

IMPLEMENTASI SWOT DALAM MENGOPTIMALKAN MANAJEMEN STRATEGIK PADA BISNIS MODERN

Anugerah Nurul Lucky¹⁾, Arla Septavi Alya Lestari²⁾, Dhini Dwi Aprilia³⁾, Diah Sekar Arum⁴⁾, Naely Fauziyah Mukti⁵⁾, Wike Apriliansyah⁶⁾
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Correspondence		
Email: 202210325273@mhs.ubharajaya.ac.id ¹⁾ , 202210325279@mhs.ubharajaya.ac.id ²⁾ , 202210325207@mhs.ubharajaya.ac.id ³⁾ , 202210325190@mhs.ubharajaya.ac.id ⁴⁾ , 202210325117@mhs.ubharajaya.ac.id ⁵⁾ , 202210325195@mhs.ubharajaya.ac.id ⁶⁾		No. Telp:
Submitted: 26 Mei 2024	Accepted: 2 Juni 2024	Published: 3 Juni 2024

ABSTRAK

Penerapan analisis SWOT dapat meningkatkan manajemen strategis dalam konteks bisnis modern. Dengan menggunakan analisis SWOT dapat membantu manajemen dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan di hadapi perusahaan. Dengan pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor tersebut perusahaan dapat mengoptimalkan strategi bisnis mereka, meningkatkan daya saing, dan mencapai tujuan dari bisnis mereka. Dengan penerapan SWOT dengan baik maka dapat mempermudah perusahaan untuk memproses pengambilan keputusan manajemen untuk mencapai keberhasilan jangka Panjang dalam bisnis modern.

Kata kunci: SWOT, Bisnis Modern, Manajemen Strategik

ABSTRACT

Application of SWOT analysis can improve strategic management in the modern business cortex cortex. Using SWOT analysis can help management in identifying strengths, weaknesses, opportunities and threats that will be faced by the company. Company. With a deep understanding of these factors, companies can optimize their business strategy, increase competitiveness, and achieve the goals of their business. With a good application of SWOT, it can make it easier for companies to process management decisions. With a good application of SWOT, it can make it easier for companies to process management decisions to achieve long-term success in modern business.

Keywords: SWOT, Business, Modern Business, Strategic Management

PENDAHULUAN

Di era transformasi digital yang serba cepat dan penuh persaingan, implementasi dari SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats*) menjadi pondasi penting manajemen strategik dalam mengoptimalkan keunggulan bersaing yang kompetitif pada bisnis modern. Dalam bukunya yang bertajuk “Era Baru Manajemen” oleh Richard L. Daft menjelaskan bahwa analisis SWOT melibatkan upaya dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan performa suatu perusahaan. Pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, lembaga keuangan serta rekan bisnis lainnya adalah beberapa sumber yang dapat memberikan informasi tentang peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal (Nisak, 2004). Analisis ini tidak

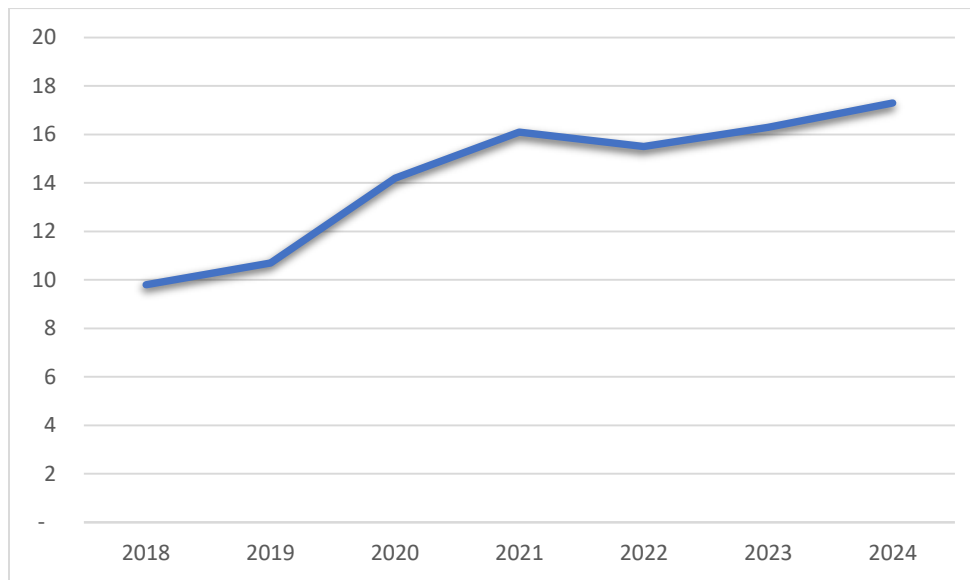
hanya membantu suatu perusahaan untuk dapat menentukan kekuatan dan kelemahan dari lingkup internalnya saja, tetapi juga memetakan peluang dan ancaman yang berasal dari lingkup eksternal.

