapa faktor secara internal maupun eksternal yang membentuk perilaku. Sikap kewirausahaan tersebut dapat mendorong seseorang untuk menjadi wirausahawan (Shirokova dkk., 2017). Pengalaman kewirausahaan, fasilitator, dan orang yang berpengaruh juga dapat berpengaruh pada proses berwirausaha yang dapat dimanfaatkan dalam diri orang tersebut.

Salah satu permasalahan utama yang ada di Indonesia pada saat ini adalah pengangguran. Apalagi dengan munculnya wabah *covid-19* membuat banyak masyarakat yang di PHK oleh perusahaannya. Pandemi *covid-19* membuat ekonomi terpuruk sepanjang 2020. Meski digadang-gadang membaik di tahun 2021 ini, namun sejumlah tantangan masih akan terus membayangi pemulihan ekonomi Indonesia. Adapun berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah pengangguran per Agustus 2020 mengalami peningkatan sebanyak 2,67 juta orang. Dengan demikian, jumlah angkatan kerja di Indonesia yang menganggur menjadi sebesar 9,77 juta orang. Oleh karena itu, kita dituntut untuk tidak terlalu mengandalkan pekerjaan dari orang lain. Maka dari itu, menciptakan lapangan pekerjaan sendiri merupakan ide yang baik dan efektif, sehingga dapat menyerap tenaga kerja yang ada dan dapat meningkatkan roda perekonomian yang akhirnya dapat menurunkan tingkat pengangguran di Indonesia. Berbicara mengenai menciptakan lapangan pekerjaan sendiri, maka kata berwirausaha tentu muncul di benak kita. Wirausaha memiliki peran penting dalam negara guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia. Wirausahawan berperan baik secara eksternal ataupun internal. Secara

eksternal, wirausahawan berperan sebagai penyedia lapangan pekerjaan untuk para pencari kerja. Dengan terserapnya tenaga kerja oleh kesempatan kerja yang ada, yang telah disediakan wirausaha, tingkat pengangguran secara nasional akan menjadi lebih berkurang. Dan secara internal, wirausahawan mengurangi tingkat ketergantungan kepada orang lain, dapat meningkatkan kepercayaan diri, dan meningkatkan daya beli.

Kewirausahaan dapat mengatasi berbagai masalah perkenomian di Indonesia. Kewirausahaan memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Rasio kewirausahaan di Indonesia berada di nilai 3.47% per tahun 2020. Nilai tersebut masih terbilang cukup rendah dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya dimana Singapura sudah mencapai nilai 8.47%, Thailand 4.26%, dan Malaysia dengan nilai 4.74%. Kurangnya wirausaha di Indonesia dapat menjadi suatu kelemahan untuk perekonomian di Indonesia, karena wirausaha dapat memberikan kontribusi yang sangat besar bagi perekonomian dan kesejahteraan suatu negara dengan cara meningkatkan lapangan pekerjaan, meningkatkan pemerataan pendapatan, serta memanfaatkan sumberdaya yang ada untuk meningkatkan produktivitas negara. Namun, untuk kesuksesan dari suatu wirausaha dibutuhkan pemikiran yang kreatif. Wirausahaan yang kreatif adalah individu yang memiliki pola pikir wirausaha dalam menanggapi pemicu tindakan wirausaha sendiri. Tindakan wirausaha dibagi menjadi dua, yaitu ekstrinsik dan intrinsik. Tindakan ekstrinsik adalah suatu tindakan yang kontekstual dan didorong oleh bisnis, sedangkan tindakan intrinsik adalah tindakan yang melibatkan keinginan internal untuk menciptakan suatu rasa pencapaian pribadi (Tseng & Chen, 2021).

Pengetahuan mengenai kewirausahaan sangatlah penting untuk memulai suatu wirausaha. Oleh karena itu, diadakan pembelajaran tentang kewirausahaan menjadi sesuatu hal yang wajib diberikan di perguruan tinggi kepada mahasiswa. Memiliki pengetahuan yang luas mengenai kewirausahaan dapat mempengaruhi pandangannya tentang kewirausahaan itu sendiri. Seorang wirausaha harus memiliki pengetahuan khusus terkait dengan bisnis yang akan dijalankan. Wirausahawan harus mengetahui seluk-beluk produk

atau dinamika market tertentu. Kurangnya pengetahuan akan membuat keputusan yang buruk dalam menjalankan usahanya. Selain pengetahuan mengenai kewirausahaan, tanpa adanya motivasi tidak akan menghasilkan apapun untuk berjalannya suatu kewirausahaan. Motivasi merupakan suatu dorongan yang ada dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu, termasuk dorongan dalam berwirausaha. Motivasi juga merupakan salah satu faktor penting dalam mendorong keberanian seseorang untuk menjalankan aktivitas kewirausahaannya. Motivasi sangat dibutuhkan dalam kewirausahaan agar dapat mengidentifikasi peluang usaha yang kemudian dapat dimanfaatkan untuk menciptakan peluang kerja baru.

Seorang wirausahawan harus berani tampil beda, dalam artian berkualitas dan menyiapkan aktornya, kini peran kuncinya ada pada dirinya sendiri, sebelum melangkah, peran kunci tersebut harus diperkuat terlebih dahulu, seperti orientasi pada kewirausahaan. Hal ini tentu bukan sesuatu yang mudah, perlu adanya pengetahuan tentang kewirausahaan itu sendiri yang digunakan sebagai dasar untuk berwirausaha.

Pelatihan kewirausahaan ini sekiranya dapat membantu masyarakat menghadapi new normal. Masyarakat dalam hal ini adalah karyawan PT Mandiri Utama Ruslim, yang diharapkan mampu memiliki jiwa wirausaha untuk menghadapi kondisi ini agar mereka dapat “bertahan hidup” pada era new normal ini.

B. Permasalahan Mitra

Praktik menjalani wirausaha bagi sebagian orang dapat merupakan bakat sejak lahir, namun ada juga yang menjalankan praktik kewirausahaan sebagai akibat kebutuhan ekonomi. Kedua alasan tersebut dapat terjadi pada sebagian besar masyarakat ketika mereka memutuskan untuk berwirausaha. Terdapat jenis usaha yang dapat dilakukan oleh masyarakat, mulai dari produk makanan, minuman, dan lain-lain. Prioritas permasalahan yang akan diselesaikan pada bagian ini adalah menyangkut bagaimana para karyawan mampu mengimplementasikan jiwa wirausaha dalam kehidupannya yang dapat digunakan sebagai dasar memulai usahanya di era new normal ini. Jiwa

wirausaha ini diawali melalui pelatihan kewirausahaan terhadap karyawan PT Mandiri Utama Ruslim di Tangerang.

