

Pelatihan analisis SWOT UKM di kunciran indah Kota tangerang

M. Tony Nawawi¹, Said Ashadi Cahyadi¹, Shandy Eka Prasetyo¹, Helena Monica Ong¹

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia

*Penulis Korespondensi: M. Tony Nawawi (e-mail: tonyn@fe.untar.ac.id)

Abstrak

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

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

Abstract

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

Keywords: business strategy, SWOT, culinary business, SMEs.

1. PENDAHULUAN

Strategi Perencanaan bisnis diperlukan dalam upaya mengatasi permasalahan usaha rumahan (UKM), rencana bisnis merupakan ringkasan tertulis mengenai usulan pendirian usaha oleh UKM yang berisikan rincian kegiatan operasi, rencana keuangan, peluang, strategi pemasaran, serta keterampilan dan kemampuan manajer[1]. Rencana yang disusun merupakan bukti tertulis bahwa UKM telah melakukan bisnis dengan memanfaatkan peluang bisnis, dan siap

untuk melaksanakan sebuah ide bisnis baru dengan menentukan arah usaha yang ingin dicapai[2]. Bryson memandang perencanaan sebagai proses yang sadar dan sistematis yang menyediakan peta jalan bagi organisasi untuk mengejar visi dan tujuan organisasinya. Scarborough dan Cornwall Rencana bisnis adalah ringkasan tertulis dari seorang wirausaha yang mengusulkan bisnisnya, rincian operasional dan keuangan, peluang pemasaran dan strategi, dan keterampilan dan kemampuan manajernya[3]. McKeever mengemukakan bahwa rencana bisnis adalah rencana tertulis memuat gambaran dan tujuan bisnis, cara kerja dan rincian keuangan/permodalan susunan para pemilik dan manajemen dan bagaimana cara mencapai tujuan bisnisnya[4]. Zimmerer dan Scarborough menyatakan bahwa rencana bisnis adalah ringkasan tertulis mengenai usulan pendirian perusahaan oleh wirausahawan yang berisi rincian kegiatan operasi, rencana keuangan, peluang, strategi pemasaran, serta keterampilan dan kemampuan manajer[2].

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional[5]. UKM berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat struktur ekonomi lokal[6]. Dalam banyak kasus, UKM juga menjadi sektor yang relatif tahan terhadap tekanan ekonomi karena fleksibilitas model usaha yang dimiliki. Di tingkat daerah, keberadaan UKM tidak hanya menjadi sumber ekonomi keluarga, tetapi juga menjadi penggerak aktivitas ekonomi masyarakat[7]. Meskipun demikian, pelaku UKM masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan usahanya. Salah satu persoalan utama terletak pada keterbatasan kapasitas manajerial dalam menyusun strategi bisnis yang tepat[8]. Banyak pelaku UKM menjalankan usaha berdasarkan pengalaman praktis tanpa didukung analisis usaha yang sistematis[9]. Kondisi tersebut menyebabkan pelaku usaha sering kesulitan membaca perubahan pasar, memahami posisi usaha, serta menentukan strategi pengembangan yang tepat. Akibatnya, usaha yang dijalankan cenderung stagnan dan sulit berkembang[10].

Rencana yang disusun merupakan bukti tertulis bahwa wirausahawan telah melakukan penelitian yang diperlukan, mempelajari tentang adanya peluang bisnis, dan siap untuk melaksanakan sebuah ide bisnis baru dengan menentukan arah perusahaan, tujuan, tempat yang ingin dituju, dan cara untuk mencapainya[11]. Singkatnya, rencana bisnis merupakan asuransi terbaik wirausahawan untuk mencegah terjadinya kegagalan dalam mendirikan dan mengelola perusahaan[12]. Rencana bisnis juga bermanfaat untuk membantu para pengusaha agar dapat memimpin perusahaan dengan sukses. Walaupun rencana bisnis akan memberikan panduan dalam mencapai kesuksesan suatu usaha, Namun kecenderungan pelaku usaha termasuk UKM kurang memperhatikan cara menyusun rencana bisnis[13]. Sehingga kegiatan usaha yang dilakukan kebanyakan hanya berdasarkan insting semata, tidak terstruktur dan terdokumentasi secara lengkap. Rencana bisnis adalah alat praktis bagi pengusaha untuk digunakan dalam merancang usaha mereka. Alat ini membantu pengusaha untuk merencanakan ide bisnis sebelum mengambil tindakan[14].

