

Penerapan Analisis SWOT dan ROWS dalam Penguatan Kapasitas Manajerial UMK Multi-Sektor di Era Ekonomi Digital

Dicky Jhon Anderson Butarbutar^{1*}, Daniel Lukito², Ngatindriatun³, Samuel Alvin Ferdinand⁴, Ghian Raffif Alre Bimantyo⁵, Audrey Tristan Hendriawan⁶, Shanna Olivia, Tan⁷, Raphael Kristo Lukito⁸

¹⁻⁷ Universitas Bina Nusantara, Bisnis Digital, POJ Avenue Kav. 3 Kel. Tawangsari, Kec. Semarang Barat, Kota Semarang, Jawa Tengah 50144, Indonesia

⁸ Universitas Bina Nusantara, Teknik Informatika, POJ Avenue Kav. 3 Kel. Tawangsari, Kec. Semarang Barat, Kota Semarang, Jawa Tengah 50144, Indonesia

E-mail: dicky.butarbutar@binus.ac.id

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.2828>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 23 Dec 2025

Revised: 28 Dec 2025

Accepted: 23 Jan 2026

Kata Kunci:

UMK, SWOT, ROWS, manajerial, strategi digital

Keywords:

UMK, SWOT, ROWS, managerial, digital strategy



ABSTRACT

Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Indonesia menghadapi tantangan manajerial dan pemasaran dalam persaingan di era digital. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas manajerial UMK multi-sektor melalui pelatihan analisis SWOT dan ROWS, serta didanai oleh Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (KEMDIKTISAINTEK). Kegiatan dilaksanakan pada 2 September 2025 di Jordan Training Center, Semarang, dengan melibatkan 28 peserta dari 16 UMK anggota Komunitas Bisnis Cendekia. Metode kegiatan meliputi penyampaian materi, praktik analisis, dan pendampingan langsung oleh dosen dan mahasiswa Universitas Bina Nusantara. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman perencanaan bisnis dan kemampuan menyusun strategi adaptif, dengan metode ROWS dinilai lebih aplikatif. Kegiatan ini mendukung pencapaian SDG 4 dan SDG 8.

Micro and Small Enterprises (MSEs) in Indonesia face managerial and marketing challenges in competing in the digital era. This community service program aimed to enhance the managerial capacity of multi-sector MSEs through training on SWOT and ROWS analysis and was funded by the Ministry of Higher Education, Science, and Technology (KEMDIKTISAINTEK). The activity was conducted on September 2, 2025, at the Jordan Training Center, Semarang, involving 28 participants from 16 MSEs affiliated with the Cendekia Business Community. The implementation methods included material delivery, hands-on analytical practice, and direct mentoring by lecturers and students from Bina Nusantara University. The results indicate improved understanding of business planning and the ability to develop adaptive strategies, with ROWS perceived as more applicable than SWOT. This program contributes to the achievement of SDG 4 and SDG 8.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Dicky Jhon Anderson Butarbutar et al (2026). Penerapan Analisis SWOT dan ROWS dalam Penguatan Kapasitas Manajerial UMK Multi-Sektor di Era Ekonomi Digital. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4526>

PENDAHULUAN

Usaha mikro dan kecil (UMK) merupakan tulang punggung perekonomian nasional. Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa lebih dari 99% unit usaha di Indonesia tergolong UMK, menyerap lebih dari 60% tenaga kerja, dan berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Namun, peran strategis tersebut belum diimbangi dengan kapasitas manajerial dan strategi pemasaran yang memadai.

Di Kota Semarang, survei awal terhadap UMK binaan CV Pelangi Jaya Perkasa menunjukkan bahwa 77% pelaku UMK belum memahami strategi pemasaran digital dan customer journey, sementara

80% tidak memiliki rencana bisnis tertulis. Promosi sebagian besar masih dilakukan secara konvensional, pengelolaan media sosial belum sistematis, dan penggunaan alat analitik sangat minim.