BAB II

SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN

A. Solusi Permasalahan

Kondisi *new normal* sekarang ini menuntut tiap individu “bertahan hidup” ada banyak individu yang mengalami pemutusan hubungan kerja (PHK) sebagai akibat perusahaan mengalami kerugian terus menerus sehingga perusahaan merumahkan karyawannya. Individu/karyawan wajib berpikir bagaimana mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam kondisi ini. Apabila individu mengajukan lamaran pekerjaan ke perusahaan lain maka tidak ada jaminan mereka akan diterima mengingat kondisi perusahaan yang kurang baik. Salah satu langkah yang dapat dilakukan oleh individu adalah berwirausaha. Kewirausahaan merupakan proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan tiap individu. Visi tersebut bisa berupa ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Hasil akhir dari proses tersebut adalah penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi risiko atau ketidakpastian. Seperti kita tahu kewirausahaan berasal dari kata dasar wirausaha dan wirausaha terdiri dari 2 kata yaitu, wira yang berarti kesatria, pahlawan, pejuang, unggul, gagah berani, sedangkan satu lagi adalah kata usaha yang berarti bekerja, melakukan sesuatu. Dengan demikian pengertian dari wirausaha ditinjau dari segi arti kata adalah orang tangguh yang melakukan sesuatu. Tetapi kalau definisi kewirausahaan yang lebih detail disini akan kita ambil dari beberapa sumber.

Perilaku kewirausahaan memperlihatkan kemampuan pengusaha untuk melihat ke depan, berfikir dengan penuh perhitungan, mencari pilihan dari berbagai alternatif masalah dan pemecahannya masih kurang. Wirausaha dalam aspek orientasi prestasi dan komitmen dengan pihak lain masih kurang baik, hal ini ditunjukkan dari tidak munculnya kemauan untuk mengembangkan produk baru serta ketergantungan pada pihak-pihak yang berkepentingan termasuk pemerintah. Menurut Qamariyah dan Dalimunthe (2015), wirausaha sudah memiliki sikap proaktif dan inisiatif yang bagus dalam mengembangkan usaha. Pengetahuan kewirausahaan, motif berprestasi, kemandirian pribadi mempunyai

daya dukung secara signifikan terhadap kemandirian usaha. Ketidakmampuan dalam persaingan serta rendahnya tingkat pengelolaan perilaku kewirausahaan merupakan tantangan bagi wirausahawan untuk mampu tumbuh dan berkembang menuju kemandirian usaha. Pada sisi lain diperlukan adanya pertumbuhan usaha yang didasari pada nilai-nilai kewirausahaan dan jiwa kewirausahaan dengan harapan mampu membentuk perilaku wirausaha dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional. Oleh karena itu perlu adanya strategi pemberdayaan wirausaha menuju kemandirian usaha dengan pendekatan jiwa kewirausahaan, nilai kewirausahaan dan perilaku kewirausahaan.

Menurut Frederick *et al.*, (2016), nilai-nilai kewirausahaan merupakan prasyarat yang berhubungan dengan perilaku kewirausahaan. Nilai-nilai tersebut terdiri atas kreativitas, pengambilan risiko, inovasi, berorientasi prestasi, ambisi, dan kemerdekaan (Boohene *et al.*, 2018). Nilai dalam menjalankan bisnis mengandung unsur pertimbangan yang mengembangkan gagasan-gagasan seorang pribadi atau sosial, maka lebih dipilih dibanding dengan bentuk perilaku atau bentuk akhir keberadaan perlawanan atau kebaikan. Nilai menjadi dasar dalam memahami sikap dan motivasi serta nilai mampu mempengaruhi persepsi perilaku dalam menjalankan bisnis, oleh karena itu nilai sangat penting untuk dipelajari dalam mengelola perilaku organisasi. Salah satu sumber yang dimiliki perusahaan skala kecil dan menengah adalah nilai kepribadian seseorang wirausaha, yaitu nilai-nilai kepribadian yang melekat pada diri seseorang pemilik yang sekaligus pimpinan perusahaan. Nilai yang dianut dalam menjalankan suatu bisnis pada umumnya merupakan nilai-nilai kewirausahaan. Kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Proses kreatif hanya dilakukan oleh orang-orang yang memiliki kepribadian kreatif dan inovatif, yaitu orang yang memiliki jiwa, sikap, dan perilaku kewirausahaan, dengan ciri-ciri: penuh percaya diri, indikatornya adalah penuh keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin, bertanggung jawab; memiliki inisiatif, indikatornya adalah penuh energi, cekatan dalam bertindak, dan aktif; memiliki motif berprestasi, indikatornya terdiri atas orientasi pada hasil dan wawasan ke depan; memiliki jiwa kepemimpinan, indikatornya adalah berani tampil beda,

dapat dipercaya, dan tangguh dalam bertindak; berani mengambil risiko dengan penuh perhitungan.

Pemberdayaan masyarakat merupakan pola pikir untuk merubah kondisi masyarakat ke arah yang lebih maju. Program yang telah dilaksanakan di bidang usaha ekonomi khususnya pada sub bidang bantuan pembangunan dan ekonomi masyarakat, beserta dampak program pemberdayaan tersebut terhadap kemandirian usaha ekonomi masyarakat miskin diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pernyataan Kurniawati (2013), menekankan diperlukan adanya kerjasama yang baik antar pemerintah dan masyarakat dalam mewujudkan kemandirian untuk melaksanakan kegiatan usaha sebelum beralih ke pemberdayaan masyarakat berikutnya. Pemberdayaan yang dilaksanakan dapat meningkatkan kemandirian ekonomi terutama pada produktivitas dan pendapatan masyarakat yang mendapatkan bantuan. Sifat kepribadian seorang wirausaha mempunyai pengaruh positif terhadap prestasi perusahaan, sebaliknya seseorang yang tidak mempunyai nilai kewirausahaan terdapat pengaruh negatif terhadap kinerja usaha. Selain itu membuktikan bahwa sifat kepribadian seorang wirausaha mampu mempengaruhi variasi prestasi perusahaan. Sifat kepribadian yang tinggi seperti pengawasan internal yang tinggi, kesediaan menanggung risiko yang tinggi, keperluan berprestasi yang tinggi, selalu berusaha untuk memperbaiki diri ke arah yang lebih baik dengan merubah tata cara mengelola usaha.

Secara keseluruhan target yang diharapkan dari program ini adalah mengikuti tahapan/langkah sebagai berikut:

1. Memberikan pelatihan kepada para karyawan PT Mandiri Utama Ruslim tentang kewirausahaan.
2. Menguraikan karakteristik/sifat dasar dari seorang wirausaha.

Berdasarkan pentingnya pelatihan tersebut untuk para karyawan, maka target yang diharapkan dapat tercipta wirausaha mandiri yang dapat membantu perekonomian nasional. Kondisi di atas menyebabkan para dosen FEB UNTAR berinisiatif untuk memberikan saran untuk penciptaan produk inovatif hasil pemikiran mereka.

B. Luaran Kegiatan PKM

Target pengabdian kepada masyarakat/luaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah agar para karyawan PT Mandiri Utama Ruslim dapat mengimplementasikan praktik kewirausahaan di era new normal ini agar mereka memiliki jiwa wirausaha yang mampu berfikir kreatif dan inovatif.

Luaran wajib berupa artikel yang akan dipublikasikan dalam seminar Senapenmas yang diselenggarakan oleh Universitas Tarumanagara sehingga dapat diperoleh beberapa saran yang berguna dalam perbaikan untuk kegiatan program pengabdian masyarakat selanjutnya. Sementara untuk luaran tambahan akan dipublikasikan pada PINTAR bidang *Social Science & Humaniora*.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

A. Langkah-langkah/Tahapan Pelaksanaan

Secara keseluruhan terdapat empat tahapan yang dilakukan untuk penentuan tata letak ini, yaitu:

1. Memberikan pelatihan dan penyuluhan mengenai konsep dasar kewirausahaan dan bagaimana pengaplikasiannya yang disesuaikan dengan karakteristik objek. Hal ini dilakukan sebagai dasar para karyawan memahami konsep dasar dari ilmu kewirausahaan dan aplikasinya dalam kehidupan sehari-hari
2. Menguraikan sifat-sifat dasar dari seorang wirausaha secara terperinci dan disertai konsep contoh yang relevan.

