

# PERUMUSAN STRATEGI STARTUP D'CETAK MENGUNAKAN ANALISIS PESTEL DAN SWOT

Sastra Jendra hayu Ningrat<sup>1</sup>, Kristina Sisilia<sup>2</sup>, Agus Maolana Hidayat<sup>3\*</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia.

\*E-mail koresponden: [agumh@telkomuniversity.ac.id](mailto:agumh@telkomuniversity.ac.id)

**Diterima 17 Januari 2024, Disetujui 18 April 2024**

## Abstrak

D'Cetak mengalami statistik pendapatan yang fluktuatif, sehingga diperlukan upaya lebih lanjut untuk meningkatkan kinerja penjualan dan mencapai target pendapatan yang diharapkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bisnis D'Cetak menggunakan analisis SWOT. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menerapkan analisis SWOT. Data didapatkan dari hasil wawancara kepada 5 informan kunci yaitu pimpinan perusahaan. Hasil analisis SWOT D'Cetak memperoleh 7 kekuatan, 5 kelemahan, 7 peluang, dan 5 ancaman. Skor matriks IFAS sebesar 1,26 dan matriks EFAS sebesar 1,29. D'Cetak berada di posisi kuadran I dengan peluang dan kekuatan yang dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk mengatasi kelemahan dan ancaman eksternal dan strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

**Kata Kunci:** Analisis SWOT, Strategi

## Abstract

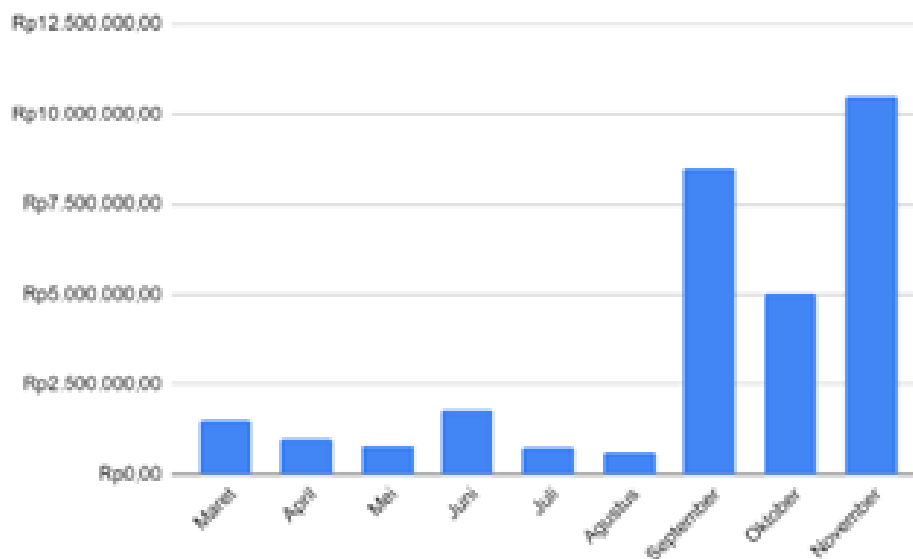
*D'Cetak faces revenue fluctuations, necessitating additional efforts to enhance sales performance and meet anticipated revenue targets. This research aims to analyze D'Cetak's business strategy through SWOT analysis. The research method is descriptive qualitative by applying SWOT analysis. Data obtained from interviews with 5 key informants, namely company leaders. The results of D'Cetak's SWOT analysis obtained 7 strengths, 5 weaknesses, 7 opportunities, and 5 threats. The IFAS matrix score is 1.26 and the EFAS matrix is 1.29. Positioned in quadrant I, D'Cetak possesses opportunities and strengths that can be optimally harnessed to address external weaknesses and threats. The recommended strategy involves endorsing an assertive growth-oriented approach.*

**Key words:** SWOT Analysis, Strategy

## PENDAHULUAN

Dikutip dari dataindonesia.id pada kuartal pertama tahun 2023, Produk Domestik Bruto (PDB) harga konstan untuk industri kertas dan barang dari kertas, percetakan, dan reproduksi media rekaman mencapai Rp20,44 triliun. Angka ini menunjukkan pertumbuhan sebesar 2,22% jika dibandingkan dengan nilai pada periode yang sama tahun sebelumnya, yang

sebesar Rp20,3 triliun. Pada kuartal pertama tahun 2023, sektor industri ini mencatat pertumbuhan terbesar kelima di antara subsektor industri pengolahan lainnya. Industri ini dapat dianggap sebagai sektor usaha yang terus relevan seiring berjalannya waktu dan terus mengalami perkembangan yang cepat sesuai dengan permintaan pelanggan.



