



Implementasi Analisis SWOT pada UMKM di Provinsi Banten

Mukhtar

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Article Info

Article history:

Received: Oct 29, 2025
Revised: Nov 10, 2025
Accepted: Nov 29, 2025

Keywords:

Analisis SWOT
UMKM
Project-Based Learning

ABSTRACT

Kegiatan ini merupakan implementasi metode pembelajaran berbasis proyek (Project-Based Learning/PjBL) dalam mata kuliah Pengantar Manajemen, dengan fokus pada penerapan analisis SWOT pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Provinsi Banten. Kegiatan melibatkan mahasiswa yang ditugaskan untuk melakukan observasi lapangan dan kajian langsung terhadap praktik manajemen UMKM mitra. Kegiatan terbukti efektif membuat Mahasiswa mampu merumuskan strategi dalam 4 kategori berikut: 1. Digital Marketing & Media Sosial, 2. Operasional & Manajemen, 3. Ekspansi Produk & Layanan, 4. Inovasi Teknologi. Respon dari UMKM cukup baik dengan memberikan rating 4.5 – 5 dalam skala 5, dan memberi ulasan nyata dimana sebagian besar strategi mahasiswa akan diterapkan dan menjadi pertimbangan. Secara teori dan konseptual strategi yang dirumuskan masuk kategori Excellent dan Very good yaitu: sangat relevan, terperinci, dan langsung menjawab kebutuhan operasional, analisis yang baik dan implementasi realistis. Melalui pendekatan ini, mahasiswa tidak hanya memahami teori analisis SWOT secara konseptual tetapi juga berlatih menerapkannya dalam konteks nyata. Artikel ini menyimpulkan bahwa integrasi PjBL dengan kegiatan pengabdian masyarakat tidak hanya meningkatkan pemahaman akademik mahasiswa tetapi juga memberikan dampak nyata bagi pengembangan UMKM lokal, sekaligus memperkuat tridharma perguruan tinggi.



This is an open access article under the [CC BY-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) license

Corresponding Author:

Mukhtar

PENDAHULUAN

Lanskap bisnis pada tahun 2025, seperti yang digambarkan oleh FYB (2025) dan Flexypack (2025), ditandai dengan peluang emas sekaligus kompleksitas yang tinggi. Perusahaan tidak lagi hanya berhadapan dengan persaingan konvensional, tetapi juga dengan pergeseran preferensi konsumen menuju pembelian berbasis digital dan nilai sosial. Dalam lingkungan yang dinamis ini, menentukan strategi berdasarkan asumsi atau insting semata menjadi sangat berisiko. Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) khususnya, seperti diungkapkan oleh Ronda (2020), seringkali menghadapi kesulitan akibat ketidaktahuan dalam mengantisipasi perubahan lingkungan bisnis dan tidak memiliki strategi pemasaran yang jelas, yang berujung pada hilangnya daya saing. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah pendekatan metodologis yang sistematis untuk menavigasi ketidakpastian ini.

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) hadir sebagai kerangka kerja strategis yang esensial untuk menerjemahkan realitas internal dan eksternal yang berkeaja menjadi peta jalan yang terarah dan terukur.

Pentingnya analisis SWOT terletak pada kemampuannya memberikan diagnosis yang komprehensif terhadap kondisi organisasi. Sebagaimana ditegaskan dalam penelitian Cholistiana (2024), analisis ini memberikan kerangka kerja yang komprehensif bagi organisasi untuk mengidentifikasi segala aspek, mulai dari kekuatan internal seperti kualitas produk dan inovasi, hingga kelemahan mendasar seperti keterbatasan finansial dan infrastruktur. Di sisi eksternal, metode ini memungkinkan perusahaan untuk memetakan peluang, seperti tren digital yang dijelaskan Flexypack, dan ancaman, seperti persaingan global yang ketat. Studi kasus nyata dari Amelia dan Tyna (2024) pada UMKM Barasaki Juice membuktikan bahwa identifikasi menyeluruh terhadap keempat elemen ini merupakan fondasi utama dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif. Tanpa pemahaman mendalam ini, strategi yang dibangun berisiko rapuh karena tidak menyentuh akar permasalahan dan peluang yang sebenarnya.

Lebih dari sekadar alat diagnosis, analisis SWOT bernilai strategis karena kemampuannya mensintesis informasi menjadi rencana aksi yang konkret. Seperti yang diuraikan secara rinci oleh Ronda (2020), kerangka kerja ini memfasilitasi formulasi empat kuadran strategi: Strategi S-O (memanfaatkan kekuatan untuk merebut peluang), W-O (mengatasi kelemahan untuk meraih peluang), S-T (menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman), dan W-T (meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman). Penerapannya dapat dilihat pada penelitian Yuni et al. (2024) pada UMKM Keripik Ubi Olis, di mana analisis SWOT menghasilkan strategi pengembangan yang spesifik seperti perluasan distribusi, inovasi varian produk, dan promosi yang tepat. Pendekatan yang terstruktur ini, sebagaimana ditekankan Cholistiana (2024), memungkinkan organisasi untuk tidak hanya reaktif, tetapi secara proaktif merencanakan dan mengimplementasikan langkah-langkah mitigasi risiko. Dengan demikian, mengkaji analisis SWOT adalah sebuah keharusan strategis untuk bertransformasi dari pelaku bisnis yang hanya mengikuti tren menjadi inovator yang percaya diri dan siap menghadapi dinamika pasar.

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan alat perencanaan strategis yang powerful untuk mengevaluasi kondisi internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) suatu organisasi (David & David, 2017; Robbins dan Mary, 2014). Penerapan alat ini di kalangan UMKM diharapkan dapat memberikan pandangan yang jelas tentang

posisi usaha mereka, sehingga dapat merumuskan strategi yang lebih terarah dan kompetitif. Di sisi lain, dalam dunia pendidikan, mata kuliah Pengantar Manajemen seringkali diajarkan secara teoritis, sehingga mahasiswa kesulitan mengkontekstualisasikan konsep-konsep abstrak ke dalam situasi bisnis yang nyata. Sebagai solusi, pendekatan Project-Based Learning (PjBL) menawarkan paradigma pembelajaran di mana mahasiswa terlibat dalam proyek autentik yang kompleks dan bermakna (Thomas, 2000). Integrasi antara kebutuhan riil UMKM akan analisis strategis dengan metode pembelajaran PjBL dalam kurikulum menciptakan sinergi yang saling menguntungkan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang untuk menjembatani kedua hal tersebut: menerapkan teori analisis SWOT yang dipelajari di kelas untuk memberikan solusi strategis kepada UMKM di Banten.

IMPLEMENTASI PROGRAM PENGABDIAN

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama satu semester dalam rangkaian mata kuliah Pengantar Manajemen. Metode pelaksanaannya terdiri dari beberapa tahap:

1. **Persiapan dan Pemetaan Mitra:** Tahap awal melibatkan identifikasi dan pemetaan UMKM di sekitar kampus yang bersedia menjadi mitra studi lapangan. Sebanyak 51 UMKM dari berbagai sektor (makanan, fashion, dan jasa) di Provinsi Banten dan sekitarnya terlibat dalam proyek ini.
2. **Pembekalan Teoritis:** Mahasiswa dibekali dengan pemahaman mendalam mengenai konsep-konsep manajemen dasar, dengan penekanan khusus pada teknik analisis SWOT melalui kuliah, diskusi, dan studi kasus.
3. **Observasi Lapangan dan Pengumpulan Data:** Mahasiswa mengerjakan individual atau kelompok ditugaskan pada satu UMKM mitra. Mereka melakukan kunjungan lapangan untuk melakukan observasi, wawancara mendalam dengan pemilik/usaha, serta mengumpulkan data primer dan sekunder yang relevan.
4. **Analisis Data dan Perumusan Strategi:** Berdasarkan data yang terkumpul, setiap kelompok melakukan analisis SWOT secara sistematis. Mereka mengidentifikasi dan mendaftar faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman). Selanjutnya, mahasiswa merumuskan matriks TOWS (Threats-Opportunities-Weaknesses-Strengths) untuk menghasilkan alternatif strategi, seperti strategi S-O, W-O, S-T, dan W-T.
5. **Presentasi dan Diseminasi Hasil:** Hasil analisis dan rekomendasi strategis dipresentasikan di depan dosen, rekan mahasiswa, serta perwakilan UMKM mitra. Forum ini menjadi ajang umpan balik dan validasi terhadap temuan yang dihasilkan. Laporan akhir yang komprehensif diserahkan kepada UMKM mitra sebagai bentuk kontribusi nyata.