Solusi yang ditawarkan adalah membantu para karyawan dalam membentuk jiwa kewirausahaan, sehingga karyawan mampu berpikir kreatif dan berinovasi. Solusi ini sangat membantu bagi para karyawan PT Mandiri Utama Ruslim di masa *new normal* ini agar mampu bertahan dalam kondisi ini.

B. Model yang ditawarkan

Model yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan ini adalah:

1. Membuat *draft* kerangka konsep kewirausahaan berdasarkan para ahli yang ada.

Pada bagian ini dilakukan pelatihan/penyuluhan mengenai pentingnya kewirausahaan di era *new normal* ini dengan menciptakan lapangan pekerjaan untuk membantu para karyawan agar dapat bertahan dan membantu yang lain di masa ini.

2. Menjelaskan sifat dasar dari seorang wirausaha kepada para karyawan PT Mandiri Utama Ruslim.

Pada bagian ini dijelaskan mengenai sifat dasar dari seorang wirausaha sehingga dapat disesuaikan dengan karakteristik dari objek dan dapat diterapkan ilmu tersebut dalam dunia nyata.

3. Jenis Luaran

Luaran wajib berupa artikel yang akan dipublikasikan dalam seminar Senapenmas yang diselenggarakan oleh Universitas Tarumanagara sehingga dapat diperoleh beberapa saran yang berguna dalam perbaikan untuk kegiatan program pengabdian masyarakat selanjutnya. Sementara untuk luaran tambahan akan dipublikasikan pada PINTAR bidang *Social Science & Humaniora*.

BAB IV HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

A. Profil Usaha

Nama : PT Mandiri Utama Ruslim.
Wilayah : Villa Melati Mas Blok H9 no. 60 Tangerang
Kecamatan : Serpong Utara
Propinsi : Banten
Jam buka : 08.00 – 17.00 (Hari Senin- Sabtu)

PT Mandiri Utama Ruslim merupakan sebuah UMKM yang bergerak pada *supplier* alat tulis. Perusahaan ini didirikan oleh Willyams dengan tujuan memenuhi kebutuhan alat tulis bagi masyarakat. Perusahaan menyediakan berbagai macam perlengkapan yang pada umumnya di gunakan di dalam kantor yang meliputi produk kertas, alat tulis dan barang dagang. Semua perlengkapan kantor tersebut merupakan beberapa perlengkapan kantor yang sangat penting bagi perusahaan, karena kegiatan operasional perusahaan tidak lepas dari perlengkapan kantor seperti pensil, pena, penggaris, buku dan lain sebagainya. Perlengkapan kantor yang berkualitas akan membuat karyawan yang menggunakan menjadi lebih terasa nyaman dan rasa nyaman ini akan membuat bekerja menjadi lebih fokus. Peralatan tulis, produk kertas dan barang dagang lainnya merupakan salah satu perlengkapan kantor yang sangat penting untuk menunjang kegiatan operasional sehingga Anda akan lebih nyaman pada saat bekerja. Usaha penjualan perusahaan mengalami penurunan yang tajam sebagai akibat pandemi covid-19 yang menyebabkan permintaan alat tulis menurun. Usaha ini melayani konsumen mulai pukul 08.00 sampai dengan 17.00 dalam operasionalnya. Berikut adalah contoh produk perusahaan:



B. Pelatihan konsep kewirausahaan

Pada bagian ini tim memberikan pelatihan dan penyuluhan mengenai konsep dasar kewirausahaan dan bagaimana pengaplikasiannya yang disesuaikan dengan karakteristik objek. Pelatihan yang dimaksud disini adalah memaparkan definisi dari kewirausahaan (Menurut Scarborough, Zimmerer, dan Wilson (2009) wirausaha adalah seorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan yang signifikan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber-sumber daya yang diperlukan sehingga sumber-sumber daya tersebut dapat dikapitalisasikan), identifikasi dan evaluasi peluang (evaluasi peluang, penciptaan dan jangka waktu peluang, nilai riil dan nilai yang dipersepsikan atas peluang, risiko dan pengembalian atas peluang, peluang versus keahlian dan tujuan pribadi, serta lingkungan yang kompetitif). Di samping itu juga menjelaskan faktor pembentuk jiwa wirausaha (Faktor pribadi, terdiri atas motivasional, karakteristik kepribadian dan faktor lingkungan terdiri atas pendidikan, usia, dan pengalaman kerja), serta yang terakhir adalah jenis wirausaha (wirausaha muda, wirausaha perempuan, wirausaha minoritas, wirausaha imigran, wirausaha paruh waktu, Wirausaha rumah tangga, usaha keluarga, wirasutri, wirausaha korban PHK/karyawan yang mengundurkan diri, dan wirausaha sosial)



1. Pengertian wirausaha

Menurut Scarborough, Zimmerer, dan Wilson (2009) wirausaha adalah seorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan yang signifikan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber-sumber

daya yang diperlukan sehingga sumber-sumber daya tersebut dapat dikapitalisasikan.

2. Identifikasi dan evaluasi peluang, mencakup evaluasi peluang, risiko dan pengembalian atas peluang, peluang versus keahlian dan tujuan pribadi, dan lingkungan yang kompetitif
3. Faktor pembentuk jiwa wisausaha, terdapat dua macam faktor pembentuk jiwa wirausaha, yaitu faktor pribadi dan lingkungan.

Faktor pribadi terdiri dari motivasional dan karakteristik kepribadian

Faktor lingkungan terdiri dari Pendidikan, usia, dan pengalaman kerja.

4. Jenis-jenis wirausaha

- Wirausaha muda
- Wirausaha perempuan
- Wirausaha minoritas
- Wirausaha imigran
- Wirausaha paruh waktu
- Wirausaha rumah tangga
- Usaha keluarga
- Wirasutri
- Wirausaha korban PHK/karyawan yang mengundurkan diri
- Wirausaha sosial

C. Sifat-sifat dasar dari seorang wirausaha

Pada bagian ini tim menjelaskan secara terperinci dan disertai konsep contoh yang relevan mengenai sifat dasar dari seorang wirausaha sehingga dapat disesuaikan dengan karakteristik dari objek dan dapat diterapkan ilmu tersebut dalam dunia nyata, adapun sifat dasar seorang wirausaha antara lain:

- percaya diri,
- berorientasikan tugas dan hasil,
- berani mengambil risiko,
- kepemimpinan,
- keorisinilan,
- berorientasi ke masa depan,

- mandiri,
- realistis,
- kreatif dan inovatif,
- fokus tinggi,
- sensitif terhadap perubahan pasar,
- disiplin,
- jujur dan tekun.