**Gambar 1.** Statistik Pendapatan D'Cetak Tahun 2023

**Sumber:** Data diolah oleh penulis, 2023

Berdasarkan Gambar 1 terlihat adanya fluktuasi dalam statistik pendapatan, dengan pendapatan terendah pada bulan Agustus dan pendapatan tertinggi pada bulan November.

Pemilik usaha perlu mempertimbangkan strategi yang lebih efektif untuk mengatasi tantangan ini dan memperbaiki kinerja penjualan secara keseluruhan. Analisis lingkungan internal membantu untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan. Analisis lingkungan eksternal membantu untuk melihat peluang dan ancaman yang akan dihadapi perusahaan

(Yudiaris, 2015:2-3). Untuk memahami kondisi internal dan eksternal ini, perusahaan dapat menggunakan alat analisis SWOT.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan merumuskan Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) pada *startup* D'Cetak, keadaan *startup* D'Cetak dalam analisis SWOT, alternatif strategi apa saja yang dapat dipilih oleh *startup* D'Cetak dalam menjalankan usaha.

## KAJIAN TEORI

### Strategi

Menurut George A. Steiner dan John B. Miner dalam (Safitri & Fajrin, 2019:63), Strategi mencakup penentuan misi perusahaan, pengidentifikasian tujuan organisasi dengan memperkuat aspek-aspek eksternal dan internal, perancangan kebijakan, serta formulasi strategi khusus guna mencapai target yang ditetapkan. Hal ini dilakukan dengan memastikan penerapan yang tepat, sehingga tujuan utama dan sasaran organisasi dapat tercapai.

Hax dan Majluf dalam (Tjiptono, 2019:3) mendefinisikan bahwa strategi merupakan pola keputusan yang terpadu dan integratif, yang mencakup penetapan dan penegasan target jangka panjang organisasi, program tindakan, dan prioritas alokasi sumber daya. Strategi juga melibatkan pemilihan jenis bisnis yang ingin dijalankan atau dikembangkan oleh organisasi. Tujuannya adalah mencapai keunggulan jangka panjang yang berkelanjutan dalam setiap bidang bisnis, dengan respons terhadap peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan, serta mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan organisasi. Proses strategi melibatkan semua tingkat hirarki perusahaan, yaitu korporat, bisnis, dan fungsional. Selain itu, strategi menetapkan karakteristik kontribusi ekonomis dan non-ekonomis yang ingin diberikan kepada pemangku kepentingan organisasi.

### Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2003:19), SWOT merupakan singkatan dari kekuatan (*strengths*)

dan kelemahan (*weaknesses*) di lingkungan internal serta peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) di lingkungan eksternal yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan.

## METODE

Metode yang digunakan adalah kualitatif yaitu menganalisis teks dan hasil wawancara untuk mendapatkan makna dari suatu fenomena (Sugiyono, 2017:3). Penelitian ini bersifat deskriptif karena menjelaskan penerapan analisis SWOT dalam merumuskan strategi pada *startup* D'Cetak. Subjek penelitian ini adalah pimpinan perusahaan D'Cetak. Objek dalam penelitian ini adalah lingkungan internal dan eksternal D'Cetak yang mencakup kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Menurut Fajar dalam (Hatta et al., 2018:538) kekuatan adalah sumber daya yang dimiliki, keterampilan, atau keunggulan lain yang berhubungan dengan pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan.

Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui wawancara

dengan pimpinan perusahaan D'Cetak (Head, CEO, CFO, CTO, COO), observasi lingkungan internal dan eksternal perusahaan, dan dokumentasi, serta data sekunder yang berasal dari internet, buku, dan artikel jurnal pendukung penelitian. Pada penelitian ini, data dianalisis secara menyeluruh dengan fokus pada analisis strategis menggunakan analisis SWOT. Ramavanavar dan Charantimath dalam (Haryani et al., 2018:78) metode analisis SWOT telah digunakan secara luas sebagai alat untuk merencanakan dan menganalisis tindakan strategis selama dekade terakhir.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Faktor Eksternal Terkait PESTEL

1. Politik
  - a. Kebijakan terkait pajak dan perizinan usaha
  - b. Stabilitas politik
2. Ekonomi
  - a. Pertumbuhan ekonomi
  - b. Biaya peralatan dan bahan baku
3. Sosial
  - a. Tren pembelian konsumen secara *online*
  - b. Tren merayakan kelulusan saat sidang skripsi atau wisuda
  - c. Kebutuhan untuk keperluan redesain kemasan UMKM dan *event* ORMAWA
4. Teknologi
  - a. Pembayaran *digital*
  - b. *Web design*
  - c. Pencatatan *digital*
5. Environment
  - a. Kebijakan penggunaan kertas
6. Legal
  - a. UU No 28 Tahun 2014 tentang Hak cipta
  - b. UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen

### Analisis SWOT

1. Kekuatan
  - a. Harga produk dan layanan lebih murah daripada kompetitor
  - b. Proses produksi cepat
  - c. Mudah diakses secara *online*
  - d. Pesanan dapat diantar langsung ke pelanggan
  - e. Kualitas produk dimonitor dengan baik
  - f. *After sales service*
  - g. Digitalisasi pembayaran dan pencatatan pesanan
2. Kelemahan
  - a. Belum ada sistem evaluasi kinerja yang terstruktur
  - b. Konten media sosial belum konsisten dan kurang menarik
  - c. Produk masih mengandalkan vendor
  - d. Penjualan bergantung pada kegiatan di Telkom University
  - e. Pemasaran masih terbatas pada mahasiswa Telkom University
3. Peluang
  - a. Kelonggaran pajak untuk usaha kecil
  - b. Memperluas pangsa pasar melalui *platform digital*
  - c. Permintaan tinggi saat periode sidang skripsi atau wisuda

- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>d. Ramai pembelian saat ada <i>event</i> di kampus</li> <li>e. ORMAWA membeli dalam jumlah yang banyak</li> <li>f. Perkembangan teknologi dalam pembayaran, pencatatan, dan <i>web design</i></li> <li>g. Efisien dalam pembayaran dan rekapitulasi pesanan</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>4. Ancaman           <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Banyak persaingan dalam bisnis percetakan</li> <li>b. Kenaikan biaya peralatan dan bahan baku</li> <li>c. Penjualan menurun saat tidak ada kegiatan di kampus</li> <li>d. Kekurangan modal <i>dropship</i></li> <li>e. Risiko keamanan digital</li> </ul> </li> </ul> |
|---|---|

### Matriks IFAS

Tabel 1. Matriks IFAS

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Score
<b>Strengths</b>				
1	Harga produk dan layanan lebih murah dari pada kompetitor	0,10	4	0,39
2	Proses produksi cepat	0,08	4	0,32
3	Mudah diakses secara <i>online</i>	0,06	2	0,13
4	Pesanan dapat diantar langsung ke pelanggan	0,06	3	0,19
5	Kualitas produk dimonitor dengan baik	0,10	4	0,39
6	<i>After sales service</i>	0,10	3	0,29
7	Digitalisasi pembayaran dan pencatatan pesanan	0,06	2	0,13
<b>Total</b>				1,84
<b>Weaknesses</b>				
1	Belum ada sistem evaluasi kinerja yang terstruktur	0,06	2	0,13
2	Konten media sosial belum konsisten dan kurang menarik	0,10	1	0,10
3	Produk masih mengandalkan vendor	0,08	2	0,16
4	Penjualan bergantung pada kegiatan di Telkom University	0,10	1	0,10
5	Pemasaran masih terbatas pada Mahasiswa Telkom University	0,10	1	0,10
<b>Total</b>				0,58
<b>Total Skor</b>		1,00		2,42
<b>Total IFAS</b>				1,26

