



## PERENCANAAN STRATEGIK USAHA MIKRO DAN KECIL MENENGAH DI DESA TELUK BAKAU KABUPATEN BINTAN

Syuzairi<sup>1</sup>, Ezky Tiyasiningsih<sup>2</sup>, Nurul Yusyawiru<sup>3</sup>, Lastri Anggi Fani<sup>4</sup>, Indra Firdiyansyah<sup>5</sup>, Edinur Ilham<sup>6</sup>, Agriend S. Putra<sup>7</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tanjungpinang

E-mail: <sup>1</sup>[mszairi1960@gmail.com](mailto:mszairi1960@gmail.com), <sup>2</sup>[ezkytiyasiningsih@umrah.ac.id](mailto:ezkytiyasiningsih@umrah.ac.id),

<sup>3</sup>[nurulyusyawiru@umrah.ac.id](mailto:nurulyusyawiru@umrah.ac.id), <sup>4</sup>[lastrianggifani@umrah.ac.id](mailto:lastrianggifani@umrah.ac.id),

<sup>5</sup>[indrafirdiyan@gmail.com](mailto:indrafirdiyan@gmail.com), <sup>6</sup>[edinurilhamlecture@umrah.ac.id](mailto:edinurilhamlecture@umrah.ac.id),

<sup>7</sup>[giendputra@umrah.ac.id](mailto:giendputra@umrah.ac.id)

---

### Article History:

Received: 15-07-2023

Revised: 20-07-2023

Accepted: 18-08-2023

### Keywords:

Teluk Bakau Village, Statagic Planning, MSMEs

**Abstract:** *The purpose of this service is to provide knowledge and skills for MSMEs in Teluk Bakau Village, Bintan Regency in Small and Medium Enterprises Strategic Planning and to find out the response of MSMEs in Teluk Bakau Village, Bintan Regency with knowledge and skills regarding Small and Medium Enterprises Strategic Planning. The activities carried out by the Community service team are related to the strategic planning of Small and Medium Enterprises so that they can help MSMEs to plan strategically in running their business. The activities carried out can help with the problems of Teluk Bakau Village, Bintan Regency which is a village with the potential for the typical Tanjung Pinang food industry but has not been well organized and with the hope of having skills in strategic planning for its business*

---

## PENDAHULUAN

Perencanaan merupakan proses membentuk sasaran perusahaan dan memilih cara yang sesuai untuk mengambil tindakan tertentu dalam mencapai sasaran utama perusahaan. Ackoff (1978), mendefinisikan perencanaan sebagai proses pengambilan keputusan sebelum tindakan dilaksanakan. Perencanaan sebagai suatu proses yang membimbing para anggota organisasi dalam mencapai sasaran masa depan organisasi dan membentuk prosedur penting serta operasi kerja untuk mencapai masa depan organisasi.

Seperti tersirat pada permasalahan, berdasarkan perkembangan Usaha Kecil Menengah dan kurangnya kesadaran pelaku Usaha Kecil Menengah dalam perencanaan strategik maka Tim pengabdian masyarakat akan berbagi ilmu bersama-sama, selaku pengusaha Usaha Kecil Menengah berkaitan dengan perencanaan strategik Usaha Kecil dan Menengah, dengan harapan dapat memiliki keterampilan dalam perencanaan strategik untuk usahanya.

Kegiatan yang dilakukan oleh tim pengabdian Masyarakat ini berkaitan dengan perencanaan strategik Usaha Kecil Menengah agar dapat membantu para UMKM untuk merencanakan strategik dalam menjalankan usahanya dengan langkah-langkah yang



dilakukan adalah : Memilih tempat yang akan ditempati tim pengabdian masyarakat, Merumuskan metode kegiatan penjelasan ilmu yang optimal, dalam hal metode kegiatannya menjelaskan, ceramah serta diskusi secara langsung bagaimana cara menerapkan hal ini dengan bantuan LCD Proyektor.

Bentuk kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah penyuluhan ilmu Manajemen yang juga dihadiri oleh Kepala Desa Teluk Bakau, Kabupaten Bintan, dengan hasil yang memuaskan karena para peserta sangat antusias dan sangat ingin meningkatkan ilmu pengetahuan mereka mengenai Manajemen.