Berdasarkan buku karangan Irham Fahmi yang berjudul “Manajemen Strategis”, dalam menganalisa lebih lanjut mengenai SWOT, diperlukannya faktor eksternal dan internal sebagai bagian terpenting dalam analisa SWOT. Faktor internal memengaruhi bagaimana *Strengths* and *Weakneses*, yang dapat dikaitkan dengan situasi yang terjadi di perusahaan saat pengambilan keputusan (*decision making*). Faktor internal mencakup berbagai fungsi manajemen, seperti pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, serta budaya perusahaan. Faktor eksternal memengaruhi terbentuknya peluang dan ancaman, yang terkait dengan kondisi-kondisi di luar perusahaan yang dapat berdampak pada pengambilan keputusan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, seperti ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, serta sosial budaya (Irawan, n.d.).

Dalam bukunya David F yang bertajuk “Manajemen Strategis – Konsep” menjabarkan bahwa manajemen strategis dapat diartikan sebagai kombinasi pengetahuan dan keterampilan dalam menginterpretasikan, melaksanakan, serta menilai berbagai macam keputusan lintas fungsi yang memungkinkan suatu organisasi dapat mencapai tujuannya. Manajemen strategis memusatkan perhatian atas upaya dalam memadukan berbagai aspek seperti manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi atau operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer demi mencapai keberhasilan organisasi. (Opan Arifudin, Rahman Tanjung, n.d.)

Menurut (Khaeruman, 2024) Bisnis modern adalah beralihnya masa tradisional ke masa modern yang ditandai dengan perubahan yang dinamis, persaingan yang mengglobal dan penggunaan teknologi yang semakin gencar. Penerapan teknologi modern di pasar global guna meningkatkan daya saing dan tantangan yang di hadapi manajemen stratejik dalam mengoptimalkan perannya tentu memberikan harapan bagi setiap bisnis yang mulai beralih dari bisnis tradisional ke bisnis modern.

Salah satu penerapan bisnis modern dewasa ini ialah pemanfaatan teknologi dalam memasarkan produk. Pemasaran ini dilakukan di beberapa *e-commerce* yang ada di Indonesia, seperti shopee, instagram, tokopedia, tiktok dan facebook.



Gambar 1. Pangsa E-commerce Global
Sumber: databoks

Dapat dilihat dari grafik diatas, secara global peningkatan penggunaan *e-commerce* dalam memasarkan produk mereka pada dimensi bisnis modern meningkat setiap tahunnya. Pada saat pandemi Covid-19, kenaikan cukup signifikan yaitu yang awalnya di tahun 2018 sebesar 9,6% menjadi 10,7% di tahun 2019. Tahun 2019 ke tahun 2020 meningkat dari 14,2% menjadi 16,1%. Penurunan terjadi di tahun 2022 yaitu menjadi 15,5%, namun mengalami kenaikan lagi menjadi 16,3% di tahun 2023.

Dilihat dari grafik yang diatas, tentu peralihan bisnis tradisional ke bisnis modern berkembang sangat pesat. Tentu peluang dari bisnis modern dapat dimanfaatkan secara optimal untuk para pebisnis. Mudahnya mengakses internet, efisien, efektif dan harganya yang terjangkau menjadi alasan bagi para pebisnis untuk beralih ke bisnis modern. Pemanfaatan ini tentu harus dibarengi dengan analisa SWOT dan penentuan strategi yang tepat dalam mengoperasikan perusahaan guna mengoptimalkan peluang yang ada. Maka dari itu penulis menulis artikel yang berjudul IMPLEMENTASI SWOT DALAM MENGOPTIMALKAN MANAJEMEN STRATEGIS PADA BISNIS MODERN.

KAJIAN PUSTAKA

Implementasi

Berdasarkan definisi yang terdapat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, istilah ini mengacu pada proses pelaksanaan atau aplikasi. Akan tetapi, menurut (Meihartati, 2017) menyatakan bahwa implementasi berpusat pada aktivitas, aksi, tindakan, atau adanya mekanisme suatu sistem. Implementasi bukan hanya lebih dari sekedar aktivitas, namun juga sebuah kegiatan atau proses yang telah direncanakan dengan matang untuk mencapai target yang sudah ditetapkan.

Implementasi melibatkan serangkaian tindakan yang dirancang untuk menerapkan ide, kebijakan, atau inovasi ke dalam praktik nyata. Proses ini tidak hanya mengubah tindakan, tetapi juga bertujuan untuk menghasilkan perubahan yang signifikan dalam pengetahuan, keterampilan, dan sikap orang-orang yang terlibat. Dengan demikian, implementasi adalah kunci untuk mewujudkan perubahan yang efektif dan berkelanjutan.

Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan dalam strategi manajemen untuk melakukan penilaian terhadap aspek positif seperti kekuatan (Strengths), dan aspek negatifnya seperti kelemahan (Weaknesses), dan memanfaatkan peluang yang ada (Opportunities), serta tantangan atau ancaman (Threats) yang mungkin dihadapi dalam sebuah proyek atau konteks bisnis. Menurut (Halawa, 2021) Analisis SWOT merupakan proses identifikasi dari beberapa faktor penting secara sistematis dalam merumuskan strategi suatu bisnis atau perusahaan, analisis ini didasari oleh logika untuk memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Sementara itu menurut (Dianti, 2017) menyatakan bahwa tujuan dari analisis ini yaitu mengevaluasi menyeluruh atas kekuatan, kelemahan, peluang, dan berbagai ancaman, dengan strategi yang efektif untuk meminimalkan kelemahan dan ancaman tersebut.

Analisis SWOT memiliki manfaat yang signifikan, menurut (Ardiansyah, 2017) analisis ini membantu dalam mengumpulkan informasi dari situasi yang dianalisis dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman). Sehingga memberikan kerangka kerja untuk pengambilan keputusan yang lebih terinformasi dan strategis, memungkinkan organisasi untuk mengalokasikan sumber daya mereka dengan lebih efektif serta membantu organisasi menetapkan tujuan yang realistis dan mencapai visi mereka dalam meningkatkan daya saing.

Komponen Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan teknik yang digunakan dalam mengeksplorasi dan mengevaluasi faktor-faktor yang memengaruhi organisasi dari dalam dan luar. Faktor internal mencakup kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh bisnis atau organisasi, sementara faktor eksternal melibatkan peluang dan ancaman yang dihadapi oleh bisnis tersebut. Melalui pendekatan ini, analisis SWOT menjadi alat strategis penting dalam mengatasi tantangan bisnis modern, dengan cara mengidentifikasi dan memanfaatkan kekuatan internal serta mengenali dan menghadapi hambatan eksternal.

Dengan demikian, analisis SWOT memungkinkan organisasi untuk merumuskan strategi yang berdasarkan pada pemahaman mendalam tentang kapabilitas internal mereka dan kondisi pasar yang mereka hadapi. Ini membantu dalam merancang rencana aksi yang tidak hanya memperkuat posisi organisasi tetapi juga mempersiapkannya untuk memanfaatkan peluang yang timbul, sekaligus mengurangi risiko yang ditimbulkan oleh ancaman eksternal. Pendekatan ini sangat relevan dalam lingkungan bisnis yang bergerak cepat dan penuh dinamika, di mana kemampuan untuk beradaptasi dan bereaksi terhadap perubahan menjadi kunci keberhasilan jangka panjang.

