



PENDAMPINGAN PENERAPAN MANAJEMEN STRATEGI BISNIS UNTUK MENINGKATKAN KINERJA USAHA PADA UMKM BUKET DAN SELEMPANG ASAGIFT.ID

Widiyanti Widiyanti¹, Ratna Tunungsari², Agus Prasetyo³

^{1,2,3}Universitas Semarang

*email: widiyanti@usm.ac.id

ABSTRAK

UMKM Bouquet dan Selempang menghadapi persaingan yang kompetitif dengan semakin banyak bermunculan usaha sejenis, sehingga harus memiliki strategi yang tepat untuk diimplementasikan pada bisnis proses yang dilakukan agar bisa tetap eksis dan mampu memenangkan persaingan. UMKM harus mampu beradaptasi dan responsif terhadap perubahan pasar dan teknologi, aktif mengembangkan produk-produk mereka dan selalu berinovasi dengan lebih baik dari pesaing, menggali ide-ide kreatif, mengembangkan jaringan bisnis, dan berupaya mendapatkan dukungan dari berbagai pihak untuk mengembangkan usaha dan berani tampil beda serta memiliki strategi dalam mengadopsi berbagai perubahan internal maupun eksternal. Metode pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan memberikan pendampingan dan pelatihan tentang proses manajemen strategi bisnis yang didasarkan pada keyakinan bahwa sebuah bisnis apapun bidang usahanya mesti secara terus-menerus memonitor berbagai peristiwa dan tren baik internal maupun eksternal sehingga perubahan bisa dibuat dengan tepat pada saat dibutuhkan dan membantu mitra PKM dalam menggali lebih mendalam potensi yang dimilikinya. Pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk mendampingi mitra menyelaraskan tujuan penerapan manajemen strategi dengan strategi bisnis pada usaha Bouquet dan Selempang yaitu mencapai keunggulan kompetitif, memastikan kelangsungan usaha, dan tujuan jangka panjang secara berkelanjutan. Mengorganisasi informasi kualitatif dan kuantitatif sedemikian rupa, sehingga memungkinkan diambilnya keputusan yang efektif dalam kondisi ketidakpastian yang melingkupi serta meningkatkan kinerja usaha yang memiliki hubungan erat dengan tujuan strategis, kepuasan konsumen, dan memberi kontribusi pada keberhasilan usaha.

Kata Kunci : Strategi Bisnis, Kinerja Usaha.

ABSTRACT

UMKM Bouquets and Slings face competitive competition with more and more similar businesses emerging, so they must have the right strategy to implement in the business processes they carry out in order to continue to exist and be able to win the competition. UMKM must be able to adapt and be responsive to market and technological changes, actively develop their products and always innovate better than competitors, explore creative ideas, develop business networks, and try to get support from various parties to develop their business and have the courage to appear different and has a strategy in adopting various internal and external changes. This method of community service is carried out by providing assistance and training on the business strategy management process which is based on the belief that a business, whatever its field of business, must continuously monitor various events and trends, both internal and external, so that changes can be made appropriately when needed and assist PKM partners in exploring more deeply their potential. This community service (PkM) aims to assist partners in aligning the objectives of implementing strategic management with business strategies in the Bouquet and Sling business, namely achieving competitive advantage, ensuring business continuity, and sustainable long-term goals. Organizing qualitative and quantitative information in such a way, so as to enable effective decisions to be taken in conditions of surrounding uncertainty and improve business performance which is closely related to strategic objectives, consumer satisfaction, and contributes to business success.

Keywords: Business Strategy, Business Performance.

1. PENDAHULUAN

UMKM *Bouquet* dan Selempang semakin menghadapi persaingan yang kompetitif dengan semakin banyaknya bermunculan usaha sejenis, sehingga harus memiliki strategi yang tepat untuk diimplementasikan pada bisnis proses yang dilakukan agar tetap bisa eksis dan mampu memenangkan persaingan. Menjadi hal yang tidak mudah untuk mencapai keunggulan bersaing (*competitive advantage*) dimana hal tersebut dapat diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu usaha untuk memiliki kinerja yang

lebih tinggi dibandingkan usaha lain pada industri atau pasar yang sama. Hal tersebut yang menjadi motivasi Mitra membutuhkan pelatihan dan pendampingan terkait strategi yang bersinergi dalam menggali potensi diri dan mampu memanfaatkan peluang usaha.

Mitra harus mampu beradaptasi dan responsif terhadap perubahan pasar dan teknologi, aktif mengembangkan produk-produk mereka dan selalu berinovasi dengan lebih baik dari pesaing, mencari modal dengan kreatif, mengembangkan jaringan bisnis, dan berusaha mendapatkan dukungan dari berbagai pihak untuk mengembangkan usaha. Bisnis yang syarat persaingan, harus mampu memicu para pelaku usaha untuk berani tampil beda dan memiliki strategi dalam mengadopsi berbagai perubahan internal maupun eksternal. Manajemen strategi bisnis memungkinkan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan, mengidentifikasi peluang baru, dan merespon ancaman yang mungkin dihadapi.

