

NASKAH ORISINAL

Pengembangan Bisnis dan Pendampingan Manajemen Keuangan dalam Pengelolaan Unit Usaha di SLB Putra Manunggal, Kebumen, Jawa Tengah

Sri Gunani Partiwī | Atikah Aghdhi Pratiwi* | Mar'atus Sholihah | Satrio Samudro Aji Basuki | Naning Aranti Wessiani | Patdono Suwignjo | Chandra Aryo Wibowo | Gelar Wiscahyo | Izzane Muhammad Akmal | Rachmad Rizky Firdaus | Regita Ahda Santi | Rhasyah Ramadhani Sanjaya

Departemen Teknik Sistem dan Industri,
Institut Teknologi Sepuluh Nopember,
Surabaya, Indonesia

Korespondensi

*Atikah Aghdhi Pratiwi, Departemen Teknik Sistem dan Industri, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia.
Alamat e-mail: atikah@its.ac.id

Alamat

Laboratorium Perancangan Sistem dan Manajemen Industri, Departemen Teknik Sistem dan Industri, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Yayasan Pendidikan Luar Biasa (YPLB) Sekolah Luar Biasa (SLB) Putra Manunggal bertujuan untuk meningkatkan pengelolaan unit usaha yang dikelola oleh lembaga ini. SLB Putra Manunggal menyediakan pendidikan untuk anak-anak berkebutuhan khusus dan telah menjalankan beberapa unit usaha, yaitu Warung/Toko Kelontong, Ecoprint, dan Cuci Mobil. Pengelolaan ketiga unit usaha tersebut masih belum optimal, sehingga memerlukan pendampingan dan pembinaan dari pihak eksternal. Kegiatan ini mencakup identifikasi kondisi eksisting, perancangan strategi bisnis, serta pelatihan dan pendampingan dalam pengelolaan keuangan, termasuk akuntansi dasar dan penyusunan laporan keuangan seperti laporan laba rugi, arus kas, dan neraca. Dengan menggunakan metode analisis SWOT, strategi yang relevan dikembangkan untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang serta mengatasi kelemahan dan ancaman. Kegiatan ini diharapkan dapat menciptakan efek berganda (*multiplier effect*) bagi peserta didik dan masyarakat sekitar, seperti peningkatan kesejahteraan dan penciptaan lapangan kerja, serta mendukung kemandirian lembaga.

Kata Kunci:

Analisis SWOT, Laporan Keuangan, Pendampingan, Pengelolaan Keuangan, Pengembangan Bisnis

1.1 | Latar Belakang

Yayasan Pendidikan Luar Biasa (YPLB) Sekolah Luar Biasa (SLB) Putra Manunggal merupakan lembaga pendidikan yang fokus pada pelayanan anak-anak berkebutuhan khusus dengan kategori SLB A (tunanetra), SLB B (tunarungu), dan SLB C (anak dengan keterbatasan intelektual). Selain memberikan pendidikan akademik dan pengetahuan umum, SLB ini juga memfasilitasi pelatihan keterampilan hidup (*life skills*) yang mencakup kegiatan seperti menjahit, pembuatan roti, dan batik. SLB Putra Manunggal juga menjalankan beberapa unit usaha, yakni toko kelontong, usaha batik, dan jasa cuci mobil, yang bertujuan melatih kemampuan kewirausahaan siswa.

Saat ini, pengelolaan ketiga unit usaha tersebut masih dirasakan belum maksimal. Hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan pembina serta peserta didik dalam aspek pengembangan bisnis yang komprehensif. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan dan pembinaan yang intensif dari berbagai pihak, seperti pemerintah, swasta, dan perguruan tinggi, agar unit usaha tersebut dapat bertahan dan berkembang secara optimal. Pendekatan pengembangan bisnis yang lebih strategis sangat dibutuhkan untuk menganalisis kondisi eksisting dan memberikan solusi aplikatif bagi pengelolaan usaha. Pendampingan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kinerja unit usaha, tetapi juga memberikan *multiplier effect*, seperti penyerapan tenaga kerja, peningkatan kesejahteraan pegawai, serta penguatan kemandirian lembaga.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menganalisis peluang pengembangan bisnis yang dapat diterapkan pada unit usaha SLB Putra Manunggal dan memberikan pelatihan pengelolaan keuangan yang meliputi akuntansi dasar serta penyusunan laporan keuangan, seperti laporan laba rugi, arus kas, dan neraca. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan unit usaha yang ada dapat dikelola lebih baik, sehingga mampu memberikan kontribusi yang signifikan bagi keberlangsungan lembaga, peserta didik, serta masyarakat sekitar. Pendekatan yang berkelanjutan dan berbasis kebutuhan spesifik dari masing-masing unit usaha akan menjadi kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan ini.

1.2 | Solusi Permasalahan atau Strategi Kegiatan

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu SLB Putra Manunggal melalui penyusunan strategi bisnis dan pelatihan manajemen keuangan. Dengan strategi bisnis yang komprehensif diharapkan dapat membantu menyeleraskan antara kegiatan operasional dan tujuan masa depan dari unit bisnis tersebut. Fokus dari output yang diharapkan adalah pengembangan bisnis yang berkelanjutan, peningkatan efisiensi, hingga pengelolaan keuangan yang digunakan untuk menghadapi tantangan di masa depan dengan memanfaatkan berbagai kelebihan yang dimiliki.

1.3 | Target Luaran

Target luaran dalam pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Kemandirian unit usaha SLB Putra Manunggal dalam melakukan pengembangan bisnis, sehingga performansi bisnisnya dapat terjaga dan terus berkembang.
2. Kemandirian pengelolaan keuangan unit usaha SLB Putra Manunggal, sehingga dapat melakukan pemantauan performansi bisnisnya.

2 | TINJAUAN PUSTAKA

2.1 | Analisis SWOT (*Strength-Weakness-Opportunity-Threat*)

Analisis SWOT (*Strength-Weakness-Opportunity-Threat*) merupakan salah satu alat dari perancangan strategis yang penting untuk membandingkan kekuatan dan kelemahan organisasi dengan kesempatan dan ancaman dari eksternal. Analisis ini bertujuan untuk menganalisis kondisi internal organisasi, baik dari aspek kekuatan maupun kelemahan eksisting organisasi. Selain kondisi internal, juga terdapat analisis eksternal yang akan mengidentifikasi peluang dan tantangan yang akan dihadapi oleh organisasi^[1]. Setelah seluruh kondisi internal dan eksternal organisasi telah diidentifikasi, berikutnya akan dilakukan pembobotan untuk menilai kondisi eksisting organisasi. Pada kondisi internal, aspek kekuatan atau kelemahan yang lebih dominan, dan pada kondisi eksternal, peluang atau tantangan yang lebih dominan dihadapi oleh organisasi.

2.2 | Perancangan Strategi dengan TOWS Matrix

TOWS Matrix membantu mengembangkan empat tipe strategi, yaitu: Strategi SO (Kekuatan – Peluang), Strategi WO (Kelemahan – Peluang), Strategi ST (Kekuatan – Ancaman), dan Strategi WT (Kelemahan – Ancaman). Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk mengambil keuntungan dari peluang eksternal^[2]. Strategi WO bertujuan memperbaiki kelemahan internal dengan mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Strategi ST menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman eksternal. Strategi WT adalah taktik defensif langsung dengan mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Strategi yang dihasilkan oleh SWOT bersifat lebih umum dan tidak spesifik untuk pencapaian keunggulan bersaing sebuah organisasi atau Perusahaan.

2.3 | Pemilihan strategi terbaik dengan QSPM

QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) adalah metode analisis strategi yang digunakan untuk memilih alternatif strategi yang terbaik berdasarkan peringkat kuantitatif dari faktor-faktor internal yang telah dianalisis. Penyusunan strategi menggunakan metode QSPM terdiri dari tiga tahap: (1) Tahap *Input*, mengumpulkan data internal dan eksternal melalui matriks EFE dan IFE untuk mengidentifikasi peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan perusahaan; (2) Tahap *Matching* atau Pencocokan, menggunakan Matriks IE dan SWOT untuk merumuskan strategi; (3) Tahap Keputusan, menyimpulkan alternatif strategi terbaik menggunakan QSPM untuk memilih strategi yang paling efektif^[3].

2.4 | Dasar Akuntansi dan Penyusunan Laporan Keuangan

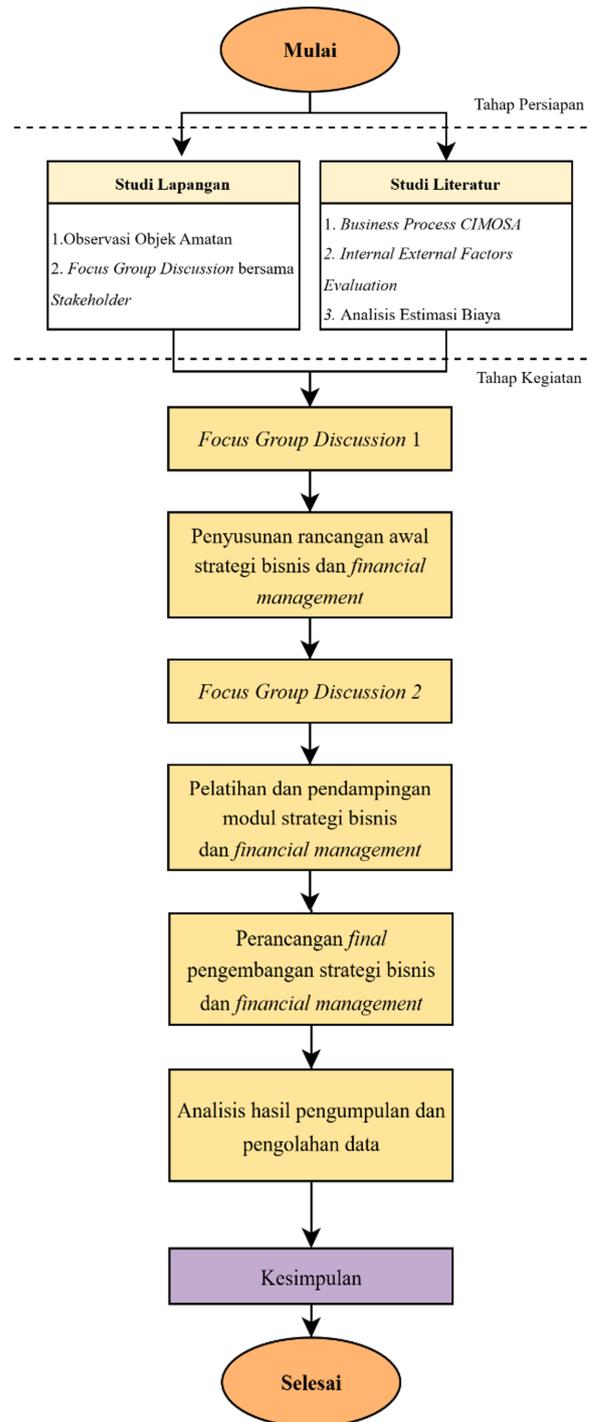
Untuk dapat menyusun laporan keuangan, maka pengelola unit usaha SLB Putra Manunggal perlu memiliki pengetahuan mengenai akuntansi dasar, seperti jenis-jenis biaya dalam produksi, perhitungan harga pokok produksi, dan persamaan-persamaan dasar akuntansi. Disisi lain, untuk dapat mengetahui performansi organisasi, maka sebuah bisnis perlu menyusun laporan keuangan. Terdapat beberapa jenis laporan keuangan yang telah disampaikan pada pelatihan ini, yakni laporan laba rugi, laporan arus kas, dan neraca. Laporan laba rugi berfungsi untuk memantau kondisi keuangan terkini, apakah mengalami keuangan atau kerugian^[4]. Laporan arus kas berfungsi untuk memantau likuiditas perusahaan dengan tiga kategori utama: arus kas operasi, yang mencerminkan pendapatan dari aktivitas bisnis inti; arus kas investasi, yang terkait dengan pembelian dan penjualan aset jangka panjang; dan arus kas pendanaan, yang menggambarkan perubahan dalam struktur modal, seperti penerbitan saham atau pembayaran utang. Analisis arus kas ini penting untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam menjaga likuiditas dan mendanai kegiatan operasionalnya^[5]. Sementara itu, neraca memberikan gambaran posisi keuangan perusahaan pada suatu titik waktu dengan menampilkan aset, kewajiban, dan ekuitas. Neraca digunakan untuk menilai stabilitas finansial, kapasitas memenuhi kewajiban, dan efisiensi penggunaan aset perusahaan. Informasi ini membantu dalam pengambilan keputusan terkait *leverage* dan pertumbuhan bisnis^[6].

3 | METODE KEGIATAN

Metode pelaksanaan yang menjelaskan tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra. Pada bagian ini wajib mengisi uraian kepakaran dan tugas masing-masing anggota tim pengabdian kepada masyarakat. Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai metode pelaksanaan kegiatan pengabdian Masyarakat berupa pembinaan dan perancangan *profile business development* dan *profile finance management* untuk mengoptimalkan proses bisnis UMKM sehingga dapat meningkatkan profit UMKM dan membantu keuangan Yayasan SLB Putra Manunggal dengan detail tertera pada Gambar 1. Metode yang dipergunakan di dalam menjawab solusi yang dibahas pada bab sebelumnya ialah *Participatory Rural Appraisal* (PRA). Chambers menyatakan bahwa *Participatory Rural Appraisal* (PRA) adalah suatu cara untuk mengumpulkan dan menggunakan informasi tentang masyarakat yang berbasis pada partisipasi, yang memungkinkan mereka untuk mengembangkan pemahaman yang lebih baik tentang kondisi mereka sendiri dan menyusun rencana aksi yang dapat meningkatkan kualitas hidup mereka^[7]. Pada aspek ini, pengelola unit usaha SLB Putra Manunggal diharapkan untuk ikut serta dalam melakukan perbaikan dalam rangka menyelesaikan permasalahan yang dihadapi.

PRA memberikan banyak manfaat dalam pengembangan program pembangunan yang lebih partisipatif dan inklusif. PRA memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam proses perencanaan, implementasi, dan evaluasi program pembangunan yang berdampak pada peningkatan kualitas hidup. Selain itu, PRA juga dapat memperkuat partisipasi masyarakat dan meningkatkan kepemilikan program pembangunan, sehingga meningkatkan keberhasilan dan keberlanjutan program tersebut^[8].

Selain itu, PRA juga memungkinkan pengelola unit usaha untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah mereka sendiri, sehingga memperkuat kemampuan mereka dalam menghadapi tantangan pembangunan yang kompleks.



Gambar 1 Metodologi Kegiatan Pengabdian Masyarakat.

Melalui proses partisipatif, PRA juga dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang masalah-masalah sosial dan ekonomi yang mereka hadapi, sehingga memperkuat kapasitas mereka dalam menghadapi perubahan sosial dan ekonomi yang cepat^[9].

4 | HASIL DAN DISKUSI

4.1 | Kerangka Penyusunan Strategi

Dengan tujuan yang diangkat sebagai kerangka analisis, formulasi strategi ini ditujukan untuk merumuskan dan memilih strategi yang efektif berdasarkan analisis menyeluruh dari faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi masing-masing unit bisnis. Hal ini sejalan dengan upaya untuk mengidentifikasi dan mengatasi tantangan yang dihadapi oleh SLB Putra Manunggal dalam pengelolaan unit usaha, sehingga dapat menghasilkan rekomendasi yang aplikatif dan berkelanjutan. Melalui pendekatan ini, diharapkan strategi yang dirumuskan dapat meningkatkan kinerja unit usaha, memberdayakan peserta didik, serta memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat sekitar. Dalam penyusunannya terdiri dari tahap pertama, yakni *input stage*. Tahap ini ditujukan untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi dasar tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi unit usaha SLB Putra Manunggal dengan mencari tahu, apa yang baik dan buruk (faktor internal), serta apa faktor luar yang dapat mempengaruhi keberhasilan unit usaha (faktor eksternal). Tim pengabdian masyarakat DTSI ITS berusaha menggali data dengan mengadakan Zoom Meeting dengan Para Pengelola dan Bapak Ibu Guru di SLB Putra Manunggal yang menjadi pengelola unit usaha yang dimiliki SLB Putra Manunggal.

Berlanjut pada tahap kedua, *matching stage*. Tahap ini menggunakan informasi yang telah diperoleh pada *stage 1* untuk dapat merancang dan memilih alternatif strategi yang sesuai. Pada tahap ini akan disusun strategi yang menyesuaikan kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal unit usaha SLB Putra Manunggal. Hasil dari penyusunan ini dikonfirmasi oleh Tim Pengabdian Masyarakat DTSI ITS kepada Bapak Ibu Guru SLB Putra Manunggal melalui pengiriman *file* dan *Zoom Meeting*, untuk kemudian dapat divalidasi. Apabila menurut Bapak Ibu Guru pengelola unit bisnis di SLB Putra Manunggal belum sesuai, maka akan direvisi kembali. Tahap terakhir yakni *decision stage*^[10]. Tahap ini ditujukan untuk menilai dan memilih strategi terbaik dari alternatif yang telah dikembangkan dengan mengevaluasi seluruh alternatif strategi yang telah dirancang di *stage 2* untuk mengetahui manakah strategi yang lebih relevan dan bermanfaat dengan menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) yang membantu membandingkan strategi secara objektif. Tahapan ini dilakukan dengan *Zoom meeting* yang ketiga untuk mengkonfirmasi kepada SLB Putra Manunggal, strategi manakah yang paling memungkinkan untuk diimplementasikan.

4.2 | Gambaran Unit Usaha 1 Manunggal Ecoprint

Manunggal Ecoprint adalah unit usaha berbasis ecoprint yang didirikan pada tahun 2023 oleh SLB Putra Manunggal. Teknik ecoprint yang digunakan memanfaatkan bahan alami seperti daun dan bunga untuk menciptakan pola unik pada kain. Produk yang dihasilkan meliputi totebag, taplak meja, kaos, dan kain batik dengan harga sekitar Rp150.000 per lembar. Untuk dapat memahami proses bisnis dan mendalami kondisi eksisting, Tim Pengabdian Masyarakat DTSI ITS berkunjung ke SLB Putra Manunggal, Gombong, Kebumen untuk melihat proses langsung pembuatan Ecoprint dan berdiskusi dengan Bapak Ibu Guru Pengelola Bisnis Ecoprint SLB Putra Manunggal. Setelah berdiskusi dengan pengelola yayasan dan bapak ibu guru, berikut adalah logo dari usaha Manunggal Ecoprint yang disusun oleh tim pengabdian masyarakat dan telah disetujui oleh SLB Putra Manunggal.

Ecoprint tidak hanya berfokus pada seni mencetak pola, tetapi juga memperkenalkan teknik ramah lingkungan dengan menggunakan pigmen alami, yang sejalan dengan tren fashion berkelanjutan. Meskipun Manunggal Ecoprint telah memproduksi sekitar 50 kain, skala usaha masih cukup terbatas. Beberapa tantangan yang dihadapi termasuk konsistensi dalam pemanfaatan daun sebagai bahan baku, branding, dan pemasaran produk. Proses produksi memerlukan waktu yang cukup panjang, dengan rata-rata 2 minggu per kain, dan produk umumnya dibuat berdasarkan pesanan. Namun, rencana untuk menanam daun sendiri di lingkungan SLB Putra Manunggal diharapkan dapat meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas produk. Selain itu, strategi diversifikasi produk dan pemasaran melalui platform digital juga menjadi pertimbangan untuk memperluas jangkauan pasar.



Gambar 2 Logo Manunggal Ecoprint.

4.3 | Gambaran Unit Usaha 2 Manunggal Mart

Manunggal Mart adalah toko kelontong yang didirikan oleh SLB Putra Manunggal pada tahun 2018, dengan modal awal sekitar Rp25 juta. Toko ini menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari seperti sembako, produk herbal, alat tulis, dan seragam sekolah. Mayoritas konsumen Manunggal Mart adalah guru, karyawan SLB, serta beberapa wali murid. Berikut merupakan logo dari unit usaha Manunggal Mart yang telah disusun oleh tim pengabdian masyarakat dan telah disetujui oleh SLB Putra Manunggal.



Gambar 3 Logo Manunggal Mart.

Dari hasil kunjungan langsung tim Pengabdian Masyarakat DTSI ITS ke SLB Putra Manunggal, Gombong, Kebumen, diketahui bahwa toko ini menghadapi tantangan dalam menarik konsumen dari luar lingkungan sekolah, karena lokasinya yang kurang strategis dan kesulitan mendapatkan sumber pasokan, karena dalam setiap proses pengadaan tidak mengambil dalam jumlah yang terlalu besar. Meskipun demikian, Manunggal Mart beroperasi dengan sistem *pre-order* dan mengambil keuntungan sekitar Rp500 hingga Rp1.000 per item, dengan sembako seperti minyak goreng dan beras sebagai produk yang paling laris. Terdapat rencana untuk memperluas cakupan pasar melalui kerja sama dengan pemasok yang lebih terjangkau serta meningkatkan manajemen inventaris, yang diharapkan dapat mendorong pertumbuhan usaha dan meningkatkan keuntungan.

4.4 | Analisis SWOT dan TOWS Matrix Manunggal Ecoprint

Untuk mengetahui antara strategi internal dan eksternal, diperlukan untuk membuat analisis SWOT yang meliputi *strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threat*. Tim pengabdian masyarakat DTSI ITS berusaha menggali data dengan mengadakan *Zoom Meeting* dengan Para pengelola dan Bapak Ibu Guru di SLB Putra Manunggal yang menjadi pengelola unit usaha yang dimiliki SLB Putra Manunggal. Setelah dilakukan analisis SWOT, maka dapat dicari masing-masing strategi dengan TOWS Matrix. Berikut merupakan analisis dari TOWS Matrix yang didapatkan dan telah divalidasi dari hasil diskusi dengan SLB Putra Manunggal.

Tabel 1 Tabel SWOT dan TOWS *Matrix* Manunggal Ecoprint

	<p>Strength</p> <ul style="list-style-type: none"> Keunikan produk EcoPrint untuk membangun pasar yang unik. Berada dibawah institusi SLB sebagai badan usaha milik SLB. Adanya Captive Market Internal untuk kebutuhan seragam sebagai basis pelanggan yang stabil. Adanya kesadaran untuk mengembangkan kualitas produk lebih baik lagi kedepannya. 	<p>Weakness</p> <ul style="list-style-type: none"> Kualitas produk yang belum layak dijual kecuali pada Kabupaten Gombong atau Kebumen. Strategi pemasaran yang belum terarah membuat unit usaha kesulitan mengidentifikasi target potensialnya. Manajemen keuangan masih sederhana dan mirip seperti pencatatan warung pada umumnya Unit usaha hanya menerima pesanan yang membatasi perluasan pasar dan peningkatan pendapatan
<p>Opportunity</p> <ul style="list-style-type: none"> Peningkatan kualitas sesuai standar dan ekspansi pasar hingga diluar area Kebumen. Partisipasi dalam pameran dan kolaborasi antar SLB atau pelaku usaha batik serupa. Adanya potensi dukungan dari pemerintah ataupun lembaga pendidikan lainnya untuk pembiayaan. Diversifikasi produk dan layanan untuk menambah variasi dalam produk yang dimiliki. 	<p>S-O</p> <ul style="list-style-type: none"> Memanfaatkan keunikan produk untuk ekspansi pasar dengan meningkatkan keunggulan kompetitif sesuai standar yang tinggi. Partisipasi dalam pameran dengan dukungan berbagai institusi terutama dalam institusi SLB di Indonesia. Melakukan pengembangan dan diversifikasi produk dengan berkolaborasi dengan berbagai institusi Pendidikan. 	<p>W-O</p> <ul style="list-style-type: none"> Peningkatan kualitas produk dengan pelatihan dan pengembangan SDM dari program KKN atau semacamnya. Memperbaiki strategi pemasaran dengan bantuan dari akademisi atau Lembaga Pendidikan, serta berperan aktif dalam peningkatan visibilitas jangkauan pasar. Profesionalisasi manajemen keuangan yang didapatkan dari berbagai institusi yang ada di Indonesia
<p>Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> Persaingan produk dari kompetitor yang lebih mapan dan memiliki kualitas yang sesuai standar. Perubahan terhadap preferensi konsumen yang menghasilkan produk sulit beradaptasi. Keterbatasan sumber daya manusia, bahan baku, maupun kemampuan produksi. Ketergantungan terhadap pasar lokal yang dapat menghambat potensi pertumbuhan. 	<p>S-T</p> <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan citra unik EcoPrint sebagai nilai jual utama pada produk batik di SLB dan adanya pengembangan cerita yang unik dari proses pembuatannya. Pengurangan ketergantungan pada pasar lokal dengan ekspansi dan captive market internal. Pemanfaatan dukungan dari Yayasan ataupun institusi local untuk peningkatan kualitas layanan batik. 	<p>W-T</p> <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan citra unik EcoPrint sebagai nilai jual utama pada produk batik di SLB dan adanya pengembangan cerita yang unik dari proses pembuatannya. Pengurangan ketergantungan pada pasar lokal dengan ekspansi dan captive market internal. Pemanfaatan dukungan dari Yayasan ataupun institusi local untuk peningkatan kualitas layanan batik.

4.5 | Analisis Pembobotan Internal dan Eksternal Manunggal Ecoprint

Setelah dilakukan analisis TOWS *Matrix* untuk mengetahui strategi yang terbaik, digunakan analisis pembobotan menggunakan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Digunakan 6 responden dari SLB Putra Manunggal untuk menghasilkan keputusan yang optimal. Hasil dari pembobotan dan analisis ini dikonfirmasi oleh Tim Pengabdian Masyarakat DTSI ITS kepada Bapak Ibu Guru SLB Putra Manunggal melalui pengiriman *file* dan *Zoom Meeting*, untuk kemudian dapat divalidasi. Setelah divalidasi, didapatkan IE *Matrix* sebagai berikut.

		The IFE Total Weighted Score		
		Strong (3.00 to 4.00)	Average (2.00 to 2.99)	Weak (1.00 to 1.99)
The EFE Total Weighted Score	High (3.00 to 4.00)	I	II	III
	Medium (2.00 to 2.99)	IV	V	VI
	Low (1.00 to 1.99)	VII	VIII	IX

Gambar 4 IE *Matrix* Manunggal Ecoprint.

Berdasarkan IE *Matrix*, didapatkan bahwa rata-rata skor IE *Matrix* sebesar 3,06 yang berada pada kuadran II. Hal tersebut menunjukkan bahwa organisasi memiliki kekuatan internal yang cukup baik dalam menghadapi banyak peluang eksternal yang signifikan. Oleh karena itu, strategi yang tepat untuk dapat dijalankan oleh Manunggal Ecoprint adalah strategi pertumbuhan atau intensif seperti penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.

4.6 | Analisis SWOT dan TOWS *Matrix* Manunggal Mart

Untuk mengetahui antara strategi internal dan eksternal, diperlukan untuk membuat analisis SWOT yang meliputi *strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threat*. Tim pengabdian masyarakat DTSI ITS berusaha menggali data dengan mengadakan *Zoom Meeting* dengan Para Pengelola dan Bapak Ibu Guru di SLB Putra Manunggal yang menjadi pengelola unit usaha yang dimiliki SLB

Putra Manunggal. Setelah dilakukan analisis SWOT, maka dapat dicari masing-masing strategi dengan TOWS *Matrix*. Berikut merupakan analisis dari TOWS *Matrix* yang didapatkan dan telah divalidasi dari hasil diskusi dengan SLB Putra Manunggal.

Tabel 2 Tabel SWOT dan TOWS *Matrix* Manunggal Mart

	<p>Strength</p> <ul style="list-style-type: none"> Sistem perencanaan sudah terorganisir dengan adanya sistem pencatatan baik barang masuk dan keluar. Harga pembelian barang usaha cenderung murah sehingga bisa menaikkan <i>profit margin</i> Warung berada jelas di lingkungan SLB sehingga menciptakan <i>captive market</i>. Memiliki <i>space</i> lahan yang baik untuk relokasi warung sehingga meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas. 	<p>Weakness</p> <ul style="list-style-type: none"> Cakupan pasar yang terbatas karena hanya ada pada lingkungan internal SLB. Lokasi warung saat ini dinilai kurang strategis untuk menarik pelanggan eksternal (luar SLB). Tenaga kerja hanya sebatas dari tenaga internal yaitu guru SLB itu sendiri. Skala usaha bergantung pada ketersediaan pendanaan sehingga menyulitkan untuk relokasi.
<p>Opportunity</p> <ul style="list-style-type: none"> Peningkatan kualitas sesuai standar dan ekspansi pasar hingga diluar area Kebumen. Partisipasi dalam pameran dan kolaborasi antar SLB atau pelaku usaha batik serupa. Adanya potensi dukungan dari pemerintah ataupun lembaga pendidikan lainnya untuk pembiayaan. Diversifikasi produk dan layanan untuk menambah variasi dalam produk yang dimiliki. 	<p>S-O</p> <ul style="list-style-type: none"> Memanfaatkan keunikan produk untuk ekspansi pasar dengan meningkatkan keunggulan kompetitif sesuai standar yang tinggi. Partisipasi dalam pameran dengan dukungan berbagai institusi terutama dalam institusi SLB di Indonesia. Melakukan pengembangan dan diversifikasi produk dengan berkolaborasi dengan berbagai institusi Pendidikan. 	<p>W-O</p> <ul style="list-style-type: none"> Peningkatan kualitas produk dengan pelatihan dan pengembangan SDM dari program KKN atau semacamnya. Memperbaiki strategi pemasaran dengan bantuan dari akademisi atau Lembaga Pendidikan, serta berperan aktif dalam peningkatan visibilitas jangkauan pasar. Profesionalisasi manajemen keuangan yang didapatkan dari berbagai institusi yang ada di Indonesia
<p>Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> Persaingan produk dari kompetitor yang lebih mapan dan memiliki kualitas yang sesuai standar. Perubahan terhadap preferensi konsumen yang menghasilkan produk sulit beradaptasi. Keterbatasan sumber daya manusia, bahan baku, maupun kemampuan produksi. Ketergantungan terhadap pasar lokal yang dapat menghambat potensi pertumbuhan. 	<p>S-T</p> <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan citra unik EcoPrint sebagai nilai jual utama pada produk batik di SLB dan adanya pengembangan cerita yang unik dari proses pembuatannya. Pengurangan ketergantungan pada pasar lokal dengan ekspansi dan <i>captive market</i> internal. Pemanfaatan dukungan dari Yayasan ataupun institusi local untuk peningkatan kualitas layanan batik. 	<p>W-T</p> <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan citra unik EcoPrint sebagai nilai jual utama pada produk batik di SLB dan adanya pengembangan cerita yang unik dari proses pembuatannya. Pengurangan ketergantungan pada pasar lokal dengan ekspansi dan <i>captive market</i> internal. Pemanfaatan dukungan dari Yayasan ataupun institusi local untuk peningkatan kualitas layanan batik.

4.7 | Analisis Pembobotan Internal dan Eksternal Manunggal Mart

Setelah dilakukan analisis TOWS *Matrix* untuk mengetahui strategi yang terbaik, digunakan analisis pembobotan menggunakan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Digunakan 6 responden dari SLB Putra Manunggal untuk menghasilkan keputusan yang optimal. Hasil dari pembobotan dan analisis ini dikonfirmasi oleh Tim Pengabdian Masyarakat DTSI ITS kepada Bapak Ibu Guru SLB Putra Manunggal melalui pengiriman *file* dan *Zoom Meeting*, untuk kemudian dapat divalidasi. Setelah divalidasi, didapatkan IE *Matrix* sebagai berikut.

		The IFE Total Weighted Score		
		Strong (3.00 to 4.00)	Average (2.00 to 2.99)	Weak (1.00 to 1.99)
The EFE Total Weighted Score	High (3.00 to 4.00)	I	II	III
	Medium (2.00 to 2.99)	IV	V	VI
	Low (1.00 to 1.99)	VII	VIII	IX

Gambar 5 IE *Matrix* Manunggal Mart.

Berdasarkan IE *Matrix*, didapatkan bahwa rata-rata skor IE *Matrix* sebesar 2,59 yang dimana berada pada kuadran V. Hal tersebut, menunjukkan bahwa organisasi berada pada posisi “*ditahan dan dijaga*”. Maka dari itu, strategi yang paling optimal adalah *pengembangan produk dan penetrasi pasar*. Strategi ini bertujuan untuk mempertahankan posisi Manunggal Mart saat ini sembari mencari jangkauan produk atau meningkatkan pangsa pasar melalui berbagai inisiatif pemasaran dan inovasi produk.

4.8 | Analisis Pemilihan Strategi menggunakan QSPM

Setelah mendapatkan strategi yang berasal dari TOWS *Matrix*, untuk memilih strategi yang terbaik maka digunakan analisis pembobotan menggunakan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). QSPM menunjukkan strategi yang memiliki kesesuaian paling tinggi dihitung dari TAM (*Total Attractiveness Score*). TAM didapatkan dari analisa perhitungan untuk masing-masing strategi dengan mempertimbangkan konsiderasi SWOT. Untuk mendapatkan nilai TAM, dilakukan diskusi dengan SLB Putra Manunggal baik melalui *Zoom Meeting* maupun melalui kunjungan langsung ke SLB Putra Manunggal, Gombong, Kebumen. Diskusi dilakukan dengan konsep *focus group discussion*, dengan Tim Pengabdian Masyarakat memaparkan hasil penyusunan dahulu, dan kemudian didiskusikan dan divalidasi oleh SLB Putra Manunggal. Berdasarkan total assesment untuk 12 strategi, diperoleh strategi ke-3 yang memiliki skor tertinggi, yakni 5,26 dengan strateginya adalah melakukan pengembangan dan diversifikasi produk dengan berkolaborasi dengan berbagai institusi Pendidikan untuk unit usaha Ecoprint dan diperoleh pula strategi ke-12 yang memiliki skor tertinggi, yakni 5,52 dengan strateginya adalah mempertahankan harga kompetitif dibandingkan harga yang ada pada toko swalayan dan toko kelontong sejenis.

4.9 | Analisis Perkiraan Harga Pokok Produksi Manunggal Ecoprint

Harga Pokok Produksi merupakan salah satu unsur penting yang diperhatikan karena semakin meningkatnya pasar UMKM dalam penjualan produk. Hal tersebut dikarenakan terkadang UMKM masih kurang akurat dalam menentukan HPP dari produk yang akan dijual. Akibatnya profit margin yang dihasilkan bisa menurun tanpa diketahui komponen apa yang mempengaruhi penurunan profit tersebut. Manunggal Ecoprint menjadi salah satu objek yang dapat ditentukan perkiraan HPP. Penentuan HPP terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead*.

Proses untuk mendapatkan daftar masing-masing komponen didahului dengan Pelatihan mengenai konsep dasar perhitungan HPP yang dipaparkan oleh Tim Dosen Pengabdian Masyarakat DTSI ITS secara langsung kepada Tim Guru di SLB Putra Manunggal. Setelah itu, Tim Guru diminta untuk membentuk kelompok menjadi 3 kelompok, dan diberikan fasilitas berupa karton dan spidol. Berikutnya, tim guru diminta untuk berdiskusi untuk mengidentifikasi komponen dan harga dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan *overhead* dari Manunggal Ecoprint. Setelah itu, masing-masing kelompok guru memaparkan hasilnya dan didampingi oleh Tim Dosen Pengabdian Masyarakat DTSI ITS untuk menghitung HPP Manunggal Ecoprint. Berikut merupakan perkiraan dari tiap komponen HPP yang ada di Manunggal Ecoprint.

Tabel 3 Biaya Bahan Baku Langsung Manunggal Ecoprint

Bahan baku Langsung (1 Produk Ecoprint)						
No.	Komponen	Variabel/ Tetap	Jumlah	Satuan	Harga Satuan	Nominal
1.	Kain Katun	Variabel	2,5	Meter	Rp40.000	Rp100.000
2.	Pewarna Kain	Variabel	0,5	Kg	Rp25.000	Rp12.500
3.	Daun	Variabel	0,25	Paket	Rp100.000	Rp25.000
4.	Lerak	Variabel	0,1	Paket	Rp15.000	Rp1.500
5.	Tawas	Variabel	0,01	kg	Rp15.000	Rp150
6.	Benang	Variabel	0,2	Roll	Rp2.500	Rp500
7.	Stiker Brand	Variabel	1	Unit	Rp2.500	Rp2.500
8.	Kemasan	Variabel	1	Kemasan	Rp10.000	Rp10.000
9.	Soda Ash	Variabel	0,01	kg	Rp15.000	Rp150
10.	Cuka	Variabel	0,2	Botol	Rp4.000	Rp800
11.	Soda Kue	Variabel	0	kg	Rp3.500	Rp -
12.	TRO	Variabel	0,01	Unit	Rp15.000	Rp150
13.	Tunjung	Variabel	0	Unit	Rp15.000	Rp -
14.	Kapur	Variabel	0	Unit	Rp15.000	Rp -
Total Biaya Bahan Baku langsung						Rp153.250

Tabel 4 Biaya Overhead Manunggal Ecoprint

Overhead (1 Produk Ecoprint)						
No.	Komponen	Variabel/ Tetap	Jumlah	Satuan	Harga Satuan	Nominal
1.	Air	Variabel	0,0375	m ³	Rp3.100	Rp116
2.	Gas	Variabel	0.1	Kg	Rp20.000	Rp2.000
3.	Kompom	Tetap	1	Unit	Rp583	Rp583
4.	Panci dan dandang	Tetap	1	Unit	Rp542	Rp542
5.	Tali Rafia	Variabel	0.5	Unit	Rp2.500	Rp1.250
6.	Paralon	Tetap	1	Unit	Rp27	Rp27
7.	Plastik Gulungan	Variabel	0,5	Unit	Rp30.000	Rp15.000
8.	Logistik	Tetap	0,1	Liter	Rp20.000	Rp2.000
9.	Sarung Tangan	Variabel	0,25	Unit	Rp1.500	Rp375
10.	Sabun Cuci Tangan	Variabel	0,1	mL	Rp15.000	Rp1.500
11.	Listrik	Tetap	0,1	Per 10 Kain	Rp35.000	Rp3.500
12.	Jepitan Baju	Tetap	1	Unit	Rp100	Rp100
13.	Ember	Tetap	1	Unit	Rp108	Rp108
14.	Gayung	Tetap	1	Unit	Rp83	Rp83
15.	Bak	Tetap	0	Unit	Rp -	Rp -
16.	Standing Kain	Tetap	1	Unit	Rp298	Rp298
Total Biaya Overhead						Rp27,482

Tabel 5 Biaya Tenaga Kerja Manunggal Ecoprint

Tenaga Kerja (1 Produk Ecoprint)								
No.	Komponen	Variabel/ Tetap	Jumlah Jam	Satuan	Harga Satuan	Volume	Satuan Volume	Nominal
1.	Tenaga Kerja Proses Produksi	Tetap	4,5	Jam	Rp13.262	4	Orang	Rp59.679,8
Total Biaya Tenaga Kerja								Rp59.680

Berdasarkan ketiga tabel tersebut, didapatkan bahwa HPP dari Batik Ecoprinting yaitu:

$$HPP = \text{Biaya Bahan Baku Langsung} + \text{Biaya Tenaga Kerja Langsung} + \text{Overhead}$$

$$HPP = 153.520 + 27.482 + 59.680$$

$$HPP = 240,136$$

Berdasarkan HPP tersebut, maka idealnya Batik Ecoprint dijual dengan menambahkan persentase keuntungan yang diinginkan. *Net profit margin* yang baik adalah yang memiliki persentase diatas 20% sehingga Manunggal Ecoprint setuju untuk menetapkan profit margin pada angka 20% sebagai tahap awal, dan berikutnya akan menaikkan secara bertahap setelah mendapatkan pasar yang stabil.

Hasil perhitungan HPP ini telah disetujui oleh SLB Putra Manunggal, dan berikutnya *template* keuangan yang telah disusun oleh Tim Pengabdian Masyarakat DTSI ITS akan digunakan oleh tim guru pengelola bisnis SLB Putra Manunggal untuk menghitung HPP dan menyusun laporan keuangan.

5 | KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah melalui serangkaian kegiatan yang mencakup identifikasi kondisi eksisting, perancangan strategi bisnis, serta pelatihan dan pendampingan keuangan, dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT yang mendalam terhadap unit usaha di SLB Putra Manunggal, yang meliputi Manunggal Mart yang merupakan usaha toko kelontong dan Manunggal Ecoprint yang merupakan usaha batik ecoprint, berhasil merumuskan strategi pengembangan yang relevan.

Strategi ini berfokus pada pemanfaatan kekuatan yang ada untuk menangkap peluang bisnis, serta penanganan terhadap kelemahan dan ancaman yang dihadapi. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan efektivitas dan keberlanjutan pengelolaan unit usaha. Selain itu, pelatihan keuangan yang meliputi penyusunan laporan keuangan, seperti laporan laba rugi, neraca, dan arus kas, telah dilaksanakan untuk membekali pengelola unit usaha dengan keterampilan keuangan yang diperlukan.

Pendampingan dalam pengelolaan bisnis dan konsultasi strategi juga melibatkan dosen, mahasiswa, dan pihak-pihak terkait, sehingga unit usaha dapat memiliki fondasi yang kuat dalam pengembangan strateginya. Saran untuk kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya mencakup pendampingan intensif selama enam bulan yang berfokus pada implementasi strategi bisnis melalui sesi konsultasi mingguan, analisis kinerja, perbaikan operasional, dan penyesuaian strategi berdasarkan umpan balik pasar, serta pemberian akses ke *software* akuntansi dan manajemen inventaris untuk meningkatkan efisiensi. Selain itu, pelatihan keterampilan teknis seperti pembuatan produk dan *soft skills* terkait komunikasi serta pemasaran perlu dilakukan melalui workshop dengan mentor industri lokal. Diversifikasi produk dan pengembangan pasar melalui *platform* digital, termasuk pelatihan *e-commerce*, diharapkan mampu meningkatkan akses pasar dan pendapatan unit usaha.

6 | UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian masyarakat mengucapkan terima kasih kepada ITS yang telah memberikan dukungan pendanaan, sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan membantu SLB Putra Manunggal dalam meningkatkan pengelolaan unit usahanya serta mendorong kemandirian lembaga.

Referensi

1. Gurl E. SWOT analysis: A theoretical review 2017;.
2. Ravanavar GM, Charantimath PM. Strategic formulation using tows matrix—A Case Study. International Journal of Research and Development 2012;1(1):87–90.
3. Anh DBH, Tien NH. QSPM matrix based strategic organizational diagnosis. A case of Nguyen Hoang Group in Vietnam. International journal multidisciplinary research and growth evaluation 2021;2(4):67–72.
4. Subramanyam K, Wild JJ. Financial Statement Analysis. Elevent Editon. KR Subramanyam-New York: McGraw-Hill Education-2014–701 p 2014;.
5. Kieso DE, Weygandt JJ, Warfield TD, Wiecek IM, McConomy BJ. Intermediate Accounting, Volume 2. John Wiley & Sons; 2019.
6. Fraser LM, Ormiston A, Mukherjee AK. Understanding financial statements. Pearson New York; 2016.
7. Chambers R. Participatory rural appraisal (PRA): Analysis of experience. World development 1994;22(9):1253–1268.
8. Narayanasamy N. Participatory rural appraisal: Principles, methods and application. SAGE Publications Ltd; 2009.
9. Muhsin A, Nafisah L, Siswanti Y. Participatory rural appraisal (PRA) for corporate social responsibility (CSR) 2018;.
10. David FR. Strategic management concepts and cases. Prentice hall; 2011.

Cara mengutip artikel ini: Partiwi, S.G., Pratiwi, A.A., Sholihah, M., Basuki, S.S.A., Wessiani, N.A., Suwignjo, P., Wibowo, C.A., Wisahyo, G., Akmal, I.M., Firdaus, R.R., Santi, R.A., Sanjaya, R.R., (2024), Pengembangan Bisnis dan Pendampingan Manajemen Keuangan dalam Pengelolaan Unit Usaha di SLB Putra Manunggal, Kebumen, Jawa Tengah, *Sewagati*, 8(6):2505–2516, <https://doi.org/10.12962/j26139960.v8i6.2325>.