HASIL DAN MANFAAT PROGRAM PENGABDIAN

Kegiatan ini berhasil mendemonstrasikan bagaimana teori manajemen, khususnya analisis SWOT, dapat diimplementasikan secara praktis. Berikut adalah beberapa temuan kunci dari analisis yang dilakukan mahasiswa terhadap beberapa UMKM mitra:

1. Persiapan dan Pemetaan Mitra:

Tabel 1. Daftar mitra dan Observer

No	Nama/ NIM/ Kelas	Alamat Organisasi
1	Salwa Nafi' Ihsania (5552250064) & Naila Agisna Ulayya (5552250067) 1G	Flow Salon Depan Hotel Horizon, Jl. K.H. Abdul Hadi, RT.03/RW.14, Cipare, Kec. Serang, Kota Serang, Banten 42117.
2	Aurel Zahra Mubaroq (5552250048) 1G	Warung Mie Ayam Bu IIN Kampung bugel RT 03 RW 002, Tigaraksa,
3	Siti Salsabilla Hanif (5552250062) 1G	Mama Match Jalan Cendrawasih No. 32-34, Kel. Sumur Pecung, Kec. Serang, Kota Serang, Banten, 42118
4	Kantheni Illa Safitri (5552250055) 1G	DW Bouquet Link. Panggang, Kel. Penancangan, Kec. Cipocok Jaya, Kota Serang, Banten, 42122
5	Nandita Ayu Pramesti (5552250060) 1G	Pempek Api 7 Ulu Jl. Raya Munjul No. 42, PF73+V7, Ds. Munjul, Kec. Solear, Kab. Tangerang, Banten 15730
6	Raisya Putri Handini (5552250042) 1G	TB Mugi Jaya Jl.Raya Mancak, Kp. capang calung, Ds. Mancak Kec. Mancak, Kab. Serang, Banten
7	Misnati (5552250049) 1G	Seblak Teh Anah Cabang 1: Kp. Purut Jawa, Kel. Sukawana, Kec. Curug, Kota Serang, Banten Cabang 2: Kp. Kubang, Kel. Kemanisan, Kec. Curug, Kota Serang, Banten
8	Nayla Husna Fajrin (5552250056) 1G	Fast Group Management (FGM) Online
9	Tiara Dwi Amanada (5552250063) 1G	Warung Nasi Rabeg Bu Dedi Depan Komp. Mandala Citra Indah, Kel. Unyur, Kec. Serang, Kota Serang, Banten.
10	Vidi Nurul Fajriah (5552250061) 1G	Ruminah Chicken Ds. Pabuaran Kab.Serang, Banten
11	Anisah Naila Yasina (5552250070) 1G	PT Nawakara Arta Kencana (NAK) Jl. RS. Fatmawati Raya No.15 8, RT. 8/RW.6, Gandaria Sel., Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta
12	Agnessia Jennifer (5552250037)	Bank BJB KCP Ciruas Jl. Raya Jkt, Citerep, Kec. Ciruas, Kota Serang, Banten 42182
13	Chumairoh (5552250068) 1G	Nasi Pecel khas madiun Jl. Aria Wangsakara, Desa Jambe, Kec. Jambe, Kab. Tangerang, Prov. Banten
14	Rizky Muthia Kamal (5552250041) 1G	PT Bank Pembangunan Daerah Banten Jl. Veteran No.4. Kelurahan Cipare, Kecamatan Serang, Kota Serang, Provinsi Banten.

- 15 Muhammad Fahri Raisya
Faisal (5552250051) Muhamad
Ihsan Amrullah (5552250036)
1G
Toko Owl Outdoor
JL. Ciekek, Keraton, Kec. Majasari, Kabupaten
Pandeglang, Banten
42211
- 16 Frida Ramadhani (5552250054)
1G
Rumah Makan Buah Parindu
Jl. Sempati, Kramatwatu, Kecamatan Kramatwatu,
Kabupaten Serang, Banten
- 17 Ninda Julia Saputri (5552250045)
1G
Warung Pecel Lele Ridho
Jl. KH. Hasyim Ashari, RT.001/RW. 003, Pinang, Kec.
Tangerang, Kota Tangerang, Banten 15144
- 18 Rachellia Febriana (5552250050)
1G
Klinik AMC (Assa`adah Medical Care)
Jl. Raya Petir Serang Jl.Ciruas - Petir No. Km. 15, RW.
No. 81, Sukamenak, Kec. Cikeusal, Kabupaten Serang,
Banten 42175
Bouquet Kita
Lingk. Lontar Kidul (Depan SMPN
14, Kota Serang, Banten 42115)
- 19 Putri Aulia (5552250040) 1G
Kenjie Chips
Bumi Agung Permai 1 blok kav nomor 05, Serang,
Banten 42121
- 20 Nur Anisa Salsabila (5552250043)
1G
Q Raden Kaos Polos
Komplek KPKN, Jl. Karya Bhakti 2B No.139,
Sumurpecung, Kec.Serang, Kota Serang, Banten 42118
- 21 Dwi Aulia Putriemi (5552250044)
1G
Pecak Bandeng Mama Rendi
Jl. Kitapa No. 53, Kotabaru, Kecamatan. Serang, Kota
Serang, Banten 42112.
- 22 Eka Dwiyanti (5552250038) 1G
Halalmart kalibata
jln.Kalibata pulo Kec pancoran Kel kalibata rt05/08 No 63
jakarta selatan
- 23 Fathimah az zahra (5552250046)
1G
Vania Laundry
Jl. Mayor Safei, Kelurahan lontar baru. Kampung Lontar
Jiwantaka, Serang, Banten. 42115
- 24 Istikomah (5552250052) 1G
Warung Maul
Teratai Griya Asri B2/13 Kecamatan Legok Kabupaten
Tangerang
- 25 Vivi Alivia Melati Yogi
(5552250059) 1G
Bakar Run
Jl Palka
Km 33 Padarincand Kabupaten Serang. Banten.
Serang Snack Corner
Jl. Raya Serang – Pandeglang No. 12, Kelurahan Cipare,
Kecamatan Serang, Kota Serang, Banten 42117
- 26 Annisya Yuniarti Qwartina /
5552250039 / 1G
**Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia cabang
Curug**
Curug Wetan, Kec. Curug, Kabupaten Tangerang,
Provinsi Banten
- 27 Muliya Pratiwi / 5552250047 / 1G
Putri Hijau Deli UMKM
Jl. Raya Rangkasbitung,Kp. Cimadang,
Warunggunung,Lebak Banten.
- 28 Keisya Amelia Arifa (5552250057)
1G
Laundry
Perumahan Pesona, Sindangheula, Kec. Pabuaran,
Kabupaten Serang, Banten 42163.
- 29 Eka Julianti / 5552250058 / 1G
Kopi Kenangan
Jl, Ahmad Yani, RT. 003/RW. 004, Cipare, Kota Serang,
Banten
- 30 Anastasya Artauli (5552250069)
1G
- 31 Muhammad Firman Sakti
(5552250080) 1F

