

## Strategi Menghadapi Persaingan Bisnis Pada UMKM Di Kabupaten Tangerang

Puji Rahayu<sup>1</sup>, Joko Supono<sup>2</sup>, Andri zalmi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Teknik Industri. Fakultas Teknik. Universitas Muhammadiyah Tangerang

Alamat: Universitas Muhammadiyah Tangerang,

Jalan Perintis Kemerdekaan I No.33, Cikokol, Kota Tangerang, Banten

Email : [puji.umat16@gmail.com](mailto:puji.umat16@gmail.com) , [joko.supono@yahoo.com](mailto:joko.supono@yahoo.com) , [andrizalmi.051.2a@gmail.com](mailto:andrizalmi.051.2a@gmail.com)

### Article History:

Received: 30 Juli 2023

Revised: 20 Agustus 2023

Accepted: 21 September 2023

**Keywords :** *Strategies, SWOT, Business.*

**Abstract:** *The basic knowledge and strategies of microenterprise actors are important to help them manage and develop their businesses more effectively. The following section presents basic knowledge and strategies that may be useful for microentrepreneurs. Knowledge of the concepts, characteristics and challenges facing microenterprises, including resource constraints, access to capital and scale of operations. Understanding the local market, competitors, consumer trends and purchasing behavior can help determine the right marketing strategy. Basic issues of financial management, Hopefully, SWOT analysis can help business stakeholders reassess the internal and external factors of the business.*

### Abstrak.

Pengetahuan dasar dan strategi pelaku usaha mikro penting untuk membantu mereka mengelola dan mengembangkan usahanya dengan lebih efektif. Bagian berikut menyajikan pengetahuan dasar dan strategi yang mungkin berguna bagi pengusaha mikro. Pengetahuan tentang konsep, karakteristik dan tantangan yang dihadapi usaha mikro, termasuk kendala sumber daya, akses terhadap modal dan skala operasi. Memahami pasar lokal, pesaing, tren konsumen, dan perilaku pembelian dapat membantu menentukan strategi pemasaran yang tepat. Masalah dasar pengelolaan keuangan. Analisis SWOT diharapkan dapat membantu pemangku kepentingan bisnis menilai kembali faktor internal dan eksternal perusahaan.

**Kata Kunci :** Strategi. SWOT. Bisnis

### LATAR BELAKANG

Latar belakang pengetahuan dan strategi bagi para pelaku usaha mikro sangat penting untuk membantu mereka mengelola dan mengembangkan usahanya dengan lebih efektif. Berikut adalah latar belakang pengetahuan dan strategi yang dapat bermanfaat bagi para pelaku usaha mikro. Pengetahuan mengenai konsep, karakteristik, dan tantangan yang dihadapi oleh usaha mikro, termasuk keterbatasan sumber daya, akses ke modal, dan skala operasi. Mengetahui pasar lokal, pesaing, tren konsumen, dan perilaku pembelian dapat membantu dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat. Dasar-dasar manajemen keuangan, pencatatan transaksi, perencanaan anggaran, dan analisis keuangan sangat penting untuk mengelola keuangan dengan efektif. Mengetahui strategi pemasaran, branding, promosi, dan strategi penjualan membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Pengetahuan tentang efisiensi operasional, manajemen rantai pasokan, dan proses produksi yang efektif dapat membantu meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya operasional.

Received Juli 03, 2023; Revised Agustus 01, 2023; Accepted September 21, 2023

\* Puji Rahayu, [puji.umat16@gmail.com](mailto:puji.umat16@gmail.com)

