

Pendampingan Peningkatan Kemampuan SDM dalam Penyusunan Analisis SWOT

Imam Abrorii¹, Via Lailatur Rizki², Fauzan Muttaqien³

Program Studi Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang, Indonesia^{1,2,3}

Email: ari.abrorii@gmail.com¹, vialailaturrizki@gmail.com², fauzanmuttaqien99@gmail.com³

Abstrak

Perkembangan UMKM di Indonesia sangatlah pesat. UMKM di Indonesia mempunyai kontribusi yang penting sebagai penopang perekonomian. Kedai Kopi Rakyat bondowoso yang berada di Desa Bataan Kec. Tenggarang Kab. Bondowoso merupakan salah satu UMKM yang tergolong baru dan membutuhkan strategi-strategi bisnis agar mampu bertahan dan bersaing dalam dunia bisnis, terutama bisnis Kedai Kopi. pengabdian ini dilaksanakan untuk menambah pengetahuan baru bagi pemilik untuk mengelola dan mengembangkan usaha menjadi lebih baik dan maju, serta pengabdian ini nantinya mampu memberikan perbaikan manajemen strategi menjadi lebih baik dari yang sebelumnya. Metode yang dilakukan adalah dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui faktor internal perusahaan berupa kekuatan, kelemahan, dan faktor eksternal perusahaan berupa peluang dan ancaman. Informasi yang dijadikan sumber data terdiri dari pemilik Kedai Kopi Rakyat Bondowoso serta beberapa masyarakat yang menjadi konsumen pada kedai tersebut. Strategi yang tepat dilakukan dalam pengembangan strategi perusahaan untuk mengukur dan mengetahui strategi yang diperlukan dalam optimalisasi daya saing perusahaan, sehingga dapat mengembangkan bisnis kedai Kopi menjadi semakin maju dan diminati oleh banyak orang. Dengan menggunakan strategi SO (Growth) dan Strategi WO (Stability) yang merupakan strategi memanfaatkan kekuatan yang ada untuk meningkatkan keunggulan dari pelayanan yang akan diberikan kepada para konsumen.

Kata Kunci: UMKM, Strategi Bisnis, Analisis SWOT

PENDAHULUAN

Dunia persaingan usaha saat ini berjalan semakin ketat seiring dengan pesatnya pertumbuhan teknologi. Setiap pengusaha dituntut untuk dapat mengembangkan usahanya, agar dapat berkembang maju dan konsisten sehingga menjadi pengusaha yang sukses dibandingkan para pesaingnya. Tetapi pada sisi lain perkembangan itu menyebabkan timbulnya persaingan yang semakin ketat pada dunia usaha dewasa ini. Perusahaan yang pada mulanya memiliki pangsa pasar yang besar, serta daerah pemasaran yang luas, kini dituntut untuk bekerja lebih efisien dan efektif serta tanggap mengantisipasi pasar yang akan mereka masuki baik pada saat ini maupun pada saat yang akan datang.

Dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, salah satu persoalan yang cukup penting dalam suatu perusahaan adalah aspek sumber daya manusia, yaitu bagaimana supaya perusahaan yang dikelolanya dapat bertahan dan memenangkan persaingan dalam bisnis. Setiap perusahaan akan menganut strategi yang berbeda-beda tergantung dari kebutuhan dan besar kecilnya perusahaan tersebut. Secara teoritik kebijakan yang ditempuh oleh setiap perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan adalah dengan menjalankan strategi-strategi bisnis yang bersifat dinamis agar mampu beradaptasi dengan persaingan pasar. Hal ini berlaku bagi setiap perusahaan yang ingin berkembang, baik perusahaan besar berbentuk Perseroan terbatas maupun perusahaan kecil seperti UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah).

Seperti yang telah diketahui, perkembangan UMKM di Indonesia sangatlah pesat. UMKM sendiri diatur dalam undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dalam Bab 1 (Ketentuan Umum), Pasal 1 dari undang-undang tersebut, dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut. Dalam perekonomian Indonesia, UMKM adalah kelompok usaha yang memiliki jumlah yang paling besar. Tidak banyak yang menyadari bahwa UKM dan UMKM begitu kuat tahan akan guncangan krisis ekonomi. Kelompok usaha UMKM ini punya kekuatan yang harus dipertahankan.

UMKM di Indonesia mempunyai kontribusi yang penting sebagai penopang perekonomian. Pada dasarnya penggerak utama perekonomian di Indonesia selama ini adalah sektor UMKM. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan dan merupakan salah satu motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional. Maka dari itu, Perhatian pada pengembangan sektor UMKM memberikan makna tersendiri pada usaha menekan angka kemiskinan suatu negara. Salah satu upaya dalam mendukung dan mengembangkan UMKM di Indonesia, adalah dengan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan sumber daya manusia yang mengelola bisnis UMKM dalam memajemen strategi bisnis perusahaannya.