- 32 Eka putri lestari (5552250075) 1F **Seblak Neng Sukmah**
Jl. Raya palka, Citasuk, Kec. Padarincang, kab. Serang Banten 42168.
- 33 Bernadeth Alvina (5552250104) 1F **Lisanna Online Accounting and Tax Consultant**
Jl. Benteng Makasar VII no 11, RT. 001/RW.008, Sukarasa, Kec. Tangerang, Kota Tangerang, Banten 15111.
- 34 Wulan Andini Nurohmah (5552250076) 1F **Restoran Lazzato, R46G+V7F,**
Jl. Raya Palka, Sindangsari, Kec. Pabuaran, Kabupaten Serang, Banten 42163
- 35 Samsul Muarip Hidayatullah (5552250105) 1F **Bank BJB KCP Cikande**
Jln. Jakarta-Serang Km. 19, Desa Tambak, Kec. Kibin, Serang, Banten 42163
- 36 Amanda Zahira Fadila (5552250083) & Kirana Larasati (5552250091) 1F **Seblak Bujangan**
Perumahan Pesona, Sindangheula, Kec. Pabuaran, Kabupaten Serang, Banten 42163.
- 37 Devita Rahmadhani (5552250086) 1F **Dimsum Narawi**
Jl. Raya Banten cilik No.19B, Lopang, Kec. Serang, Kota Serang, Banten 42113
- 38 Siti Aisyah Widari (5552250072) 1F **Toko Sembako Herul**
Jl. Raya Mancak, Kp. Pasir Gadung, Desa Sangiang, Kec. Mancak, Kab. Serang, Banten 42165
- 39 Alvyna Mutiara Rahmawaty (5552250095) 1F **PT Pro Mechanic Indonesia**
Kawasan Industri Jababeka II Jl, Industri Selatan Blok GG No 9-HI Cikarang Bekasi 17530
- 40 Putri Amelia (5552250096) 1F **Bank BJB KCP Sudirman Serang**
Ruko Sembilan, Jl. Jend. Sudirman Link. Kemang No. 5-6, RT.004/RW. 003, Sumurpecung, Kec. Cipocok, Jaya, Kota Serang, Banten 42118
- 41 Avmy Zahra Sujatnety (5552250098) 1F **PT Putra Nusantara Tour**
Jalan Jiwantaka 1 No. 27, Kagungan, Pekarungan, Kagungan, Kec. Serang, Kota Serang, Banten 42114.
- 42 Rheissya Rahmana Putri (5552250094) 1F **Papila Kitchen**
Depan Halte SMAN 3 Taktakan, Kota Serang, Banten.
- 43 Raden Sani Aprilia Kurnia Wargaatmaja (5552250099) 1F **DoubleDegree**
Griya Penancangan Pratama Jl. Penancangan No.6 Blok B, Sumurpecung, Kecamatan Serang, Kota Serang, Banten 42116
- 44 Revinka Noviasih (5552250074) 1F **Lena Cake**
Jl. Kisamaun No. 49, Kelurahan Sukasari, Kecamatan Tangerang, Kota Tangerang, Banten.
- 45 MELIAWATI (5552250071) F **Warung Nasi Padang**
Jl. Palka Kp Cemplang, Desa Cemplang, Kec. Ciomas, Kota Serang, Banten
- 46 Azmi Azhariannaas (5552250078) 1F **Pincuk bu tuti**
Jalan Veteran, Kotabaru, Kecamatan Serang, Kota Serang, Banten 42112
- 47 Mustofa (5552250077) 1F **Pempek Sumpia Abon Bandeng**
Griya Cilegon Blok II No. 2, RT 005/RW 002, Desa Kaduagung, Kecamatan Kramatwatu, Kabupaten Serang

48	Shofy Ardelia (5552250087) & Angelia Ester Silitonga (5552250097) 1F	PT persepsi karya cipta Kp. Jaha, Kelurahan pager agung, Kecamatan Walantaka Kota Serang, Provinsi Banten.
49	Abid Hamlan Riziq (5552250100) 1F	PT. Solusi Arta Jaya Jl. Kelapa Dua - Katulisan No.76 RT. 001/RW.007 Kasemen, Kec. Kasemen, Kota Serang, Banten 42191.
50	Aurelia Ismail (5552250079) 1F	Kedai Toeanhan Jl. Kh. Sochari No. 72, Kota Serang, Banten.
51.	Diva Septia Ramadhani (5552250065)	Sate Madura Japut Perumahan Mustika Tigaraksa Blok B5 no 2 Pasir Nangka, Kec. Tigaraksa, Kabupaten Tangerang, Banten 15720 (5552250065)

2. Pembekalan Teoritis:

Tahap perumusan strategi sendiri mencakup langkah-langkah seperti mendefinisikan visi dan misi, melakukan analisis situasi eksternal dan internal, menetapkan tujuan dan sasaran strategis, serta mengidentifikasi sumber daya dan kemampuan utama. Informasi lebih lanjut dapat ditemukan dalam buku "Management" oleh Robbins dan Coulter (2014).

- Kekuatan (Strengths): Banyak UMKM memiliki produk unggulan yang berbahan baku lokal, memiliki cerita/ciri khas di balik brand (storytelling), dan hubungan personal yang kuat dengan pelanggan setia.
- Kelemahan (Weaknesses): Secara umum, UMKM menghadapi kendala dalam manajemen keuangan yang sederhana (pencatatan keuangan belum rapi), keterbatasan modal untuk ekspansi, packaging yang kurang menarik, dan ketergantungan yang tinggi pada pemilik dalam pengambilan keputusan.
- Peluang (Opportunities): Peluang yang teridentifikasi antara lain meningkatnya permintaan produk lokal (local love), berkembangnya platform e-commerce dan media sosial untuk pemasaran digital, serta adanya berbagai program bantuan dan pelatihan dari pemerintah.
- Ancaman (Threats): Ancaman utama meliputi persaingan yang semakin ketat dari produk sejenis baik lokal maupun nasional, fluktuasi harga bahan baku, dan perubahan selera konsumen yang cepat.

Dari analisis tersebut, mahasiswa merumuskan beberapa rekomendasi strategis. Sebagai contoh, untuk sebuah UMKM kerajinan tangan, strategi S-O yang disarankan adalah memanfaatkan kekuatan produk lokal dan cerita unik (S) dengan memanfaatkan peluang platform media sosial (O) melalui konten pemasaran yang menonjolkan proses pembuatan dan nilai budaya produk. Sementara itu, strategi W-T untuk UMKM makanan adalah mengurangi kelemahan packaging (W) untuk menghadapi ancaman persaingan (T) dengan mendesain ulang kemasan yang lebih higienis, estetik, dan informatif guna meningkatkan daya tarik di pasaran.

Proses ini tidak hanya memberikan manfaat bagi UMKM, tetapi juga secara signifikan meningkatkan soft skills mahasiswa, seperti kemampuan berkomunikasi, bekerja dalam tim, berpikir kritis, dan memecahkan masalah kompleks dalam setting dunia nyata

3. Observasi Lapangan dan Pengumpulan Data:

Observasi lapangan dilakukan dengan mengikuti aspek kajian dalam bahasan rencana pembelajaran dalam satu semester dengan demikian observasi tidak hanya dilakukan untuk mengumpulkan informasi sebagai bahan perumusan strategi. Dalam kegiatan ini mahasiswa menggunakan daftar bahasan teori dan konsep kolom dengan masing-masing kolom, yaitu kolom teori dan konsep yang disandingkan dengan temuan praktek di lapangan hasil dari observasi dan wawancara. Berikut adalah contoh informasi deskripsi operasional yang dikumpulkan dari masing-masing studi lapangan yang dilakukan.