Kelayakan ide kewirausahaan telah dinilai dengan analisis kelayakan dan studi. Menurut Frederick, Kuratko dan Hodgetts, bagi seorang pengusaha rencana bisnis memberikan panduan operasi perusahaan dengan membuat rencana untuk masa yang akan datang dan menyusun strategi untuk mencapai kesuksesannya[10]. Mitra yang menjadi tempat kegiatan adalah usaha rumahan yang fokus dengan barang kebutuhan Rumah tangga. Dengan latar belakang untuk memenuhi kebutuhan hidup yang semakin banyak, sehingga Bu Susy sebagai tulang punggung keluarga dengan 2 anaknya, merasa perlu bekerja ekstra dalam memenuhi kebutuhan keluarga[11]. Awal ini lah yang menyebabkan mitra memulai usahanya dengan modal awal dari pinjaman saudaranya sebesar Rp. 10 juta, dengan buka usaha perkreditan dan jualan kecil-kecilan[15]. setiap hari ada saja yang membeli. Harapan Bu Susyati usahanya ini bisa menopang kehidupan keluarga sepenuhnya. Mengembangkan usaha lebih maju lagi. Untuk itu mitra terus memperhatikan upaya yang perlu dilakukan dalam menjaga kelangsungan hidup usaha[16].

Permasalahan tersebut juga ditemukan pada pelaku UKM di wilayah Kunciran Indah Kota Tangerang. Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar pelaku UKM di wilayah tersebut

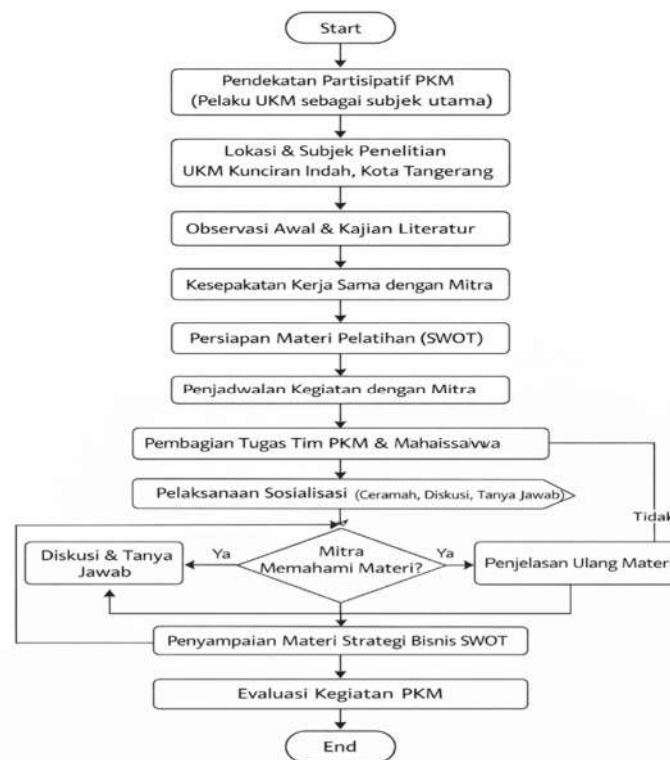
menjalankan usaha secara tradisional dan belum memiliki perencanaan bisnis yang terstruktur. Pelaku usaha umumnya belum terbiasa melakukan analisis terhadap kekuatan dan kelemahan usaha yang dimiliki. Selain itu, kemampuan dalam mengidentifikasi peluang pasar serta ancaman bisnis juga masih terbatas. Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan peningkatan kapasitas pelaku UKM dalam memahami konsep dasar manajemen strategi usaha.

Dalam kajian manajemen bisnis, analisis SWOT menjadi salah satu pendekatan yang banyak digunakan dalam proses perencanaan strategi. Analisis SWOT membantu pelaku usaha mengidentifikasi empat aspek penting yaitu kekuatan (*strengths*) [17], kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Melalui analisis tersebut, pelaku usaha dapat memahami kondisi internal maupun eksternal yang mempengaruhi keberlanjutan usaha. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa penggunaan analisis SWOT mampu membantu pelaku usaha kecil dalam merumuskan strategi pengembangan usaha yang lebih terarah [18].