Pemahaman mengenai peraturan hukum yang berlaku untuk usaha mikro termasuk perpajakan, perizinan usaha, dan hak-hak konsumen. Kesadaran akan perkembangan teknologi terkini dan cara mengintegrasikan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing. Strategi untuk Pelaku Usaha Mikro. Merencanakan tujuan jangka pendek dan panjang, strategi, dan taktik untuk mencapai pertumbuhan dan keberhasilan bisnis. Fokus pada kualitas produk atau layanan untuk mempertahankan pelanggan, mendapatkan reputasi baik, dan membangun loyalitas pelanggan. Menerapkan strategi pemasaran yang tepat, termasuk pemasaran digital, promosi lokal, dan kemitraan strategis untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Memonitor dan mengelola keuangan dengan baik, termasuk manajemen kas, pengendalian biaya, dan pengelolaan hutang, untuk memastikan kelangsungan bisnis. Berkolaborasi dengan pemasok, pelanggan, atau mitra bisnis lainnya untuk saling menguntungkan dan memperluas jaringan bisnis. Meningkatkan keterampilan dan pengetahuan tim kerja melalui pelatihan dan pengembangan, sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas kerja.

Bersikap fleksibel dan siap untuk beradaptasi dengan perubahan pasar, teknologi, dan kebutuhan pelanggan untuk tetap relevan dan kompetitif. Menggunakan teknologi yang sesuai untuk meningkatkan proses operasional, efisiensi, dan efektivitas bisnis. Fokus pada kepuasan pelanggan dan memberikan pelayanan yang berkualitas untuk mempertahankan pelanggan dan mendapatkan referensi bisnis. Dengan latar belakang pengetahuan yang kuat dan menerapkan strategi yang tepat, pelaku usaha mikro dapat berhasil mengembangkan usaha mereka dan mencapai tujuan bisnisnya. Perubahan dan perkembangan di dunia IPTEK ini, tidak bisa dipungkiri sedikit banyak pasti memengaruhi segala aspek kehidupan kita saat sekarang ini. Dengan kata lain, IPTEK adalah suatu hal yang wajib dan krusial bagi kehidupan manusia saat ini, dan untuk masa depan yang akan datang. Ada seorang ahli mengatakan bahwa, ilmu pengetahuan merupakan fondasi bagi teknologi sedangkan teknologi adalah tulang punggung pembangunan. Ilmu pengetahuan dan teknologi atau IPTEK merupakan segi yang tidak dapat dikesampingkan dari kehidupan dan kesejahteraan manusia, (Muniroh, Yudhawati, dan Hurriyaturrohman, 2017).

*E-commerce* merupakan singkatan dari Electronic Commerce yang berarti sistem transaksi dengan menggunakan media elektronik. Rintho (2018:18) menyatakan bahwa, “*Ecommerce* dapat didefinisikan sebagai arena terjadinya transaksi atau pertukaran informasi antara penjual dan pembeli di dunia maya”.

## METODE PENELITIAN

Program pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan pendekatan kepada masyarakat, sehingga tepat pada sasaran. *Strengths* (kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan) adalah berasal dari internal perusahaan. Hal-hal yang dapat dikontrol dan dapat berubah. *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman) adalah hal eksternal yang mempengaruhi bisnis atau hal-hal yang terjadi di luar perusahaan pada pasar yang lebih besar dengan memanfaatkan peluang dan melindungi dari ancaman, tetapi tidak dapat mengubahnya. Dapat dilihat pada gambar 1.1



