



PP-ISSN: 2987-2146, E-ISSN: 2987-7040

Jurnal Pengabdian Tangerang Selatan:

JURANTAS, Vol. 3, No. 3, September-Desember 2025: (106-113)

©2023 Lembaga Aspirasi Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Putra Bangsa (LAP4B) Tangerang Selatan,

## PELATIHAN PENTINGNYA MENGENALI PESAING BISNIS DAN PENERAPAN ANALISIS SWOT BAGI PARA PENGURUS PONDOK PESANTREN UMMUL QURO PONDOK CABE TANGERANG SELATAN

Paeno<sup>1\*</sup>, Oki Iqbal Khair<sup>2</sup>, Sutrisno<sup>3</sup>

Prodi Manajemen, Universitas Pamulang

[dosen01362@unpam.ac.id](mailto:dosen01362@unpam.ac.id)<sup>1\*</sup>, [dosen01801@unpam.ac.id](mailto:dosen01801@unpam.ac.id)<sup>2</sup>, [dosen00035@unpam.ac.id](mailto:dosen00035@unpam.ac.id)<sup>3</sup>

\*Korespondensi Penulis

**Kata Kunci:**Pesaing Bisnis;  
Analisis SWOT;  
Strategi Usaha

**Abstrak:** Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, kemampuan untuk mengenali pesaing dan memahami posisi usaha secara strategis menjadi kunci keberhasilan. Penelitian ini membahas pentingnya identifikasi pesaing dalam dunia usaha serta penerapan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) sebagai alat bantu strategis bagi para pelaku usaha. Dengan memahami kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal, pelaku usaha dapat merancang strategi yang lebih adaptif dan kompetitif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi literatur dan observasi terhadap sejumlah UMKM sebagai objek kajian. Hasil menunjukkan bahwa para pelaku usaha yang secara aktif menganalisis pesaing dan menerapkan SWOT cenderung lebih responsif terhadap dinamika pasar dan mampu mengidentifikasi peluang pertumbuhan lebih dini. Temuan ini menegaskan pentingnya penguasaan alat analisis strategis dalam menunjang keberlanjutan dan daya saing usaha di era globalisasi.

**Keywords:**Business  
Competitors;  
SWOT Analysis;  
Business Strategy

**Abstract:** In an increasingly competitive business environment, the ability to recognize competitors and understand a business's strategic position is the key to success. This study discusses the importance of identifying competitors in the business world and the application of SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analysis as a strategic tool for business actors. By understanding internal strengths and weaknesses, as well as external opportunities and threats, business actors can design more adaptive and competitive strategies. This study uses a qualitative approach with literature studies and observations of a number of MSMEs as the objects of study. The results show that business actors who actively analyze competitors and apply SWOT tend to be more responsive to market dynamics and are able to identify growth opportunities earlier. This finding emphasizes the importance of mastering strategic analysis tools in supporting the sustainability and competitiveness of businesses in the era of globalization.

**PENDAHULUAN**

Pondok Pesantren Ummul Quro merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam yang berupaya mewujudkan kemandirian ekonomi melalui pengembangan unit-unit usaha berbasis pesantren. Dalam beberapa tahun terakhir, pesantren ini telah mengembangkan berbagai lini usaha seperti koperasi santri, produksi makanan ringan, pertanian terpadu, peternakan, serta layanan jasa dan perdagangan. Upaya ini merupakan bagian dari visi pesantren untuk mencetak santri yang tidak hanya cakap dalam ilmu agama, tetapi juga mandiri secara ekonomi serta memiliki keterampilan kewirausahaan. Namun, di tengah perkembangan tersebut, muncul berbagai tantangan yang cukup signifikan, terutama terkait dengan daya saing usaha. Dalam praktiknya, banyak pelaku usaha di lingkungan pesantren belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai kondisi pasar dan peta persaingan usaha yang mereka hadapi. Mereka cenderung menjalankan usaha



secara konvensional dan intuitif, tanpa melakukan kajian pasar maupun identifikasi pesaing secara sistematis. Kurangnya data dan informasi tentang kompetitor, baik dari sektor usaha sejenis di luar pesantren maupun dari pelaku UMKM lokal lainnya, membuat usaha pesantren rentan terhadap stagnasi bahkan penurunan daya saing.

Selain itu, masih terdapat kelemahan dalam aspek manajerial dan strategi. Pelaku usaha pesantren belum secara menyeluruh memanfaatkan alat analisis strategis seperti analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dalam merumuskan rencana bisnis. Kekuatan internal seperti semangat kolektif, dukungan komunitas pesantren, dan kepercayaan masyarakat sekitar sering kali tidak dioptimalkan secara maksimal. Di sisi lain, kelemahan seperti kurangnya pelatihan kewirausahaan, keterbatasan modal, dan manajemen yang belum profesional masih menjadi kendala utama.

Peluang eksternal yang cukup besar, seperti meningkatnya minat masyarakat terhadap produk berbasis keislaman, tren halal lifestyle, serta dukungan dari pemerintah terhadap pengembangan ekonomi pesantren, belum dimanfaatkan secara strategis. Sementara itu, ancaman eksternal seperti fluktuasi harga bahan baku, perubahan tren konsumen, dan munculnya pesaing dari sektor swasta yang lebih mapan, belum diantisipasi dengan baik karena ketiadaan mekanisme analisis lingkungan yang memadai.

## **KAJIAN TEORI**

### **Pentingnya Mengenali Pesaing Bisnis**

Dalam dunia usaha yang kompetitif, mengenali pesaing bisnis bukan hanya merupakan langkah taktis, tetapi juga strategi fundamental untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing. Pesaing bisnis adalah entitas lain yang menawarkan produk atau jasa yang sama atau serupa kepada pasar yang sama. Mengenali siapa saja pesaing, bagaimana mereka beroperasi, kelebihan dan kekurangan mereka, serta strategi yang mereka gunakan, merupakan bagian penting dari proses pengambilan keputusan bisnis yang efektif.

#### **1. Membantu Memahami Posisi di Pasar**

Dengan mengetahui siapa pesaing dan bagaimana mereka bekerja, pelaku usaha dapat memahami posisi usahanya dalam pasar. Hal ini penting untuk mengetahui apakah produk atau layanan mereka berada di atas, sejajar, atau tertinggal dibandingkan dengan kompetitor. Pemahaman ini memungkinkan pelaku usaha untuk mengidentifikasi keunggulan kompetitif mereka dan menyusun strategi diferensiasi yang tepat.

#### **2. Mengidentifikasi Peluang dan Ancaman**

Pesaing bukan hanya ancaman, tapi juga sumber informasi penting yang dapat membuka peluang. Misalnya, jika pesaing gagal memenuhi kebutuhan tertentu pelanggan, hal tersebut bisa menjadi celah pasar yang dapat dimanfaatkan. Sebaliknya, jika pesaing mulai menawarkan produk baru atau menurunkan harga, itu menjadi ancaman yang harus diantisipasi segera.

#### **3. Meningkatkan Inovasi dan Adaptasi**

Persaingan memicu inovasi. Dengan memantau langkah-langkah pesaing, pelaku usaha terdorong untuk terus mengembangkan produknya, meningkatkan kualitas layanan, serta memperbarui strategi pemasaran. Usaha yang tidak mengenali pesaingnya cenderung stagnan dan sulit beradaptasi terhadap perubahan pasar.

#### **4. Menyusun Strategi Pemasaran yang Lebih Efektif**

Pengetahuan tentang pesaing memungkinkan pelaku usaha merancang strategi pemasaran yang lebih akurat, misalnya dalam hal penetapan harga, promosi, distribusi, dan komunikasi dengan pelanggan. Strategi yang didasarkan pada pemahaman kompetitor akan lebih terarah dan efisien dibandingkan strategi yang dibuat tanpa data pasar.

#### **5. Menghindari Kesalahan Strategis**

Tanpa mengenal pesaing, pelaku usaha bisa mengambil keputusan yang salah, seperti memasuki segmen pasar yang sudah jenuh atau meniru strategi kompetitor tanpa memahami konteksnya. Dengan melakukan analisis pesaing, kesalahan semacam ini bisa diminimalisasi.

#### **6. Membangun Keunggulan Kompetitif Jangka Panjang**

Akhirnya, mengenali pesaing secara terus-menerus adalah dasar untuk membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Bukan hanya memenangkan pasar dalam jangka pendek, tetapi juga menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka panjang melalui strategi yang adaptif dan berbasis data.

## Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah salah satu alat manajemen strategis yang digunakan untuk memahami posisi strategis suatu organisasi atau usaha dengan menilai empat elemen utama: Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman). Analisis ini bertujuan untuk membantu pelaku usaha menyusun strategi yang realistis dan berorientasi pada pengembangan keunggulan kompetitif.

### 1. Strengths (Kekuatan)

Merupakan keunggulan internal yang dimiliki oleh suatu usaha dan dapat digunakan untuk meraih keunggulan kompetitif. Kekuatan bisa berupa:

- a) Sumber daya manusia yang kompeten
- b) Lokasi usaha yang strategis
- c) Produk yang unik dan berkualitas
- d) Loyalitas pelanggan
- e) Modal atau aset yang kuat

Contoh: Sebuah usaha kuliner milik pesantren memiliki resep khas tradisional yang tidak dimiliki kompetitor lokal.

### 2. Weaknesses (Kelemahan)

Merupakan faktor internal yang menjadi penghambat atau keterbatasan dalam mencapai tujuan usaha. Kelemahan ini harus dikenali agar bisa diperbaiki.

- a) Kurangnya pengalaman manajerial
- b) Sistem distribusi yang belum efisien
- c) Keterbatasan modal atau teknologi
- d) Kurangnya promosi dan branding

Contoh: Pelaku usaha belum memiliki strategi pemasaran digital, sehingga jangkauan pasar masih terbatas.

### 3. Opportunities (Peluang)

Merupakan kondisi eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk pertumbuhan usaha. Peluang sering muncul dari perubahan sosial, teknologi, regulasi, atau tren pasar.

- a) Meningkatnya kesadaran terhadap produk halal
- b) Dukungan pemerintah untuk UMKM
- c) Perkembangan teknologi pemasaran digital
- d) Kemitraan strategis dengan pihak luar

Contoh: Meningkatnya permintaan akan produk ramah lingkungan menjadi peluang untuk pengembangan produk baru.

### 4. Threats (Ancaman)

Ancaman **adalah** faktor eksternal yang dapat menghambat atau merugikan usaha jika tidak diantisipasi dengan baik.

- a) Persaingan yang semakin ketat
- b) Fluktuasi harga bahan baku
- c) Perubahan regulasi pemerintah
- d) Perubahan preferensi konsumen

Contoh: **Munculnya** banyak usaha sejenis di sekitar lingkungan pesantren yang menawarkan harga lebih murah.

## Manfaat Analisis SWOT

- a. Memberikan gambaran menyeluruh tentang posisi usaha
- b. Menjadi dasar penyusunan strategi jangka pendek dan Panjang
- c. Membantu pelaku usaha dalam pengambilan keputusan yang lebih tepat
- d. Menjadi alat refleksi untuk perbaikan berkelanjutan

**Penerapan SWOT dalam Konteks Pesantren**

Dalam konteks pesantren seperti Pondok Pesantren Ummul Quro, analisis SWOT dapat digunakan untuk:

- 1) Mengembangkan unit-unit usaha yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar
- 2) Mengidentifikasi peran santri dan alumni dalam penguatan usaha
- 3) Menyesuaikan strategi bisnis dengan nilai-nilai keislaman dan sosial

Analisis SWOT sebaiknya dilakukan secara berkala agar pelaku usaha bisa terus mengevaluasi dan menyesuaikan strategi dengan dinamika pasar dan lingkungan internalnya.

**METODE**

Metode yang digunakan dalam Pengabdian ini adalah pelaksana pelatihan dan pendampingan. Kegiatan ini merupakan jenis Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan oleh dosen - dosen Universitas Pamulang yang ahli dalam bidang manajemen SDM. Pengabdi mengadakan pertemuan terlebih dahulu dengan pengurus Pondok Pesantren Ummul Quro untuk mengumpulkan masalah yang ada kemudian mengkaji dan selanjutnya dirumuskan dalam bentuk Pelatihan khususnya perihal penerapan analisis Swot. Pelatihan yang akan dipergunakan adalah rembuk atau tukar pendapat agar terjalin kebersamaan dan terdapat informasi dua arah sehingga apa yang kita harapkan tercapai. Setelah itu, pengabdi membuat materi dan susunan panduan pelaksanaan penerapan Analisis Swot dan analisis pesaing. Lanjut penyusunan materi pendukung yang berguna untuk pemecahan masalah dan sekaligus merancang kegiatan serta panduan penerapan analisis swot. Pada pelaksanaan pengabdian dilakukan pelatihan dan dilanjutkan pendampingan pelaksanaannya pada hari hari selanjutnya lalu kemudian dilakukan evaluasi secara menyeluruh dan bertahap untuk memastikan tercapainya pelatihan penerapan analisis swot dan analisis pesaing.

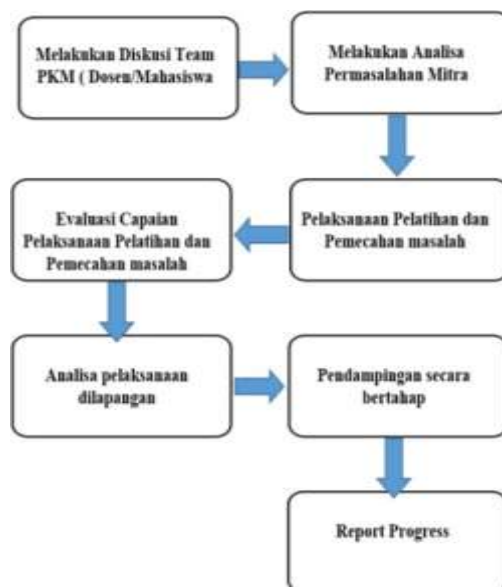
Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) diselenggarakan di lokasi yang telah ditetapkan dengan mengakomodir jumlah peserta untuk dapat berkumpul dengan nyaman dan tenang. Pemilihan lokasi diadakan di Pondok pesantren Ummul Quro.

Ruang lingkup yang akan kami bahas dalam Pelatihan ini antara lain:

1. Pelatihan tentang pentingnya mengenali pesaing bisnis
2. Pelatihan terhadap penerapan analisis Swot
3. Pelatihan untuk Mengelola organisasi yang baik

**Kerangka Pemecahan Masalah**

Alur kerja yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi pada Pondok Pesantren Ummul Quro seperti ditunjukkan pada gambar berikut:



**Gambar 1: Alur Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat**

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil**

Hasil pelaksanaan PKM diukur berdasarkan jawaban peserta pelatihan dengan tentang: materi pelatihan, fasilitator, tempat pelatihan dan sajian/konsumsi selama pelatihan yang diukur menggunakan penilaian skala 1 sampai 5 berikut:

**Tabel 1: Skala jawaban responden pelatihan**

Skor	Kriteria
4,21-5,00	Sangat Baik
3,41-4,20	Baik
2,61-3,40	Cukup
1,81-2,60	Kurang
1,00-1,80	Kurang Skali

**Tabel 2: Penilaian Responden Terhadap Pelaksanaan Pelatihan**

No	Penilaian Kegiatan	5	4	3	2	1	Jmh	Skor	Rata-rata	Keterangan
<b>A Materi Pelatihan</b>										
1	Jelas dan mudah diikuti	20	6	4	0	0	30	136	4.53	Sangat Baik
2	Relevan dengan objektivitas pelatihan	19	7	4	0	0	30	135	4.50	Sangat Baik
	Sub Total_1	39	13	8	0	0	60	271	4.52	Sangat Baik
<b>B Narasumber</b>										
1	Penguasaan materi	23	2	5	0	0	30	138	4.60	Sangat Baik
2	Keampuan <i>Public Speaking</i>	20	5	5	0	0	30	135	4.50	Sangat Baik
3	Kejelasan dalam penyampaian	21	4	5	0	0	30	136	4.53	Sangat Baik
4	Kemampuan dalam menjawab pertanyaan	17	10	3	0	0	30	134	4.47	Sangat Baik
5	Penampilan	24	1	5	0	0	30	139	4.63	Sangat Baik
	Sub Total_2	105	22	23	0	0	150	682	4.55	Sangat Baik
<b>C Tempat Pelatihan</b>										
1	Kenyamanan dalam belajar	20	8	2	0	0	30	138	4.60	Sangat Baik
	Sub Total_2	20	8	2	0	0	30	138	4.60	Sangat Baik
<b>D Sajian/Konsumsi</b>										
1	Coffe break/snack	21	4	5	0	0	30	136	4.53	Sangat Baik
2	Makan Siang	20	9	1	0	0	30	139	4.63	Sangat Baik
	Sub Total_2	41	13	6	0	0	60	275	4.58	Sangat Baik
	<b>Kesimpulan Umum Pelatihan</b>	115	47	28	0	0	300	1366	4.55	Sangat Baik

5. Baik Sekali , 4. Baik, 3. Cukup, 2. Cukup, 1. Kurang Sekali

Berdasarkan hasil jawaban 30 responden dar i30 peserta pelatihan pada tabel di atas, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. **Materi pelatihan** yang meliputi kejelasan materi, mudah diikuti dan relevan dengan obyektivitas pelatihan yang dilaksanakan diperoleh skor nilai 4,53 dengan kriteria sangat baik karena terletak diantara skor 4,21 sampai 5,00.
2. **Narasumber** pelatihan dalam hal penguasaan materi, kemampuan *Public Speaking*, kejelasan materi, penampilan dan kemampuan menjawab pertanyaan peserta diperoleh skor nilai 4,55 dengan kriteria sangat baik karena terletak diantara skor 4,21 sampai 5,00.



3. **Tempat pelatihan** dalam hal ini kenyamanan peserta selama peserta mengikuti pelatihan tergolong sangat baik dengan skor nilai 4,60 dan terletak diantara skor 4,21 sampai 5,00.
4. **Sajian/konsumsi** dalam hal penyediaan coffee break/snak dan makan siang peserta diperoleh skor nilai 4,58 dengan kriteria sangat baik karena terletak diantara skor 4,21 sampai 5,00.

Dari hasil keseluruhan pelaksanaan pelatihan manajemen keuangan bagi usaha kecil dan menengah rata-rata keseluruhan diperoleh nilai 4,55 katagori pelatihan “sangat baik”. Adapun urutan evaluasi pelaksanaan kegiatan pelatihan dari yang tertinggi hingga terendah meliputi: materi pelatihan skor 4,53, Narasumber dengan skor 4,55, tempat pelatihan dengan skor 4,60 dan sajian/konsumsi dengan skor 4,58.

### **Pembahasan**

1. Materi pelatihan yang diberikan kepada peserta sangat baik karena materi disampaikan dengan jelas, mudah diikuti dan relevan dengan peserta.
2. Narasumber pelatihan sangat baik dalam menguasai materi, cara/gaya penyampaian (*Public Speaking*), kejelasan materi, penampilan dan kemampuan dalam menjawab permasalahan yang disampaikan oleh peserta.
3. Tempat pelatihan sangat baik, karena peserta merasa nyaman dalam mengikuti seluruh kegiatan pelatihan dari awal sampai akhir.
4. Konsumsi dan coffe break/snak yang disediakan sangat baik.



**Gambar 2: Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat**

### **SIMPULAN**

Dalam upaya mewujudkan kemandirian ekonomi, Pondok Pesantren Ummul Quro perlu mengelola unit-unit usahanya dengan pendekatan yang lebih strategis dan profesional. Salah satu

langkah penting dalam hal ini adalah dengan mengenali pesaing bisnis secara menyeluruh. Dengan memahami siapa saja pesaing, bagaimana mereka beroperasi, serta keunggulan dan kelemahan mereka, pesantren dapat merumuskan langkah-langkah yang lebih tepat dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompleks, baik di tingkat lokal maupun regional.

Di sisi lain, penerapan analisis SWOT memberikan landasan yang kuat bagi pesantren dalam menilai posisi usahanya secara objektif. Melalui identifikasi kekuatan (seperti kepercayaan masyarakat dan dukungan komunitas pesantren), kelemahan (seperti keterbatasan manajemen modern), peluang (seperti tren produk halal dan dukungan pemerintah), serta ancaman (seperti munculnya pesaing baru dan perubahan preferensi konsumen), pesantren dapat menyusun strategi yang lebih adaptif dan berkelanjutan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amaliyah, I., & Witjakaksono, R. (2017). Analisis SWOT untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), 1-10. <https://doi.org/10.26460/jim.v5i2.2385>
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (16th ed.). Pearson Education.
- Fahmi, I. (2015). *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Alfabeta.
- Harahap, N. (2019). Penelitian Kepustakaan. *Jurnal Iqra'*, 13(1), 68-73. <https://doi.org/10.30829/iqra.v13i1.3934>
- Hariato, D., & Nainggolan, L. E. (2020). Analisis Kompetitor dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 45-56. <https://doi.org/10.35590/jeb.v7i1.1234>
- Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. (2012). *Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability* (13th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mulyadi, H. (2018). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(3), 231-245. <https://doi.org/10.32503/jmb.v4i3.456>
- Nur, M., & Sari, D. P. (2019). Pentingnya Analisis Pesaing dalam Strategi Bisnis. *Jurnal Manajemen Strategis*, 6(2), 112-125. <https://doi.org/10.28932/jms.v6i2.789>
- Porter, M. E. (2008). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
- Purwanto, E. A., & Sulistyastuti, D. R. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial*. Gava Media.
- Rahmawati, D. (2020). Penerapan Analisis SWOT dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Pendidikan Islam*, 8(1), 67-82. <https://doi.org/10.15575/jpi.v8i1.8765>
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management* (14th ed.). Pearson Education.
- Salusu, J. (2015). *Pengambilan Keputusan Stratejik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*. Grasindo.
- Sari, R. K., & Wijaya, A. (2021). Strategi Kompetitif Berbasis Analisis Pesaing. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*,



9(2), 145-160. <https://doi.org/10.24198/jbm.v9i2.2341>

Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. PT RajaGrafindo Persada.

Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi* (3rd ed.). Andi Offset.

Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2018). *Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation and Sustainability* (15th ed.). Pearson.

Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Andi Offset.