Beberapa penelitian memperkuat gambaran ini. Fitriani et al. (2024) menemukan bahwa UMK kerajinan bambu masih lemah dalam memanfaatkan media sosial untuk pemasaran digital sehingga strategi digitalisasi belum optimal. Sudiantini et al. (2023) mengungkap bahwa UMK retail mikro menghadapi hambatan SDM, infrastruktur digital, dan literasi pasar, meskipun peluang pasar digital terbuka lebar. Hamdiah et al. (2025) menegaskan bahwa Business Model Canvas dapat membantu perencanaan bisnis UMK pemula, namun penerapannya masih terbatas pada tahap awal. Penelitian lain oleh Benardi et al. (2023) menunjukkan bahwa digital marketing berkelanjutan mampu memperkuat branding UMK.

Studi lain mendukung pentingnya literasi digital sebagai pondasi. Annisa et al. (2025) menekankan bahwa metode kreatif dalam pendidikan dasar berperan dalam peningkatan literasi membaca dan berhitung, yang pada gilirannya menjadi prasyarat literasi digital UMK. Pelatihan UMK di Semarang sebaiknya perlu pendampingan agar mampu mengimplementasikan strategi digital yang berkelanjutan.

Dari literatur di atas, terdapat kesenjangan bahwa sebagian besar penelitian hanya menggunakan SWOT sebagai instrumen analisis. Padahal, dalam menghadapi era digital yang penuh ketidakpastian, aspek risiko harus menjadi bagian dari strategi. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini memperkenalkan analisis ROWS yang melengkapi SWOT dengan dimensi risiko. Pendekatan ini diharapkan menghasilkan strategi yang lebih adaptif dan aplikatif bagi UMK.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif yang menekankan keterlibatan aktif peserta dalam setiap tahapan proses. Model ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik UMK yang membutuhkan praktik langsung dan diskusi interaktif agar materi dapat lebih mudah dipahami dan diterapkan dalam konteks usaha mereka.

Kegiatan diselenggarakan pada 2 September 2025 bertempat di Jordan Training Center & Independent Packaging Center, Tanah Mas, Semarang. Tempat ini dipilih karena memiliki fasilitas ruang pelatihan yang representatif serta dekat dengan lokasi usaha sebagian besar peserta, sehingga mendukung keterjangkauan dan efektivitas kegiatan.

Peserta pelatihan berjumlah 28 orang dari 14 UMK multi-sektor yang tergabung dalam Komunitas Bisnis Cendekia binaan CV Pelangi Jaya Perkasa. Latar belakang usaha peserta cukup beragam, meliputi sektor makanan, kursus, salon, pet shop, kontraktor, hingga ritel. Keberagaman ini memberikan dinamika yang menarik dalam pelatihan karena setiap sektor memiliki tantangan dan peluang yang berbeda, namun tetap dapat dipelajari secara lintas sektor melalui diskusi kelompok.

Kegiatan difasilitasi oleh Dr. Daniel Lukito sebagai narasumber utama yang menyampaikan materi mengenai analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dan ROWS (Risks, Opportunities, Weaknesses, Strengths). Peningkatan *hardskills* dan *softskills* dipercaya dapat meningkatkan kinerja (Lukito, 2023). Dalam hal ini, sebagian besar peserta yang tidak memiliki latar belakang pendidikan ekonomi maupun bisnis, dapat dibekali konsep dasar pembuatan strategi bisnis. Tim dosen Program Studi Bisnis Digital Universitas Bina Nusantara Kampus Semarang bersama mahasiswa turut mendampingi dalam proses diskusi dan praktik analisis. Peran mahasiswa adalah membantu peserta dalam merumuskan strategi, mendokumentasikan hasil, serta memberikan pendampingan teknis sederhana, khususnya dalam penggunaan alat bantu digital untuk presentasi.



Gambar 1. Ketua Komunitas memberikan kata sambutan



Gambar 2. Fasilitator memberikan materi Dokumentasi Kegiatan Pelatihan



Gambar 3. Foto Bersama

Proses kegiatan diawali dengan sesi pembukaan yang mencakup sambutan, penjelasan tujuan, serta pengisian pre-test guna mengetahui pemahaman awal peserta terkait konsep SWOT dan ROWS. Setelah itu, narasumber menyampaikan materi inti mengenai dasar-dasar SWOT dan bagaimana ROWS dapat digunakan sebagai pengembangan yang lebih aplikatif dengan memasukkan dimensi risiko ke

dalam perumusan strategi. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif dengan memberikan contoh kasus nyata dari usaha kecil, sehingga peserta dapat langsung mengaitkannya dengan pengalaman mereka sendiri.