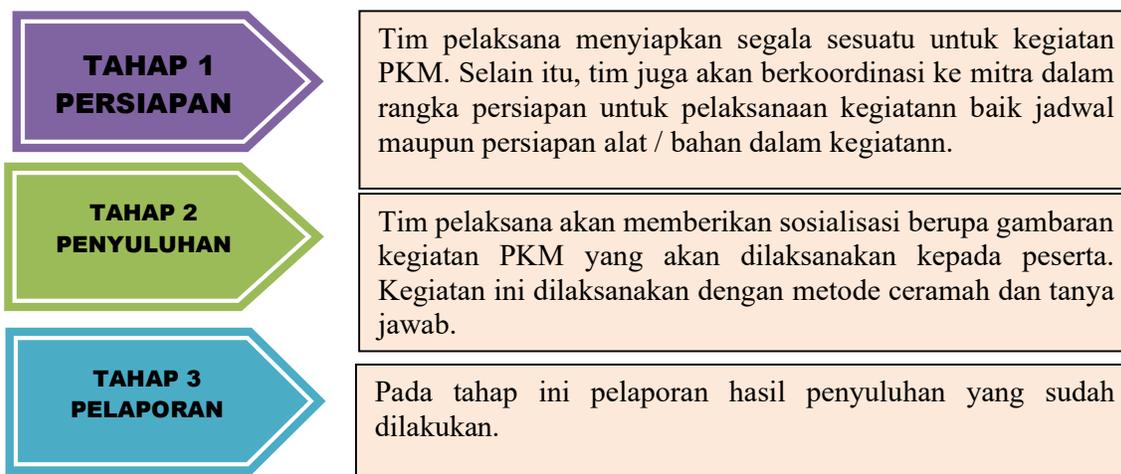
Gambar.1. SWOT Analisis

(Sumber : [Analisis SWOT: Pengertian, Faktor, dan Contoh \(ireappos.com\)](http://ireappos.com))

Alasan-alasan UMKM bisa bertahan dan cenderung meningkat jumlahnya pada masa krisis adalah yang Pertama sebagian besar UMKM memproduksi barang konsumsi dan jasa-jasa dengan elastitas permintaan terhadap pendapatan yang rendah. Kedua sebagian besar UMKM tidak mendapatkan modal dari bank. Ketiga Ukm mempunyai modal yang terbatas dan pasar yang bersaing, (Solihin, dkk, 2020).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat (PKM) dengan judul “Pengaruh gaya Kepemimpinan Terhadap Kemajuan Organisasi”.Kegiatan PKM dilakukan secara insidental, dengan peserta FORSAMIK, dengan tahapannya sebagai berikut:



UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah, yang mana merupakan usaha produktif perorangan atau suatu badan usaha tertentu yang memenuhi kriteria usaha mikro. Dalam peraturan perundang-undangan No. 20 tahun 2008, UMKM dapat dikategorikan sebagai berikut.

a. Usaha Mikro

Aset maksimal Rp 50 juta dengan omset maksimal Rp 300 juta / tahun.

b. Usaha Kecil

Aset maksimal Rp 50 juta – Rp 500 juta dengan omset maksimal Rp 300 juta – Rp 2,5 miliar / tahun.

c. Usaha Menengah

Aset maksimal Rp 500 juta – Rp 10 miliar dengan omset maksimal Rp 2,5 miliar – Rp 50 miliar / tahun.

Adapun peranan UMKM adalah sebagai berikut. Menyediakan jaring pengaman untuk menjalankan kegiatan ekonomi.

- a. Membentuk produk domestik bruto.
- b. Memperluas penyerapan dan kesempatan kerja.
- c. Menciptakan lowongan pekerjaan.

Faktor internal yang umumnya menjadi kendala yang dihadapi UMKM adalah sebagai berikut. Modal, belum semuanya mendapat akses pembiayaan perbankan. Sumber Daya Masyarakat, kurangnya pengetahuan tentang produk dan teknolgi nya.

Hukum, umumnya masih berbadan hukum perorangan. Akuntabilitas, sistem administrasi keuangan dan manajemen yang belum dimiliki. Sedangkan faktor eksternal nya sebagai berikut. Iklim usaha infrastruktur dan akses.

### 1. SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*)

Analisis SWOT diharapkan dapat membantu para pelaku usaha mengevaluasi kembali faktor internal dan eksternal perusahaan.

- 1) *Strengths* (kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan) adalah berasal dari internal perusahaan. Hal-hal yang dapat dikontrol dan dapat berubah. Contohnya termasuk siapa yang ada di tim, paten dan properti intelektual, dan lokasi
- 2) *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman) adalah hal eksternal yang mempengaruhi bisnis atau hal-hal yang terjadi di luar perusahaan pada pasar yang lebih besar dengan memanfaatkan peluang dan melindungi dari ancaman, tetapi tidak dapat mengubahnya. Contohnya termasuk pesaing, harga bahan baku, dan tren belanja pelanggan.