Proses manajemen strategi didasarkan pada keyakinan bahwa sebuah bisnis apapun bidang usahanya mesti secara terus-menerus memonitor berbagai peristiwa dan tren internal serta eksternal sehingga perubahan bisa dibuat pada waktu ketika dibutuhkan. Maraknya perdagangan di dunia maya, diberlakukannya Masyarakat Ekonomi Asia (MEA), perubahan teknologi yang terus-menerus berinovasi, Era globalisasi, dan perubahan yang mempengaruhi seluruh aspek ideologi, politik, ekonomi, sosial budaya dan teknologi. Menyikapi hal tersebut dibutuhkan perhatian dan strategi tersendiri, untuk bisa bertahan dan beradaptasi sebuah bisnis harus mampu dengan cerdas mengidentifikasi serta menyesuaikan diri dengan perubahan.

Manajemen strategi merupakan suatu bidang ilmu yang mengombinasikan bagaimana perubahan yang terjadi dengan keputusan yang diambil sebagai respon pada perubahan tersebut (Ramdani & Pamulang, 2020). Tujuan dari dilakukannya analisa lingkungan ini salah satunya adalah untuk melihat keunggulan bersaing dari organisasi. Setelah hal tersebut diketahui, barulah dapat dirumuskan bagaimana formulasi strategi yang baik untuk organisasi (Primasanti, 2016).

Proses manajemen strategi meliputi 4 tahap, yang pertama adalah analisa lingkungan, kedua adalah formulasi strategi, ketiga adalah implementasi strategi, dan keempat adalah evaluasi dan pengendalian strategi (Wheelen & Hunger, 2012). Manajemen strategi bisnis memungkinkan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan, mengidentifikasi peluang baru, dan merespon ancaman yang mungkin dihadapi. Memberikan gambaran bagaimana keputusan-keputusan strategis disusun, berbagai variabel yang harus dipertimbangkan, tahapan/mekanisme, pendekatan yang digunakan dan siapa yang turut terlibat dalam proses formulasi strategi. Manajemen strategi pada dasarnya merupakan sebuah upaya untuk menduplikasi apa yang ada di benak orang yang cemerlang dan intuitif yang tahu soal bisnis sekaligus untuk menetapkannya pada analisis.

UMKM *Bouquet* dan Selempang Asagift.id memulai usahanya sejak tahun 2018 di kota Semarang, tepatnya di Jl. Lamper Tengah VIII No.9 Semarang. Didirikan oleh 2 (dua) mahasiswa alumni Undip bernama Safhira Azizah dan Abiyuda Wirahadi. Berawal dari keresahan pemilik yaitu sulitnya mencari *bouquet* bunga dengan harga terjangkau di kota Semarang maka didirikanlah usaha Asagift.id pada tahun 2018 yang mana pada waktu itu di kota Semarang masih sedikit usaha sejenis. Pada awal berdirinya usaha ini hanya menjual *bouquet* secara online, namun dengan banyaknya antusias konsumen membeli *bouquet* bunga untuk berbagai macam kado/hadiah yang ditawarkan, maka pada tahun 2021 didirikanlah toko offline Asagift.id di Jl.Lamper Tengah VIII No.9 Semarang sampai dengan saat ini.

UMKM *Bouquet* dan Selempang Asagift.id tidak hanya menjual berbagai macam *bouquet*, namun juga melebarkan sayapnya dengan menyediakan berbagai produk selempang, *giftbox*, hingga papan bunga. Memiliki visi : menjadi pioneer kerajinan tangan/*bouquet* dengan pengiriman hingga ke mancanegara dan misi : 1) Memberikan layanan berkualitas, 2) Konsisten menciptakan produk yang *up to date*, dan 3) Memiliki ciri khas dan citra yang baik.

Berdasarkan program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilakukan sebelumnya, dimana mitra diberikan pelatihan langsung membuat pemetaan *Business Model Canvas* (BMC) yang notabene sangat penting untuk dilakukan mengingat *Business Model Canvas* (BMC) memiliki keunggulan sebagai analisis model bisnis yang mampu menggambarkan secara sederhana dan menyeluruh terhadap kondisi suatu perusahaan saat ini berdasarkan segmen konsumen, *value* yang ditawarkan, jalur penawaran, nilai, hubungan dengan pelanggan, aliran pendapatan, mitra kerja sama, serta struktur biaya yang dimiliki. Hal tersebut tentunya sangat penting untuk diterapkan dalam bisnis saat ini yang kompetitif dan syarat persaingan, dirasa mitra UMKM masih membutuhkan pendampingan dalam menerapkan *Business Model Canvas* (BMC) yang mana program tersebut adalah bagian dari manajemen strategi bisnis yang riil langsung dipraktekkan dalam usaha.