Tahap berikutnya adalah praktik analisis. Peserta diminta untuk menyusun tabel SWOT yang menggambarkan kondisi aktual usaha mereka, meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Setelah itu, peserta dilatih untuk mengonversi analisis SWOT ke dalam format ROWS dengan menambahkan dimensi risiko yang relevan. Proses ini menghasilkan daftar pencapaian strategis yang lebih komprehensif, karena mencakup langkah antisipasi terhadap ketidakpastian usaha.

Selanjutnya dilakukan diskusi kelompok dan presentasi hasil, di mana setiap UMK memaparkan analisis SWOT dan ROWS mereka. Fasilitator memberikan masukan, sementara peserta lain turut menanggapi berdasarkan pengalaman mereka masing-masing. Diskusi ini mendorong terjadinya pembelajaran bersama (peer learning) yang memperkaya pemahaman peserta (Lestari et al., 2025).

Tahap terakhir berupa evaluasi melalui post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta setelah pelatihan. Kegiatan ditutup dengan refleksi peserta mengenai manfaat pelatihan, pemberian sertifikat, dan dokumentasi bersama.

Secara keseluruhan, metode ini dirancang untuk tidak hanya menyampaikan konsep teoretis, tetapi juga memastikan peserta dapat mengaplikasikan SWOT dan ROWS secara langsung dalam usaha mereka. Dengan pendekatan partisipatif, kegiatan ini berhasil mendorong peserta tidak hanya sebagai penerima materi, tetapi juga sebagai aktor aktif dalam proses pembelajaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan beberapa temuan penting terkait peningkatan kapasitas manajerial dan strategi pemasaran digital pada UMK peserta. Kegiatan berlangsung pada tanggal 2 September 2025 di Jordan Training Center, Semarang, dan diikuti oleh 28 orang dari 14 UMK multi-sektor. Peserta datang dari berbagai latar belakang usaha seperti makanan, kursus, salon, pet shop, kontraktor, dan ritel. Variasi sektor usaha ini memberi gambaran yang lebih luas mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi UMK di era digital.

Sebelum pelatihan dimulai, peserta diberikan pre-test untuk mengukur pemahaman awal mengenai analisis SWOT dan ROWS. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar peserta hanya mengenal SWOT secara umum, bahkan ada yang belum pernah menggunakan analisis tersebut secara formal dalam pengelolaan usahanya. ROWS sebagai pengembangan dari SWOT belum dikenal sama sekali oleh peserta. Hal ini menegaskan temuan Fitriani et al. (2024) bahwa sebagian besar UMK masih lemah dalam pemanfaatan strategi digital dan perencanaan berbasis data.

Setelah sesi penyampaian materi oleh fasilitator, peserta mulai memahami konsep SWOT sebagai alat untuk memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Pemahaman ini kemudian diperdalam dengan pengenalan metode ROWS yang menambahkan dimensi risiko ke dalam analisis. Penerapan ROWS mendorong peserta untuk tidak hanya melihat peluang dan kelemahan, tetapi juga mengantisipasi berbagai risiko yang mungkin terjadi dalam usaha mereka. Pendekatan ini sesuai dengan temuan Sudiantini et al. (2023) yang menekankan perlunya strategi adaptif dalam menghadapi ketidakpastian pasar digital.

Hasil praktik menunjukkan bahwa setiap UMK mampu menghasilkan tabel SWOT dan ROWS sesuai dengan kondisi usahanya. Sebagai contoh, salah satu UMK di bidang makanan berhasil mengidentifikasi risiko keterlambatan pasokan bahan baku akibat ketergantungan pada pemasok tunggal, sekaligus melihat peluang memperluas distribusi melalui platform daring. UMK lain di bidang kursus menyadari risiko penurunan jumlah murid akibat pergeseran minat belajar, sehingga strategi layanan kursus daring menjadi prioritas dalam pencapaian strategis mereka. Contoh-contoh ini menunjukkan bahwa ROWS membantu peserta merumuskan strategi yang lebih realistis dan aplikatif.