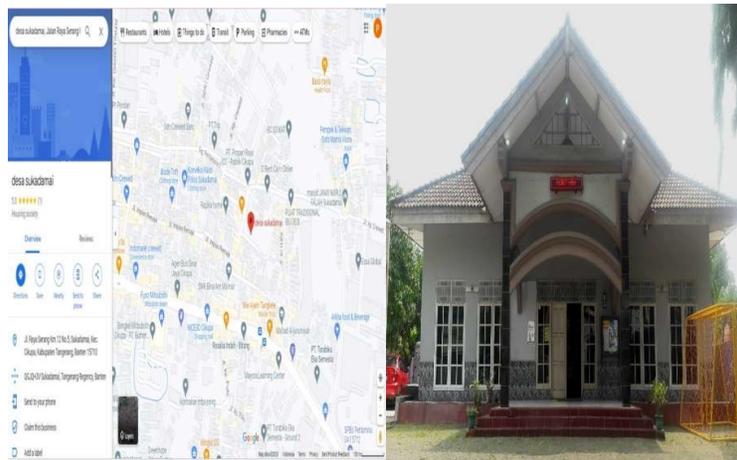
Selanjutnya dalam implementasi strategi, harus segera dilakukan aksi, yaitu dengan mengerjakan yang telah direncanakan. Adapun hal-hal yang harus dilakukan sebagai berikut.

- 1) Memanfaatkan digital marketing dan teknologi.
- 2) Membangun kekuatan tim.
- 3) Mengatur *cash flow*.
- 4) Membangun empati.
- 5) Mengatur kembali cara kerja pengusaha, karyawan, dan konsumen.
- 6) Strategi marketing yang baru
- 7) Diversifikasi produk.

Memanfaatkan teknologi dan digitalisasi: UMKM harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Manfaatkan jejaring sosial, situs web, atau platform e-niaga untuk mempromosikan produk dan menjangkau lebih banyak pelanggan. Gunakan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional, seperti sistem manajemen inventaris atau pembayaran online. Dengan memanfaatkan teknologi, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing, dan bertahan dalam jangka panjang

## 2. Lokasi Mitra

Lokasi mitra alamat Kantor Desa Sukadamai: Jl. Raya Serang Km.12 No.5, Sukadamai, Kec. Cikupa, Kabupaten Tangerang, Banten 15710



Gambar 2. Lokasi Mitra Kantor Desa Sukadamai Cikupa

## 3. Permasalahan Mitra

Para pelaku usaha mengalami penurunan hasil usaha karena sepi pembeli dan menurunnya frekuensi belanja masyarakat. Memanfaatkan teknologi dan digitalisasi: UMKM harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

## KESIMPULAN

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah, yang mana merupakan usaha produktif perorangan atau suatu badan usaha tertentu yang memenuhi kriteria usaha mikro. *Strengths* (kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan) adalah berasal dari internal perusahaan. Hal-hal yang dapat dikontrol dan dapat berubah. *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman)

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Kepala Lembaga Penelitian dan Pengembangan Masyarakat (LP2M) Universitas Muhammadiyah Tangerang. atas pembinaan selama kegiatan Kuliah Kerja Nyata di Desa Sukadamai, Cikupa. Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada kepada Kepala Desa Sukadamai dan jajaran struktural.



Gambar.3. Silaturahmi Masyarakat dan Mahasiswa

## DAFTAR REFERENSI

- Solihin, D., & Wibawanto, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Klub Basket Satria Indonesia Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*.
- Muniroh, L., Yudhawati, D., & Hurriyaturohman, (2017). Pelatihan Pemasaran Secara Online Pada UMKM Tas Di Bojong Rangkas Ciampea Kabupaten Bogor. *Prosiding LPPM UIKA Bogor*, [S.l.], p. 75-82.
- Rintho, R. R. (2018). *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Yogyakarta : Deepublis