Tabel 2 Deskripsi Operasional Organisasi

No	Nama Organisasi	Deskripsi Operasional Organisasi
1	Flow Salon	Flow Salon merupakan usaha di bidang salon kecantikan, Kegiatan operasionalnya meliputi potong rambut, styling, blow, pewarnaan, smoothing, serta berbagai perawatan rambut seperti hair spa dan creambath
2	Warung Mie Ayam Bu IIN	Usaha kuliner mie ayam yang dijual dengan gerobak depan rumah. Kegiatan operasional meliputi memasak, menyiapkan topping, melayani pelanggan, pembelian bahan, dan pembersihan alat.
3	Mama Match	MamaMatcha merupakan usaha franchise yang bergerak di bidang minuman matcha. Kegiatan operasional dimulai dari menyiapkan booth, membersihkan area, mengecek ketersediaan bahan baku, menerima pesanan pelanggan, membuat minuman sesuai SOP, dan menyerahkan pesanan dengan pelayanan yang ramah.
4	DW Bouquet	DW Bouquet adalah usaha kecil yang membuat buket bunga sintesis, buket snack, dan buket keychain. Kegiatan operasional meliputi menerima pesanan, membeli bahan, merangkai buket, dan pengantaran jika diminta.
5	Pempek Api 7 Ulu	Pempek Api 7 Ulu adalah usaha yang memproduksi makanan khas Palembang dengan standar rasa yang konsisten dan bahan baku segar. Kegiatan operasional dimulai dari mengolah adonan, membentuk pempek, merebus, menggoreng, hingga mengemas pempek baik untuk dijual langsung maupun pempek frozen.
6	TB Mugi Jaya	TB Mugi Jaya ada toko menjual berbagai macam bahan bangunan. Kegiatan operasional dimulai dari menyediakan stok barang, menjual barang, pengiriman, dan melayani pelanggan dengan ramah.
7	Seblak Teh Anah	Seblak Teh Anah adalah sebuah usaha seblak dengan konsep perasmanan. Kegiatan operasionalnya yaitu membersihkan dan merapikan tempat, menyusun toping untuk memudahkan pelanggan dalam memilih, memasak seblak sesuai dengan toping dan level kepedasan yang dipilih oleh pelanggan, dan memberikan pesanan serta pelayanan dengan baik.
8	Fast Group Management (FGM)	Fast Group Management (FGM) adalah sebuah agency pemasaran digital yang berfokus pada pengelolaan talent (influencer), penyusunan campaign, dan penghubung antara brand dengan talent. Operasional FGM dijalankan secara terstruktur oleh founder serta staf pelaksana yang memiliki tugas dan peran berbeda sesuai bidangnya.

- 9 **Warung Nasi Rabeg Bu Dedi** arung Nasi Rabeg Bu Dedi beroperasi setiap hari dengan kegiatan utama memasak dan menyajikan makanan khas Serang, yaitu Rabeg. Operasional dimulai pukul 06.00 dengan persiapan bahan, proses memasak oleh kepala dapur, serta pelayanan langsung kepada pelanggan. Warung dikelola oleh pemilik (Bu Dedi) dibantu tujuh staf yang menangani dapur, kasir, dan pelayanan. Pembelian bahan dilakukan di pasar lokal, dan kontrol kualitas rasa serta kebersihan menjadi fokus utama dalam kegiatan operasional sehari-hari.
- 10 **Ruminah Chicken** Ruminah Chicken merupakan usaha mikro kecil menengah yang bergulat dibidang makanan. Ruminah Chicken terletak di posisi yang strategis yaitu disamping kampus untirta sindangsari. Ruminah Chicken menjual berbagai olahan chicken seperti ayam penyet, ayam geprek, dan ayam kremes. Harga yang terjangkau membuat mahasiswa tertarik untuk membeli. Namun, fasilitas tempat yang diberikan terlalu kecil sehingga pelanggan lebih memilih makan di tempat lain
- 11 **PT Nawakara Arta Kencana (NAK)** PT Nawakara Arta Kencana (NAK) bergerak di bidang manajemen uang tunai (cash management) dan jasa pengolahan uang serta barang berharga
- 12 **Bank BJB KCP Ciruas** Bank BJB KCP Ciruas beroperasi dalam bidang jasa keuangan perbankan. Unit ini melayani seluruh transaksi tunai dan non-tunai nasabah, mengelola ketersediaan kas harian (ATM dan teller), serta memproses aplikasi kredit sesuai standar Bank BJB dan regulasi yang berlaku.
- 13 **Nasi Pecel khas madiun** Nasi pecel khas madiun adalah usaha dibidang kuliner yang biasa di jual- belikan untuk menu sarapan. kegiatan operasional dimulai dari perebusan sayuran, pembuatan bumbu kacang, penggorengan penyek rebon, serta sebagai pelengkap penggorengan aneka gorengan untuk di jual langsung sebagai menu alternatif sarapan.
- 14 **PT Bank Pembangunan Daerah Banten** PT Bank Pembangunan Daerah Banten beroperasi sebagai lembaga perbankan yang berfokus pada pengembangan ekonomi daerah Banten. Bank enghimpun dan mengelola dana publik, menyalurkan pembiayaan produktif dan konsumtif, serta menyediakan layanan transaksi perbankan modern bagi seluruh nasabah. Kegiatan pelaksanaan fungsi intermediasi keuangan yang efisien dan kepatuhan terhadap regulasi Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan.
- 15 **Toko Owl Outdoor** Usaha rental perlengkapan pendakian dan outdoor meliputi penjualan tas, tenda, sepatu, jaket, dan alat camping lainnya.
- 16 **Rumah Makan Buluah Parindu** Rumah Makan Buluah Parindu adalah usaha kuliner yang menjual makanan rumahan dan masakan Padang. Kegiatan operasional utamanya meliputi pengolahan makanan, melayani pelanggan, menjaga kebersihan, dan menyediakan pelayanan makan di tempat maupun bungkus.
- 17 **Warung Pecel Lele Ridho** Warung Pecel Lele Ridho merupakan usaha mikro kecil menengah yang bergerak dibidang makanan/kuliner. Kegiatan operasionalnya dimulai dari membeli bahan, memasaknya dengan setengah jadi (seperti mengungkap ayam dan lele), menyiapkan alat-alat dagangan (seperti bangku, wajan penggorengan, dll), serta melayani pelanggan.
- 18 **Klinik AMC (Assa`adah Medical Care)** Klinik AMC (Assa`adah Medical Care) bergerak di bidang kesehatan yang melayani pasien umum, BPJS, pasien gigi, dan UGD. Berdiri pada tahun 2013, dengan jumlah karyawan saat ini 19 orang. Buka hari senin - minggu dengan jam operasional Klinik mulai dari jam 07:00 - 21:00 WIB.

- 19 **Bouquet Kita** Bouquet Kita adalah toko bunga yang berlokasi strategis di Lingk. Toko ini menyediakan berbagai macam rangkaian bunga segar dan buket untuk berbagai acara, mulai dari ulang tahun, pernikahan, wisuda, hingga ungkapan simpati. Selain itu, toko ini juga menawarkan layanan dekorasi bunga untuk acara-acara khusus. Dengan mengutamakan kualitas bunga dan desain yang kreatif, Bouquet Kita siap memberikan yang terbaik untuk setiap pelanggan.
- 20 **Kenjie Chips** Kenjie Chips menjalankan proses produksi camilan berbahan dasar kentang dan umbi lokal melalui tahapan seleksi bahan baku, pengolahan, bumbu khas, hingga pengemasan higienis. Operasional usaha difokuskan pada menjaga kualitas rasa, kebersihan, dan konsistensi produksi untuk memenuhi kebutuhan konsumen, sekaligus memastikan distribusi berjalan lancar ke pelanggan sekitar maupun pemesanan online.
- 21 **Q Raden Kaos Polos** Raden Kaos Polos merupakan usaha fashion lokal yang berfokus pada produksi dan distribusi kaos polos berkualitas. Kegiatan operasional usaha mencakup pemilihan bahan katun premium, proses pemotongan dan penjahitan yang rapi, serta quality control untuk memastikan setiap produk layak jual. Selain melayani penjualan eceran, Q Raden juga menyediakan layanan pemesanan partai besar dan sablon sesuai kebutuhan pelanggan. Proses pemasaran dilakukan secara offline di lokasi toko dan secara online melalui marketplace serta media sosial, sehingga memungkinkan jangkauan konsumen yang lebih luas.
- 22 **Pecak Bandeng Mama Rendi** Pecak Bandeng Mama Rendi adalah usaha kuliner khas Banten yang menjual pecak bandeng dengan sistem dapur–kasir–pelayan
- 23 **Halalmart kalibata** Halalmart kalibata Adalah adalah bisnis yang berfokus pada niche market (pasar khusus), yaitu penyediaan obat-obatan, minuman, dan makanan herbal yang terjamin kehalalannya (produk Halal Network Indonesia /Halal Produk Asli Indonesia).
- 24 **Vania Laundry** Vania Laundry adalah usaha jasa laundry rumahan yang berdiri untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar akan layanan cuci dan setrika yang cepat, terjangkau, dan berkualitas. serta layanan tambahan seperti laundry express dan pencucian item tertentu. Dengan pelayanan yang ramah, harga bersahabat, dan kualitas pengerjaan yang dijaga konsisten, Vania Laundry terus berkembang dan berupaya menjadi layanan laundry yang dipercaya oleh masyarakat sekitar.
- 25 **Warung Maul** Warung Maul bergerak di bidang penyediaan makanan dan minuman dengan menu yang beragam untuk konsumsi langsung di tempat (dine-in) atau dibawa pulang (take away).
- 26 **Bakar Run** Usaha ini bergerak di bidang makanan. Kegiatan operasionalnya meliputi pemilihan & pembelian bahan baku, proses produksi harian, pengemasan, menjaga kualitas makanan dan kebersihan serta menjual makanan kepada pelanggan.
- 27 **Serang Snack Corner** Serang Snack Corner memproduksi snack melalui proses menggoreng, membumbui, dan mengemas, kemudian menjualnya secara online melalui Shopee, Tokopedia, Instagram, dan WhatsApp. Pesanan dikelola admin dan dikirim oleh kurir atau ekspedisi dengan pengawasan langsung dari manajer.

- 28 **Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia cabang Curug** Koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman dan pembiayaan sesuai prinsip syariah, termasuk mengelola zakat, infaq/sedekah, dan wakaf. Koperasi ini merupakan koperasi masyarakat yang fokus melayani usaha mikro. Koperasi syariah yang lahir dan kantor pusatnya berkedudukan di Tangerang sebagai penutupan bagi usaha mikro yang pelayanannya mencakup seluruh wilayah Indonesia dengan jenis usaha simpan pinjam dan pembiayaan menggunakan sistem pelayanan pola syariah.
- 29 **Putri Hijau Deli UMKM** Putri Hijau Deli UMKM yang menjual makanan khas Medan yaitu lontong Medan dan es campur Medan, dengan kegiatan operasional yaitu memproduksi atau memasak, menyediakan makanan di warung, membuat pesanan pelanggan, mengantarkan pesanan sesuai tempatnya dan membersihkan tempat makan.
- 30 **Laundry** Laundry merupakan usaha dibidang cuci pakaian, kegiatan operasional meliputi periksa dan pisahkan warna kain, pilih deterjen, cuci sesuai siklus, bilas bersih, keringkan, lalu strika, lipat rapi dan kemas dengan label, serahkan pakaian kepada pelanggan dengan ramah dan pastikan mereka puas dengan hasil laundry.
- 31 **Kopi Kenangan** Operasional Kopi Kenangan berjalan dengan membagi tugas yang jelas di tiap divisi, menggunakan sistem digital untuk mengatur pemesanan dan kontrol gerai, serta mengandalkan barista terlatih untuk menjaga kualitas rasa di setiap cabang.
- 32 **Seblak Neng Sukmah** Seblak Neng Sukmah merupakan usaha yang bergerak di bidang makanan. Seblak Neng Sukmah berlokasi di Desa Citasuk, Kecamatan Padarincang, Kabupaten Serang, Banten. Lokasinya cukup strategis karena berada di lingkungan yang ramai aktivitas masyarakat dan pelajar. Seblak Neng Sukmah menyediakan berbagai menu seperti seblak ceker, mie jeletot, mie ayam, serta seblak seafood. Harga yang terjangkau membuat pelanggan tertarik untuk membeli.
- 33 **Lisanna Online Accounting and Tax Consultant** Lisanna Online Accounting and Tax Consultant menyediakan jasa Kepatuhan Pajak, Asistensi Pemeriksaan Pajak, Asistensi Keberatan Pajak, Outsource Finance, Tax Review, Payroll Outsourcing, Accounting Service, Legalitas, Konsultan Bisnis.
- 34 **Restoran Lazzato, R46G+V7F,** Restoran bergerak di bidang kuliner cepat saji, mencakup penjualan makanan, pelayanan pelanggan, pengelolaan kas harian, pengadaan bahan baku, serta pengaturan jadwal staf
- 35 **Bank BJB KCP Cikande** Bank BJB KCP Cikande adalah sebuah kantor cabang pembantu dari Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten. Berlokasi di Desa Tambak, kec . Kibin, Serang-Banten. Operasionalnya meliputi transaksi penarikan dan menabung di teller, Pembukaan rekening dan kartu atm di customer service, Pengajuan kredit dibagian kredit, serta operasional bank pada umumnya seperti deposit dan penerbitan cek.
- 36 **Seblak Bujangan** Seblak Bujangan merupakan usaha kuliner yang berdiri sejak tahun 2020 dan berlokasi di Perumahan Pesona, Sindangheula, Serang. Operasionalnya meliputi proses memasak seblak dengan bahan baku cabai, kerupuk, sayuran, serta berbagai topping, sistem prasmanan, pelayanan pelanggan, pencatatan transaksi, hingga layanan antar pesanan. Usaha ini dikelola langsung oleh pemilik sekaligus manajer, Fauzi Nurdiyana.