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2023

### Matriks EFAS

Tabel 2. Matriks EFAS

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Score
<b>Opportunities</b>				
1	Kelonggaran pajak untuk usaha kecil	0,06	2	0,11
2	Memperluas pangsa pasar melalui <i>platform digital</i>	0,09	3	0,26
3	Permintaan tinggi saat periode sidang skripsi atau wisuda	0,10	4	0,39
4	Ramai pembelian saat ada <i>event</i> di kampus	0,10	4	0,39
5	ORMAWA membeli dalam jumlah yang banyak	0,10	4	0,39
6	Perkembangan teknologi dalam pembayaran, pencatatan, dan <i>web design</i>	0,07	3	0,20

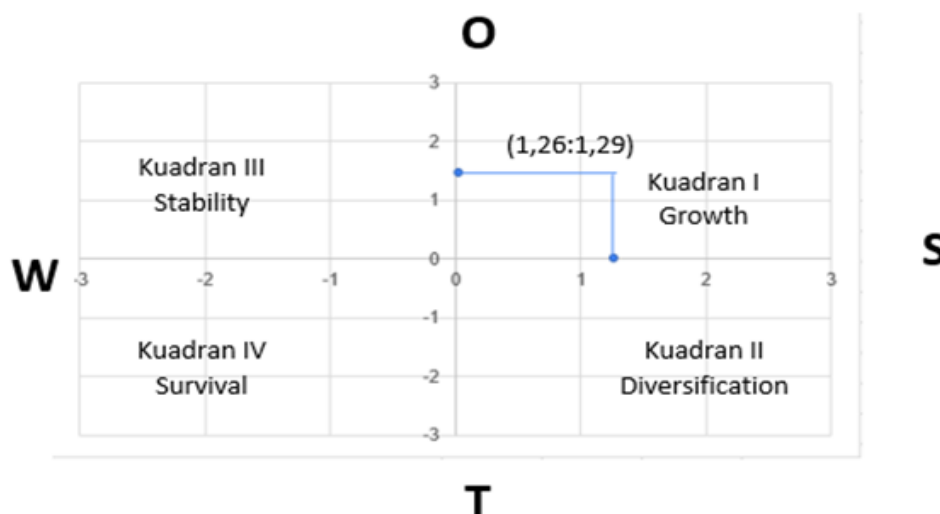
7	Efisien dalam pembayaran dan rekapitulasi pesanan	0,08	3	0,23
<b>Total</b>				1,86
<b>Threats</b>				
1	Banyak persaingan dalam bisnis percetakan	0,08	2	0,16
2	Kenaikan biaya peralatan dan bahan baku	0,09	1	0,09
3	Penjualan menurun saat tidak ada kegiatan di kampus	0,10	1	0,10
4	Kekurangan modal <i>dropship</i>	0,09	1	0,09
5	Risiko keamanan <i>digital</i>	0,07	2	0,13
<b>Total</b>				0,57
<b>Total Skor</b>		1,00	2,43	
<b>Total EFAS</b>				1,29

**Sumber:** Data diolah oleh penulis, 2023

### Kuadran SWOT

Berdasarkan hasil penilaian (skor) pada matriks IFAS didapatkan skor kekuatan sebesar 1,84 dan kelemahan sebesar 0,58 dan setelah dilakukan pengurangan didapatkan hasil skor sebesar 1,26 sebagai sumbu (x) dan pada matriks EFAS didapatkan skor peluang sebesar

1,86 dan ancaman sebesar 0,57 dan setelah 47 dilakukan pengurangan didapatkan hasil skor sebesar 1,29 sebagai sumbu (y), kemudian berdasarkan sumbu (x) dan (y) diolah menjadi kuadran SWOT yang akan menggambarkan posisi kuadran D'Cetak.



**Gambar 2.** Kuadran SWOT

**Sumber:** Data diolah oleh penulis, 2023

Berdasarkan Gambar D'Cetak berada pada kuadran I yang mendukung kebijakan pertumbuhan agresif (*Growth oriented strategy*) karena memiliki peluang dan kekuatan yang dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk mengatasi kelemahan dan ancaman eksternal

### Matriks SWOT

Didapatkan empat macam kombinasi strategi yang terdiri dari strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT. Matriks SWOT bertujuan untuk menghasilkan alternatif strategi yang layak untuk diterapkan oleh perusahaan.

Tabel 3. Matriks SWOT

IFAS	Strength	Weakness
	1. Harga produk dan layanan lebih murah daripada kompetitor	1. Belum ada sistem evaluasi kinerja yang terstruktur
	2. Proses produksi cepat	2. Konten media sosial belum konsisten dan kurang menarik
	3. Mudah diakses secara <i>online</i>	3. Produk masih mengandalkan vendor
	4. Pesanan dapat diantar langsung ke pelanggan	4. Penjualan bergantung pada kegiatan di Telkom University
	5. Kualitas produk dimonitor dengan baik	5. Pemasaran masih terbatas pada Mahasiswa Telkom University
	6. <i>After sales service</i>	
	7. Digitalisasi pembayaran dan pencatatan pesanan	
EFAS	Strategi SO	Strategi WO
Opportunity	Strategi SO	Strategi WO
1. Kelonggaran pajak untuk usaha kecil	1. Ekspansi pasar melalui <i>platform digital</i> S3-O2	1. Optimalisasi konten media sosial W2-O2, O6
2. Memperluas pangsa pasar melalui <i>platform digital</i>	2. Penawaran khusus selama periode tertentu S3-O3	2. Menargetkan <i>project</i> dengan <i>event</i> di Telkom University W4-O4
3. Permintaan tinggi saat periode sidang skripsi atau wisuda	3. Inovasi dalam pembayaran dengan QR Code S7-O6, O7	3. Menjalin <i>partnership</i> dengan ORMAWA W4, W5-O5
4. Ramai pembelian saat ada <i>event</i> di kampus		4. Memperluas pasar di luar Telkom University W4, W5-O2
5. ORMAWA membeli dalam jumlah yang banyak		
6. Perkembangan teknologi dalam pembayaran, pencatatan, dan <i>web design</i>		
7. Efisien dalam pembayaran dan rekapitulasi pesanan		
Threat	Strategi ST	Strategi WT
1. Banyak persaingan dalam bisnis percetakan	1. Fokus pada keunikan dan keunggulan bersaing S1, S2, S3, S4, S6-T1	1. Implementasi sistem evaluasi kinerja yang terstruktur W1-T1
2. Kenaikan biaya peralatan dan bahan baku dapat meningkatkan biaya produksi	2. Gencar melakukan promosi di waktu tertentu S3-T3	2. Menjalin <i>partnership</i> dengan organisasi atau komunitas di luar Telkom University W4, W5-T3
3. Penjualan menurun saat tidak ada kegiatan di kampus	3. Merencanakan <i>campaign marketing</i> dengan baik S3-T4	3. Membeli mesin percetakan W3-T4
4. Kekurangan modal <i>dropship</i> jika pesanan terlalu banyak dan datang bersamaan	4. Peningkatan keamanan <i>digital</i> S7-T5	
5. Risiko keamanan <i>digital</i>		

## Menentukan Strategi

Rencana strategis D'Cetak dalam jangka pendek adalah sebagai berikut:

1. Pemasaran
  - a. Ekspansi pasar melalui *platform digital*
    1. Menganalisis tren pasar *digital* terkini yang relevan dengan bisnis percetakan
    2. Menentukan jenis *platform digital* dan segmen pasar *digital* yang menjadi fokus utama yaitu WhatsApp dan Instagram dan segmen utama mahasiswa
    3. Menganalisis pesaing di *platform digital* yang sama beserta kekuatan dan kelemahannya
    4. Membuat *plan* konten Instagram mulai dari waktu *posting* sampai isi dari konten tersebut
    5. Membuat katalog di WhatsApp bisnis
    6. Memanfaatkan alat analitik *platform* media sosial untuk memahami kinerja dan interaksi konten dengan audiens
  - b. Penawaran khusus selama periode tertentu
    1. Menentukan waktu strategis seperti saat periode sidang, wisuda, *event* ORMAWA
    2. Mengidentifikasi segmen pelanggan yang menjadi target penawaran khusus yaitu mahasiswa
    3. Menentukan jenis penawaran yaitu diskon harga mulai dari