2. METODE

Untuk melaksanakan solusi yang ditawarkan dalam menyelesaikan permasalahan mitra, maka tahap-tahap yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Persiapan

Adapun kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan pada tahap persiapan mencakupi :

- a. Penelusuran lokasi dan membuat kajian melalui diskusi dan wawancara dengan mitra.
- b. Pembuatan proposal dan penyelesaian administrasi perijinan tempat atau lokasi pengabdian masyarakat.
- c. Menyiapkan materi pendampingan tentang penerapan manajemen strategi bisnis untuk meningkatkan kinerja usaha.

2. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pelatihan dilaksanakan setelah semua perijinan dan persiapan peralatan sudah selesai dilakukan. Persiapan yang dilakukan melibatkan mitra mulai dari perijinan dan pembuatan modul.

Alur dalam kegiatan ini terbagi menjadi 2 (Dua) tahapan yaitu:

- a. Sosialisasi pengenalan program yang akan dilaksanakan kepada mitra.
- b. Program pendampingan tentang penerapan manajemen strategi untuk meningkatkan kinerja usaha secara sederhana yang mudah diterapkan sampai mitra benar-benar bisa memahami dan mampu mengimplementasikannya.

3. Evaluasi

Evaluasi ini bertujuan untuk melihat perkembangan program pelatihan yang dilaksanakan pada Mitra PKM. Untuk mengetahui kendala yang dialami dan cara menanganinya sehingga program pelatihan yang didapatkan oleh mitra benar-benar efektif secara dampak dari pelatihan ini dapat berkelanjutan setelah pelatihan selesai dilaksanakan dan diberikan pertanyaan evaluasi yaitu berupa pertanyaan *before-after* pelatihan penerapan manajemen strategi untuk meningkatkan kinerja usaha.

4. *Follow Up*

Follow up atau tindak lanjut dimaksudkan untuk memastikan bahwa pelatihan yang diberikan memberikan riil kebermanfaatn bagi mitra dan terjalin komunikasi

berkelanjutan dan kerjasama di program-program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) selanjutnya.

5. Pembuatan Laporan

Pembuatan laporan awal disesuaikan dengan hasil yang telah dicapai selama melakukan program pendampingan dan pelatihan untuk UMKM Asagift.id. Revisi laporan dilakukan apabila terjadi kesalahan pada pembuatan laporan awal. Pembuatan laporan akhir dilakukan setelah melakukan revisi laporan agar dalam penyusunan laporan akhir diperoleh hasil yang lebih baik dan lebih bermanfaat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pelatihan ini diawali dengan memberikan edukasi tentang penerapan manajemen strategi bisnis untuk meningkatkan kinerja usaha, dilanjutkan dengan diskusi dan *sharing*. Mitra nampak sangat antusias mengikuti kegiatan yang berlangsung, aktif bertanya dan *sharing* tentang materi yang disampaikan dan kendala yang dihadapi dilapangan. Selaras dengan tujuan diadakannya kegiatan ini yaitu memberikan kebermanfaatan, inspirasi, dan motivasi serta diharapkan program pelatihan ini dapat mendukung keberlangsungan usaha, terus maju dan berkembang karena dengan mengimplementasikan manajemen strategi bisnis maka diharapkan akan meningkatnya kinerja usaha pada UMKM *Bouquet* dan Selempang Asagift.id.

Usaha yang sudah berjalan kurang lebih 7 (Tujuh) tahun dimulai dari tahun 2018 tentunya sudah cukup berpengalaman dalam memetakan strategi bersaing, namun dengan semakin banyak *competitor* bermunculan tentunya harus dilakukan langkah-langkah dan strategi bisnis yang lebih tepat untuk menjawab tantangan persaingan, diantaranya adalah berusaha senantiasa memenuhi selera konsumen yang dinamis, hal ini juga mendorong para pelaku bisnis harus selalu *update*, inovatif dan kreatif mampu melihat setiap peluang usaha. Evaluasi pelaksanaan kegiatan pelatihan dilakukan dengan menjawab beberapa pertanyaan evaluasi yang dapat dijadikan tolak ukur seberapa jauh kegiatan pelatihan yang dilaksanakan dapat dipahami dan memberikan kebermanfaatan.