D. Rencana Tahapan Selanjutnya

1. Latar belakang masalah

Melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini perlu dikembangkan suatu kajian lebih lanjut terhadap perusahaan ini agar keberlanjutan usaha ini dapat terus ada disamping itu juga mampu unggul dalam menghadapi persaingan. Dari hasil pendampingan yang dilakukan terdapat permasalahan utama yang dapat diidentifikasi. Permasalahan dalam hal keuangan terlihat jelas disini, adalah kemampuan karyawan membuat ide bisnis masih lemah. Untuk itu diharapkan rencana pengabdian kepada masyarakat selanjutnya yaitu Pada rencana selanjutnya ini tim akan melakukan pelatihan kepada mitra mengenai proses pembuatan ide bisnis. Adapun tahapan yang digunakan dalam rencana ini adalah:

- pengertian dan manfaat analisis kelayakan bisnis,
- manfaat rencana bisnis,
- elemen rencana bisnis,
- format rencana bisnis,
- presentasi rencana bisnis,
- menjelaskan bagaimana investor dan kreditur menilai rencana bisnis.

Tahapan selanjutnya memberikan pelatihan membuat proposal ide bisnis yang disajikan seperti di bawah ini:



DAFTAR ISI	
COVER	2
DAFTAR ISI	2
BAB I PENDAHULUAN	3
A. Latar Belakang	3
B. Background Chidomandiy	4
BAB II ISI	3
A. Analisis Bisnis Fast	8
B. Segmen, Target, Pemasar	10
C. Marketing Mix	12
D. Brand Image	12
E. Strategi dan Program Marketing	12
F. Anggaran Program Marketing	17
G. Ziarah Program Marketing	18
BAB III KESIMPULAN DAN SARAN	20
A. Kesimpulan	20
B. Saran	20
BAB IV DAFTAR PUSTAKA	21
BAB V LAMPIRAN	22

Rencana bisnis atau bisnis plan adalah sebuah pernyataan formal tertulis dibuat dengan maksud menjelaskan tujuan dibentuknya sebuah bisnis. Rencana bisnis ini dibuat mencakup rencana sebuah bisnis dalam jangka waktu pendek, menengah dan panjang secara jelas dan mendetail. Selain itu rencana bisnis ini juga berisi strategi yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan bisnis itu sendiri. Bukan hanya itu, rencana bisnis juga bisa berisi tentang latar belakang tim atau organisasi yang bertanggung jawab untuk mencapai tujuan. Sebelum memulai sebuah bisnis memerlukan perencanaan yang matang dan tidak terburu-buru. Karena tanpa perencanaan yang jelas, kita tidak mengetahui ke arah tujuan mana bisnis yang akan dijalankan, jika sudah begitu tentunya target yang ingin dicapai saat mendirikan sebuah bisnis akan menjadi mimpi belaka. Membuat rencana bisnis ini bukan sesuatu hal yang mudah dan sudah banyak orang yang gagal dalam menyusun rencana bisnis tersebut, karena sebagian orang lebih percaya untuk memulai bisnis hanya dengan menjalankannya, atau istilah sekarang mulai aja dulu dan tanpa repot memikirkan rencana bisnis yang sangat penting tadi.

Perencanaan bisnis yang matang dan terencana tentunya akan sangat menentukan kesuksesan sebuah bisnis yang dirintis. Pada dasarnya, perencanaan bisnis dapat diartikan sebagai roadmap yang akan mengarahkan ke arah mana bisnis yang kamu rintis akan berjalan. Sebuah perencanaan bisnis biasanya punya format berupa dokumen tertulis yang menjelaskan tentang sifat dari sebuah bisnis. Perencanaan

bisnis biasanya berisikan strategi secara lengkap, rencana modal, dan proyeksi pendapatan maupun pengeluaran selama bisnis dijalankan. Selain itu, terdapat juga tujuan bisnis serta cara untuk mencapainya di dalam sebuah perencanaan bisnis.

2. Permasalahan Mitra

Model kajian selanjutnya akan dikembangkan tiga buah pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan utama, yaitu:

- a. Bagaimana pembuatan *business model canvass* bagi karyawan perusahaan?
- b. Bagaimana penyusunan rencana bisnisnya?
- c. Bagaimana membuat contoh perencanaan bisnis yang baik?

3. Tujuan Kegiatan

Berdasarkan prioritas permasalahan yang dihadapi perusahaan maka tujuan kegiatan untuk rencana selanjutnya adalah:

- a. Untuk membuat *business model canvass* bagi karyawan perusahaan
- b. Untuk membuat penyusunan rencana bisnis
- c. Untuk membuat contoh perencanaan bisnis yang baik

4. Luaran Hasil Kegiatan

Melalui kegiatan ini diharapkan selanjutnya para karyawan mampu bertahan hidup dalam kondisi ini dengan membuat perencanaan bisnis yang baik dan sekiranya dapat diimplementasikan. Luaran yang dapat dihasilkan/diusulkan untuk kegiatan PKM selanjutnya adalah:

- Membuat *business model canvass* bagi karyawan perusahaan, *business model canvass* ini digunakan sebagai dasar pembuatan perencanaan bisnis bagi para karyawan
- membuat penyusunan rencana bisnis, hal ini dilakukan salah satunya untuk memastikan tujuan bisnis lebih terarah. Hal lain yang tidak kalah penting juga dapat meminimalisir kegagalan bisnis.
- Membuat contoh perencanaan bisnis yang baik, pada bagian ini tim memberikan contoh ide bisnis yang baik yang sekiranya dapat digunakan sebagai contoh oleh para karyawan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. PT Mandiri Utama Ruslim merupakan toko alat tulis untuk memenuhi pasar Tangerang dan sekitarnya
2. PT Mandiri Utama Ruslim mengalami masalah dalam hal tenaga kerja yang akan dirumahkan karena efek pandemic.
3. PT Mandiri Utama Ruslim berusaha mengalokasikan pekerjanya kepada bidang atau menjadi wirausaha.

B. Saran

1. Memberikan pelatihan kewirausahaan

Memberikan pelatihan dan penyuluhan kepada para karyawan yang terdampak pandemi covid-19 mengenai konsep dasar kewirausahaan dan bagaimana pengaplikasiannya yang disesuaikan dengan karakteristik objek. Termasuk didalamnya pelatihan mengenai sifat dasar dari seorang wirausaha sehingga dapat disesuaikan dengan karakteristik dari objek dan dapat diterapkan ilmu tersebut bagi karyawan.

2. Untuk rencana selanjutnya diharapkan dapat membuat *business plan* atau ide bisnis bagi karyawan

Pada bagian ini tim menyajikan kepada mitra mengenai proses pembuatan ide bisnis. Adapun tahapan yang digunakan tim adalah memaparkan:

- pengertian dan manfaat analisis kelayakan bisnis,
- manfaat rencana bisnis,
- elemen rencana bisnis,
- format rencana bisnis,
- presentasi rencana bisnis,
- menjelaskan bagaimana investor dan kreditur menilai rencana bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314-324.
- Boohene, Rosemond, Alison Sheridan, dan Bernice Kotey. (2018). "Gender, personal values, strategies and small business performance: A Ghanaian case study." *Equal Opportunities International* 27 (3): 237–57. <https://doi.org/10.1108/02610150810860075>.
- Cahyono, A.S., 2016. Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, [daring] 9(1), hal.140–157. Tersedia pada: <http://www.jurnal-unita.org/index.php/publiciana/article/download/79/73>.
- Frederick, H., Donald F. Kuratko, dan Richard M. Hodgetts. (2016). *Entrepreneurship: theory, process and practice*. Asia-Pacif. Cengage Learning Australia Pty Limited.
- Kurniawati, D.P. 2013. "Pemberdayaan masyarakat di bidang usaha ekonomi (studi pada badan pemberdayaan masyarakat kota Mojokerto." *Jurnal Administrasi Publik* 1 (4): 9–14.
- Marti'ah, S., 2017. Kewirausahaan Berbasis Teknologi (Technopreneurship) dalam Perspektif Ilmu Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Edutic*, 3(2), 75–82.
- Mopangga, H., 2015. Studi Kasus Pengembangan Wirausaha Berbasis Teknologi (Technopreneurship) di Provinsi Gorontalo. *Trikonomika*, [daring] 14(1), hal.13–24. Tersedia pada: <http://www.journal.unpas.ac.id/index.php/trikononika/article/view/587>.
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., Morris, M. H., & Bogatyreva, K. (2017). Expertise, university infrastructure and approaches to new venture creation: Assessing students who start business. *Entrepreneurship & Regional Development*, 29(9-10),
- Qamariyah, I, dan D. M. J. Dalimunthe. (2015). *Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, motif berprestasi, dan kemandirian pribadi terhadap daya saing usaha (pengusaha kuliner skala kecil di jalan Dr. Mansur Medan)*. *Jurnal Ekonomi* 14 (1): 20–25.
- Tseng, M., Chen Huei, M. (2021). "Creative entrepreneurs' artistic creativity and entrepreneurial alertness: the guanxi network perspective". *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*.
- Zimmerer, Thomas W., Scarborough, Norman M., Wilson, (2009). *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil Buku-2= Essentials Of Entrepreneurship And Small Business Management*. Ed.5 Jakarta: Salemba Empat.

LAMPIRAN 1 : BIODATA KETUA PENGUSUL

I. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap (dengan gelar)	Dr. Herman Ruslim, SE., Ak., MM., CPA., CA., BKP., MAPPI (Cert)
2.	Jabatan Fungsional	Dosen tetap FEB UNTAR
3.	Jabatan Struktural	-
4.	NIP/ NIK/ No. Identitas Lainnya	10110001
5.	NIDN	0310026503
6.	Tempat dan Tanggal Lahir	Pontianak, 20 FEBbruari 1965
7.	Alamat Rumah	Jalan Jamblang Indah I No. 7 RT 013, RW 002 Kelurahan Duri Selatan, Kecamatan Tambora, Jakarta Barat.
8.	Nomor HP	0818-793-638
9.	Alamat Kantor	Jl. Tanjung Duren Utara No. 1 Jakarta Barat
10.	Nomor Telepon	5655508/5655521
11.	Alamat e-mail	herman.ruslim@gmail.com
12.	Mata Kuliah yang sedang/ pernah diampu	<ul style="list-style-type: none">- Manajemen Keuangan- Manajemen Investasi- Manajemen Resiko- Akuntansi & Pelaporan Keuangan- Business Valuation

II. Riwayat Pendidikan

No.	Program	S1	S2	S3
1.	Nama PT	Universitas Trisakti	Universitas Gunung Sewu	Universitas Padjajaran
2.	Bidang Ilmu	Akuntansi	Manajemen	Manajemen Keuangan
3.	Tahun Masuk	1984	1989	2005
4.	Tahun Lulus	1989	1991	2009
5.	Judul Skripsi/ Tesis/ Disertasi	Audit Koperasi dan Banl	Studi Kelayakan Perluasan Pabrik Mebel	Pengaruh Imbal Hasil dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Struktur Modal Dinamis atas Emiten non Keuangan di Bursa EFEBk Indonesia
6.	Nama Pembimbing/ Promotor	Bpk Mizwar	Dr. Yunius Tirok	Dr. Rina Indrastuti Dr. Sumarno Zein

				Prof Dr. Yuyun Wirasasmita
--	--	--	--	----------------------------

III. Pengalaman Penelitian

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp)
1.	2009	Dinamika Struktur Modal di BEI	Pribadi	-
2.	2010	Finance Behaviour	Pribadi	-
3.	2011	Pengaruh Makro Ekonomi terhadap IHSG	Pribadi	-
4.	2018	Pengaruh Corporate Governance terhadap Kinerja Perusahaan	Pribadi	-
5.	2019	Pengaruh Karakteristik Perusahaan dengan Mediasi Inflasi terhadap Kinerja Perusahaan	Pribadi	-

IV. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp)
1.	2018	Pembicara dalam kegiatan pengabdian masyarakat bagi guru-guru Tingkat SMA/SMK Se-Jabodetabek Dalam Rangka Hut Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara	-	-
2.	2017	Penjaga Pameran Program Studi Akuntansi di Gedung Rektorat	-	-

V. Pengalaman Penulisan Artikel Dalam Jurnal

No	Tahun	Judul Artikel Ilmiah	Volume/ Nomor	Nama Jurnal
1.	Januari 2008	Pengujian Empiris Capital Asset Pricing Model di BEI	Volume 2, No. 2, Hal : 163-175	Jurnal Kompetisi Manajemen Bisnis
2.	Juni 2008	Implementasi Merger, Akuisisi dan Restrukturisasi Pada Perusahaan-Perusahaan di Indonesia;	Vol.3, hal 1.	Jurnal manajemen dan bisnis, Kompetensi, Ukrida
3.	November 2009	Mengapa Struktur Modal Bersifat Dinamis (University of Tarumanagara)	Tahun XIV, No.03, hal: 322-341	Jurnal Ekonomi, FEB Untar
4.	Desember	Pengujian Struktur Modal	Volume 11,	Jurnal Bisnis

	2009	(<i>Pecking Order Theory</i>): Analisis Empiris Terhadap Saham di LQ-45;	No 3, Hal : 209-221	dan Akuntansi FEB UNTAR
5.	Januari 2010	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Initial Return Pada IPO di BEI; (University of Pancasila)	ISSN 1412 - 0240	Jurnal Akuntansi, FEB Untar
6.	Mei 2010	Anomali Initial Public OfFEBring (Ukrida)	Vol.10 No.2, hal : 115-122	Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Ukrida
7.	Juni 2010	Dampak Imbal Hasil Saham Terhadap Struktur Modal Dinamis di Bursa EFEBk Indonesia; (University of Tarumanagara)	Tahun XIV, No. 2, hal : 193-202	Jurnal Ekonomi FEB Untar
8.	Juli 2010	Pengaruh Suku Bunga Bank Indonesia, Inflasi dan Indeks Harga Konsumen Terhadap Kurs Tukar Dolar Amerika Terhadap Rupiah	Volume XV, No . 2, Hal : 224-233	Jurnal Ekonomi FEB UNTAR
9.	September 2010	Faktor-faktor yang mempengaruhi Struktur Modal (<i>Trade-off Theory</i>): Analisa Empiris Perusahaan di LQ 45;	Tahun XIV, N0.03, hal; 304-316	Jurnal Akuntansi, FEB Untar
10.	November 2011	Penilaian Opsi dalam Hedging Harga Saham	Volume 11, No. 2, Hal 207-304	Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, FEB UNTAR
11.	Maret 2012	Pengaruh Makroekonomi terhadap IHSG, Studi Kasus di BEI;	Volume XVII, No. 1, Hal : 97-107	Jurnal Ekonomi, FEB Untar
12.	2017	The Influence of Company Size, Profitability, Leverage and Foreign Ownership on Corporate Social Responsibility Disclosure Among Manufacturing Companies	Vol 2, Issue 4, Page : 1265- 1280 ISSN : 2456-3676	International Journal of Advanced Engineering and Management Research
13.	November 2018	Pengaruh Proporsi Komisaris Independen, Jumlah Direktur, Jumlah Komite Audit, Kepemilikan Saham Institusional, Kepemilikan Saham Manajemen dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan	No 03, Volume XXIII	Jurnal Ekonomi FEB UNTAR