50%-70% ketika pelanggan melakukan pembelian dalam jumlah banyak, *cashback* saat hari besar seperti kemerdekaan, *reward poin* untuk *membership*

4. Memilih *platform* untuk mengomunikasikan penawaran khusus yaitu melalui Instagram
- c. Inovasi dalam pembayaran dengan QR *Code*
  1. Mengidentifikasi jenis pembayaran apa yang sering digunakan oleh pelanggan
  2. Membuat QRIS yang bisa menerima pembayaran dari berbagai jenis bank dan *e-wallet*.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Dengan merujuk pada hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan terhadap lingkungan internal dan eksternal D'Cetak, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan matriks IFAS dan EFAS, diperoleh hasil, (1) Faktor kekuatan memiliki skor sebesar 1,84 dan total skor kelemahan sebesar 0,58, serta total skor IFAS sebesar 1,26. (2) Faktor peluang mendapatkan skor sebesar 1,86 dan total skor ancaman sebesar 0,57, menghasilkan total skor EFAS sebesar 1,29.
2. D'Cetak berada pada posisi kuadran I yang mendukung kebijakan pertumbuhan agresif (*Growth oriented strategy*) karena memiliki peluang dan kekuatan yang dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk



mengatasi kelemahan dan ancaman eksternal.

3. Berdasarkan hasil matriks SWOT didapatkan empat alternatif strategi yaitu (1) strategi SO diantaranya melakukan ekspansi pasar melalui platform digital, penawaran khusus selama periode tertentu, inovasi dalam pembayaran dengan QR Code, (2) strategi ST diantaranya fokus pada keunikan dan keunggulan bersaing, gencar melakukan promosi di waktu tertentu, merencanakan campaign marketing dengan baik, peningkatan keamanan digital, (3) strategi WO diantaranya melakukan optimalisasi konten media sosial, menargetkan project dengan event di Telkom University, menjalin partnership dengan ORMAWA, memperluas pasar di luar Telkom University, (4) strategi WT diantaranya implementasi sistem evaluasi kinerja yang terstruktur, menjalin partnership dengan organisasi atau komunitas di luar Telkom University, membeli mesin percetakan.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

Berdasarkan pada matriks IFAS dan EFAS, perusahaan perlu memberikan prioritas utama dalam mengatasi aspek kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempunyai nilai tertinggi pada setiap faktor. Hal ini dikarenakan aspek-aspek tersebut memiliki prioritas yang tinggi dan memberikan dampak besar terhadap pertumbuhan perusahaan.

Perusahaan perlu meng-optimalkan posisinya saat ini di kuadran I, dengan berfokus pada strategi SO, yaitu memperluas pasar melalui *platform digital*, memberikan penawaran khusus pada periode tertentu, dan inovasi dalam pembayaran QR Code.

### DAFTAR PUSTAKA

- Haryani, I., Riskarini, D., & Ichwani, T. (2018). Business Development Strategy Model of SMEs Through SWOT and EFE-IFE Analysis. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 3(1), 78.
- Hatta, I. H., Riskarini, D., & Ichwani, T. (2018). SME business development strategy: SWOT and EFE-EFI analysis. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 16(3), 538.
- Pratiwi, F. S. (2023). Kinerja Industri Kertas Tumbuh 2,22% pada Kuartal I/2023. *dataindonesia.id*. <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/kinerjaindustri-kertas-tumbuh-222-pada-kuartal-i2023>. (Akses: 27 Oktober 2023)
- Rangkuti, F. (2003). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Safitri, P., & Fajrin, Z. (2019). Strategi Bisnis dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Menengah Kopian Resam Mentari Kota Pangkalpinang. *Jurnal Ekonomi Manajemen & Bisnis*, 20(1) 63.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kualitatif (S. Y. Suryandari, Ed.). Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan. Dalam Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan. Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI).
- Yudiaris, I. G. (2015). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada CV. Puri Lautan Mutiara. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA*, 5(1) 2-3.