## **METODE**

### **Waktu dan Tempat**

Adapun tempat pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini adalah di Desa Teluk Bakau, Kabupaten Bintan dan disalah satu tempat pelaku usaha UMKM pada tanggal 24 Maret 2023.

### **Prosedur Pelaksanaan dan Analisis Data**

Metode pelaksanaan kegiatan secara umum terdiri atas penyuluhan dan pendampingan seperti melakukan konsultasi kesediaan mengikuti kegiatan. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah, tutorial, dan diskusi dengan pelaku UMKM.

## **HASIL**

### **Perencanaan Strategik UMKM dalam Meningkatkan UMKM**

Salah satu usaha yang dilakukan adalah dengan melakukan kerjasama dengan Dinas UMKM, lembaga dan organisasi perbankan yang menerapkan Perencanaan Strategik kepada usaha kecil menengah sehingga Permasalahan UKM di Desa Teluk Bakau, Kabupaten Bintan yang merupakan Desa dengan potensi industri makanan khas tanjung pinang yang potensial agar lebih terorganisir dengan bagus. Selain hal tersebut pelaku UMKM dapat melakukan analisis dengan matriks TOWS.

### **Analisis Alternatif Strategi Dengan Matriks TOWS**

Dalam merumuskan strategi pengembangan UKM, langkah yang diambil adalah menentukan posisi pengembangan UKM adalah dengan membuat suatu matriks untuk menghasilkan beberapa alternatif strategi Langkah tersebut dilakukan melalui penggabungan faktor eksternal dan internal yang dikenal dengan nama matriks TOWS.

Alternatif-alternatif strategi SWOT dibuat dalam rangka menjaga dan mempertahankan pengembangan UKM. Alat analisis dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menyeleksi alternatif yang dihasilkan pada matriks TOWS, sehingga pada akhirnya terdapat keterkaitan antar masing-masing alat analisis. Langkah ini juga akan mendukung untuk dihasilkannya prioritas strategi yang merupakan hasil sintesis dari tahapan strategi yang mengolah pendapat dari para responden ahli. Hal ini sesuai dengan langkah yang disarankan oleh David (2009), dalam upaya untuk merumuskan strategi dengan membagi tiga tahap, yaitu tahap input, pencocokan, dan pengambilan keputusan. Dari hasil analisis penggabungan factor internal dan eksternal melalui matriks TOWS, maka alternatif- alternatif strategi pengembangan UKM terpilih diperoleh sebagai berikut.

### **Strategi SO (*Strengths-Opportunities*)**

Beberapa strategi yang didapatkan dari kombinasi dalam mengelola kekuatan



pengembangan UKM dengan memanfaatkan peluang adalah:

1. Membuka outlet.

Strategi dalam membuka toko dengan menggunakan merek sendiri dan menjual produk. Menurut Sumarwan (2004) merek adalah simbol dan indikator kualitas dari sebuah produk. Merek-merek produk yang sudah lama dikenal oleh konsumen telah menjadi sebuah citra bahkan simbol status bagi produk tersebut. Maka tidaklah mengherankan jika merek seringkali dijadikan kriteria dalam mengevaluasi suatu produk. Adanya label halal dan label PIRT (Izin Dinas Kesehatan) pada kemasan dapat memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk yang dilepas ke pasaran telah melalui tahapan-tahapan keamanan pangan yang telah disertifikasi oleh instansi yang berwenang. Diharapkan dengan adanya informasi ini konsumen tidak merasa khawatir terhadap produk yang akan mereka konsumsi. Konsumen telah menjadi sebuah citra bahkan simbol status bagi produk tersebut. Maka tidaklah mengherankan jika merek seringkali dijadikan kriteria dalam mengevaluasi suatu produk. Adanya label halal dan label PIRT (Izin Dinas Kesehatan) pada kemasan dapat memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk yang dilepas ke pasaran telah melalui tahapan-tahapan keamanan pangan yang telah disertifikasi oleh instansi yang berwenang. Diharapkan dengan adanya informasi ini konsumen tidak merasa khawatir terhadap produk yang akan mereka konsumsi.