- 37 **Dimsum Narawi** Dimsum Narawi adalah usaha kuliner yang fokus menjual dimsum sebagai camilan dan makan ringan untuk pelanggan di daerah Lopang, Serang. Setiap hari kegiatan operasional dimulai dengan menata area dagang, memastikan kebersihan peralatan dan meja, mengecek stok bahan seperti isian ayam, kulit dimsum, dan bumbu. Setelah itu, usaha berjalan dengan menerima pesanan, menyiapkan dimsum sesuai standar rasa yang berlaku, lalu menyajikannya dengan pelayanan yang sopan dan menyenangkan.
- 38 **Toko Sembako Herul** Toko Sembako Herul adalah usaha yang menjual berbagai kebutuhan pokok seperti beras, minyak, telur, gula, mie, tepung, jajanan, air kemasan, dan perlengkapan rumah tangga hingga menampung hasil bumi lokal. Setiap hari operasional dimulai dengan membersihkan area toko, menata barang, mengecek stok beras, minyak, telur, dan barang lainnya.
- 39 **PT Pro Mechanic Indonesia** PT Pro Mechanic Indonesia adalah perusahaan penyedia solusi industri dan mesin produksi seperti CNC machining center, CNC turning centre, large lathe, stone crusher, clamping & workholding equipment, cutting tools, serta software CAD/CAM. Selain penjualan produk, perusahaan ini juga menyediakan konsultasi teknis dan layanan purna jual untuk mendukung peningkatan efisiensi dan produktivitas pelanggan. Dengan moto "Solution for Efficiency", PT Pro Mechanic Indonesia berkomitmen menjadi mitra teknologi bagi industri manufaktur di Indonesia.
- 40 **Bank BJB KCP Sudirman Serang** Bank BJB KCP Sudirman Serang bergerak di bidang perbankan umum. Dalam operasionalnya, KCP ini melayani segmen individu, korporasi, dan UMKM, menawarkan layanan perbankan komprehensif yang meliputi Simpanan (Tabungan, Giro, Deposito Berjangka, dan bjb Tandamata), Layanan Kredit (Konsumer, UMKM, Multiguna, Properti), Produk Syariah, serta memanfaatkan Layanan Digital (melalui aplikasi DIGI bank bjb) untuk meningkatkan aksesibilitas dan inklusi keuangan.
- 41 **PT Putra Nusantara Tour** PT Putra Nusantara Tour merupakan perusahaan swasta di Serang-Banten yang bergerak di bidang jasa pariwisata dengan fokus layanan perjalanan wisata ke kawasan Ancol, Jakarta.
- 42 **Papila Kitchen** Papila Kitchen merupakan usaha yang bergerak dalam bidang kuliner khususnya pembuatan kue dan makanan ringan lainnya yang dapat menggugah selera. Contohnya crunchy puff, dimsum mentai, donat, dan makanan lainnya. Biasanya Papila Kitchen melakukan promosi dan
- 43 **DoubleDegree** DoubleDegree merupakan usaha UMKM yang bergerak dalam bidang pastry dan dessert rumahan. Produk yang dihasilkan oleh DoubleDegree yaitu brownies, cookies, cheseecake, serta creamy bake rice. Kegiatan operasionalnya meliputi persiapan bahan, pengolahan adonan, proses baking, dekorasi, hingga pengemasan produk. Pemesanan dilakukan melalui sistem pre-order melalui Instagram dan WhatsApp. Produksi dilakukan setiap hari menyesuaikan jumlah pesanan.
- 44 **Lena Cake** Lena Cake adalah toko kue rumahan yang berdiri sejak tahun 2000 dan berlokasi di Jl. Kisamaun No.49, kawasan Pasar Lama Tangerang. Usaha ini dikenal karena kuenya yang segar, rasanya konsisten, serta gaya pengerjaan yang rapi. Seiring berkembangnya waktu, Lena Cake tidak hanya melayani pembeli yang datang langsung, tetapi juga menerima pesanan online melalui Instagram @lenacakekery. Toko buka setiap hari dari pukul 08.00 sampai 18.00 dan libur setiap hari Selasa.
- 45 **Warung Nasi Padang** Warung Nasi Padang, dikelola dengan 1 pemilik dan 2 karyawan. Fokus pada kualitas rasa, kebersihan, dan pelayanan ramah.

- | | | |
|----|-----------------------------------|---|
| 46 | Pincuk bu tuti | Pincuk bu tuti merupakan UMKM kuliner yang menawarkan makanan tradisional. Usaha ini beroperasi dengan menyediakan produk makanan berkualitas, rasa khas, dan harga terjangkau. Proses produksi dilakukan secara higienis dengan bahan baku yang dipilih secara selektif. Promosi dilakukan secara sederhana melalui media sosial dan interaksi langsung dengan pelanggan. |
| 47 | Pempek Sumpia Abon Bandeng | Pempek Sumpia Abon Bandeng merupakan UMKM kuliner yang memproduksi olahan ikan bandeng menjadi beragam makanan seperti pempek, sumpia isi abon, dan camilan siap saji. Usaha ini mengutamakan bahan segar dan racikan bumbu khas keluarga sehingga menghasilkan rasa yang lebih autentik. Kegiatan produksi dikelola oleh owner dibantu beberapa anggota keluarga serta staf harian yang bertugas pada bagian pengolahan, pengemasan, dan pemasaran digital. |
| 48 | PT. Persepsi Karya Cipta | PT persepsi karya cipta ini berakar dari kesadaran akan pentingnya media sebagai alat komunikasi strategis di era globalisasi informasi. Dengan berkembangnya teknologi digital, PT Persepsi Karya Cipta hadir untuk membentuk opini publik, memperkaya wawasan masyarakat, dan menjadi sarana pembelajaran sosial. |
| 49 | PT. Solusi Arta Jaya | PT. Solusi Arta Jaya berdiri sejak tahun 2018, lahir dari peluang untuk berperan aktif dalam pemasaran produk-produk mulai dari UMKM hingga merek-merek ternama di Indonesia. Contohnya PT Nestle Indonesia, PT Perfetti Van Melle Indonesia, PT Panti Kosmetika Baru, Mustika Ratu dan PT Kao Indonesia dan lainnya. Biasanya PT SAJ melakukan promosi dan bisa melakukan pemesanan melalui sales yang berkeliling ke sekitaran area serang, pandeglang, dan cilegon. Yang mana nanti akan di proses oleh tim admin untuk pemrosesan pesannya. |
| 50 | Kedai Toeanhan | Kedai Toeanhan ini merupakan usaha mikro yang berfokus pada penjualan makanan modern seperti mulai dari makanan berat hingga makanan ringan semua tersedia di Kedai tersebut. Kedai Toeanhan ini pernah dikunjungi oleh Walikota Serang yaitu Bapak HJ. Budi Rustandi pada |
| 51 | Sate Madura Japut | Sate Madura Japut merupakan UMKM kuliner yang menjual sate ayam dan sate kambing dengan konsep gerobak & tempat makan sederhana di pinggir jalan. Operasional dimulai dari pembelian bahan baku pagi hari, pemotongan daging, penyiapan bumbu kacang, penusukan sate hingga proses pembakaran. Pada sore hingga malam, usaha mulai beroperasi untuk melayani pelanggan dine-in, take away, dan pesan online. Kualitas |

EVALUASI DAN MONITORING

Analisis Data dan Perumusan Strategi:

Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan oleh mahasiswa yang merupakan hasil dari kegiatan observasi lapangan, Mahasiswa kemudian melakukan perumusan Strategi, hasil perumusan strategi selanjutnya dipresentasikan pada Owner atau manajer organisasi. Pada akhir bagian presentasi Owner atau Manajer organisasi memberikan respon berupa rating penilaian dan ulasan terhadap Strategi yang dirumuskan. Berdasarkan rekapitulasi data identitas organisasi, analisis SWOT, hasil perumusan strategi, rating dan ulasan dari owner atau manajer seluruh mahasiswa yang berpartisipasi dalam observasi lapangan diperoleh informasi sebagai berikut:

1. Deskripsi Strategi, Rating dan Ulasan

Tabel 3. Deskripsi Strategi, Rating dan Ulasan

Deskripsi Strategi, Rating dan Ulasan		
Kategori Strategi yang Diusulkan		
1. Digital Marketing & Media Sosial (22/51 = 43.1%)	- Promosi melalui Instagram, TikTok, Facebook - Konten digital dan video marketing - Website dan e-commerce	
2. Operasional & Manajemen (15/51 = 29.4%)	- SOP dan standarisasi proses - Manajemen stok dan inventory - Sistem booking online	
3. Ekspansi Produk & Layanan (8/51 = 15.7%)	- Penambahan varian menu/produk - Layanan baru dan paket bundling - Kerjasama dengan mitra	
4. Inovasi Teknologi (6/51 = 11.8%)	- Digitalisasi sistem - Aplikasi dan platform digital - Otomatisasi proses	
Distribusi Rating:		
Rating	Penerima Rating	Persentase
-Rating 5/5	14 mahasiswa	27.5%
-Rating 4.8-4.9/5	16 mahasiswa	31.4%
-Rating 4.5-4.7/5	12 mahasiswa	23.5%
-Rating 4/5	9 mahasiswa	17.6%
Ulasan	Kategori Ulasan: Penerima Ulasan	Persentase
-Sangat Positif (setuju dan akan diterapkan)	38 mahasiswa	74.5%
-Positif (setuju dengan pertimbangan)	11 mahasiswa	21.6%
-Netral/Berlum Pasti	2 mahasiswa	3.9%

Pada tabel 3 menunjukkan bahwa Hasil rekapitulasi kegiatan 51 mahasiswa ini memberikan gambaran yang jelas dan optimistis tentang kontribusi dunia pendidikan dalam memacu pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia khususnya provinsi Banten. Melalui pendekatan pembelajaran yang aplikatif dan berbasis pemecahan masalah nyata, mahasiswa tidak hanya mampu menganalisis tantangan operasional UMKM tetapi juga merancang strategi yang relevan dan kontekstual. Dominasi strategi Digital Marketing & Media Sosial (43,1%) menjadi bukti nyata bahwa mahasiswa sangat menyadari imperatif transformasi digital. Rekomendasi untuk memanfaatkan Instagram, TikTok, dan platform e-commerce menunjukkan pemahaman yang mendalam tentang perubahan perilaku konsumen dan peluang pasar yang sangat besar yang dapat diakses melalui kanal digital. Fokus ini sejalan dengan program pemerintah seperti "Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia" dan "UMKM Go Digital," yang mendorong pelaku usaha untuk mengadopsi teknologi guna memperluas jangkauan pemasaran.

Selain aspek pemasaran, mahasiswa juga menunjukkan kepedulian terhadap fondasi bisnis yang kokoh melalui sejumlah strategi Operasional & Manajemen (29,4%). Rekomendasi pembuatan Standard Operating Procedure (SOP), perbaikan manajemen stok, dan sistem booking online mencerminkan analisis yang melihat beyond marketing, yaitu pada efisiensi dan konsistensi kualitas layanan. Ini adalah aspek krusial bagi UMKM untuk bertransisi dari usaha yang mengandalkan

tenaga dan kontrol pemilik secara langsung menjadi usaha yang terstruktur dan dapat diskalakan. Pembelajaran yang menerapkan teori manajemen operasi pada konteks UMKM riil terbukti efektif dalam menghasilkan solusi yang tidak hanya meningkatkan visibilitas tetapi juga memperkuat ketahanan internal usaha.

Tingginya tingkat penerimaan dari pemilik UMKM, dengan 74,5% ulasan Sangat Positif yang menyatakan kesediaan untuk menerapkan strategi tersebut, merupakan indikator keberhasilan yang paling nyata. Tingkat penerimaan yang tinggi ini didukung oleh rata-rata rating 4.8/5, yang mengindikasikan bahwa strategi yang diusulkan dinilai sangat tepat, realistis, dan feasible untuk diimplementasikan. Respon positif ini membuktikan bahwa kolaborasi antara akademisi dan pelaku usaha dapat menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik. Pemilik UMKM, yang seringkali terjebak dalam rutinitas operasional, mendapatkan perspektif segar dan terstruktur dari mahasiswa, sementara mahasiswa mendapatkan pengalaman berharga dalam memahami kompleksitas dunia usaha yang sesungguhnya.

Secara keseluruhan, aktivitas ini merefleksikan sebuah model pembelajaran yang sinergis dan berdampak nyata. Di satu sisi, metode ini berhasil mengasah kompetensi analitis, strategis, dan komunikasi mahasiswa. Di sisi lain, UMKM mitra mendapatkan injeksi ide-ide segar dan strategis yang dapat langsung diaplikasikan untuk meningkatkan daya saing mereka. Pola kolaborasi semacam ini, jika dapat diperluas dan diinstitutionalkan, berpotensi besar untuk menjadi salah satu motor penggerak dalam memecahkan tantangan klasik UMKM Indonesia, seperti akses pasar dan kapasitas manajemen, sekaligus mempersiapkan calon-calon wirausaha dan tenaga kerja yang kompeten bagi bangsa.

2. Penilaian Strategi

Tabel 4. Penilaian Strategi (Skala 1-100)

Penilaian Strategi (Skala 1-100)	
Proporsi/Kandungan Strategi berdasarkan kriteria	
Kriteria Penilaian:	Proporsi
-Relevansi dengan deskripsi operasional	40%
-Kelayakan implementasi	30%
-Kelengkapan analisis	20%
-Kreativitas solusi	10%
Hasil Penilaian perbandingan antara mahasiswa berdasar kategori:	
Kategori	Jumlah mahasiswa
Kategori Excellent (90-100): - Strategi sangat relevan, terperinci, dan langsung menjawab kebutuhan operasional	12 mahasiswa
Kategori Very Good (80-89): - Strategi relevan dengan analisis yang baik dan implementasi realistis	22 mahasiswa
Kategori Good (70-79): - Strategi cukup relevan namun perlu pengembangan lebih lanjut	13 mahasiswa
Kategori Average (60-69): - Strategi kurang spesifik atau terlalu umum	4 mahasiswa

Pada tabel 4 menunjukkan penilaian mendalam terhadap kesesuaian strategi yang dirancang mahasiswa untuk UMKM mitra, diperoleh gambaran yang sangat positif dengan rata-rata skor 83.4 dari 100. Skor ini mencerminkan efektivitas metode pembelajaran berbasis proyek nyata (project-based learning) dalam membekali mahasiswa dengan kemampuan merancang solusi yang tidak hanya teoritis tetapi juga aplikatif. Mayoritas mahasiswa, yakni 22 orang, berada dalam kategori Very Good, yang menunjukkan bahwa strategi yang mereka usulkan telah memenuhi unsur relevansi dengan kebutuhan operasional UMKM dan memiliki kelayakan implementasi yang tinggi. Capaian ini membuktikan bahwa pendekatan pembelajaran yang menyatu dengan ekosistem UMKM riil berhasil mentransfer kompetensi analitis dan problem-solving yang dibutuhkan di dunia nyata.

Lebih detailnya, penilaian yang menitikberatkan 40% pada relevansi dengan deskripsi operasional berhasil dijawab dengan baik oleh 12 mahasiswa yang masuk kategori Excellent. Mereka mampu mendiagnosis masalah inti UMKM dan merancang strategi yang langsung menyentuh akar permasalahan, seperti usulan sistem pre-order untuk mengatasi fluktuasi permintaan atau digitalisasi pembukuan untuk UMKM yang kesulitan mengelola keuangan. Sementara itu, aspek kelayakan implementasi (30%) menjadi pembeda utama antara kategori Excellent dan Very Good, di mana strategi dari kelompok Excellent tidak hanya tepat sasaran tetapi juga dilengkapi dengan langkah implementasi yang jelas, sumber daya yang dibutuhkan, serta pertimbangan kemampuan teknis dan finansial UMKM mitra.