		Perusahaan		
14.	2018	The Influence of Asset Utilization, Intellectual Capital and Corporate Governance On Corporate Financial Performance (An Empirical Study on Mining and Consumer Good Companies Listed in The Indonesia Stock Exchange During 2012-2015)	Vol 3, Issue 2, Page : 97 – 113, ISSN : 2456-3676	International Journal of Advanced Engineering and Management Research

Semua data saya isikan dan tercantum dalam biodara ini adalah benar dan dapat dipertanggung jawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan saya sanggup menerima risikonya.

Jakarta, Agustus 2021
Anggota Pengusul,



Herman Ruslim

LAMPIRAN 2 : BIODATA ANGGOTA PENGUSUL

BIODATA MAHASISWA

Data Pribadi

Nama : Yohanes Nuhadriel
NIM : 115180008
Email : yohanesnuhadriel@gmail.com
Nomor HP : 087780999507
Alamat : Jl. Palem Raja Timur CEXT 1/7, Duri Kosambi,
Cengkareng, DKI Jakarta

Education

Formal

2018 – present : Universitas Tarumanagara, Jakarta-Indonesia
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen –
GPA 3.90
2015 – 2018 : SMA Kristen Kalam Kudus 2 Kosambi
2012 – 2015 : SMP Kristen Kalam Kudus 3 Kosambi
2006 – 2012 : SD Kristen Kalam Kudus 3 Kosambi
2004 – 2006 : TK Kristen Kalam Kudus 2 Kosambi

Experinnces

2021 - present : Universitas Tarumanagara
Assistant lecturer of statistics
2017 – 2018 : SMA Kristen Kalam Kudus
Tenis Table division Student Council

Achievements

2021 : The 1st winner of National Busines Competition in
Trisakti School of Management
2021 : The 1st winner of Marketing Plan Competition in
Universitas Andalas
2021 : The 3rd winner of Business Case Competition in
Universitas Bunda Mulia
2020 : The 1st winner of Marketing Plan Competition 2020
in Universitas Kristen Maranatha
2020 : The 1st winner of Marketing Plan Competition 2020
in Universitas Negeri Semarang
2020 : The 1st winner of National Management Competition
– Business case competition Universitas Sanata
Dharma
2019 : 3rd winner of business case competition in Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta
2019 : The 1st winner of national usiness case competition in
Universitas Musi Charitas Palembang
2019 : 3rd winner of national case competition in Universitas
Budi Luhur

2017

: 6th winner of economic competition in Trisakti School
of Management

Jakarta, Agustus 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Yohanes' with a stylized flourish at the end.

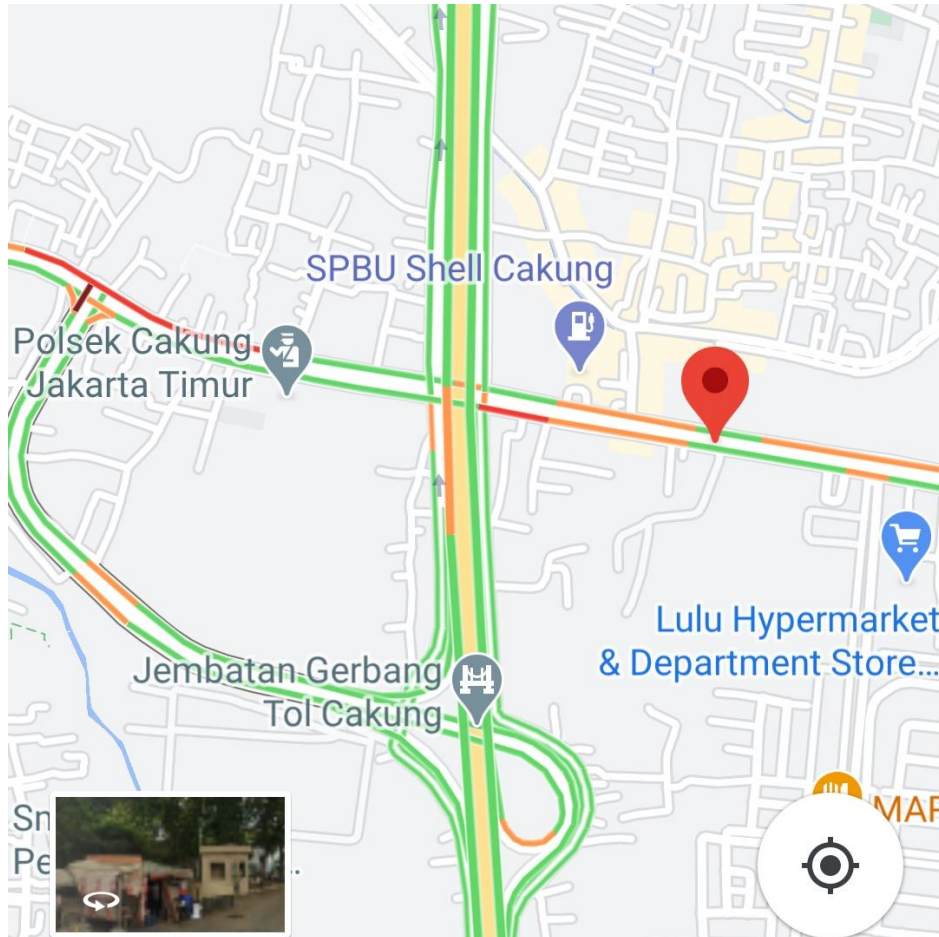
Yohanes Nuhadriel

LAMPIRAN 3 : GAMBARAN IPTEK YANG AKAN DITRANSFER KE MITRA

No	Jenis Iptek yang akan ditransfer ke mitra	Deskripsi Iptek
1.	Melakukan kunjungan ke objek	Mengidentifikasi strategi apa yang selama ini dijalankannya dan permasalahan apa saja yang terjadi dalam menjalankan strategi tersebut.
2.	Melakukan pendampingan penentuan kriteria	Dilakukan pendampingan penentuan kriteria faktor internal (untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (untuk mengetahui peluang dan ancaman)
3.	Pengumpulan dan pengolahan data	Data yang diperoleh dari hasil wawancara tersebut dikumpulkan kemudian diolah menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui strategi apa yang akan dijalankan toko tersebut.
4.	Implementasi strategi	Hasil dari strategi tersebut kemudian diimplementasikan dan dilakukan pengamatan terhadap pelaksanaan strategi tersebut untuk dilakukan evaluasi.