Kinerja usaha merupakan kemampuan kerja atau hasil pekerjaan yang memiliki hubungan erat dengan tujuan strategis bisnis, kepuasan konsumen, dan memberi kontribusi pada keberhasilan usaha. Kinerja usaha dapat dijadikan sebagai sebuah standar yang penting untuk digunakan oleh pebisnis dalam menilai keberhasilan usaha dari waktu ke waktu. Era kehidupan modern yang dinamis mengharuskan pada pelaku usaha bisa beradaptasi dan responsif terhadap perubahan pasar dan teknologi untuk tetap bisa mempertahankan eksistensi. Dengan melakukan evaluasi kerja, pelaku usaha dapat lebih mudah dalam mengetahui apa yang harus diperbaiki dan apa yang harus ditingkatkan lagi, serta memastikan bahwa bisnis proses berjalan secara efektif dan efisien agar lebih mendukung potensi perolehan laba yang optimal.

Evaluasi kinerja menjadi salah satu bagian dari aktivitas *strategic management* yang esensial untuk dilakukan oleh perusahaan, sebagai tolak ukur untuk menilai sejauh mana perusahaan telah efektif dalam mengimplementasikan rencana strategisnya dalam upaya untuk mencapai visi dan misi usaha. Bisnis yang sudah berjalan sekian waktu tentunya menunjukkan bahwa usaha yang dijalankan memiliki potensi untuk lebih dikembangkan. Berdasarkan diskusi yang dilakukan terdapat beberapa saran yang mungkin dapat dijadikan sebagai alternatif strategi untuk lebih meningkatkan kinerja usaha, antara lain :

1. *Fast Respon* (Respon Cepat)

Fast Respon (Respon Cepat) merupakan salah satu cara dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan memberikan tanggapan cepat terhadap pertanyaan, keluhan, atau permintaan pelanggan, akan menunjukkan kemampuan melayani dengan baik.

Komunikasi yang baik dan responsif menjadi kunci terciptanya kerjasama dan hubungan baik dengan konsumen. Sehingga ada istilah komunikasi lancar, order jalan terus.

2. *Planned Order Schedule* (Jadwal Pesanan Terencana)

Konsumen memiliki selera yang beragam dan keinginan yang berbeda-beda terhadap produk yang diinginkan, sehingga sangat penting bagi pebisnis untuk bisa memetakan hal tersebut dari pengalaman usaha yang sudah berjalan agar jangan sampe persediaan akan bahan baku kehabisan *stock* dan butuh waktu untuk mengadakan kembali, sedangkan konsumen seringkali punya banyak alternatif lain untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dengan segera. Sehingga berpotensi berpindah kelain hati.

3. *Priority Scale* (Skala Prioritas)

Priority Scale (Skala Prioritas) menjadi hal yang sangat penting untuk diberikan perhatian lebih, jangan membiarkan konsumen menunggu lama untuk order yang sudah dipesan jauh hari, hal tersebut tentunya berpotensi menimbulkan ketidakpuasan konsumen. Mengerjakan pesanan berdasarkan jadwal order dan menyelesaikannya tepat waktu berpotensi menciptakan konsumen loyal dan memberikan rekomendasi baik kepada calon konsumen berikutnya.

4. KESIMPULAN

Sebuah bisnis apapun bidang usahanya mesti secara terus-menerus memonitor berbagai peristiwa dan tren yang terjadi, memahami pentingnya mengorganisasi informasi kualitatif dan kuantitatif sedemikian rupa, sehingga memungkinkan diambilnya keputusan yang efektif dalam kondisi ketidakpastian dan syarat persaingan. Kinerja usaha dapat dijadikan sebagai sebuah standar yang penting untuk digunakan dalam menilai keberhasilan usaha dari waktu ke waktu, sehingga sangat penting untuk mampu menyelaraskan tujuan penerapan manajemen strategi dengan strategi bisnis dan kinerja usaha. Disamping beradaptasi dan responsif terhadap perubahan pasar dan teknologi, aktif mengembangkan produk dan selalu berinovasi dengan lebih baik dari pesaing, menggali ide-ide kreatif, mengembangkan jaringan bisnis, dan berupaya mendapatkan dukungan dari berbagai pihak untuk mengembangkan usaha, tidak kalah penting untuk diperhatikan adalah *Fast Respon* dan *Priority Scale* dalam memenuhi pesanan sehingga tercipta kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hanyanto Widjojo (2023). Pendampingan penerapan manajemen strategi untuk meningkatkan kinerja usaha busana tenun etnik silmaa. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, p-ISSN 2599-0020, e-ISSN 2599-0012.
- Primasanti, Y. (2016). Matriks Internal-Eksternal. 9, 151–162.
- Ramdani, E., & Pamulang, U. (2020). Formulasi strategi korporasi dalam ketidakpastian masa depan pasca covid-19. *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 4(2), 17–28.
- Wheelen, T. L., & Hunger, D. J. (2012). *Strategic management and business policy toward global sustainability thirteenth edition*.

First Publication Right
GANESHA Jurnal pengabdian Masyarakat

This Article is Licensed Under