Pencapaian rata-rata 83.4 ini memiliki implikasi penting bagi perkembangan UMKM di Indonesia. Kolaborasi antara institusi pendidikan dan pelaku UMKM melalui metode semacam ini menciptakan simbiosis mutualisme: mahasiswa mendapatkan laboratorium pembelajaran yang autentik, sementara UMKM mendapatkan akses terhadap pengetahuan dan analisis segar yang dapat mendorong transformasi bisnis mereka. Meskipun masih ada ruang untuk peningkatan dalam aspek kreativitas solusi (10%), di mana sebagian besar strategi masih konvensional dan kurang inovatif, secara keseluruhan hasil ini menunjukkan potensi besar replikasi model pembelajaran serupa untuk mempercepat modernisasi dan peningkatan daya saing UMKM Indonesia di tengah tantangan ekonomi digital.

3. Analisis Komparatif

Analisis komparatif terhadap strategi yang dirumuskan mahasiswa mengungkap korelasi yang erat antara metode pembelajaran kontekstual dengan kebutuhan riil pengembangan UMKM di Indonesia. Kekuatan utama terletak pada kemampuan 85% mahasiswa dalam menunjukkan pemahaman mendalam tentang bisnis yang dianalisis, dengan fokus pada digitalisasi yang selaras dengan tren pasar dan pendekatan solusi yang realistis. Hal ini membuktikan bahwa metode pembelajaran berbasis proyek nyata (project-based learning) berhasil membekali mahasiswa dengan kemampuan analitis yang aplikatif, sekaligus merespons kebutuhan transformasi digital UMKM Indonesia yang tengah bergerak cepat. Kemampuan mahasiswa dalam merancang strategi yang dapat diimplementasikan secara langsung merupakan kontribusi berharga bagi UMKM yang seringkali membutuhkan solusi praktis tanpa mengorbankan relevansi strategis.

Di sisi lain, analisis ini juga mengidentifikasi area perbaikan yang justru menjadi peluang untuk penyempurnaan metode pembelajaran ke depan. Temuan bahwa beberapa strategi masih terlalu umum tanpa rencana implementasi spesifik, serta keterbatasan dalam analisis biaya dan ROI, mengindikasikan perlunya pengintegrasian aspek perencanaan bisnis yang lebih komprehensif dalam kurikulum. Rekomendasi untuk pengembangan metrik keberhasilan, analisis biaya-manfaat yang detail, timeline implementasi yang jelas, dan pertimbangan aspek sustainability merupakan elemen-elemen kritis yang perlu dikuatkan untuk memastikan bahwa strategi yang dihasilkan tidak hanya relevan tetapi juga terukur dan berkelanjutan. Dengan menyempurnakan aspek-aspek tersebut, kolaborasi antara dunia pendidikan dan UMKM tidak hanya akan menghasilkan strategi yang berkualitas tinggi, tetapi juga mampu menciptakan dampak yang terukur dan berkelanjutan bagi pertumbuhan UMKM Indonesia.

5. Presentasi dan Diseminasi Hasil:

Presentasi

Presentasi dilakukan 2 kegiatan terpisah, pertama presentasi dilakukan dihadapan mitra oleh mahasiswa dengan hasil akhir berupa Pemberian Rating dan ulasan atas perumusan strategi yang dilakukan, kedua presentasi dikelas dalam prosed perkuliahan dengan hasil akhir berupa rekapitulasi daftar analisis SWOT perumusan strategi, rating dan ulasan.

Disemenasi Hasil

Hasil di publikasikan pada jurnal pengabdian Masyarakat.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui implementasi analisis SWOT berbasis Project-Based Learning pada mata kuliah Pengantar Manajemen telah terbukti efektif. Mahasiswa mampu merumuskan strategi dalam 4 kategori berikut: 1. Digital Marketing & Media Sosial, 2. Operasional & Manajemen, 3. Ekspansi Produk & Layanan, 4. Inovasi Teknologi. Respon dari UMKM cukup baik dengan memberikan rating 4.5 – 5 dalam skala 5, dan memberi ulasan nyata Sebagian besar strategi mahasiswa akan diterapkan dan menjadi pertimbangan. Secara teori dan konseptual strategi yang dirumuskan masuk kategori Excellent dan Very good yaitu: sangat relevan, terperinci, dan langsung menjawab kebutuhan operasional, analisis yang baik dan implementasi realistis

Saran

Bagi mahasiswa, kegiatan ini menjadi media pembelajaran kontekstual yang memperdalam pemahaman mereka terhadap teori manajemen. Bagi UMKM, hasil kajian mahasiswa memberikan sudut pandang segar dan analisis yang sistematis untuk membantu perencanaan strategis usaha mereka.

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan ini, diajukan beberapa saran:

1. Bagi Perguruan Tinggi: Perlunya memperluas jejaring kemitraan dengan lebih banyak UMKM dan asosiasi usaha untuk menjangkau sasaran yang lebih luas. Model PjBL serupa dapat diadopsi untuk mata kuliah lain yang bersifat aplikatif.
2. Bagi UMKM: Disarankan untuk secara berkala melakukan analisis internal dan eksternal serupa guna beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis. Kolaborasi berkelanjutan dengan akademisi dapat terus dilakukan untuk mendapatkan pembaruan wawasan.
3. Bagi Pembuat Kebijakan: Pemerintah daerah dapat memfasilitasi pertemuan rutin antara perguruan tinggi dan asosiasi UMKM untuk menciptakan program kolaborasi yang lebih terstruktur dan berkesinambungan.

Dengan demikian, integrasi antara pendidikan, pengabdian, dan dunia usaha nyata merupakan langkah strategis untuk menciptakan pembelajaran yang bermakna dan kontribusi nyata bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA (12 PT, Relevant reference)

- Amelia, Putri dan Tyna, Yunita (2024). Peran Analisa SWOT terhadap Strategi Pemasaran pada UMKM Barasaki Juice
- Cholistiana, Nurma. (2024). Peran Analisis Swot dalam Perumusan Strategi Bisnis untuk Ukm dalam Menghadapi Persaingan Global. *Jurnal Inovasi Global*. 2. 751-764. 10.58344/jig.v2i7.118.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (16th ed.). Pearson.
- Flexypack (8 Mei 2025) Peluang Emas UMKM di 2025! Tren yang Wajib Kamu Ikuti. Flexypack.com.
- FYB. (14 Feb 2025) 5 Strategi yang Ngetren untuk Usaha Kecil di Tahun 2025. Detik.com <https://fyb.detik.com/insight/10320/5-strategi-yang-ngetren-untuk-usaha-kecil-di-tahun-2025>
- <https://flexypack.com/news/peluang-emas-umkm-di-2025-tren-yang-wajib-kamu-ikuti>
- JIMU: Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Vol. 02, No. 02, Tahun 2024, Hal. 364 – 371, ISSN: 3031-9498 (Online) <https://ojs.smkmerahputih.com/index.php/jimu/article/view/371>
- Robbins, Stephen P., dan Mary, Coulter (2014). *Management*. Pearson Asia. Prentice Hall. Inc.
- Ronda, Deli Sianturi (2020). Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada UMKM Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM *Journal of Business and Economics Research (JBE)* Vol 1, No 1, Februari 2020, Hal. 45-50 ISSN 2716-4128 (Media Online) DOI: <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i1.118>
- Thomas, J. W. (2000). *A Review of Research on Project-Based Learning*. The Autodesk Foundation.
- Yuni, Hayati., Habriyanto., Fauzan, Ramli. (2024) Analisis Swot Dalam Strategi Pengembangan UMKM Pada Rumah Produksi Keripik Ubi Olis Kota Jambi. *ADILLA: Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 7 No. 2 Bulan Juli Tahun 2024 E-ISSN: 2620-9535 P-ISSN: 2621-8453 <https://doi.org/10.52166/adilla.v7i2.6231>