

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA UNTUK MENINGKATKAN PROFIT PADA USAHA JASA DIGITAL MARKETING RAPIKAN SOSMEDMU

Ikayanti Puspaning Kartini^{1*}; Goeyana², Cindy³
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nasional Samarinda^{1,2,3}
Jl. W. R. Soepratman No. 10, Samarinda 75121
Email: ikayantipk@gmail.com*

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out and analyze the development of digital marketing efforts to Rapikan SosmedMU in order to increase profits.

The research method used is a qualitative method. With data collection techniques using primary data and secondary data. Primary data was conducted by interviewing research informants, namely the owner of the Rapikan SosmedMU service business and direct observation in the field. Secondary data is done by means of library research and documentation.

The results of the identification of internal and external factors show that the score of Strength + Opportunities > Weaknesses + Threats = 4.55 > 1.35, which is obtained from the SWOT analysis. The general strategy that can be carried out by the company is to implement an aggressive growth strategy or SO strategy as well as other SWOT strategies that have been described in order to maximally increase profits or revenue.

Keywords: *Business Development, Increasing Profit, SWOT Analysis.*

PENDAHULUAN

Wirausaha menjadi salah satu pilihan bagi beberapa orang untuk mencari pundi-pundi rejeki. Tapi faktanya saat ini, masih banyak orang yang belum mau menekuni wirausaha karena alasan yang sangat cukup sederhana, yakni perputaran arus keuangan yang berubah-ubah. Kebanyakan orang masih mau mencari pekerjaan tetap karena alasan penghasilan dan jabatan yang dimiliki karena mereka sudah mendapatkan penghasilan tetap sesuai dengan apa yang dikerjakan. Dan mirisnya, persentase orang yang menekuni wirausaha ini hanya sekitar 3,47 persen dari seluruh penduduk Indonesia. Memang dalam dunia pekerjaan, karyawan menjadi suatu elemen yang sangat penting dalam sebuah bisnis ataupun usaha. Namun kebanyakan orang masih belum berani melepas zona nyaman tersebut, dari yang bekerja untuk orang, menjadi seseorang yang memperkerjakan banyak orang.

Apalagi di tengah pandemi seperti ini, aktivitas luar ruangan menjadi sedikit terbatas. Namun beruntungnya kita sudah memasuki era dimana teknologi begitu berkembang pesat dan memudahkan suatu pekerjaan, termasuk *marketing*. Maka dari itu, peran *digital marketing* dalam bisnis atau usaha saat ini sangat dibutuhkan. Untuk di daerah Jawa dan sekitarnya, sudah banyak yang menekuni bisnis *digital marketing* ini, baik perseorangan maupun yang sudah dalam bentuk badan usaha. Namun di luar Jawa termasuk Samarinda, bisnis *digital marketing* menjadi bisnis baru yang mulai tumbuh subur. Apalagi saat ini, ibu kota Negara sudah diacungkan untuk pindah ke Kalimantan. Otomatis bisnis-bisnis pasti akan mengembangkan usahanya di Kalimantan, termasuk Kalimantan Timur. Maka dari itu, memulai usaha *digital marketing* menjadi salah satu pilihan terbaik untuk saat ini. Maka dari itu owner Rapikan SosmedMU mengambil peluang ini untuk membangun sebuah *digital marketing agency*. Sang owner terinspirasi dari beberapa *digital marketing agency* di

Jawa yang sudah menangani berbagai macam klien, termasuk perusahaan besar seperti Pizza Hut, Marugame Udon, Bebelac, Nestle Pure Life, dan lain-lain.

Apalagi di Samarinda, para pemilik usaha masih bingung mengatur waktu untuk membuat konten promosi. Bahkan jika ada waktu pun, para pemilik usaha masih bingung untuk membuat konten promosi yang seperti apa. Maka dari itu, Rapikan SosmedMU bisa memberikan solusi untuk permasalahan tersebut. Tidak hanya itu, Rapikan SosmedMU mampu menarik antusias terhadap usaha atau *brand* yang baru buka di Samarinda bahkan usaha atau brand yang sudah ada di luar Samarinda namun baru membuka cabang di Samarinda, salah satunya RPP (Roti Panggang Plus-Plus) Cabang Samarinda. RPP Samarinda mempercayakan Rapikan SosmedMU untuk tidak hanya sekedar membuat konten promosi, namun juga mampu menarik calon pelanggan baru untuk berkunjung ke tempat baru tersebut. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana strategi pengembangan usaha *digital marketing* Rapikan SosmedMU agar bisa meningkatkan profit?”

TINJAUAN TEORITIS

Pengembangan Usaha

Menurut Riniwati (2016:34) pengertian pengembangan usaha, yaitu mengacu pada hal-hal yang dilakukan perusahaan setelah semua proses kegiatan dalam perusahaan berjalan. Misalnya perluasan lahan usaha, penambahan gedung, peningkatan teknologi, diversifikasi produk/jasa, dan lain-lain. Hal-hal tersebut akan mempengaruhi perencanaan SDM. Harapan idealnya pada saat pengembangan usaha dilakukan, SDM yang dibutuhkan sudah tersedia sehingga pengembangan berjalan dengan lancar dan sukses. Menurut Siswono Yudo Husodo dalam Solihin (2014:104) unsur-unsur pengembangan usaha yaitu:

1. *Inovator*. Perusahaan harus memiliki inovator yang mempunyai ide-ide untuk mengembangkan perusahaan.
2. *Businessman*. Perusahaan harus memiliki *businessman* yang mempunyai *sense of business* yang mampu menerjemahkan rencana inovasi menjadi hal yang nyata dan menghasilkan profit.
3. *Entrepreneur*. Perusahaan harus memiliki wirausahawan yang mempunyai jiwa *entrepreneur* yang mampu menggerakkan dan mengorganisasikan gagasan menjadi kegiatan yang nyata.
4. *Manajer*. Perusahaan harus memiliki manajer dengan keterampilan *managerial skill* yang memiliki kemampuan mengelola perusahaan agar perusahaan selalu berada dalam hubungan yang harmonis dengan para pemangku kepentingannya.
5. *Expert*. Perusahaan harus memiliki tenaga ahli (*expert*) yang mempunyai keahlian, yang mendalami bidang-bidang tertentu agar perusahaan kuat dalam berbagai segi keahlian

Profit

Menurut Agustini (2018:31) pengertian profit / laba, yaitu perubahan kemampuan konsumen dan permintaan dalam suatu waktu tertentu. Laba bisa dihasilkan perusahaan oleh karena peningkatan kemampuan membeli dari konsumen atau perubahan permintaan, sehingga pendapatan perusahaan yang meningkat akan memberi kontribusi pada peningkatan laba.

Menurut Moeljadi (2015:15) ada tiga cara dalam meningkatkan profit dalam manajemen kas yaitu:

1. Menetapkan saldo maksimum kas harian yang ditahan dalam rekening bank kantor daerah, kantor regional dan kantor pusat.
2. Mobilitas dana kas yang mengambang dalam perjalanan dan yang *idle* di rekening bank kantor daerah, kantor regional dan kantor pusat.
3. Membuat laporan kompulasi saldo kas/bank kantor daerah, kantor regional dan kantor pusat setiap hari.
4. Mendayagunakan dana kas yang terkumpul direkening bank kantor pusat, dalam investasi jangka pendek (*deposito on call, roll over*) jangka menengah (*deposito satu bulan sampai dengan satu tahun*) dan jangka panjang (*obligasi pemerintah, saham di bursa efek dan investasi dalam proyek yang Net Present Value-nya positif*).

Jasa

Pengertian jasa menurut Kotler dan Keller dalam Sahabuddin (2019:40), yaitu jasa merupakan tindakan / *performance* yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa terkait dan juga tidak terkait pada suatu produk fisik.

Digital Marketing

Pengertian *digital marketing* menurut Coviello, Milley dan Marcolin dalam Rauf (2021:4) adalah penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi.

Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1.
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Berikut adalah jangkauan penelitian untuk pengembangan usaha pada Rapikan SosmedMU:

1. Variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah pengembangan usaha dan meningkatkan profit.
2. Obyek penelitiannya adalah perusahaan Rapikan SosmedMU yang bergerak di bidang jasa.
3. Penelitian ini dilakukan dari bulan Mei – Juli tahun 2022. Tempat penelitian berlokasi di Jalan KS Tubun Gg. Haji Soemadji, Samarinda, Kalimantan Timur.

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan metode penelitian sebagai berikut: Penelitian lapangan (*Field Research*), meliputi: Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi; Penelitian kepustakaan (*Library Research*) dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang diperoleh dari buku literature, jurnal, laporan-laporan, dan sumber data lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan Analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan (Tamara:2016). Menurut Sutojo dan Kleinsteuber dalam Tamara (2016), SWOT adalah untuk menentukan tujuan usaha yang realistis, sesuai dengan kondisi perusahaan dan oleh karenanya diharapkan lebih mudah tercapai. Dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT merupakan metode yang digunakan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman terhadap suatu usaha atau bisnis agar mendapatkan hasil akhir yang sesuai dengan rencana atau yang ingin dicapai.

Menurut Rangkuti dalam Muchlis (2018), proses penyusunan perencanaan strategi dalam analisis SWOT melalui 3 tahap analisis yaitu:

1. Tahap Pengumpulan Data
2. Tahap Analisis
3. Tahap Pengambilan Keputusan

Penyusunan formulasi strategis dibuat berdasarkan hasil analisis SWOT yaitu dengan menggabungkan berbagai indikator yang terdapat dalam kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Secara skematis, matrik SWOT dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 3.1 Matriks SWOT

Eksternal	O	T
Internal		
S	SO	ST
W	WO	WT

1. S-O strategi adalah strategi yang disusun dengan cara menggunakan semua kekuatan untuk merebut peluang.
2. W-O strategi adalah strategi yang disusun dengan cara meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

3. S-T strategi adalah strategi yang disusun dengan cara menggunakan semua kekuatan untuk mengatasi ancaman.
4. W-T strategi adalah strategi yang disusun dengan cara meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis

1. Strategi Pengembangan Usaha Jasa Rapikan SosmedMU

Adapun strategi yang digunakan oleh Rapikan SosmedMU dalam mempertahankan usahanya dapat diilustrasikan berdasarkan kondisi usaha Rapikan SosmedMU, baik dari aspek kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), kesempatan (*opportunities*) serta ancaman (*threats*) yang di hadapi oleh usaha Rapikan SosmedMU, yaitu sebagai berikut:

a. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan yang dimiliki disini adalah kekuatan-kekuatan yang secara umum dimiliki oleh pelaku usaha Rapikan SosmedMU dalam menjalankan usahanya dan kekuatan-kekuatan yang dimiliki tersebut mempunyai pengaruh terhadap perkembangan usaha Rapikan SosmedMU di tengah persaingan *digital marketing* di samarinda, adapun kekuatan-kekuatan tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Sistem kerja yang terorganisir
Sebelum memulai sosial media manajemen, owner akan berdiskusi terdahulu dengan pemilik usaha perihal kegiatan-kegiatan apa yang akan dilakukan dalam bulan tersebut. Kemudian, owner akan mengatur kalender kerja baik dari waktu postingan, *deadline* desain grafis, *deadline* untuk konten *Reels* Instagram agar jadwal postingan tepat waktu sesuai jadwal.
2. Harga yang terjangkau
Harga yang ditawarkan oleh Rapikan SosmedMU sudah cukup terjangkau karena harga tersebut sudah termasuk dengan konten-konten Instagram seperti foto, desain grafis, maupun video reels. Selain itu, kedua owner memiliki akun untuk mempromosikan makanan yang dimana kedua owner juga termasuk sebagai salah satu KOL (*Key Opinion Leader*) dan disini kedua owner memberikan *free endorsement* pada klien yang menggunakan jasa Rapikan SosmedMU.
3. Sumber daya manusia yang berkompeten di bidangnya
Setiap anggota tim yang direkrut oleh Rapikan SosmedMU mempunyai kemampuan yang berkompeten di bidangnya dan owner membagi tugasnya sesuai dengan *jobdesk* masing-masing anggota tim. Owner tidak akan memberikan tugas yang bukan bagian dari *jobdesk* anggota tim. Dan jika ada salah satu anggota tim yang tidak bisa menjalankan tugasnya, maka pekerjaan tersebut akan diambil alih oleh anggota tim yang lain dengan *jobdesk* yang sama.
4. Pelayanan yang maksimal
Ketika pemilik usaha meminta revisi atau perbaikan hal-hal lain, owner dengan sigap untuk memberitahukan kepada anggota tim untuk segera mengerjakan perbaikan. Di samping itu, sebelum memulai postingan owner akan memastikan terlebih dahulu kepada pemilik usaha apakah postingan tersebut dapat diunggah ke akun sosial media pemilik usaha

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan merupakan penghalang yang dihadapi oleh para pengusaha dalam mengembangkan serta melaksanakan aktivitasnya yang mempengaruhi pencapaian laba yang diinginkan oleh usaha Rapikan SosmedMU. Adapun kelemahan-kelemahan tersebut antara lain:

1. Perlengkapan penunjang untuk membuat konten masih belum lengkap
Beberapa *agency digital marketing* di luar kota samarinda sudah menggunakan perlengkapan yang lebih canggih untuk memaksimalkan hasil pekerjaannya.
2. Belum berbentuk badan hukum
Rapikan SosmedMU mempunyai target untuk mempunyai klien di luar kota samarinda. Sedangkan di luar samarinda, kebanyakan beberapa brand besar dan UMKM ingin mencari *agency digital marketing* yang sudah resmi secara hukum. Biasanya hal ini berurusan dengan perpajakan.
3. Strategi *digital marketing* yang belum maksimal
Karena kedua owner membuat *agency* ini secara ototidak, otomatis masih banyak hal yang harus di pelajari lagi agar strategi *digital marketing* yang di jalankan bisa lebih maksimal.
4. Anggota tim yang bekerja masih *freelancer* (Pekerja lepas)
Sebenarnya dalam komunikasi tidak ada hambatan. Namun beberapa *freelancer* juga mengerjakan beberapa pekerjaan yang lain di luar Rapikan SosmedMU sehingga terkadang pemberian hasil pekerjaan agak terlambat (walaupun terlambat dalam rentang waktu yang tidak terlalu jauh).

c. Peluang (*Opportunities*)

Kondisi ini yaitu suatu keadaan yang mendukung atau memberikan kesempatan kepada usaha Rapikan SosmedMU untuk tumbuh dan berkembang. Adapun Kesempatan ini yaitu sebagai berikut:

1. Luasnya pangsa pasar
Masih banyak UMKM yang belum menerapkan *digital marketing* sehingga peluangnya begitu besar mengingat perkembangan teknologi yang bertumbuh begitu pesat.
2. Sistem jasa yang akan terus bertambah
Rapikan SosmedMU akan menambahkan jasa-jasa dari yang sudah ada sebelumnya, mengikuti perkembangan pasar dan kebutuhan.
3. Menambah relasi baru
Dengan layanan yang ditawarkan dan kepercayaan yang sudah dibangun, Rapikan SosmedMU akan menjadi rekomendasi dari pemilik usaha yang sudah menggunakan jasa Rapikan SosmedMU sehingga owner mendapatkan relasi baru berupa calon klien baru dari rekomendasi pemilik usaha.
4. Kerjasama dengan brand-brand ternama
Beberapa brand besar dan ternama yang umumnya berada di kota besar menggunakan jasa *digital marketing* untuk membuat sebuah kampanye promosi sehingga hal ini bisa memperbesar pendapatan dari Rapikan SosmedMU.

d. Ancaman (*Threats*)

Adapun beberapa hal yang dianggap sebagai ancaman bagi keberlangsungan usaha Rapikan SosmedMU yaitu sebagai berikut:

1. Munculnya pesaing baru
Pesaing baru menjadi salah satu ancaman bagi keberlangsungan usaha Rapikan SosmedMU, apabila jika pesaing tersebut lebih bisa memberikan layanan yang baik seperti kualitas jasa dan harga yang terjangkau, tentu hal ini nantinya akan sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha Rapikan SosmedMU.
2. Berkurangnya jumlah klien
Jika pemilik usaha memutuskan untuk berhenti bekerja sama, maka otomatis pendapatan Rapikan SosmedMU akan berkurang dan pastinya akan mengganggu operasional.
3. Anggota tim yang berkompeten berpindah ke *agency* lain
Owner mau tidak mau harus merekrut anggota tim baru dan harus melatih dari awal untuk bisa menyesuaikan pekerjaan yang sudah ada.
4. Pencurian ide kampanye promosi ketika *pitching* ke klien baru
Di beberapa kota besar biasanya beberapa brand mempersilahkan beberapa *agency* untuk memberikan ide-ide terbaik dan di presentasikan terlebih dahulu. Calon klien menyukai ide yang sudah dipresentasikan namun tidak mau bekerja sama dengan *agency* yang mengerjakan ide tersebut dan berujung calon klien menggunakan hasil-hasil *pitching* tanpa seizin *agency* tersebut dan tidak membayar hasil *pitching* *agency* yang sudah menciptakan ide kampanye promosi.

2. Implementasi Analisis SWOT Pada Usaha Jasa Rapikan SosmedMU

Berdasarkan strategi yang digunakan usaha jasa Rapikan SosmedMU tersebut di atas, untuk mengetahui implementasi analisis SWOT peneliti akan membuat Matriks Evaluasi Faktor Internal (*Internal Factor Evaluation* - IFE matrix) dan Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (*External Factor Evaluation* - EFE Matrix) dalam bentuk tabel. Sebelum peneliti membuat format tabel untuk menyusun suatu formula SWOT yang representative, peneliti akan menempatkan tahapan-tahapan menurut Hunger dan Wheelen (2003:194), yaitu sebagai berikut:

- a. Menyusun dan menentukan faktor-faktor strategis eksternal dan internal suatu perusahaan.
- b. Menyusun dan menghitung nilai bobot, rating, dan skor untuk tabel eksternal dan internal dibuat dengan teknik skala sebagai berikut:
 1. Bobot Nilai
Beri bobot masing-masing faktor tersebut dalam skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1.00)
 0,20 – 1,00 = Sangat Penting
 0,10 – 0,19 = Penting
 0,01 – 0,09 = Tidak Penting
 2. Rating Nilai
5 = Sangat Baik, 4 = Baik, 3 = Netral, 2 = Tidak Baik, 1= Sangat Tidak Baik
 3. Skor Nilai
Untuk menentukan skor nilai akan dihitung dengan mempergunakan formula sebagai berikut, yaitu (SN=BN.RN).
Keterangan:
SN= Skor Nilai, BN= Bobot Nilai, RN= Rating Nilai

Tabel 4.1
Matrix Internal Factor Evaluation (IFE Matrix)
Usaha Jasa Rapikan SosmedMU

Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
a. Sistem kerja yang terorganisir	0,10	4	0,4
b. Harga yang terjangkau	0,20	5	1
c. Sumber daya manusia yang berkompeten di bidangnya	0,15	4	0,6
d. Pelayanan maksimal	0,15	4	0,6
Kelemahan			
a. Perlengkapan penunjang untuk membuat konten masih belum lengkap	0,10	1	0,1
b. Belum berbentuk badan hukum			
c. Strategi <i>digital marketing</i> yang belum maksimal	0,10	1	0,1
d. Anggota tim yang bekerja masih <i>freelancer</i> (Pekerja lepas)	0,10	2	0,2
	0,10	2	0,2
Total	1,00		3,2

Dari hasil analisis pada table 4.1 tentang IFE Matrix, faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 3,2. Karena total skor diatas 2,5 berarti ini mengindikasikan posisi internal yang kuat.

Tabel 4.2
Matrix External Factor Evaluation (EFE- Matrix)
Usaha Jasa Rapikan SosmedMU

Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
a. Luasnya pangsa pasar	0,10	5	0,5
b. Sistem jasa yang akan terus bertambah	0,15	5	0,75
c. Menambah relasi baru	0,10	4	0,4
d. Kerjasama dengan brand-	0,10	3	0,3

brand ternama			
Ancaman			
a. Munculnya pesaing baru	0,10	1	0,1
b. Berkurangnya jumlah klien	0,15	1	0,15
c. Anggota tim yang berkompeten berpindah ke <i>agency</i> lain	0,20	2	0,4
d. Pencurian ide kampanye promosi ketika <i>pitching</i> ke calon klien	0,10	1	0,1
Total	1,00		2,7

Dari hasil analisis pada tabel 4.2 tentang EFE Matrix, faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 2,7. Karena total skor cukup tinggi berarti ini mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dan berusaha menghindari ancaman-ancaman yang ada. Berdasarkan tabel 4.1 tentang IFE Matrix dan tabel 4.2 tentang EFE Matrix, lebih besar nilai IFE Matrix (*Matrix Internal Factor Evaluation*) yaitu sebesar 3,2 dibandingkan dengan nilai EFE Matrix (*Matrix External Factor Evaluation*) yaitu sebesar 2,7. Dapat kita simpulkan bahwa faktor internal usaha jasa Rapikan SosmedMU lebih dominan daripada faktor eksternal. Sehingga dapat dipastikan usaha jasa Rapikan SosmedMU dapat mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan kekuatan seperti sistem kerja yang terorganisir, harga yang terjangkau, sumber daya manusia yang berkompeten di bidangnya, dan pelayanan yang maksimal.

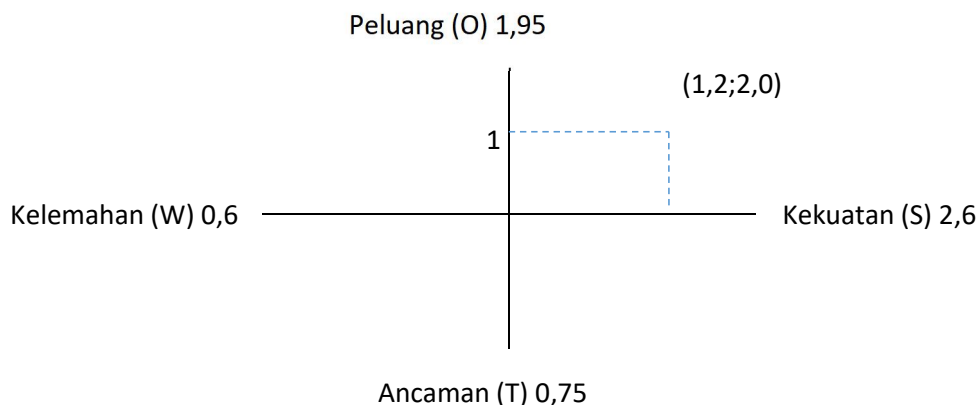
Dari hasil pembobotan IFE dan EFE maka diperoleh hasil seperti yang tertera pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Matriks IFE dan EFE

Total Skor kekuatan = 2,6	Total Skor kelemahan = 0,6
Total Skor Peluang = 1,95	Total Skor Ancaman = 0,75
Total S + O = 4,55	Total W + T = 1,35

Strength + Opportunities > Weaknesses + Threats
4,55 > 1,35

Hasil dari semua faktor tersebut kemudian dapat digambarkan dalam kuadran SWOT sebagai berikut:



Gambar 4.1.
Posisi Rapikan SosmedMu dalam Kuadran SWOT

Berdasarkan matriks di atas alternatif strategi berada pada kuadran 1, maka strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kedua matriks di atas merupakan kondisi relative yang dihadapi oleh pengusaha jasa Rapikan SosmedMU di lokasi penelitian. Kondisi-kondisi inilah yang mereka hadapi dalam menjalankan usahanya. Berikut adalah tabel yang akan peneliti gunakan untuk menganalisis dan menentukan keputusan strategis dengan menggunakan pendekatan matriks SWOT.

Tabel 4.4
Analisis Matriks SWOT

	INTERNAL	STRENGTH (S)	WEAKNESSES (W)
		<ul style="list-style-type: none"> a. Sistem kerja yang teroganisir b. Harga yang terjangkau c. Sumber daya manusia yang berkompeten di bidangnya d. Pelayanan maksimal 	<ul style="list-style-type: none"> a. Perlengkapan penunjang untuk membuat konten masih belum lengkap b. Belum berbentuk badan hukum c. Strategi <i>digital marketing</i> yang belum maksimal d. Anggota tim yang bekerja masih <i>freelancer</i> (Pekerja lepas)
EKSTERNAL			
	OPPORTUNITIES (O)	Strategi SO	Strategi WO
	<ul style="list-style-type: none"> a. Luasnya pangsa pasar b. Sistem jasa yang akan terus bertambah c. Menambah relasi baru 	<ul style="list-style-type: none"> a. Memaksimalkan sistem kerja yang baik sehingga mampu menarik calon klien untuk menggunakan jasa Rapikan 	<ul style="list-style-type: none"> a. Mempersiapkan perlengkapan penunjang lainnya agar dapat memaksimalkan hasil kerja b. Mendaftarkan

<p>d. Kerjasama dengan brand-brand ternama</p>	<p>SosmedMU</p> <p>b. Memberikan jasa yang kreatif dan berinovasi</p> <p>c. Selalu memberikan evaluasi terhadap anggota tim sehingga dapat berkembang kemampuannya</p> <p>d. Selalu sigap dan tanggap dalam menghadapi segala situasi</p>	<p>Rapikan SosmedMU agar dapat segera memiliki legalitas resmi</p> <p>c. Mengikuti kursus-kursus penunjang agar bisnis dapat berjalan lebih baik lagi</p> <p>d. Mempersiapkan anggota tim untuk menjadi <i>full time worker</i> sehingga memaksimalkan komunikasi dalam bekerja</p>
<p>THREATS (T)</p> <p>a. Munculnya pesaing baru</p> <p>b. Berkurangnya jumlah klien</p> <p>c. Anggota tim yang berkompeten berpindah ke <i>agency</i> lain</p> <p>d. Pencurian ide kampanye promosi ketika <i>pitching</i> ke calon klien</p>	<p>Strategi ST</p> <p>a. Selalu profesional dalam menjalankan tugas</p> <p>b. Tetap memberikan harga jasa yang tidak berubah namun bisa memberikan beberapa jasa lain menyesuaikan kebutuhan pemilik usaha</p> <p>c. Mengatur <i>jobdesk</i> sesuai dengan kemampuan anggota tim sehingga pekerjaan yang dilakukan sesuai dengan alur kerja</p> <p>d. Membuat perjanjian awal sebelum bekerjasama dan mempresentasikan hasil kerja</p>	<p>Strategi WT</p> <p>a. Menggunakan konsep ide yang kreatif walaupun perlengkapan penunjang belum lengkap</p> <p>b. Memberi kepercayaan dan keprofesionalitasan kepada klien</p> <p>c. Owner melakukan pola ATM (Amati, Tiru, Modifikasi) dari kursus yang sudah dipelajari sehingga bisa diterapkan pada SOP perusahaan</p> <p>d. Seleksi anggota tim dan memberikan upah yang sesuai agar bisa memberikan hasil terbaik sehingga pemilik usaha merasa puas dengan hasil pekerjaan.</p>

B. Pembahasan

Berdasarkan nilai skor analisis SWOT, usaha jasa Rapikan SosmedMU termasuk sebuah perusahaan yang baik, karena faktor internal perusahaannya posisi *Strengths* (kekuatan) memiliki skor yang lebih besar jika dibandingkan dengan

Weaknesses (kelemahan) dan pada faktor eksternal skor *Opportunities* (peluang) juga lebih besar jika dibandingkan dengan skor *Threats* (ancaman).

Dalam hal ini usaha jasa Rapikan SosmedMU perlu mengimplementasikan strategi pertumbuhan yang agresif atau strategi SO diantaranya: Memaksimalkan sistem kerja yang baik sehingga mampu menarik calon klien untuk menggunakan jasa Rapikan SosmedMU, memberikan jasa yang kreatif dan berinovasi, selalu memberikan evaluasi terhadap anggota tim sehingga dapat berkembang kemampuannya, serta selalu sigap dan tanggap dalam menghadapi segala situasi. Namun untuk memaksimalkan hasil, sebaiknya pemilik juga memanfaatkan strategi lainnya dalam menjalankan usaha.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis pada penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa usaha jasa Rapikan SosmedMU perlu mengimplementasikan analisis SWOT dengan menggunakan strategi-strategi bisnis baik dari faktor internal maupun eksternal. Dalam mengembangkan usaha jasa Rapikan SosmedMU, strategi SO harus diimplementasikan begitu pula strategi SWOT lain yang sudah dipaparkan agar dapat maksimal dalam meningkatkan profit atau pendapatan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi usaha jasa Rapikan SosmedMU yaitu:

1. Lebih memperkuat komunikasi dan memaksimalkan anggota tim agar proses pekerjaan dapat berjalan dengan baik.
2. Usaha jasa Rapikan SosmedMU hendaknya mempertahankan keunggulan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan meningkatkan kreatifitas serta inovasi.
3. Usaha jasa Rapikan SosmedMU bisa lebih mengoptimalkan implementasi analisis SWOT.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, Maria Y.D Hayu. 2018. *Ekonomi Manajerial Pembuatan Keputusan Berdasar Teori Ekonomi*. Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata.
- Hunger, J David dan Thomas L. Wheelen. 2003. *Manajemen Strategis. (Agung, Julianto, Terjemahan)*. Yogyakarta: Andi.
- Moeljadi. 2015. *Great Cash Management Great Profit*. Cetakan ke-2. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Muchlis, Ridwan. 2018. *Analisis SWOT Financial Technology (Fintech) Pembiayaan Perbankan Syariah Di Indonesia (Studi Kasus 4 Bank Syariah Di Kota Medan)*. Jurnal Ekonomi Islam. Vol. 3 (2), 335-357.
- Rauf, Abdul dkk. 2021. *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*. Cetakan ke-1. Cirebon: Insania.
- Riniwati, Harsuko. 2016. *Manajemen Sumberdaya Manusia (Aktivitas Utama dan Pengembangan SDM)*. Malang: UB Press.

Sahabuddin, Romansyah. 2019. *Manajemen Pemasaran Jasa: Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah pada Industri Perbankan*. Cetakan ke-1. Sulawesi: Pustaka Taman Ilmu.

Solihin, Ismail. 2014. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Erlangga.

Tamara, Angelica. 2016. *Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen. Vol. 4 (3), 395-406.