LAMPIRAN 4 : PETA LOKASI WILAYAH MITRA

Jalan Raya Bekasi KM 23 Bekasi Barat



PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DALAM ERA NEW NORMAL KEPADA KARYAWAN PT MANDIRI UTAMA RUSLIM DI TANGERANG

Andi Wijaya¹, Yohanes Nuhadriel²

¹Jurusan Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: andiw@fe.untar.ac.id

²Jurusan Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: yohanes.115180008@stu.untar.ac.id

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 yang terjadi di Indonesia merupakan bencana yang tidak pernah diduga sebelumnya. Kondisi bencana ini terjadi hampir di seluruh dunia yang membawa dampak besar bagi perekonomian. Provinsi DKI Jakarta sebagai ibukota negara telah menjadi episentrum atau pusat bagi penyebaran virus tersebut. Kondisi perekonomian masyarakat sekarang ini menuntut tiap orang untuk “bertahan hidup”. Pengabdian masyarakat ini telah menghadirkan suatu kegiatan pelatihan kewirausahaan bagi karyawan PT Mandiri Utama Ruslim yang terdampak akan kondisi pandemik ini agar mereka mempersiapkan diri untuk memulai usahanya. Kegiatan dilakukan berupa webinar tentang kewirausahaan untuk mempersiapkan para karyawan dalam situasi pandemi COVID-19.

Program PKM ini berupa Pelatihan kewirausahaan dalam Era New Normal dengan kepada karyawan PT Mandiri Utama Ruslim di Tangerang. Universitas Tarumanagara sebagai kampus *entrepreneur* yang membantu penyediaan dana demi terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Kata Kunci: kewirausahaan, wirausaha, pandemik

A. Pendahuluan

Pemberlakuan kebijakan untuk melakukan pembatasan sosial di wilayah DKI Jakarta, memberikan dampak berupa melemahnya roda perekonomian khususnya di tingkat keluarga pada lapisan masyarakat kecil dan menengah. Atas kondisi tersebut, maka diperlukan upaya untuk memulihkan kondisi ekonomi keluarga bilamana pandemi COVID-19 ini berakhir. Implementasi program kegiatan untuk memecahkan masalah, adalah pemberian pengetahuan dan perkembangan bisnis secara online, analisis tentang pertumbuhan pengguna internet dan pengguna *smartphone* sehingga para peserta mampu menjadi praktisi *technopreneur*. Menurut Mopangga (2015), *technopreneur* adalah entrepreneur zaman baru yang berminat pada teknologi, kreatif, inovatif, dinamis, berani berbeda serta mengambil jalur yang belum dieksplorasi dan sangat bersemangat dengan pekerjaannya. Menurut Marti'ah (2017), terdapat perbedaan antara *entrepreneurship* biasa dan *technopreneurship* (*technology entrepreneurship*). *Technology entrepreneurship* fokus pada teknologi yang berfungsi sesuai kebutuhan target pelanggan dan teknologi tersebut dapat dijual dengan mendapatkan keuntungan (profit). *Entrepreneurship* umumnya berhubungan dengan bagian yang kedua, yakni menjual dengan mendapatkan profit. Dampak positif dari hadirnya media sosial adalah kemudahan interaksi, memperluas hubungan relasi, tidak adanya lagi batasan ruang dan waktu, serta penyebaran informasi yang cepat. Kewirausahaan memiliki peran penting dalam memajukan perekonomian suatu negara, sehingga diharapkan setiap warga negara harus memiliki niat untuk berwirausaha. Proses kewirausahaan menuntut kemauan untuk mengambil risiko dengan penuh perhitungan sehingga dapat mengatasi rintangan untuk mencapai kesuksesan yang diharapkan. Untuk mengembangkan usaha baru, penting untuk memahami tentang apa yang membuat seseorang menjadi wirausaha.

Hal ini disebabkan fakta bahwa kewirausahaan merupakan proses kompleks yang melibatkan kognisi kewirausahaan dan tindakan kewirausahaan. Kewirausahaan juga merupakan perilaku yang disengaja dan terencana. Oleh karena itu, penting untuk meneliti lebih lanjut niat berwirausaha pada kaum muda. Menurut Ajzen (2020) kewirausahaan sebagai persepsi pribadi terhadap nilai, manfaat dan kesukaan dari kewirausahaan yang mempengaruhi niat mereka untuk memasuki area bisnis baru. Seorang individu memiliki sikap yang berbeda dalam menghadapi sesuatu. Penelitian telah menemukan bahwa sikap wirausaha dipengaruhi oleh beberapa faktor secara internal maupun eksternal yang membentuk perilaku. Sikap kewirausahaan tersebut dapat mendorong seseorang untuk menjadi wirausahawan (Shirokova dkk., 2017). Pengalaman kewirausahaan, fasilitator, dan orang yang berpengaruh juga dapat berpengaruh pada proses berwirausaha yang dapat dimanfaatkan dalam diri orang tersebut.

Salah satu permasalahan utama yang ada di Indonesia pada saat ini adalah pengangguran. Apalagi dengan munculnya wabah *covid-19* membuat banyak masyarakat yang di PHK oleh perusahaannya. Pandemi *covid-19* membuat ekonomi terpuruk sepanjang 2020. Meski digadang-gadang membaik di tahun 2021 ini, namun sejumlah tantangan masih akan terus membayangi pemulihan ekonomi Indonesia. Adapun berdasarkan data

Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah pengangguran per Agustus 2020 mengalami peningkatan sebanyak 2,67 juta orang. Dengan demikian, jumlah angkatan kerja di Indonesia yang menganggur menjadi sebesar 9,77 juta orang. Oleh karena itu, kita dituntut untuk tidak terlalu mengandalkan pekerjaan dari orang lain. Maka dari itu, menciptakan lapangan pekerjaan sendiri merupakan ide yang baik dan efektif, sehingga dapat menyerap tenaga kerja yang ada dan dapat meningkatkan roda perekonomian yang akhirnya dapat menurunkan tingkat pengangguran di Indonesia. Berbicara mengenai menciptakan lapangan pekerjaan sendiri, maka kata berwirausaha tentu muncul di benak kita. Wirausaha memiliki peran penting dalam negara guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia. Wirausahawan berperan baik secara eksternal ataupun internal. Secara eksternal, wirausahawan berperan sebagai penyedia lapangan pekerjaan untuk para pencari kerja. Dengan terserapnya tenaga kerja oleh kesempatan kerja yang ada, yang telah disediakan wirausaha, tingkat pengangguran secara nasional akan menjadi lebih berkurang. Dan secara internal, wirausahawan mengurangi tingkat ketergantungan kepada orang lain, dapat meningkatkan kepercayaan diri, dan meningkatkan daya beli.

Kewirausahaan dapat mengatasi berbagai masalah perekonomian di Indonesia. Kewirausahaan memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Rasio kewirausahaan di Indonesia berada di nilai 3.47% per tahun 2020. Nilai tersebut masih terbilang cukup rendah dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya dimana Singapura sudah mencapai nilai 8.47%, Thailand 4.26%, dan Malaysia dengan nilai 4.74%. Kurangnya wirausaha di Indonesia dapat menjadi suatu kelemahan untuk perekonomian di Indonesia, karena wirausaha dapat memberikan kontribusi yang sangat besar bagi perekonomian dan kesejahteraan suatu negara dengan cara meningkatkan lapangan pekerjaan, meningkatkan pemerataan pendapatan, serta memanfaatkan sumberdaya yang ada untuk meningkatkan produktivitas negara. Namun, untuk kesuksesan dari suatu wirausaha dibutuhkan pemikiran yang kreatif. Wirausahaan yang kreatif adalah individu yang memiliki pola pikir wirausaha dalam menanggapi pemicu tindakan wirausaha sendiri. Tindakan wirausaha dibagi menjadi dua, yaitu ekstrinsik dan intrinsik. Tindakan ekstrinsik adalah suatu tindakan yang kontekstual dan didorong oleh bisnis, sedangkan tindakan intrinsik adalah tindakan yang melibatkan keinginan internal untuk menciptakan suatu rasa pencapaian pribadi (Tseng & Chen, 2021).