2. Memperluas kemitraan dengan toko-toko besar.

Pertimbangan untuk melaksanakan strategi ini adalah adanya kekuatan untuk memperluas kemitraan dengan toko-toko besar dan memanfaatkan peluang untuk penyebaran produk. Kemasan produk merupakan salah satu media promosi yang dapat digunakan oleh perusahaan tempat mitra baru akan diajak bekerjasama

**Strategi WO (*Weakness - Opportunities*)**

Beberapa strategi yang didapatkan dari kombinasi memanfaatkan peluang dan mengatasi kelemahan dalam pengembangan UKM yaitu dengan *meningkatkan fungsi marketing*. Strategi ini dapat dilakukan dengan mempertimbangkan peluang yang dapat dimanfaatkan.

**Strategi ST (*Strengths - Threats*)**

Strategi yang didapatkan dari kombinasi antara mengelola kekuatan pengembangan usaha UKM dan pengelolaan oleh manajemen dalam hal mengantisipasi berbagai ancaman adalah dengan *menambah atau menciptakan variasi produk*. Pihak manajemen dapat melakukan strategi ini dengan mempertimbangkan pengelolaan kekuatan UKM yaitu komitmen pemilik yang kuat dan kompetensi SDM dalam melakukan variasi berbagai macam varian produk, dan mengantisipasi ancaman bagi perusahaan yaitu perubahan selera konsumen, dan masuknya pesaing baru.. Adanya ancaman perubahan selera konsumen dan masuknya pesaing baru akan memaksa perusahaan untuk lebih berinovasi dalam mengolah produk-produk yang akan dipasarkan melihat dari kekuatan UKM dalam hal ini kompetensi SDM maka strategi ini dapat dimaksimalkan.

**Strategi WT (*Weaknesses Threats*)**

Beberapa strategi yang didapatkan dari kombinasi antara mengatasi kelemahan pengembangan UKM dan mengantisipasi ancamannya adalah:

1. Mengajukan kredit bank.

Strategi ini dibuat berdasarkan kombinasi antara mengatasi kelemahan UKM.



Dengan mengajukan kredit bank, UKM diharapkan dapat menghadapi ancaman-ancaman yang mempengaruhi pengembangan usaha UKM seperti kenaikan harga bahan baku utama, fluktuasi permintaan, dan perubahan selera konsumen. Fluktuasi permintaan yaitu pengaruh kondisi-kondisi tertentu seperti libur sekolah, bulan puasa, pemilu, dan hari-hari besar. Di mana kondisi tertentu tersebut permintaan bisa melonjak tajam mencapai 70% dari permintaan di hari biasa.

2. Investasi dalam teknologi pengolahan tepat guna.  
Investasi pada usaha kue terus meningkat dengan pesat. Namun investasi perlu perhitungan yang cermat dan jitu agar menghasilkan produk yang bermutu, handal, efisien sehingga tingkat pengembalian investasi dapat diraih dengan maksimal

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian Masyarakat di Desa Teluk Bakau, Kabupaten Bintan yang melakukan kegiatan Usaha kecil Menengah (UKM) untuk meningkatkan kinerja Perencanaan Strategik perusahaan berjalan dengan lancar. Semua peserta antusias mengikuti acara hingga selesai dan merasakan manfaat perencanaan strategik Usaha Kecil Menengah bagi kemajuan usaha mereka sehingga permasalahan yang dihadapi bisa diatasi dengan baik.

## PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pimpinan fakultas serta pemilik UMKM yang ada di bintang atas terselenggaranya kegiatan ini.

## DAFTAR REFERENSI

- [1] (Fred R. David, Forest R. David, 2016, Manajemen Strategik suatu pendekatan keunggulan, Salemba 3,
- [2] Hafid Cangara, 2016, Perencanaan dan Strategi Komunikasi, penerbit Rajawali
- [3] Jogiyanto Hartono, 2016, Sistem Informasi Strategi untuk keunggulan Kompetitif, Penerbit Andi
- [4] Michael Allison, Jude Kaye, 2016. Perencanaan Strategis bagi organisasi Nirlaba, Yayasan Obor Indonesia
- [5] Rangkuti F (2005), Analisa SWOT sebagai alat perumusan strategi, PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta