

PERAN ANALISIS SWOT DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN STRATEGIS DI PERUSAHAAN STARTUP

Alivia Dwi Vivi Desintawati¹, Fita Diana², Rusdi Hidayat N³, Indah Respati Kusumasari⁴
Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Email : 23042010189@student.upnjatim.ac.id , 23042010162@student.upnjatim.ac.id,
rusdi_hidayat.adbis@upnjatim.ac.id, indahrespati.adbis@upnjatim.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine how SWOT analysis functions to help new businesses make the right strategic choices in the face of market uncertainty. The focus of this research is to find the parts of the SWOT analysis that most influence decision-making and how this analysis can be used to improve the startup's competitive strategy. The research was conducted through a literature review from 2019 to 2024, using scientific publications, business reports, and related articles. SWOT analysis, competitive advantage, and decision-making process are the main themes in the analysis of collected data. In addition, data triangulation techniques are used to increase the validity of results and provide strategic advice to entrepreneurs. The results of the study show that SWOT analysis is very helpful for startups in decision-making and facing the challenges of a changing market.

Keywords: SWOT Analysis, StartUp, Decision Making

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana analisis SWOT berfungsi untuk membantu bisnis baru membuat pilihan strategis yang tepat saat menghadapi ketidakpastian pasar. Fokus penelitian ini adalah menemukan bagian analisis SWOT yang paling memengaruhi pengambilan keputusan dan bagaimana analisis ini dapat digunakan untuk meningkatkan strategi kompetitif startup. Penelitian ini dilakukan melalui tinjauan literatur dari tahun 2019 hingga 2024, menggunakan publikasi ilmiah, laporan bisnis, dan artikel terkait. Analisis SWOT, keunggulan kompetitif, dan proses pengambilan keputusan adalah tema utama dalam analisis data yang terkumpul. Selain itu, teknik triangulasi data digunakan untuk meningkatkan validitas hasil dan memberikan saran strategis kepada pengusaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis SWOT sangat membantu startup dalam pengambilan keputusan dan menghadapi tantangan pasar yang berubah-ubah.

Kata Kunci: Analisis SWOT, StartUp, Pengambilan Keputusan

Article History

Received: November 2024
Reviewed: November 2024
Published: November 2024

Plagiarism Checker No 223
DOI : Prefix DOI :
10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author
Publish by : Musytari



This Work Is Licensed Under A [Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di era sekarang, dunia bisnis berkembang dengan sangat cepat. Perkembangan ini mencakup sejumlah sektor yang berbeda selain sektor jasa, termasuk perdagangan dan industri. Untuk tetap menjadi yang terdepan dalam persaingan, dunia usaha di semua sektor terus berusaha meningkatkan dan mengoptimalkan operasinya (Samsudin et al., 2023). Agar pelanggan merasa puas dan nyaman, setiap bisnis harus mampu menyediakan barang dan jasa berkualitas tinggi. Guna menjaga keberlangsungan bisnis dan mendongkrak pendapatan

perusahaan, kegiatan ini menjadi krusial. Perekonomian suatu negara sangat terkena dampak dari pertumbuhan eksplosif sektor industri, yang dibantu oleh kemajuan teknis dan akhirnya mengantarkan pada era digital (Rasta, Pohan, & Nurbaiti, 2024). Perkembangan teknologi di Indonesia telah meningkatkan jumlah pesaing terutama dari kalangan perusahaan sejenis. Sebab itu, seorang pengusaha harus mempunyai upaya yang efektif untuk menghadapi ancaman dari pesaing.

Perusahaan perlu merancang strategi yang tepat agar dapat bertahan dan tumbuh dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan penuh persaingan. Dalam menghadapi kompleksitas pasar dan perubahan yang cepat, analisis menyeluruh terhadap kondisi internal dan eksternal perusahaan sangatlah penting, dan analisis SWOT adalah alat yang dapat melakukan hal tersebut (Jannah et al., 2024). Analisis SWOT sangat mudah diimplementasikan dan telah terbukti membantu dalam mengembangkan perencanaan yang efektif untuk bisnis. Ini mempunyai sejumlah pengimplementasian secara umum, seperti menilai kondisi dalam maupun luar suatu bisnis dan menentukan seberapa baik bisnis tersebut dapat mengelola operasinya dalam mengatasi persaingan. Analisis SWOT adalah alat penting untuk membantu manajer bisnis membuat keputusan. Sebab itu, dapat disimpulkan bahwasanya analisis SWOT memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan dan memiliki kaitan yang besar. (Nominus et al., 2024)

Perusahaan startup berfokus pada inovasi untuk menawarkan solusi baru atau mengubah cara industri beroperasi. Mengembangkan model bisnis yang dapat berkembang cepat, tetapi juga rentan terhadap kegagalan, adalah tujuan utama startup. Selain itu, startup sering bergantung pada dana dari investor luar untuk mempercepat ekspansinya, seperti venture capital yang mengharapkan keuntungan besar. Startup yang sukses sering membawa perubahan besar dalam teknologi atau model bisnis dalam memenuhi kebutuhan konsumen di era sekarang di tengah ketidakpastian pasar. (Ratih Palgunadi, 2023)

Keputusan strategis sangat penting bagi bisnis startup yang dinamis untuk bertahan dan berkembang. Apabila digunakan dalam proses perencanaan strategis, analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) adalah alat yang diperlukan dalam memahami kondisi luar dan dalam suatu bisnis sehingga dapat menentukan kelebihan dan kekurangan yang ada serta peluang dan ancaman yang mungkin muncul. Dengan menggunakan analisis ini, startup dapat membuat strategi yang sesuai dengan visi dan misi mereka dan siap untuk beradaptasi dengan perubahan pasar. (Avrilia Ayunia Widyaningrum et al., 2024)

Rumusan Masalah

1. Bagaimana analisis SWOT membantu perusahaan startup membuat keputusan yang tepat di tengah ketidakpastian?
2. Dalam konteks startup, komponen mana dari analisis SWOT yang paling memengaruhi pengambilan keputusan strategis?
3. Bagaimana strategi pemenangan persaingan pasar perusahaan startup dapat dioptimalkan dengan menerapkan SWOT?

Tujuan Penelitian

1. Mengkaji fungsi analisis SWOT untuk membantu perusahaan startup membuat keputusan strategis.
2. Menemukan komponen penting dari analisis SWOT yang berkontribusi besar pada keputusan strategis yang dibuat oleh perusahaan startup.
3. Mengevaluasi seberapa efektif menggunakan analisis SWOT untuk membuat strategi yang kompetitif dan fleksibel untuk perusahaan startup di pasar yang berkembang cepat.

LANDASAN TEORI

Teori Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah prosedur metodis untuk menentukan elemen-elemen penting saat membuat rencana bisnis. Pendekatan perencanaan yang efektif ini digunakan dalam mengukur peluang, ancaman, kelemahan, dan kekuatan suatu bisnis. Akronim SWOT terdiri dari empat komponen ini, yang terdiri dari peluang dan ancaman dari luar dunia usaha serta kekuatan dan kelemahan dari dalam. Menemukan elemen-elemen yang mempengaruhi kinerja bisnis adalah tujuan dari analisis SWOT (Nurjannah & Mashuri, 2020). Konsumen, dokumen penting,

pemasok, lembaga keuangan, dan rekan bisnis lainnya hanyalah beberapa tempat di mana informasi mengenai kemungkinan dan bahaya dapat ditemukan. Sumber daya yang dapat dikelola secara efektif atau operasional organisasi yang berfungsi dengan lancar merupakan contoh kekuatan. Aktivitas bisnis yang tidak berfungsi dengan maksimal atau sumber daya yang dibutuhkan organisasi tetapi kurang disebut sebagai kelemahan. Peluang adalah aspek yang menguntungkan dari dunia luar. Ancaman merupakan unsur yang tidak menguntungkan dari dunia luar.

Teori Pengambilan Keputusan

Pada berbagai tingkat hierarki organisasi, keputusan adalah tindakan yang dibuat untuk menyelesaikan tugas tertentu. Hal ini juga dapat digambarkan sebagai proses penyelesaian masalah yang dimulai dengan identifikasi masalah dan diakhiri dengan kesimpulan atau saran. Ada dua kategori keputusan: pertama, keputusan terprogram, yang terstruktur dan terjadi secara teratur; kedua, keputusan tidak terprogram, yaitu kurang terstruktur, kurang umum, dan jarang terjadi dibandingkan keputusan terprogram (Maylanie, 2022). Untuk memastikan bahwa keputusan sesuai dengan kebutuhan dan arah organisasi, prosedur dan tahapan tertentu harus diikuti saat mengambil keputusan dalam bisnis. Dengan bantuan teknologi yang memadai, hal ini berupaya untuk menghasilkan hasil terbaik. Dengan mengevaluasi pilihan yang berbeda, proses pengambilan keputusan bertujuan untuk membangun masa depan yang diinginkan.

Teori Keunggulan Kompetitif StartUp

Michael Porter, yang mengemukakan Teori Keunggulan Kompetitif, menjelaskan bagaimana bisnis dapat membangun posisi yang khas dan bernilai di pasar dengan berkonsentrasi pada sumber daya atau kemampuan yang lebih baik yang sulit ditiru oleh pesaing. Porter menyatakan bahwa diferensiasi produk, kepemimpinan biaya, atau konsentrasi pada sektor pasar tertentu semuanya dapat memberikan keunggulan kompetitif (Porter, 1980). Startup harus bersaing dengan bisnis besar yang memiliki sumber daya lebih besar dan infrastruktur yang kuat, sehingga ide ini dapat diterapkan di lingkungan mereka. Teknologi inovatif, fleksibilitas operasional, atau pendekatan layanan pelanggan yang lebih individual hanyalah beberapa contoh karakteristik khusus atau nilai tambahan yang mungkin ditemukan oleh startup dengan menggunakan analisis SWOT. Banyak perusahaan yang makmur, misalnya, memanfaatkan inovasi produk atau dominasi teknologi.

METODE PENELITIAN

Dengan mengkaji berbagai sumber ilmiah dan publikasi terkini, metode penelitian ini menggunakan metodologi studi literatur atau tinjauan literatur untuk mencoba memahami fungsi analisis SWOT dalam pengambilan keputusan strategis di organisasi startup. Informasi dikumpulkan dari berbagai sumber terkait, seperti publikasi, laporan industri, jurnal ilmiah, dan artikel yang diterbitkan antara tahun 2019 dan 2024. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menunjukkan dengan tepat ide-ide penting dan studi sebelumnya tentang penerapan SWOT dalam strategi bisnis startup, seperti serta bagaimana SWOT dapat membantu startup dalam mengatasi hambatan dalam lingkungan bisnis yang terus berubah.

Metode analisis konten, yang mengklasifikasikan dan mengatur informasi dari beragam literatur berdasarkan tema utama termasuk keunggulan kompetitif, fleksibilitas, dan proses pengambilan keputusan di awal, digunakan untuk menganalisis data. Peneliti dapat menggunakan metode ini untuk membandingkan dan membedakan sudut pandang yang berbeda agar memiliki pemahaman menyeluruh tentang kesulitan dan kemandirian analisis SWOT dalam bisnis startup. Dengan membandingkan temuan dari berbagai sumber, teknik triangulasi data digunakan untuk meningkatkan validitas temuan penelitian dan memberikan landasan saran strategis bagi startup di tahap awal pengembangannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Definisi Analisis SWOT Dalam Bisnis

Dalam sebuah bisnis, teknik perencanaan strategis untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi semua faktor-faktor baik internal maupun eksternal perusahaan yang dapat mempengaruhi kinerja dan perkembangan perusahaan disebut dengan Analisis SWOT.

Menurut Albert S. Humphrey, Analisis SWOT merupakan teknik atau cara yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dialami oleh sebuah perusahaan. Teknik ini dapat mempermudah bisnis dalam mengetahui posisi strategis dengan memetakan faktor internal dan juga faktor eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja dan pertumbuhan. Analisis SWOT tidak berfungsi hanya sebagai alat evaluasi, tetapi juga memberikan cara untuk mengambil keputusan bisnis yang lebih baik dalam memastikan pengelolaan dan pengoptimalan bisnis jangka panjang. (Widiartha & Pasaribu, 2023) Dengan mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal ini, organisasi dapat mengembangkan strategi yang lebih baik untuk mencapai *goals* dan tetap kompetitif di pasar. Setiap komponen Analisis SWOT dijelaskan sebagai berikut:

1. **Kekuatan (*Strengths*)** dalam konteks organisasi merupakan atribut internal yang menghasilkan keunggulan kompetitif perusahaan. Misalnya, perusahaan teknologi memiliki kelompok penelitian dan pengembangan (R&D) inovatif yang dapat terus menciptakan produk baru yang memenuhi kebutuhan pasar. Misalnya, perusahaan seperti Google dan Apple berada di garis depan dalam inovasi teknologi. Selain itu, merek yang bereputasi dan dikenal luas seperti Coca-cola atau Apple memiliki keunggulan dalam loyalitas pelanggan dan pengenalan merek. Merek yang kuat akan menarik konsumen baru untuk menjadi pelanggan dan mempertahankan pelanggan lama. Infrastruktur yang baik, seperti cakupan distribusi yang luas dan efisien, juga menjadi aset utama.

Misalnya, Amazon memiliki jaringan logistik yang sangat efisien yang memungkinkannya mengirimkan produk dengan cepat ke mana saja di dunia. Karyawan yang kompeten dan berpengalaman merupakan aset besar bagi suatu organisasi karena dapat meningkatkan produktivitas dan inovasi dalam perusahaan. Penggunaan teknologi maju di bidang manufaktur atau jasa juga dapat memberikan keunggulan kompetitif. Misalnya, perusahaan yang menggunakan otomatisasi dalam proses manufakturnya dapat meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya. Selain itu, pembiayaan yang memadai memungkinkan perusahaan berinvestasi dalam pengembangan produk, pemasaran, dan ekspansi bisnis. Dengan memahami dan memanfaatkan kekuatan ini, strategi organisasi dapat dikembangkan secara strategis dan efektif untuk mencapai *goals*, serta agar tetap kompetitif di pasar. (Fitri Anggreani, 2021)

2. **Kelemahan (*Weaknesses*)** merupakan faktor internal organisasi yang berpotensi menghambat kemampuan organisasi dalam mencapai *goals*. Misalnya, perusahaan manufaktur yang sering mengalami masalah kerusakan mesin mungkin akan mengalami penurunan produktivitas. Kurangnya diversifikasi produk juga dapat menjadi kelemahan, terlihat pada perusahaan yang terlalu bergantung pada satu produk atau pasar. Misalnya, Nokia pernah mendominasi pasar ponsel, namun ketergantungannya pada feature phone dan lambatnya adaptasi terhadap ponsel pintar merupakan kelemahan yang signifikan.

Selain itu, budaya organisasi yang buruk, seperti kurangnya komunikasi atau kolaborasi antar departemen, dapat menghambat inovasi dan efisiensi. Kurangnya karyawan yang terampil atau berpengalaman juga dapat merugikan pertumbuhan dan inovasi perusahaan. Sumber keuangan yang terbatas dapat menghambat kemampuan perusahaan untuk berinvestasi dalam pengembangan produk, pemasaran, dan ekspansi bisnis. Terlalu bergantung pada satu atau lebih pemasok juga dapat menimbulkan risiko karena jika pemasok tersebut bermasalah, perusahaan bisa mengalami gangguan dalam operasionalnya. Dengan mengidentifikasi dan memahami kelemahan-kelemahan ini, organisasi dapat menggunakan teknik tertentu untuk mengatasi atau meminimalkan dampaknya, sehingga akan meningkatkan produktivitas kinerja dan mencapai tujuan dengan lebih efektif.

3. **Peluang (Opportunities)** merupakan faktor eksternal yang dapat digunakan untuk kepentingan organisasi. Misalnya, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dan kebugaran dapat memberikan peluang bagi perusahaan yang beroperasi di sektor makanan kesehatan atau kebugaran. Perubahan peraturan yang menguntungkan, seperti insentif pajak untuk energi terbarukan, dapat memberikan peluang bagi perusahaan di sektor energi ramah lingkungan.

Selain itu, perkembangan teknologi saat ini seperti kecerdasan buatan dan *Internet of Things* menciptakan peluang baru bagi dunia usaha untuk meningkatkan efisiensi operasional dan menciptakan produk atau layanan yang inovatif. Misalnya, Tesla telah memanfaatkan perkembangan teknologi baterai dan kendaraan listrik untuk menjadi pemimpin di pasar mobil listrik. Selain itu, globalisasi dan akses ke pasar internasional memberikan peluang bagi dunia usaha untuk memperluas cakupannya dan meningkatkan pangsa pasar. Misalnya, bisnis e-commerce dapat memanfaatkan peningkatan akses Internet dan adopsi teknologi digital di berbagai negara untuk memperluas operasinya secara global.

Selain itu, perubahan demografis, seperti peningkatan jumlah penduduk usia kerja, dapat membuka kesempatan bagi perusahaan untuk mengembangkan produk dan layanan yang menyesuaikan dengan kebutuhan serta preferensi kelompok usia tersebut. Meningkatnya kesadaran lingkungan juga menciptakan peluang bagi dunia usaha untuk fokus pada operasional bisnis yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Misalnya, perusahaan yang menawarkan produk daur ulang atau ramah lingkungan mungkin menarik konsumen yang semakin peduli terhadap dampak lingkungan dari pembelian mereka.

Selain itu, kemitraan dan kolaborasi strategis dengan perusahaan lain dapat membuka peluang baru untuk inovasi dan pertumbuhan. Misalnya, perusahaan teknologi yang berkolaborasi dengan perusahaan manufaktur dapat mengembangkan solusi baru yang mengembangkan efisiensi produksi dan mengurangi biaya. Dengan memanfaatkan peluang ini, organisasi dapat mengembangkan strategi efektif untuk pertumbuhan secara berkelanjutan.

4. **Ancaman (Threats)** merupakan faktor eksternal yang berpotensi akan mengganggu operasional atau keberlanjutan suatu organisasi. Misalnya, perubahan kebijakan pemerintah yang merugikan, seperti kenaikan tarif impor, dapat mengancam dunia usaha yang bergantung pada bahan mentah impor. Jenis kebijakan ini dapat meningkatkan biaya produksi dan mengurangi margin keuntungan, sehingga memaksa perusahaan untuk mencari sumber bahan baku alternatif atau menaikkan harga produk, yang dapat berdampak negatif terhadap persaingan di pasar.

Meningkatnya persaingan juga menimbulkan ancaman yang signifikan. Misalnya, bisnis ritel tradisional menghadapi tantangan besar seiring dengan pertumbuhan e-commerce. Banyak toko fisik yang terpaksa tutup karena kalah bersaing dengan platform online seperti Amazon dan Alibaba, yang menawarkan kenyamanan berbelanja dari rumah dan seringkali memberikan harga yang lebih kompetitif. Hal ini mengharuskan perusahaan ritel tradisional untuk beradaptasi dengan cepat atau berisiko kehilangan pangsa pasar yang signifikan. Kondisi perekonomian yang tidak stabil seperti resesi atau inflasi yang tinggi juga dapat menurunkan daya beli konsumen dan mempengaruhi penjualan. Dalam situasi perekonomian yang sulit, konsumen cenderung mengurangi pengeluaran, terutama untuk barang-barang yang tidak penting, yang dapat berdampak negatif terhadap pendapatan bisnis.

Selain itu, kenaikan biaya operasional akibat inflasi dapat menurunkan margin keuntungan perusahaan. Pandemi COVID-19 adalah contoh nyata ancaman eksternal yang mengganggu banyak industri di seluruh dunia. Pandemi ini telah menyebabkan gangguan besar pada rantai pasokan global, memaksa bisnis

tutup, dan mengubah perilaku konsumen secara drastis. Banyak perusahaan harus menyesuaikan operasi mereka, seperti beralih ke model kerja jarak jauh atau meningkatkan langkah-langkah kesehatan dan keselamatan, yang memerlukan investasi tambahan dan dapat mengurangi efisiensi kerja.

Selain itu, perkembangan teknologi yang signifikan juga dapat menjadi ancaman bagi dunia usaha yang tidak dapat beradaptasi dengan cepat. Misalnya, perusahaan yang tidak mengadopsi teknologi terkini seperti kecerdasan buatan atau *Internet of Things* mungkin akan tertinggal dibandingkan pesaing mereka yang lebih inovatif. Dunia usaha harus terus berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan agar tetap relevan dan bertahan kompetitif di pasar yang terus berubah. Dengan memahami dan memprediksi ancaman ini, organisasi dapat mengembangkan strategi mitigasi yang efektif untuk melindungi kinerja dan keberlanjutannya. (Ratna Dwi Jayanti, 2019)

B. Contoh Nyata Dari StartUp Yang Berhasil Mengidentifikasi Dan Memanfaatkan Peluang Dalam Analisis SWOT

Dalam analisis ini, kami membandingkan beberapa startup terkemuka untuk memahami bagaimana mereka menggunakan analisis SWOT dalam pengambilan keputusan strategis. Dengan mempertimbangkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman setiap perusahaan, kita dapat melihat bagaimana setiap startup menangani tantangan dan memanfaatkan peluang untuk mendapatkan keunggulan kompetitif.

1. Analisis SWOT Pabrik Susu Sapi Segar Mulk JAPO Tanjunganom Nganjuk mengungkapkan beberapa poin penting yang dapat mempengaruhi strategi perusahaan ke depan. Kekuatan utama (*Strengths*) perusahaan ini adalah kualitas produknya yang konsisten, yang membedakannya dari produk susu lain di pasaran. Selain itu, kehadiran tempat produksi di dekat pasar memungkinkan perusahaan merespons kebutuhan konsumen dengan lebih efektif sehingga meningkatkan kepuasan konsumen.

Namun analisis SWOT juga mengidentifikasi beberapa kelemahan (*Weaknesses*) yang perlu mendapat perhatian. Seperti jarak dari sumber bahan baku merupakan kendala yang signifikan, karena dapat mengakibatkan biaya distribusi yang lebih tinggi dan peningkatan risiko kerusakan bahan baku selama transportasi. Kelemahan ini dapat mempengaruhi daya saing harga produk Susu Sapi Segar Mulk JAPO di pasar persaingan yang semakin ketat.

Di sisi lain, Mulk JAPO dapat memanfaatkan peluang (*Opportunities*) tertentu untuk meningkatkan kinerja dan efisiensi operasional. Salah satu solusinya adalah bekerja sama dengan mitra lokal yang lebih dekat dengan lokasi produksi, yang dapat membantu mengurangi biaya distribusi dan meminimalkan risiko kerusakan bahan baku. Namun dunia usaha juga harus mewaspadaai risiko dan ancaman yang ada (*Threats*), termasuk persaingan yang ketat dalam industri susu dan perubahan harga yang dapat mempengaruhi keuntungan.

Secara keseluruhan, analisis SWOT menyarankan strategi "*Hold and Maintain*" untuk Mulk JAPO. Strategi ini menekankan pentingnya menjaga kondisi saat ini dan melakukan perbaikan bertahap tanpa terburu-buru mengambil keputusan untuk merelokasi pabrik. Melalui pendekatan ini, Susu Sapi Segar Mulk JAPO mampu meminimalkan risiko dan memaksimalkan keuntungan, sekaligus terus beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan pasar. (Mirnatiwi J, Hasanah U, Syaichu A, 2022)

2. Analisis SWOT startup MakananHalal.id memberikan gambaran menyeluruh mengenai posisi perusahaan di pasar makanan halal. Kekuatan utama (*Strengths*) yang teridentifikasi adalah adanya jaminan kehalalan 100% terhadap produk yang ditawarkan, sehingga menarik minat konsumen terhadap aspek kehalalan. Hal ini memberikan MakananHalal.id keunggulan kompetitif yang dapat dimanfaatkan untuk menarik lebih banyak pelanggan.

Namun, kelemahan (*Weaknesses*) dari produk MakananHalal.id adalah kurangnya strategi pemasaran yang efektif, yang dapat menghambat pertumbuhan dan visibilitas merek di pasar yang kompetitif. Tanpa pendekatan pemasaran yang tepat, MakananHalal.id berisiko kehilangan kemampuan untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan meningkatkan lalu lintas ke platform. Oleh karena itu, penting bagi bisnis untuk mengembangkan rencana pemasaran yang lebih tepat sasaran.

Di sisi lain, terdapat peluang yang cukup menjanjikan (*Opportunities*), seperti kemungkinan memperluas jangkauan pasar dengan menggandeng perusahaan katering yang belum memiliki layanan pesan antar online. Dengan memanfaatkan kemitraan ini, MakananHalal.id dapat meningkatkan penawaran produk dan memperluas basis pelanggannya, sehingga meningkatkan daya saingnya di pasar. Namun ancaman (*Threats*) yang dihadapi termasuk persaingan dari aplikasi lain yang menyediakan layanan serupa. Oleh karena itu, MakananHalal.id harus lebih aktif melakukan promosi untuk menonjolkan keunggulan dan keserbagunaan layanannya.

Dari Analisis SWOT ini dapat diambil keputusan bahwa MakananHalal.id perlu fokus pada pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pengguna. Selain itu, pelaku usaha sebaiknya menjalin kemitraan dengan restoran yang belum memiliki layanan pesan antar online untuk memanfaatkan peluang pasar yang ada. Dengan memanfaatkan keunggulan jaminan halal dan mengatasi kelemahan pemasaran, MakananHalal.id dapat meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis. (Sari et al., 2021)

- Analisis SWOT yang dilakukan oleh perusahaan D'Cetak mencakup identifikasi tujuh kekuatan, lima kelemahan, tujuh peluang, dan lima ancaman yang dihadapi D'Cetak. Kekuatan (*Strengths*) yang dimiliki perusahaan, seperti harga produk yang lebih murah, proses produksi yang cepat, dan aksesibilitas online, memberikan keunggulan kompetitif. Namun, kelemahan yang ada (*Weaknesses*), seperti belum adanya sistem evaluasi kinerja yang terstruktur dan risiko keamanan digital, perlu diatasi untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Di sisi lain, peluang (*Opportunities*) yang teridentifikasi, seperti tren pembelian online dan kebutuhan untuk redesain kemasan, dapat dimanfaatkan untuk pertumbuhan bisnis. D'Cetak juga dapat menjalin kemitraan dengan organisasi atau komunitas di luar Telkom University untuk memperluas pasar. Namun terdapat ancaman (*Threats*) yang harus diwaspadai termasuk kebijakan penggunaan kertas dan persaingan yang ketat dalam bisnis percetakan.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, D'Cetak berada di kuadran I, yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki posisi yang kuat untuk memanfaatkan peluang yang ada. Dengan demikian, keputusan yang diambil adalah menerapkan strategi pertumbuhan agresif (*Growth oriented strategy*) untuk memaksimalkan potensi yang ada.

Strategi ini melibatkan pengembangan program tindakan yang terintegrasi serta alokasi sumber daya yang tepat untuk mencapai keunggulan jangka panjang yang berkelanjutan dalam bisnis. D'Cetak berfokus pada inovasi, promosi yang gencar, dan peningkatan keamanan digital untuk memastikan keberhasilan dalam menghadapi ancaman dan memanfaatkan kesempatan yang ada di pasar. (Jendra Hayu Ningrat et al., 2024)

Aspek	Mulk JAPO	MakananHalal.id	D'Cetak
<i>Strengths</i>	Kualitas konsisten,	Jaminan halal 100%	Harga, Proses cepat,

	Lokasi strategis		Akses mudah
<i>Weaknesses</i>	Letak sumber bahan jauh	Pemasaran kurang efektif	Sistem tidak terstruktur, Risiko privasi
<i>Opportunities</i>	Kemitraan lokal	Kemitraan dengan perusahaan katering	Pembelian online, Redesain kemasan, Kemitraan baru
<i>Threats</i>	Persaingan ketat	Persaingan dengan aplikasi serupa	Kebijakan kertas, Persaingan ketat
<i>Strategy</i>	<i>Hold and maintain</i>	Pengembangan pemasaran	<i>Growth oriented</i>

C. Analisis SWOT Dalam Pengambilan Keputusan Strategis

Analisis SWOT adalah alat yang sangat efektif untuk mengambil keputusan dalam konteks bisnis yang tidak pasti. Dengan menetapkan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan serta peluang dan ancaman eksternal, perusahaan dapat membangun strategi yang lebih tepat dan terencana. Proses ini memungkinkan manajemen untuk memahami posisinya di pasar dan merespons perubahan lingkungan dengan lebih baik.

Misalnya, dengan mengenali kekuatan seperti inovasi produk atau loyalitas pelanggan, perusahaan dapat memaksimalkan potensi keunggulan kompetitifnya. Sebaliknya, kelemahan seperti kurangnya sumber daya harus diatasi untuk menghindari dampak negatif terhadap kinerja bisnis. Selain itu, analisis peluang dan ancaman membantu bisnis memahami lingkungan eksternal. Dengan mengidentifikasi peluang pasar yang dapat dimanfaatkan dan ancaman yang perlu diatasi, dunia usaha dapat membangun strategi adaptif untuk menghadapi dinamika pasar. Sangat penting untuk mengembangkan strategi yang beradaptasi dengan perubahan dan ketidakpastian.

Analisis SWOT berperan penting dalam pengambilan keputusan strategis dengan memberikan kerangka sistematis untuk menilai gambaran situasi. Ini membantu manajemen dalam mengembangkan rencana yang sesuai untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Melalui analisis kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal, perusahaan dapat meningkatkan kinerja dan keunggulan kompetitif mereka di pasar. Melalui pemantauan berkala terhadap faktor-faktor ini, dunia usaha dapat mengambil keputusan yang lebih tepat dan berdasarkan data, sehingga mengurangi ketidakpastian dalam proses pengambilan keputusan. Oleh karena itu, analisis SWOT dapat dijadikan dasar yang kuat untuk pengambilan keputusan strategis yang lebih efektif dan efisien.

Pelaku bisnis juga dapat menggunakan analisis SWOT sebagai alat untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Dengan memanfaatkan kekuatan internal seperti reputasi merek atau inovasi produk, perusahaan dapat memikat konsumen baru dan tetap mempertahankan pelanggan lama. Selain itu, mengidentifikasi kelemahan yang ada dan mengambil langkah untuk mengatasinya, seperti melatih karyawan atau meningkatkan layanan pelanggan, dapat membantu perusahaan meningkatkan daya saingnya.

Mencari peluang baru di pasar, seperti tren konsumen yang sedang berkembang atau teknologi baru yang dapat meningkatkan efisiensi operasional, juga merupakan

langkah strategis yang penting. Selain itu, mengembangkan rencana mitigasi untuk mengatasi ancaman dari pesaing atau perubahan peraturan yang mungkin berdampak pada bisnis sangatlah penting untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis. Dengan menerapkan analisis SWOT secara efektif, bisnis tidak hanya dapat bertahan di pasar tetapi juga berkembang dalam lingkungan bisnis yang kompetitif dan terus berubah. (Jannah et al., 2024)

D. Pentingnya Analisis SWOT Bagi Perusahaan Startup

Analisis SWOT penting bagi *startup* karena dapat membantu dalam mengidentifikasi dan mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi bisnis terutama pada perusahaan *startup*. Dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan internalnya, *startup* dapat memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya dan mengatasi kelemahannya untuk meningkatkan kinerja bisnis. Misalnya, *startup* yang memiliki tim yang kuat dan inovatif akan lebih mudah mengembangkan produk baru yang memenuhi kebutuhan pasar, sedangkan kelemahan seperti kurangnya pengalaman manajemen dapat diatasi melalui pelatihan atau perekrutan tenaga ahli. (Hermawan, 2021) Analisis SWOT juga membantu *startup* mengenali peluang di lingkungan eksternal yang dapat digunakan untuk mengevaluasi pertumbuhan dan perkembangan. Misalnya, meningkatnya permintaan akan produk ramah lingkungan dapat menciptakan peluang bagi *startup* yang fokus pada keberlanjutan. Selain itu, perubahan peraturan yang menguntungkan, seperti insentif pajak untuk energi terbarukan, dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi *startup* energi ramah lingkungan. (Jaya et al., 2017)

Peluang lebih lanjut mungkin timbul dari tren teknologi terkini, seperti kecerdasan buatan dan *Internet of Things*, yang dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan menciptakan produk atau layanan inovatif. Dengan memahami ancaman yang mungkin dihadapi, para *startup* dapat mempersiapkan strategi untuk meminimalisir dampak negatif dari ancaman tersebut. Misalnya, persaingan yang ketat dari perusahaan besar atau perubahan teknologi yang pesat dapat menimbulkan ancaman yang signifikan. Melalui analisis SWOT, *startup* dapat mengembangkan strategi untuk beradaptasi dengan perubahan ini, seperti berinvestasi pada teknologi baru atau menemukan ceruk pasar yang kurang terlayani. Selain itu, kondisi perekonomian yang tidak stabil seperti resesi atau inflasi yang tinggi juga dapat menurunkan daya beli konsumen dan mempengaruhi penjualan. Pandemi COVID-19 adalah contoh nyata ancaman eksternal yang mengganggu banyak industri di seluruh dunia, memaksa dunia usaha untuk menyesuaikan operasionalnya dan mencari cara baru untuk tetap bertahan. (Prama Wildan Ardiansyah, 2019)

Analisis SWOT memberikan informasi yang diperlukan untuk membuat keputusan strategis yang lebih baik dan tepat. Dengan memahami faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi suatu bisnis, *startup* dapat mengembangkan rencana yang lebih efektif untuk mencapai tujuan mereka dan tetap kompetitif di pasar. Analisis yang baik meletakkan dasar bagi strategi bisnis yang solid dan membantu *startup* tumbuh dan bersaing di pasar yang kompetitif. Misalnya, *startup* yang memahami kekuatan mereka dalam inovasi teknologi dapat fokus pada pengembangan produk baru yang memanfaatkan tren teknologi terkini, sekaligus mengidentifikasi dan mengatasi kelemahan internal seperti kurangnya sumber daya manusia yang berpengalaman. Oleh karena itu, analisis SWOT tidak hanya membantu merencanakan strategi jangka pendek tetapi juga membantu membangun landasan yang kuat untuk pertumbuhan jangka panjang. (Adillah, 2019)

E. Langkah-Langkah Melakukan Analisis SWOT Untuk Perusahaan Startup

Analisis SWOT adalah alat strategis yang penting dalam pengambilan keputusan bagi *startup*. Dengan mengikuti langkah-langkah sistematis, *startup* dapat menggunakan analisis ini untuk membangun strategi yang lebih efektif. Berikut langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk mencapai analisis SWOT yang efektif:

1. Pertama-tama, penting untuk membangun tim yang tepat. Libatkan orang-orang dari berbagai departemen untuk mendapatkan perspektif yang beragam. Ini memastikan bahwa semua aspek bisnis diperiksa dan mencegah keberpihakan apa pun dari satu perspektif. Tim yang beragam akan memberikan gambaran lebih lengkap mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi *startup*.
 2. Selanjutnya, identifikasi aset internal yang menguntungkan seperti sumber daya, kemampuan, dan keunggulan kompetitif. Misalnya, kekuatan mungkin mencakup citra merek yang kuat, teknologi yang inovatif, atau tim yang berpengalaman. Mengidentifikasi kekuatan-kekuatan ini membantu *startup* memahami apa yang dilakukan dengan baik dan bagaimana keunggulan ini dapat dimanfaatkan dengan baik untuk bersaing di pasar.
 3. Selanjutnya, identifikasi kelemahan internal yang dapat mengganggu kinerja, seperti keterbatasan teknologi atau struktur biaya tinggi. Hal ini membantu memahami bidang-bidang yang memerlukan perbaikan. Dengan penetapan kelemahan yang dimiliki, maka *startup* dapat merencanakan langkah-langkah untuk mengatasi atau meminimalisir dampak negatif dari kelemahan tersebut.
 4. Kemudian, analisis peluang eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai keuntungan bisnis, seperti tren pasar atau perubahan regulasi yang menguntungkan. Mengidentifikasi peluang-peluang ini penting untuk merancang strategi pertumbuhan. Peluang yang teridentifikasi dengan baik dapat menjadi pendorong utama pertumbuhan dan ekspansi bisnis.
 5. Selanjutnya, identifikasi ancaman eksternal yang dinilai berpotensi mengganggu operasional bisnis, seperti persaingan pasar yang kompetitif atau perubahan pada regulasi pemerintah. Memahami ancaman-ancaman ini memungkinkan dunia usaha untuk mengembangkan strategi mitigasi. Dengan memprediksi ancaman, *startup* dapat merencanakan tindakan preventif untuk meminimalisir risiko yang mungkin timbul.
 6. Setelah mengidentifikasi semua faktor di atas, prioritaskan faktor mana yang paling penting bagi bisnis Anda. Hal ini mempermudah pengalokasian sumber daya dan fokus pada bidang yang paling terkena dampak. Dengan memfokuskan upaya mereka pada faktor-faktor yang paling penting, *startup* dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas strategi mereka.
 7. Langkah selanjutnya adalah membuat rencana aksi spesifik berdasarkan hasil analisis SWOT. Penting untuk memanfaatkan semua keuntungan dan kerugian yang tersedia, sekaligus mengenali kelemahan dalam pendekatan ini. Rencana aksi yang jelas dan terstruktur akan memandu *startup* untuk mengambil tindakan yang tepat untuk mencapai tujuan mereka.
 8. Selanjutnya, evaluasi rencana tindakan secara berkala dan sesuaikan jika perlu. Lingkungan bisnis selalu berubah, jadi penting untuk bersikap fleksibel dan merespons perubahan ini dengan cepat. Tinjauan rutin akan membantu *startup* untuk terus menyesuaikan strategi berdasarkan kondisi pasar yang dinamis.
- Dengan mengikuti langkah-langkah tersebut, *startup* dapat menggunakan Analisis SWOT sebagai alat untuk meningkatkan pengambilan keputusan dan mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk memecahkan tantangan dan memanfaatkan peluang pasar. (Zuhrotun, 2020)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian di atas bahwa analisis SWOT adalah teknik yang berharga dan praktis untuk membantu *startup* dalam membuat pilihan strategis yang lebih tepat. *Startup* dapat membuat strategi yang lebih fleksibel dan terukur dengan menetapkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman mereka. Selain membantu pengusaha menilai posisi mereka di pasar, analisis SWOT memungkinkan mereka untuk meramalkan bahaya, mengembangkan keunggulan kompetitif, dan

menentukan area untuk inovasi. Temuan studi ini menunjukkan bagaimana penerapan SWOT yang menyeluruh dan konsisten membantu startup mengatasi hambatan dalam lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat, meningkatkan fleksibilitas mereka, dan meningkatkan daya saing mereka baik pada fase awal operasi mereka maupun seiring dengan ekspansi perusahaan mereka.

Analisis SWOT dengan demikian berkontribusi secara signifikan terhadap kesuksesan jangka panjang *startup*. Pendekatan SWOT harus diintegrasikan dengan teknik analisis lain dan melibatkan berbagai pemangku kepentingan untuk sepenuhnya mewujudkan potensinya. Dalam pasar yang dinamis, *startup* diharapkan dapat terus tumbuh dan berkembang dengan mengadopsi strategi yang berkelanjutan dan dapat beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang dinamis.

Analisis SWOT yang konsisten dapat membantu *startup* lebih mudah beradaptasi dengan perubahan, memanfaatkan kemungkinan pasar dengan lebih besar, dan mengatasi hambatan dengan cepat. Untuk memastikan bahwa hasil penelitian ini memberikan manfaat sebesar-besarnya, terdapat beberapa saran yang dapat dianggap sebagai tindakan spesifik untuk memaksimalkan penggunaan analisis SWOT dalam strategi *startup*:

1. Menjadikan analisis SWOT sebagai komponen reguler dari perencanaan strategis, bukan penilaian satu kali, untuk membantu perusahaan beradaptasi dengan perubahan dengan lebih baik.
2. Melibatkan para pemangku kepentingan dalam analisis SWOT, terutama tim yang memiliki kontak langsung dengan konsumen dan pasar, untuk menegaskan bahwa strategi yang dikembangkan lebih sesuai dengan tuntutan aktual.
3. Meninjau temuan analisis SWOT secara berkala untuk memastikan taktik yang digunakan masih dapat diterapkan dan sejalan dengan pergeseran keadaan internal dan eksternal.
4. Menggunakan temuan analisis SWOT sebagai dasar untuk membuat rencana yang dapat disesuaikan dan fleksibel yang akan memungkinkan startup bereaksi dengan cepat dan berhasil terhadap perkembangan atau risiko yang muncul.

DAFTAR PUSTAKA

- Adillah, Y. (2019). Pengambilan Keputusan dalam Menetapkan Strategi Persaingan Usaha Dengan Menggunakan Analisa SWOT. *Universitas Negeri Padang*.
- Avrilia Ayunia Widyaningrum, Destya Fitri Andini, Dian Putri Wulandari, Jihan Nur Afiah, Lusiana Prastiwi, & Rani Nur Azizah. (2024). Analisis SWOT sebagai Alat Pengambilan Keputusan Bisnis di Era Digital dan Globalisasi. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan dan Teknologi*, 1(2), 53–69. <https://doi.org/10.61132/jumaket.v1i2.153>
- Fitri Anggreani, T. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Swot: Strategi Pengembangan Sdm, Strategi Bisnis, Dan Strategi Msdm (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5), 619–629. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5.588>
- Hermawan, A. (2021). Analisis Strategi dan Model Bisnis Start-Up untuk Mendorong Pertumbuhan Bisnis Start-Up di Tasikmalaya. *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 21(1), 23–30.
- Jannah, M., Faizah, A. N., Indraputri, A. J., Puspita, V. E., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Pentingnya Analisis Swot dalam Suatu Perencanaan dan Pengembangan Bisnis. *IJESPG Journal*, 2(1), 9–17. <http://ijespgjournal.org>
- Jaya, M. A., Ferdiana, R., & Fauziyati, S. (2017). Analisis Faktor Keberhasilan Startup Digital di

ISSN : 3025-9495

Yogyakarta Mardi Arya Jaya 1 , Ridi Ferdiana 2 , Silmi Fauziati 3. *Prosiding SNATIF*, 4(1), 167–173. <https://jurnal.umk.ac.id/index.php/SNA/article/view/1261>

Jendra Hayu Ningrat, S., Sisilia, K., & Hidayat, A. M. (2024). Perumusan Strategi Startup D'Cetak Menggunakan Analisis Pestel Dan Swot. *Jurnal Riset Bisnis*, 7(2), 209–217.

Mirnatiwi J, Hasanah U, Syaichu A, S. A. (2022). *ANALISIS SWOT UNTUK PENGAMBILAN KEPUTUSAN RELOKASI PABRIK START UP SUSU*. 16(01), 29–37

Nominus, P. S., Jakadika, J., & Hasbi, I. (2024). *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Analisis Swot*. 11(4), 3584–3593.

Prama Wildan Ardiansyah. (2019). Pengambilan Keputusan dalam Menetapkan Strategi Persaingan Usaha Garmen di Toko Fidanza ITC Mega Grosir Surabaya dengan Menggunakan Analisa SWOT. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.

Ratih Palgunadi, N. M. D. K. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Startup Menggunakan SWOT Analysis (Studi Kasus pada Startup yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Journal on Education*, 5(2), 1958–1964. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i2.837>

Ratna Dwi Jayanti. (2019). *Analisis SWOT Sebagai Dasar Keputusan Strategi Pemasaran Pada PT. Columbia Elektronik & Furniture Jombang*. 6.

Sari, R. P., Mariam, I., & Sinaga, M. O. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Matriks SWOT pada Startup MakananHalal.id. *Journal of Management and Business Review*, 18(3), 630–639. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v18i3.219>

Widiartha, I. W. A. C., & Pasaribu, R. D. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Analisis Swot Dan Matriks Qspm (Studi Kasus Pada Ud . Dinamo Gianyar). *Journal of Indonesia Business Research*, 1(1), 51–56.

Zuhrotun, N. (2020). *A N ALISIS SWOT U N TUK ME N E N TUKA N STRATEGI KOMPETITIF Zuhrotun Nisak*.

Ahmad, R. A., & Cahya, S. B. (2024). STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING BERBASIS ANALISIS SWOT (Studi Kasus pada Startup UFO Burger Bojonegoro. *ejournal.unesa.ac.id*. <https://doi.org/10.26740/jptn.v12n3.p309-315>

Aiken, C., Scorpiono, C. C., Reva, G. S., Juen, J. K., & Richnady, W. (2024). Analisis SWOT dalam menentukan strategi pengembangan startup aplikasi belajar kanvas. *TECHBUS (Technology Business and Entrepreneurship)*, 2(1), 46–64. <https://doi.org/10.61245/techbus.v2i1.21>

Tohady, E., Lestari, D. S., & Manullang, R. R. (2024). PENYUSUNAN STRATEGI UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA PT PRIORITAS INTI SEJAHTERA MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT. *Jurnal Ilmiah Bisnis Elektronik*, 4(1), 48–56. <https://doi.org/10.61533/jinbe.v4i1.365>

Safitri, E. D., Junaedi, S. R. P., & Priono, A. (2023). SWOT Analysis is Used in the Startup Business Development Strategy. *Startupreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 2(2), 136–142. <https://doi.org/10.33050/sabda.v2i2.341>