Diketahui kompetisi bisnis bergerak cepat dan strategi akan menjadi lebih dinamis bagi setiap perusahaan dalam menghadapi persaingan dipasar saat ini, dimana dunia bisnis mengalami perubahan karena persaingan dengan adanya pergeseran kekuatan pasar dari pasar domestik menjadi pasar regional dan akhirnya suka tidak suka perlahan tapi pasti menjadi pasar Global. Maka dari itu setiap pelaku bisnis harus mampu menyusun dan melaksanakan strategi bisnis dengan baik agar mampu bersaing dan unggul dari pesaingnya.

Salah satu strategi yang sering dan mudah untuk dilakukan adalah analisis SWOT. Rangkuti (2016:10) analisis SWOT adalah penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) suatu perusahaan sebagai evaluasi strategi bisnis perusahaan. Analisis ini diperlukan untuk menentukan beberapa strategi yang ada di perusahaan. Strategi ini digunakan untuk membentuk strategi bisnis baru dengan menganalisa faktor internal dan faktor eksternal perusahaan dalam menjalankan bisnis. Menurut Freddy (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). Analisis SWOT tersebut akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang akan membantu perusahaan mencapai tujuannya atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan.

Berdasarkan hal tersebut, penulis mengambil objek UMKM Kopi Rakyat Bondowoso yang berada di Desa Bataan Kec. Tenggarang Kab. Bondowoso. Pengambilan objek tersebut berdasarkan hasil analisis situasi penulis terhadap UKM Kopi Rakyat Bondowoso, yang mana UKM tersebut merupakan unit usaha yang tergolong baru dan membutuhkan strategi-strategi bisnis agar mampu bertahan dan bersaing dalam dunia bisnis. UMKM Kopi Rakyat Bondowoso berdiri sejak bulan maret tahun 2019 hingga sekarang. Penulis bermaksud untuk melakukan pendampingan penyusunan Analisis SWOT sebagai salah satu strategi bisnis pada UMKM Kopi Rakyat Bondowoso.

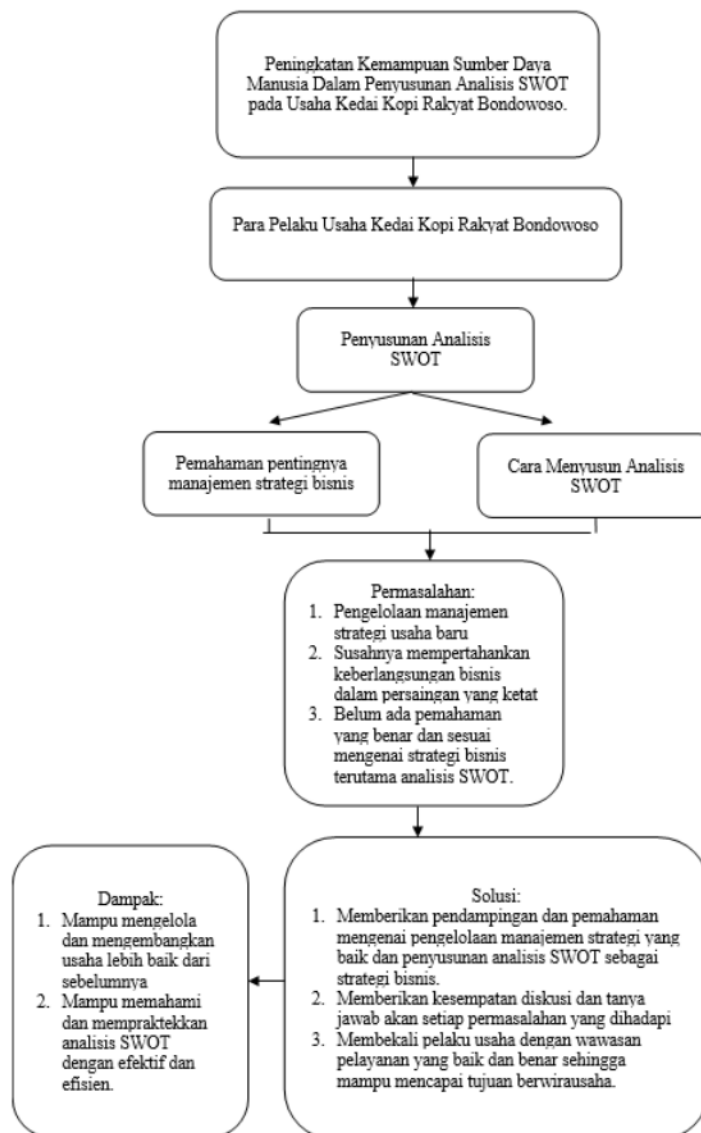
METODE

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan UMKM Kopi Rakyat Bondowoso yang berada di Desa Bataan Kec. Tenggarang Kab. Bondowoso secara baik dan benar agar usaha Kopi Rakyat Bondowoso dapat bertahan dan berkembang menjadi lebih maju. Kegiatan pengabdian ini berlangsung mulai tanggal 07-08 April 2022. Penyuluhan ini diberikan kepada pemilik atau owner dari Kedai kopi Rakyat Bondowoso yaitu Saudara Adnan Haqiqi.

Metode pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dengan langkah-langkah kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah 1) melakukan survey terhadap keadaan UMKM Kedai

Kopi Rakyat Bondowoso terkait dengan kondisi real dari perusahaan, 2) Pendampingan menganalisa permasalahan yang dihadapi serta mencari solusi dari permasalahan tersebut agar nantinya bisa teratasi dengan baik dan benar. Cara yang dilakukan melalui diskusi bersama dengan pemilik usaha serta pemberian wawasan mengenai metode penyusunan analisis SWOT yang baik dan benar, 3) Pemberian wawasan sekaligus penjelasan mengenai arti penting manajemen strategi bagi kehidupan dan keberlangsungan suatu usaha baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, dalam hal ini kita lebih berfokus mengenai penyusunan analisis SWOT.

Dalam teknik penulisan ini diharapkan bahwa dengan informasi yang diberikan akan memberikan dampak untuk penulis, UMKM, dan lingkungan setempat untuk diharapkan kemajuan dari segi pelayanan prima yang diberikan oleh pihak pengelola UMKM Kedai Kopi Rakyat Bondowoso. Lebih jelasnya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang diterapkan dalam kegiatan Peningkatan Kemampuan Sumber Daya Manusia dalam Penyusunan Analisis SWOT pada Usaha Kecil Menengah sebagai Strategi Bisnis pada Kedai Kopi Rakyat Bondowoso di Desa Bataan Kecamatan Tenggarang Kabupaten Bondowoso digambarkan dalam kerangka pemikiran. Hal ini bertujuan agar kegiatan ini lebih terarah dan sesuai dengan sasaran awal. Adapun gambar konsep penerapan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat kepada mitra sebagai berikut:



Gambar 1. Konsep Penerapan Kegiatan Pengabdian Masyarakat
Sumber: Hasil olah data, 2022

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pembahasan hasil pengabdian yang merupakan uraian deskriptif hasil wawancara oleh owner dari Kedai Kopi Rakyat Bondowoso, Desa Bataan Kec. Tenggarang Kab. Bondowoso. Adapun materi manajemen strategi yang disampaikan meliputi 1) penjelasan persaingan dunia bisnis di era modern, 2) penjelasan tentang strategi bisnis, dan 3) penyusunan strategi berupa analisis SWOT dari proses analisis, penyusunan, dan pembuatan strategi bisnis yang benar serta mudah dipahami yang sesuai dengan kebutuhan dan sesuai dengan permasalahan yang telah disampaikan dan didiskusikan bersama.



Gambar 2. Penyampaian Materi Pengabdian

Sumber: Hasil olah data, 2022

Kemudian kegiatan dilanjutkan dengan pembahasan terkait faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan Kedai kopi Rakyat Bondowoso, serta faktor-faktor apa saja yang dapat menjadi peluang serta ancaman bagi Kedai Kopi Rakyat bondowoso.



Gambar 3. Pembahasan Faktor-faktor Analisis SWOT

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan hasil pembahasan analisa pada faktor internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan eksternal perusahaan (Peluang dan Ancaman) pada Kedai Kopi Rakyat Bondowoso, maka sebagai hasil kegiatan pengabdian masyarakat kali ini, dapat dibentuk strategi bisnis yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 1. Matriks Analisis SWOT

Faktor Internal	<u>STRENGTH (S)</u>	<u>WEAKNESS (W)</u>
	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pesatnya pertumbuhan Pangsa Pasar 2) Harga produk yang ditawarkan cukup bersaing 3) Kegiatan operasi penjualan terintegrasi dengan desain 4) Pengadaan Produk (suplai) tepat waktu dan selalu tersedia 5) Lokasi bisnis cukup strategis 6) Fasilitas Wifi dan Sound System menjadi daya tarik tersendiri 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Promosi dan periklanan tidak berkesinambungan 2) Fasilitas Operasi dan Teknologi masih sangat sederhana 3) Lahan usaha sempit 4) Keamanan masih kurang terjamin
Faktor Eksternal	<u>OPPORTUNITIES (O)</u>	<u>STRATEGI S-O</u>
	<ol style="list-style-type: none"> 1) Jaringan Pemasok yang handal dan terpercaya 2) Kekuatan pertemanan menciptakan pelanggan yang loyal 3) Aktivitas “nongkrong” yang menjadi kebiasaan khalayak sekitar 4) Meningkatnya Pertumbuhan jumlah penduduk 5) Upah dan UMK murah memungkinkan biaya operasional rendah 	<ol style="list-style-type: none"> a. Meningkatkan retensi pelanggan dengan memberi penghargaan kepada pelanggan loyal (S6-O2) b. Meningkatkan efisiensi operasional untuk mencapai skala ekonomis sehingga harga jual dapat lebih bersaing (S2, S3, S4 - O1, O5) c. Meningkatkan jumlah pasokan produk utama untuk mencapai penjualan yang lebih besar (S1, S5 - O1) d. Membangun database <i>computerized</i> yang lebih baik untuk mempermudah proses integrasi desain dan <i>sales service</i> (S3 - O3)
	<u>STRATEGI W-O</u>	<u>STRATEGI W-T</u>
	<ol style="list-style-type: none"> a. Mengoptimalkan penggunaan teknologi dan metode modern (W2, W4 - O1, O5) b. Mengembangkan usaha dengan membuka cabang baru atau memperluas lokasi (W3 - O1, O2, O3, O4, O5) c. Memperluas / mendapatkan Konsumen baru melalui giat promosi (W4 - O3, O4) d. Membenahi sistem keamanan yang kondusif (W4 - O3) e. Mengembangkan lingkungan kerja efektif dan dan pengadaan kerja sama kemitraan (W3,W4-O1,O4, O5) 	<ol style="list-style-type: none"> a. Memperluas pangsa pasar dan lebih menggiatkan kegiatan promosi (W1-T1, T4) b. Menawarkan produk dengan harga lebih terjangkau sesuai pertimbangan biaya (W1 - T2, T3) c. Memunculkan pelaksanaan promosi yang menarik serta melakukan diversifikasi produk (W1 - T2)
	<u>THREATS (T)</u>	<u>STRATEGI S-T</u>
	<ol style="list-style-type: none"> 1) Tingkat persaingan industri kopi yang tinggi 2) Perilaku konsumen yang berubah-ubah 3) Rendahnya rata-rata daya beli konsumen 4) Kerugian kompetitif akibat munculnya cafe-cafe baru 5) Naiknya harga bahan baku untuk produksi 	<ol style="list-style-type: none"> a. Melakukan penyesuaian terhadap pesaing dan meningkatkan kinerja (S1, S2, S6 - T1, T4) b. Mengoptimalkan harga jual diikuti penghematan biaya operasional untuk mempertahankan loyalitas konsumen (S2 - T3, T5) c. Mengembangkan dan mempererat hubungan yang baik dengan konsumen (S1 - T2) d. Memberikan diskon untuk setiap pembelian produk tertentu (T3 - S3)

Sumber: Hasil olah data, 2022

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang bersama mitra yaitu Kopi Rakyat Bondowoso, Desa Bataan, Kecamatan Tenggarang, Kabupaten Bondowoso dibagi menjadi dua kegiatan, yaitu 1) Kegiatan diskusi tentang permasalahan yang dihadapi serta pemahaman mengenai manajemen strategi bisnis usaha kecil menengah, serta merancang solusi demi memecahkan masalah tersebut, termasuk memahami makna pentingnya strategi dalam menjalankan usaha dan dampak yang akan diterima baik jangka pendek maupun dampak jangka panjang. 2) Kegiatan penyusunan pengelolaan strategi analisis SWOT yang benar dan mudah dipahami oleh pihak yang membutuhkan dalam hal ini pelaku usaha..

REFERENCES

- Anoraga Panji dan Djokusudantoko. (2002). *Koperasi, Kewirausahaan dan Usaha Kecil*. Jakarta: Reneka Cipta.
- Boone E. Louis. (2013). *Pengantar Bisnis Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ferrel, O.C and D, Harline. (2005). *Marketing Strategy*. South Western: Thomson Corporation.
- Freddy Rangkuti, (2016). *Teknik Membedakan Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia.
- Hadi, Dwi Prasetyo. (2015). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pada Usaha Kecil dan Menengah Berbasis Sumber Daya Lokal Dalam Rangka Millenium Development Goals 2015 (Studi Kasus di PNPM-MP Kabupaten Kendal). *Jurnal Ilmiah CIVIS*, 5(1).
- Kotler Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Nitisusastro, Mulyadi. (2010). *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta.
- Subanar, Harimurti. (2009). *Manajemen Usaha Kecil*. BPFE.
- Undang-Undang Republik Indonesia no 20 tahun 2008 mengenai Usaha Mikro Kecil dan Menengah.
- <http://pengusahadahsyat.com/pentingnya-membuat-perencanaan-strategis-dalam-bisnis-detail-11576.html#sthash.R7paFVHP.dpuf>