Berbagai program pemberdayaan UKM telah dilakukan oleh pemerintah maupun lembaga pendidikan melalui pelatihan kewirausahaan dan manajemen usaha. Namun, sebagian kegiatan masih berfokus pada aspek produksi dan pemasaran, sementara pelatihan terkait perencanaan strategi bisnis masih relatif terbatas. Oleh karena itu, pelatihan analisis SWOT menjadi salah satu pendekatan yang penting untuk memperkuat kemampuan pelaku UKM dalam menyusun strategi usaha secara sistematis [19]. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memiliki kebaruan pada pendekatan pelatihan yang tidak hanya memberikan pemahaman konseptual mengenai analisis SWOT, tetapi juga melibatkan peserta secara langsung dalam praktik penyusunan analisis usaha mereka masing-masing. Pendekatan ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman praktis pelaku UKM sehingga hasil pelatihan dapat langsung diterapkan dalam pengembangan usaha. Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini menjadi penting untuk dilakukan sebagai upaya meningkatkan kapasitas pelaku UKM dalam menyusun strategi usaha yang lebih terencana. Melalui pelatihan analisis SWOT, pelaku UKM diharapkan mampu memahami posisi usaha yang dijalankan serta mampu merumuskan strategi pengembangan usaha secara lebih efektif.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif yang menempatkan pelaku UKM sebagai subjek utama dalam proses pembelajaran. Pendekatan ini dipilih agar peserta dapat terlibat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan serta mampu mengaplikasikan materi pelatihan secara langsung pada usaha yang mereka jalankan. Kegiatan pengabdian dilaksanakan di wilayah Kunciran Indah Kota Tangerang dengan peserta yang terdiri dari pelaku UKM berbasis rumah tangga dan usaha mikro. Peserta berasal dari berbagai jenis usaha seperti kuliner, perdagangan kecil, serta jasa rumahan. Pelaksanaan kegiatan melibatkan tim dosen dan mahasiswa sebagai fasilitator pelatihan. Kegiatan sosialisasi dilakukan untuk memberikan pembekalan kepada mitra dalam memahami pengembangan strategi bisnis dengan SWOT dalam berwirausaha, seperti pada Gambar 1 sebagai berikut.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan PKM

Pada Gambar 1 ditunjukkan alur metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang menggunakan pendekatan partisipatif dan analisis SWOT. Proses dimulai dari penentuan pendekatan, lokasi, dan subjek kegiatan, yaitu pelaku UKM di wilayah Kunci Indah, Kota Tangerang. Selanjutnya, dilakukan observasi awal dan kajian literatur untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi mitra. Tahapan berikutnya meliputi kesepakatan kerja sama dengan mitra, persiapan materi pelatihan berbasis SWOT, serta penjadwalan kegiatan. Setelah itu, dilakukan pembagian tugas antara tim PKM dan mahasiswa sebelum pelaksanaan sosialisasi melalui metode ceramah, diskusi, dan tanya jawab. Dalam proses pelaksanaan, terdapat tahapan evaluasi pemahaman mitra terhadap materi yang disampaikan. Apabila mitra belum memahami materi, maka dilakukan penjelasan ulang hingga mencapai pemahaman yang diharapkan. Tahap akhir adalah evaluasi kegiatan PKM secara keseluruhan untuk menilai efektivitas pelaksanaan serta sebagai dasar perbaikan kegiatan di masa mendatang. Untuk memperjelas implementasi pada tahap sosialisasi, rincian tahapan kegiatan yang dilakukan oleh tim PKM dijelaskan sebagai berikut.

1. Tim PKM menyiapkan materi pelatihan yang akan disampaikan kepada mitra.
2. Tim PKM menghubungi pemilik usaha untuk meminta izin pelaksanaan kegiatan sosialisasi.
3. Tim PKM berkoordinasi dengan mitra terkait waktu dan pelaksanaan kegiatan.
4. Tim PKM melakukan pembagian tugas dengan mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan.
5. Kegiatan sosialisasi dilaksanakan melalui metode ceramah, diskusi, dan tanya jawab secara luring.
6. Tim PKM menyampaikan materi mengenai strategi bisnis berbasis SWOT kepada mitra.
7. Mitra diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan terhadap materi yang belum dipahami.

8. Tim PKM menanggapi respon mitra serta melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan PKM.

Partisipasi Mitra dalam Kegiatan PKM

Keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sangat dipengaruhi oleh tingkat partisipasi mitra dalam setiap tahapan kegiatan. Oleh karena itu, mitra tidak hanya berperan sebagai objek, tetapi juga sebagai subjek yang terlibat aktif dalam proses pelaksanaan kegiatan. Adapun rincian jadwal kegiatan dan bentuk partisipasi mitra disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan dan Partisipasi Mitra

No	Jadwal Kegiatan	Partisipasi Mitra
1	Observasi awal ke mitra dan kajian literatur	Tim mengidentifikasi permasalahan mitra serta mengkaji literatur dan jurnal terkait
2	Kesepakatan kerja sama dengan mitra	Mitra memberikan persetujuan untuk bekerja sama dalam kegiatan PKM
3	Persiapan materi pelatihan	Tim berdiskusi dan menyiapkan materi yang akan disampaikan kepada mitra
4	Penentuan waktu pelaksanaan kegiatan	Mitra berkoordinasi dengan tim terkait jadwal pelaksanaan kegiatan
5	Pelaksanaan sosialisasi (ceramah, diskusi, dan tanya jawab)	Mitra mengikuti kegiatan serta memberikan respon terhadap materi yang disampaikan
6	Penyusunan draf artikel luaran wajib	Tim menyusun draf artikel sebagai luaran kegiatan
7	Publikasi ilmiah pada jurnal	Tim mempersiapkan dan melakukan publikasi ilmiah
8	Penyusunan laporan dan luaran tambahan	Tim menyusun laporan ke LPPM serta luaran tambahan lainnya

Berdasarkan Tabel 1, kegiatan PKM menunjukkan adanya keterlibatan aktif mitra dalam setiap tahapan, mulai dari observasi awal hingga pelaporan akhir. Hal ini mencerminkan penerapan pendekatan partisipatif yang efektif dalam meningkatkan pemahaman mitra terhadap materi yang diberikan. Selain itu, sinergi antara tim PKM dan mitra menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan kegiatan serta keberlanjutan implementasi strategi bisnis yang telah disosialisasikan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM dilaksanakan di rumah Ibu Susyati yang berlokasi di Kampung Bojong Poncol RT 004/RW 09, Kelurahan Kunciran Indah, Kecamatan Pinang, Kota Tangerang. Usaha yang dijalankan oleh mitra telah beroperasi sejak tahun 2018 sebagai usaha skala kecil yang pada awalnya dilakukan secara berpindah-pindah dari satu kampung atau kompleks ke kampung atau kompleks lainnya, karena belum memiliki lokasi usaha yang tetap. Meskipun demikian, usaha tersebut telah memiliki konsumen tetap yang menunjukkan adanya potensi pengembangan usaha. Seiring dengan meningkatnya permintaan, mitra mulai mencari lokasi usaha yang lebih permanen untuk mendukung keberlangsungan usahanya. Usaha yang dijalankan merupakan

usaha rumahan yang berfokus pada penyediaan kebutuhan rumah tangga. Latar belakang ekonomi keluarga menjadi salah satu faktor utama dalam pengembangan usaha ini, di mana Ibu Susyati sebagai tulang punggung keluarga dengan dua orang anak berupaya meningkatkan pendapatan guna memenuhi kebutuhan hidup.

Usaha ini dimulai dengan modal awal sebesar Rp10.000.000 yang diperoleh dari pinjaman keluarga. Pada tahap awal, mitra menjalankan usaha dalam bentuk penjualan barang kebutuhan sehari-hari serta layanan perkreditan sederhana. Seiring berjalannya waktu, usaha tersebut menunjukkan perkembangan yang cukup baik, ditandai dengan adanya permintaan yang stabil dari konsumen. Oleh karena itu, mitra memiliki harapan untuk dapat mengembangkan usaha agar lebih maju dan mampu menopang kebutuhan keluarga secara berkelanjutan. Dalam pelaksanaan kegiatan PKM, tim memberikan materi pelatihan yang disampaikan secara langsung (luring) dengan bantuan media presentasi (PowerPoint) serta didukung oleh keterlibatan mahasiswa. Berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan mitra, ditemukan bahwa salah satu permasalahan utama adalah belum optimalnya perencanaan strategi bisnis. Oleh karena itu, tim PKM memberikan pendampingan dalam penyusunan strategi bisnis menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats). Analisis SWOT merupakan metode yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi perkembangan usaha. Faktor internal meliputi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), sedangkan faktor eksternal mencakup peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Melalui pendekatan ini, mitra diharapkan mampu memahami posisi usahanya serta menentukan strategi yang tepat untuk pengembangan usaha. Selanjutnya, hasil identifikasi keempat aspek dalam analisis SWOT pada usaha mitra disajikan sebagai berikut.

1. Strength (Kekuatan)

Menurut Robbins dan Coulter (2016), kekuatan (*strength*) merupakan aktivitas atau sumber daya yang dimiliki perusahaan dan dijalankan dengan baik sehingga menjadi keunggulan kompetitif. Berdasarkan hasil identifikasi, usaha kuliner mitra memiliki beberapa kekuatan, antara lain variasi produk yang beragam seperti nasi goreng, nasi mawut, mie goreng, mie rebus, dan kwetiau. Selain itu, bahan baku yang digunakan memiliki kualitas yang baik karena dipilih secara selektif dan dalam kondisi segar. Harga jual yang ditawarkan juga relatif terjangkau serta usaha ini telah memiliki pelanggan tetap, yang menunjukkan adanya loyalitas konsumen.

2. Weakness (Kelemahan)

Menurut Robbins dan Coulter (2016), kelemahan (*weakness*) merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya maupun aktivitas yang menyebabkan kinerja perusahaan tidak optimal. Adapun kelemahan yang dimiliki usaha mitra antara lain belum adanya kerja sama dengan pihak lain untuk pengembangan usaha, tata letak (*layout*) ruang usaha yang belum tertata dengan baik, serta belum memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran.

3. Opportunity (Peluang)

Menurut Robbins dan Coulter (2016), peluang (*opportunity*) merupakan kondisi eksternal yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk memperluas pasar dan meningkatkan kinerja usaha. Dalam hal ini, usaha mitra memiliki peluang berupa lokasi usaha yang strategis serta tingginya minat masyarakat terhadap produk kuliner. Selain itu, perkembangan teknologi informasi, khususnya internet dan media sosial, memberikan peluang besar untuk memperluas jangkauan pemasaran.

4. Threats (Ancaman)

Menurut Robbins dan Coulter (2016), ancaman (*threats*) merupakan kondisi eksternal yang berpotensi menghambat atau merugikan perkembangan usaha. Adapun ancaman yang dihadapi oleh usaha mitra antara lain tingginya tingkat persaingan usaha kuliner, banyaknya produk substitusi, serta perubahan preferensi konsumen yang cenderung cepat merasa bosan. Selain itu, kondisi ekonomi yang tidak stabil juga dapat memengaruhi daya beli masyarakat. Berikut ini disajikan beberapa dokumentasi berupa foto yang berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan PKM yang telah dilakukan.



Gambar 2. Kondisi saat sosialisasi dengan mitra



Gambar 3. Penjelasan Strategi SWOT kepada Mitra

Pelaksanaan kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UKM sebelumnya belum mengenal konsep analisis SWOT secara sistematis. Sebelum pelatihan, peserta umumnya menjalankan usaha berdasarkan pengalaman tanpa melakukan analisis strategis terhadap kondisi usaha yang dimiliki. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai memahami pentingnya melakukan analisis terhadap kondisi internal dan eksternal usaha. Peserta mampu mengidentifikasi kekuatan usaha seperti kualitas produk, loyalitas pelanggan, serta lokasi usaha yang strategis. Selain itu, peserta juga mulai menyadari beberapa kelemahan usaha seperti keterbatasan modal, keterbatasan promosi, serta manajemen usaha yang masih sederhana.

Peserta juga mampu mengidentifikasi peluang yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan usaha. Beberapa peluang yang ditemukan antara lain meningkatnya permintaan produk makanan rumahan, perkembangan pemasaran digital, serta potensi pasar lokal yang cukup besar. Di sisi lain, peserta juga mampu mengidentifikasi ancaman usaha seperti persaingan produk sejenis dan fluktuasi harga bahan baku. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu menyusun matriks SWOT sederhana sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan usaha. Peserta juga menunjukkan antusiasme yang tinggi selama proses pelatihan berlangsung.

Pembahasan

Perencanaan strategi bisnis merupakan elemen penting dalam pengembangan usaha mikro Pelaksanaan pelatihan analisis SWOT pada pelaku UKM di Kunciran Indah Kota Tangerang menunjukkan bahwa sebagian besar peserta sebelumnya belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai perencanaan strategi usaha[20]. Sebelum kegiatan berlangsung, pelaku UKM cenderung menjalankan usaha berdasarkan pengalaman sehari-hari tanpa melakukan analisis yang sistematis terhadap kondisi usaha yang dimiliki[21]. Praktik usaha yang bersifat intuitif ini sering ditemukan pada usaha mikro berbasis rumah tangga. Pelaku usaha lebih fokus pada kegiatan produksi dan penjualan, sementara aspek perencanaan strategis kurang mendapat perhatian. Kondisi tersebut menyebabkan pelaku usaha sulit menentukan arah pengembangan bisnis dalam jangka panjang[22]. Melalui kegiatan pelatihan ini, peserta mulai memahami bahwa perencanaan usaha memerlukan proses analisis yang jelas agar keputusan bisnis dapat diambil secara lebih rasional dan terarah.

Pemahaman mengenai kekuatan usaha menjadi salah satu aspek penting yang muncul selama kegiatan pelatihan. Peserta mulai melakukan refleksi terhadap potensi internal yang dimiliki oleh usaha mereka[23]. Dalam proses diskusi, beberapa pelaku UKM menyadari bahwa usaha mereka memiliki keunggulan tertentu, seperti kualitas produk yang baik, cita rasa khas, harga yang kompetitif, serta kedekatan dengan konsumen lokal[24]. Keunggulan tersebut sebelumnya dianggap sebagai hal biasa dan belum diposisikan sebagai kekuatan strategis dalam persaingan usaha. Setelah dilakukan identifikasi melalui analisis SWOT, pelaku UKM mulai menyadari bahwa kekuatan internal tersebut dapat dimanfaatkan untuk memperkuat posisi usaha di pasar. Kesadaran ini penting karena pengembangan strategi bisnis harus didasarkan pada potensi internal yang dimiliki oleh pelaku usaha[16].

Selain mengidentifikasi kekuatan, pelatihan juga membantu peserta mengenali berbagai kelemahan usaha yang selama ini kurang diperhatikan. Dalam proses diskusi kelompok, beberapa kelemahan yang sering muncul antara lain keterbatasan modal usaha, manajemen keuangan yang belum tertata dengan baik, keterbatasan kemampuan pemasaran, serta kurangnya inovasi produk[25]. Banyak pelaku usaha belum melakukan pencatatan keuangan secara sistematis sehingga sulit mengetahui kondisi keuangan usaha secara jelas. Selain itu, sebagian pelaku UKM masih mengandalkan metode pemasaran konvensional yang terbatas pada lingkungan sekitar tempat tinggal. Identifikasi kelemahan usaha ini menjadi langkah awal untuk melakukan perbaikan manajemen usaha secara bertahap[26]. Dengan memahami kelemahan yang ada, pelaku UKM dapat mulai menyusun langkah perbaikan yang lebih realistis sesuai dengan kapasitas usaha yang dimiliki.

Aspek peluang usaha juga menjadi bagian penting dalam pembahasan selama pelatihan. Peserta mulai memahami bahwa lingkungan bisnis terus mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi dan pola konsumsi masyarakat[27]. Salah satu peluang yang cukup besar bagi pelaku UKM adalah perkembangan pemasaran digital yang semakin luas. Media sosial dan platform perdagangan daring membuka akses pasar yang lebih luas bagi pelaku usaha kecil. Beberapa peserta pelatihan mulai menyadari bahwa penggunaan media digital dapat membantu memperluas jangkauan pemasaran produk mereka[14]. Selain itu, meningkatnya minat masyarakat terhadap produk lokal juga menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UKM untuk meningkatkan daya saing usaha.

Di sisi lain, peserta juga diajak untuk memahami berbagai ancaman yang dapat mempengaruhi keberlanjutan usaha. Ancaman usaha tidak hanya berasal dari persaingan produk sejenis, tetapi juga dari faktor eksternal lain seperti fluktuasi harga bahan baku, perubahan selera konsumen, serta kondisi ekonomi yang tidak stabil[28]. Dalam diskusi pelatihan, beberapa pelaku UKM menyampaikan bahwa mereka sering mengalami kesulitan ketika harga bahan baku meningkat secara tiba-tiba. Kondisi tersebut dapat mempengaruhi biaya produksi dan harga jual produk. Dengan memahami ancaman usaha secara lebih jelas, pelaku UKM dapat mulai mempersiapkan strategi untuk mengurangi dampak risiko yang mungkin terjadi[29].

Proses praktik penyusunan matriks SWOT menjadi salah satu bagian penting dalam kegiatan pelatihan ini. Peserta diminta untuk menyusun matriks SWOT berdasarkan kondisi usaha masing-masing dengan bimbingan tim pengabdian. Melalui proses ini, peserta tidak hanya memahami konsep SWOT secara teoritis, tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara langsung[30]. Peserta belajar menghubungkan faktor kekuatan dengan peluang yang tersedia untuk merumuskan strategi pengembangan usaha. Selain itu, peserta juga mulai memikirkan strategi yang dapat dilakukan untuk mengurangi kelemahan serta mengantisipasi ancaman yang mungkin muncul. Pendekatan praktik ini terbukti membantu peserta memahami konsep analisis strategi secara lebih konkret.

Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan analisis SWOT ini memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kapasitas manajerial pelaku UKM. Pelatihan membantu pelaku usaha memahami pentingnya melakukan analisis usaha sebelum mengambil keputusan bisnis. Pengetahuan mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha memberikan dasar yang lebih kuat bagi pelaku UKM dalam menyusun strategi pengembangan usaha. Selain itu, pelatihan juga mendorong munculnya kesadaran baru bahwa pengelolaan usaha tidak hanya bergantung pada pengalaman, tetapi juga memerlukan pendekatan analitis yang sistematis. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini dapat menjadi salah satu model pemberdayaan masyarakat yang efektif dalam meningkatkan kemampuan manajemen usaha bagi pelaku UKM di tingkat komunitas.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan utama dalam pengabdian ini dapat disimpulkan bahwa: 1) mitra kerjasama PKM ini adalah pemilik Toko kulontong di Kp. Bojong Poncol, Kunciran Indah, Kec. Pinang, Kota Tangerang, 2) bahan presentasi PKM ini adalah strategi dengan cara mensosialisasikan kepada mitra mengenai Strategi bisnis SWOT, 3) pemilik Rumah Kuliner secara bertahap melakukan pembenahan dalam usahanya, karena sudah mengetahui kelemahan dan peluang, kekuatan dan ancaman yang dihadapi untuk selanjutnya, dan 4) kerjasama berikutnya dapat dilanjutkan dengan materi kegiatan pelatihan dan pendampingan mengenai cara membuat penyusunan laporan keuangan sesuai standar akuntansi. Beberapa rekomendasi yang dapat disampaikan untuk kegiatan pengabdian selanjutnya adalah sebagai berikut: 1) program pendampingan usaha perlu dilakukan secara berkelanjutan agar pelaku UKM dapat menerapkan strategi bisnis yang telah disusun, 2) kegiatan pelatihan dapat dikembangkan dengan materi tambahan seperti pemasaran digital, manajemen keuangan usaha, dan inovasi produk, 3) kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan komunitas usaha perlu

diperkuat untuk mendukung pengembangan UKM secara berkelanjutan, dan 4) pengabdian selanjutnya dapat mengembangkan model pelatihan berbasis inkubasi bisnis bagi pelaku UKM agar proses pengembangan usaha menjadi lebih terarah.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Z. H. Firdausi, "Penyaluran Dana Zakat Melalui Beasiswa di Baitul Maal Muamalat," *Az-Zarqa' J. Huk. Bisnis Islam*, vol. 10, no. 1, 2018.
- [2] N. Norvadewi, "Profesionalisme Bisnis dalam Islam," *Mazahib*, vol. 13, no. 2, 2014.
- [3] T. Sutiyono, I. Karimah, T. Hidayat, and A. M. Rosyad, "Pelatihan Topologi Jaringan pada Sekolah Berbasis Cisco Paket Tracer," *J. Pengabdi. Masy. Sultan Indones.*, vol. 1, no. 2, pp. 9–15, 2024.
- [4] A. Syathori, "Konsep Welfare-Economic: Antara Etika Bisnis Islam Dan Protestan," *Risâlah, J. Pendidik. dan Stud. Islam*, vol. 3, no. 1, pp. 78–93, 2016.
- [5] Alifah Kusumaningrum, Dwi Edwid Dian Negara, Yeti Lastuti, Hanif Afif Naufal, Aulia Deva, and Muhammad Fahrizal, "Pemberdayaan Nelayan Berbasis Pemanfaatan Teknologi untuk Pengelolaan Keuangan di Kabupaten Indramayu," *J. Innov. Sustain. Empower.*, vol. 4, no. 2, pp. 53–60, Aug. 2025, doi: 10.25134/jise.v4i2.149.
- [6] A. M. Rosyad, T. Hidayat, Z. Zaenudin, A. Khoiriyah, and N. O. Adalakun, "Strengthening Civic Awareness and Religious Moderation among Millennials Through a Participatory Approach Based on Local Wisdom," *J. Pengabdi. Masy. Sultan Indones.*, vol. 3, no. 1, pp. 23–35, Mar. 2026, doi: 10.58291/abdisultan.v3i1.480.
- [7] Arif Rahman Hakim, "Menjawab Tantangan Era Industry 4.0 Dengan Menjadi Wirausahawan Di Bidang Pendidikan Matematika," *Pros. Semin. Nas. Pendidik. KALUNI*, vol. 2, pp. 480–489, 2019.
- [8] S. M. Munjiat, U. Umihani, and M. Nuryadien, "Integrasi Nilai-Nilai Salafiyah dan Kewirausahaan Modern di Pondok Pesantren Wirausaha Kebon Cinta," *INCARE, Int. J. Educ. Resour.*, vol. 5, no. 4, pp. 410–422, Dec. 2024, doi: 10.59689/incare.v5i4.1064.
- [9] V. Reza, "ISLAMIC ENTREPRENEURSHIP: Membangun Karakter Wirausahawan Muslim dengan Pengetahuan berbasis Ekonomi," *J. An-Nahl*, vol. 9, no. 1, pp. 1–10, 2022.
- [10] R. Hariyanto, "Menumbuhkan Semangat Wirausaha Menuju Kemandirian Ekonomi Umat Berbasis Pesantren (Studi Kasus Di PP Darul Ulum Banyuanyar Pamekasan)," *NUANSA J. Penelit. Ilmu Sos. dan Keagamaan Islam*, vol. 14, no. 1, pp. 185–212, 2017.
- [11] I. G. P. Wibowo, G. Riana, and M. S. Putra, "Pengaruh stres kerja terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasional karyawan," *E-Jurnal Ekon. dan Bisnis Univ. Udayana*, vol. 4, no. 2, pp. 125–145, 2015.
- [12] K. Khoiruddin, "Implementasi Etika Bisnis Perspektif Islam," *Muqtasid J. Ekon. dan Perbank. Syariah*, vol. 4, no. 2, p. 311, 2013, doi: 10.18326/muqtasid.v4i2.311-333.
- [13] R. T. Yulianti, "Transparansi Anggaran: Suatu Upaya Efisiensi dan Antisipasi Korupsi di Indonesia," *La_Riba J. Ekon. Islam*, vol. 4, no. 2, pp. 239–250, 2010.
- [14] Djohar Arifin, "Subtansi Akad dalam Transaksi Syariah," *J. Kaji. Ekon. dan Perbank. Syari'ah*, vol. 6, no. 1, p. 170, 2014.
- [15] Y. Qardhawi, "Norma dan etika ekonomi Islam," 1997.
- [16] E. Winaryati, "Penilaian Kompetensi Siswa Abad 21," *Semin. Nas. Edusainstek FMIPA UNISMUS 2018*, vol. 6, no. 1, pp. 6–19, 2018.
- [17] Y. Azzery, "Analysis of E-commerce Growth in the Industrial Age 4.0 in Indonesia," *Int. J. Eng. Contin.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–8, 2022, doi: <https://doi.org/10.58291/ijec.v1i1.33>.
- [18] Z. Nisak, "Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif," *J. Ekbis*, vol. 9, no. 2, pp. 468–476, 2013.
- [19] M. Farrokhnia, S. K. Banihashem, O. Noroozi, and A. Wals, "A SWOT analysis of ChatGPT: implications for educational practice and research," *Innov. Educ. Teach. Int.*, p. 1, 2023.
- [20] M. Mardiyana, M. Ihsan, A. Adrial, H. Parida, and S. Sidiq, "A SWOT (Strength Weakness

- Opportunity and Threat) Analysis as a Strategy to Enhance Competitiveness," *Int. J. Manag. Sci. Appl.*, vol. 1, no. 1, pp. 18–27, 2022.
- [21] H. Khatimah, "Metode Istinbat Imam Malik," *Istidlal J. Ekon. Dan Huk. Islam*, vol. 1, no. 1, pp. 29–37, 2017.
- [22] A. M. Rosyad, T. Hidayat, N. Nurchamidah, M. Baedowi, and M. Hamsah, "Strengthening the Internalization of Pancasila Values in the Millennial Generation Through Character Education in Indramayu Regency," *J. Pengabd. Masy. Sultan Indones.*, vol. 3, no. 1, pp. 1–11, Mar. 2026, doi: 10.58291/abdisultan.v3i1.474.
- [23] A. Mujib, "Dewan Pengawas Syariah (DPS) pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah di Wilayah Jawa Tengah," *Az Zarqa'*, vol. 9, no. 1, pp. 126–142, 2017.
- [24] M. Kambali and S. A.-A. M. Gresik, "Pemikiran Karl Marx tentang struktur masyarakat (Dialektika infrastruktur dan suprastruktur)," *J. Pemikir. Dan Penelit. Ekon. Islam*, vol. 8, no. 2, pp. 63–80, 2020.
- [25] Dwi Rorin Mauludin Insana dan Eko Cahyo Mayndarto, "Pembangunan Karakter Wirausaha Mahasiswa Melalui Peningkatan Kualitas Pendidikan Kewirausahaan," *J. Ekon.*, vol. 19, no. 3, pp. 348–356, 2017.
- [26] D. Rozalinda, M. Ag, and E. Islam, "Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi, Jakarta: PT," *Raja Graf. Persada*, 2015.
- [27] Z. Fahmi and M. Nashirudin, "Pengelolaan Zakat Produktif Ternak Kambing Dalam Perspektif Hukum Islam," *Iqtishaduna J. Ilm. Ekon. Kita*, vol. 11, no. 2, pp. 90–107, 2022.
- [28] M. Z. Mubarak, A. Ginanjar, and K. Pramadhan, "Pelatihan Kondisi Fisik Cabang Olahraga Sepak Bola Untuk Pelatih Kabupaten Indramayu," *J. Berkarya Pengabd. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 86–94, 2021, doi: <https://doi.org/10.24036/jba.0302.2021.13>.
- [29] M. Fauzan, H. Mahliatussikah, L. D. Salwa, M. A. Q. Muliara, and F. Mutmainnah, "Pelatihan Pembuatan Media Digital Untuk Tajwid Wa Tilawah Al-Qur'an Bagi Calon Guru Madrasah Diniyah Al-Muhsinat Bululwang Malang: Media Digital untuk Tajwid Wa Tilawah Al-Qur'an," *Tifani J. Penelit. dan Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 2, 2022.
- [30] E. I. Rozalinda, "Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi Jakarta." Rajawali Press, 2016.