Diskusi kelompok dan presentasi hasil analisis memperlihatkan tingginya keterlibatan peserta. Mereka saling memberikan masukan berdasarkan pengalaman usaha masing-masing. Hal ini memperkuat pembelajaran karena peserta dapat melihat perbedaan konteks antar sektor, namun tetap menemukan kesamaan tantangan dalam hal keterbatasan sumber daya, literasi digital, dan kemampuan manajerial. Sebagian peserta juga mengungkapkan bahwa metode ROWS lebih mudah dipahami dan diterapkan karena langsung mengaitkan analisis dengan langkah strategis yang perlu diambil.

Peningkatan pemahaman ini terlihat dari hasil post-test yang menunjukkan skor lebih tinggi dibanding pre-test, walaupun data numeriknya tidak disajikan dalam artikel ini. Secara kualitatif, peserta mampu menyebutkan strategi prioritas yang dihasilkan dari analisis ROWS mereka, misalnya pengembangan produk baru, peningkatan kualitas layanan, penggunaan media sosial untuk promosi, dan perencanaan pengelolaan risiko keuangan sederhana. Hal ini sejalan dengan penelitian Hamdiah et al. (2025) yang menekankan pentingnya perencanaan bisnis melalui model sederhana yang dapat dipahami dan diaplikasikan oleh pelaku UMK.

Dari perspektif literatur, hasil kegiatan ini memperkaya penelitian sebelumnya. Jika penelitian terdahulu lebih banyak menggunakan SWOT sebagai instrumen (Fitriani et al., 2024; Benardi et al., 2023), maka pengabdian ini menambahkan bukti empiris bahwa ROWS mampu memberikan gambaran strategi yang lebih adaptif. Dengan menempatkan risiko sejajar dengan peluang, UMK dapat menyusun strategi yang lebih tahan terhadap ketidakpastian. Hal ini relevan dengan kondisi nyata di lapangan di mana UMK sering menghadapi keterbatasan modal, keterlambatan pasokan, atau fluktuasi permintaan yang tidak terduga.

Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan ini berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan pemahaman peserta mengenai perencanaan bisnis berbasis analisis strategis dan membantu mereka merumuskan strategi yang dapat langsung diimplementasikan. Respon positif dari peserta menegaskan bahwa metode ROWS layak dijadikan pendekatan alternatif untuk melengkapi SWOT dalam pelatihan manajerial UMK di era digital.

SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan fokus pada penerapan analisis SWOT dan ROWS bagi UMK multi-sektor di Kota Semarang telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas manajerial dan perencanaan strategi usaha. Melalui pendekatan partisipatif, peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teoretis mengenai SWOT, tetapi juga keterampilan praktis dalam mengintegrasikan risiko ke dalam perumusan strategi melalui metode ROWS.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pengetahuan setelah mengikuti sesi pelatihan, yang tercermin dari hasil pre-test dan post-test serta dari kualitas analisis yang dihasilkan. Peserta mampu mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta risiko yang relevan dengan usaha mereka, dan selanjutnya merumuskan strategi yang lebih aplikatif dan adaptif terhadap dinamika pasar digital. Temuan ini menguatkan literatur sebelumnya (Fitriani et al., 2024; Sudiantini et al., 2023) yang menekankan pentingnya strategi berbasis data, namun pengabdian ini memberikan kontribusi tambahan dengan membuktikan bahwa ROWS dapat memperkaya pendekatan SWOT, terutama dalam menghadapi ketidakpastian usaha.

Kegiatan ini juga memperlihatkan manfaat pembelajaran lintas sektor, di mana UMK dari bidang yang berbeda dapat saling bertukar pengalaman dan inspirasi strategi. Diskusi kelompok dan presentasi hasil menjadi sarana pembelajaran kolaboratif yang tidak hanya memperkuat pemahaman, tetapi juga membangun jejaring antar pelaku UMK.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pelatihan SWOT dan ROWS merupakan metode yang efektif untuk memperkuat kapasitas manajerial UMK, terutama dalam aspek perencanaan strategi dan kesiapan menghadapi risiko usaha. Penerapan metode ini dapat menjadi alternatif solusi untuk mendukung UMK agar lebih adaptif, inovatif, dan berdaya saing di era digital yang penuh ketidakpastian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dari berbagai pihak. Tim pelaksana menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi yang telah memberikan dukungan pendanaan dan kesempatan untuk melaksanakan program ini. Dukungan ini menjadi fondasi utama bagi terlaksananya seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari persiapan, pelaksanaan, hingga penyusunan laporan dan artikel publikasi.