Pelatihan kewirausahaan ini sekiranya dapat membantu masyarakat menghadapi *new normal*. Masyarakat dalam hal ini adalah karyawan PT Mandiri Utama Ruslim, yang diharapkan mampu memiliki jiwa wirausaha untuk menghadapi kondisi ini agar mereka dapat “bertahan hidup”.

B. Metode Pelaksanaan PKM

Langkah-langkah/Tahapan Pelaksanaan

1. Membuat *draft* kerangka konsep kewirausahaan berdasarkan para ahli yang ada. Pada bagian ini dilakukan penyuluhan mengenai pentingnya kewirausahaan di era *new normal* ini dengan menciptakan lapangan

- pekerjaan untuk membantu para karyawan agar dapat bertahan dan membantu yang lain di masa new normal ini.
2. Menjelaskan sifat dasar dari seorang wirausaha kepada para karyawan PT Mandiri Utama Ruslim. Pada bagian ini dijelaskan mengenai sifat dasar dari seorang wirausaha sehingga dapat disesuaikan dengan karakteristik dari objek dan dapat diterapkan ilmu tersebut dalam dunia nyata.

3. Hasil dan Luaran yang Dicapai

a. Profil Usaha

Nama : PT Mandiri Utama Ruslim.
Wilayah : Villa Melati Mas Blok H9 no. 60 Tangerang
Kecamatan : Serpong Utara
Propinsi : Banten
Jam buka : 08.00 – 17.00 (Hari Senin- Sabtu)

PT Mandiri Utama Ruslim merupakan sebuah UMKM yang bergerak pada *supplier* alat tulis. Perusahaan ini didirikan oleh Willyams dengan tujuan memenuhi kebutuhan alat tulis bagi masyarakat. Perusahaan menyediakan berbagai macam perlengkapan yang pada umumnya di gunakan di dalam kantor yang meliputi produk kertas, alat tulis dan barang dagang. Semua perlengkapan kantor tersebut merupakan beberapa perlengkapan kantor yang sangat penting bagi perusahaan, karena kegiatan operasional perusahaan tidak lepas dari perlengkapan kantor seperti pensil, pena, penggaris, buku dan lain sebagainya.



b. Pelatihan konsep kewirausahaan

Pada bagian ini tim memberikan pelatihan dan penyuluhan mengenai konsep dasar kewirausahaan dan bagaimana pengaplikasiannya yang disesuaikan dengan karakteristik objek. Pelatihan yang dimaksud disini adalah memaparkan definisi dari kewirausahaan (Menurut Scarborough, Zimmerer, dan Wilson (2009) wirausaha adalah seorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan yang signifikan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber-sumber daya yang diperlukan sehingga sumber-sumber daya tersebut dapat dikapitalisasikan), identifikasi dan evaluasi peluang (evaluasi peluang, penciptaan dan jangka waktu peluang, nilai riil dan nilai yang dipersepsikan atas peluang, risiko dan pengembalian atas peluang, peluang versus keahlian dan tujuan pribadi, serta lingkungan yang kompetitif). Di samping itu juga menjelaskan faktor pembentuk jiwa wirausaha (Faktor pribadi, terdiri atas motivasional, karakteristik kepribadian dan faktor lingkungan terdiri atas pendidikan, usia, dan pengalaman kerja), serta yang terakhir adalah jenis wirausaha (wirausaha muda, wirausaha perempuan, wirausaha minoritas, wirausaha imigran, wirausaha paruh waktu, Wirausaha rumah tangga, usaha

keluarga, wirasutri, wirausaha korban PHK/karyawan yang mengundurkan diri, dan wirausaha sosial)

c. Sifat-sifat dasar dari seorang wirausaha

Pada bagian ini tim menjelaskan secara terperinci dan disertai konsep contoh yang relevan mengenai sifat dasar dari seorang wirausaha sehingga dapat disesuaikan dengan karakteristik dari objek dan dapat diterapkan ilmu tersebut dalam dunia nyata, adapun sifat dasar seorang wirausaha antara lain:

- percaya diri,
- berorientasikan tugas dan hasil,
- berani mengambil risiko,
- kepemimpinan,
- keorisinilan,
- berorientasi ke masa depan,
- mandiri,
- realistis,
- kreatif dan inovatif,
- fokus tinggi,
- sensitif terhadap perubahan pasar,
- disiplin,
- jujur dan tekun.

4. Kesimpulan dan Saran

a. Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. PT Mandiri Utama Ruslim merupakan toko alat tulis untuk memenuhi pasar Tangerang dan sekitarnya
2. PT Mandiri Utama Ruslim mengalami masalah dalam hal tenaga kerja yang akan dirumahkan karena efek pandemic.
3. PT Mandiri Utama Ruslim berusaha mengalokasikan pekerjanya kepada bidang atau menjadi wirausaha.

b. Saran

1. Memberikan pelatihan kewirausahaan

Memberikan pelatihan dan penyuluhan kepada para karyawan yang terdampak pandemi covid-19 mengenai konsep dasar kewirausahaan dan bagaimana pengaplikasiannya yang disesuaikan dengan karakteristik objek. Termasuk didalamnya pelatihan mengenai sifat dasar dari seorang wirausaha sehingga dapat disesuaikan dengan karakteristik dari objek dan dapat diterapkan ilmu tersebut bagi karyawan.

2. Untuk rencana selanjutnya diharapkan dapat membuat *business plan* atau ide bisnis bagi karyawan

Pada bagian ini tim menyajikan kepada mitra mengenai proses pembuatan ide bisnis. Adapun tahapan yang digunakan tim adalah memaparkan:

- pengertian dan manfaat analisis kelayakan bisnis,
- manfaat rencana bisnis,
- elemen rencana bisnis,
- format rencana bisnis,
- presentasi rencana bisnis,
- menjelaskan bagaimana investor dan kreditur menilai rencana bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314-324.
- Marti'ah, S., 2017. Kewirausahaan Berbasis Teknologi (Technopreneurship) dalam Perspektif Ilmu Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Edutic*, 3(2), 75–82.
- Mopangga, H., 2015. Studi Kasus Pengembangan Wirausaha Berbasis Teknologi (Technopreneurship) di Provinsi Gorontalo. *Trikonomika*, [daring] 14(1), hal.13–24. <http://www.journal.unpas.ac.id/index.php/trikonomika/article/view/587>.
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., Morris, M. H., & Bogatyreva, K. (2017). Expertise, university infrastructure and approaches to new venture creation: Assessing students who start business. *Entrepreneurship & Regional Development*, 29(9-10),
- Tseng, M., Chen Huei, M. (2021). “Creative entrepreneurs' artistic creativity and entrepreneurial alertness: the guanxi network perspective”. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*.