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Research and Technology Transfer Office (RTTO) serta Community Development (Comdev) Universitas Bina Nusantara atas dukungan kelembagaan sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik.

Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada CV Pelangi Jaya Perkasa selaku mitra utama yang telah membuka ruang kolaborasi melalui Komunitas Bisnis Cendekia. Keterlibatan mitra sangat penting karena mampu menghadirkan UMK multi-sektor yang relevan dengan tema kegiatan, sekaligus menjadi penghubung antara dunia akademik dengan praktik nyata di lapangan. Tanpa dukungan mitra, kegiatan ini tidak akan mampu menjangkau peserta secara tepat sasaran.

Penghargaan yang tulus juga diberikan kepada para pelaku UMK peserta kegiatan yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengikuti seluruh proses pelatihan. Antusiasme dan partisipasi aktif mereka dalam diskusi, praktik analisis SWOT dan ROWS, serta presentasi hasil, menjadi faktor penentu keberhasilan kegiatan ini. Keterbukaan peserta dalam berbagi pengalaman dan tantangan usaha masing-masing memperkaya proses pembelajaran kolektif.

Tidak kalah penting, tim pelaksana menyampaikan terima kasih kepada mahasiswa Program Studi Bisnis Digital Universitas Bina Nusantara Kampus Semarang yang berperan sebagai asisten fasilitator. Kehadiran mahasiswa memperlancar jalannya kegiatan, baik dalam mendampingi peserta, mendokumentasikan proses, maupun membantu dalam aspek teknis penggunaan media pembelajaran. Keterlibatan mahasiswa juga memberi nilai tambah berupa pengalaman praktis yang berharga sebagai calon profesional di bidang bisnis digital.

Akhirnya, apresiasi juga diberikan kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang dengan caranya masing-masing telah mendukung keberhasilan kegiatan ini. Semoga kolaborasi yang terjalin dalam program ini dapat terus berlanjut, sehingga memberi kontribusi nyata bagi pemberdayaan UMK di era digital serta mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs), khususnya pendidikan berkualitas dan pertumbuhan ekonomi yang inklusif.

REFERENSI

- Annisa, Y. N., Satria, A. B., Saepuloh, A., Forcsa, D., Nuraeni, F. S., Burhanudin, H., ... Irmala, Y. (2025). Urgensi program calistung metode kreatif dalam meningkatkan kemampuan membaca, menulis dan berhitung di SDN Mekarasih. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(1), 6062–6068. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2571>
- Benardi, C., Chaidir, A., & Andani, A. (2023). Sustainable digital marketing strategies for strengthening MSME branding. *Proceedings of the International Conference on Economics and Business*.
- Fitriani, A., dkk. (2024). Analisis SWOT untuk digitalisasi strategi pemasaran usaha kecil dan menengah kerajinan bambu. *Jurnal Aplikasi Teknologi Tepat Guna*. Universitas Islam Indonesia.
- Hamdiah, H., Utami, F. N., Heriyani, H., Dahlia, D., & Wulandari, S. (2025). Penerapan model kanvas dalam pendampingan tenaga kerja mandiri pemula untuk perencanaan bisnis di Kelurahan Pematang Kandis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(1), 2226–2230. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1965>
- Lestari, N. D., Sugiarti, N. E., Sudaryana, N. Y., Mukrodi, N., & Ruknan, N. (2025). EFFECTIVENESS OF THE FORUM KAMPUS UMKM KUNINGAN PROGRAM IN DEVELOPING MEMBERS' ENTREPRENEURIAL CHARACTERISTICS AND COMPETENCIES. *Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)*, 1(3), 878–892. <https://doi.org/10.62567/ijosse.v1i3.1385>
- Lukito, D. (2023). Hard skills and soft skills on performance: Influence and application of Bengkulu City Education Service employees. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 2(11), 4695-4710. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v2i11.6700>
- Sudiantini, D., et al. (2023). The role of digital marketing in enhancing MSME competitiveness. *Jurnal*