Adapun penjelasan mengenai komponen dari faktor internal dan eksternal analisis SWOT adalah sebagai berikut:

1. Kekuatan (Strengths)

Strengths (Kekuatan) merupakan faktor internal yang memberikan keunggulan kompetitif bagi suatu bisnis. Dalam menghadapi persaingan di era bisnis modern, pemahaman dan pemanfaatan kekuatan ini menjadi sebuah kunci kesuksesan. Kekuatan ini berakar pada aspek-aspek internal yang unik dan superior perusahaan yang istimewa dan unggul termasuk tenaga kerja yang kompeten, teknologi mutakhir yang terbaru, proses operasional yang efisien, dan kapabilitas inovatif. Keunggulan ini tidak hanya membedakan bisnis dari

pesaingnya tetapi juga memberikan nilai lebih di mata pelanggan dan *stakeholder*. Kekuatan ini dapat berupa, jaringan distribusi yang luas, reputasi merek yang kuat, atau budaya organisasi yang adaptif dan progresif. Dengan mengidentifikasi dan memaksimalkan kekuatan-kekuatan ini, bisnis dapat membangun fondasi yang kokoh untuk pertumbuhan dan keberlanjutan jangka panjang.

2. Kelemahan (Weaknesses)

Weaknesses (Kelemahan) merupakan faktor internal yang dapat menunda dan terhambatnya pencapaian tujuan perusahaan. Ini termasuk keterbatasan sumber daya, kurangnya inovasi, infrastruktur yang tidak memadai, dan kekurangan dalam keterampilan atau pengetahuan karyawan. Kelemahan ini dapat berakibat pada produktivitas yang rendah, biaya operasional yang tinggi, dan kehilangan pangsa pasar. Sebagai contoh, sistem teknologi informasi yang tidak lagi relevan dapat memperlambat proses bisnis, serta kepemimpinan yang tidak efektif dapat merusak semangat kerja dan inisiatif tim. Oleh karena itu, penting untuk mengenali dan menangani kelemahan atau kekurangan ini dengan strategi yang tepat adalah cara untuk mempertahankan daya saing dan mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan.

3. Peluang (Opportunities)

Peluang pada analisis ini merupakan faktor eksternal berupa kesempatan yang dapat dimanfaatkan untuk keberlangsungan dan perluasan bisnis. Jika diidentifikasi dan dimanfaatkan dengan tepat, dapat memicu pertumbuhan dan ekspansi. Peluang ini bisa berupa tren pasar yang menguntungkan, perubahan regulasi yang mendukung, kemajuan teknologi, atau pergeseran preferensi konsumen yang membuka jalan bagi produk atau layanan baru. Misalnya, meningkatnya kesadaran akan kelestarian lingkungan dapat mendorong perusahaan untuk mengembangkan solusi ramah lingkungan, sementara itu perjanjian perdagangan bebas antara negara-negara menciptakan kesempatan bagi bisnis untuk memasuki pasar yang sebelumnya tidak tersedia atau sulit diakses. Bisnis yang proaktif dalam mengejar peluang ini sering kali dapat memperoleh keuntungan kompetitif dan memperkuat posisi mereka di pasar.

4. Ancaman/Tantangan (Threats)

Ancaman merupakan faktor eksternal yang dapat mengancam stabilitas dan merugikan bisnis. Ancaman ini bisa berupa meningkatnya persaingan, perubahan regulasi yang tidak menguntungkan, ketidakstabilan ekonomi, atau munculnya teknologi baru yang dapat menggantikan produk atau layanan yang ada. Misalnya, munculnya pesaing dengan inovasi yang disruptif dapat mengurangi pangsa pasar seperti perubahan tren atau selera konsumen, sementara perubahan kebijakan pemerintah dapat meningkatkan biaya operasional. Dalam mengidentifikasi ancaman ini bisnis perlu merancang strategi untuk mengurangi dampak negatifnya, memastikan kelangsungan dan pertumbuhan jangka panjang.

Matriks Analisis SWOT

Matriks Analisis SWOT ini mengembangkan indikator strategis bagi suatu organisasi atau perusahaan agar dalam upaya menjelaskan dengan secara jelas kemungkinan peluang dan ancaman eksternal yang dihadapinya dapat dikelola dengan kekuatan dan kelemahannya (Heriyanto et al., 2022). Matriks ini membagi faktor-faktor ini ke dalam empat kuadran, memungkinkan organisasi untuk memvisualisasikan dan memprioritaskan bagaimana faktor internal serta eksternal dapat berpengaruh pada tujuan mereka. Matriks SWOT menghasilkan empat strategi utama yang dapat

membantu organisasi dalam merencanakan langkah-langkah mereka berdasarkan analisis internal dan eksternal.

Tabel 1. Matriks SWOT

Internal / Eksternal	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO Memanfaatkan kekuatan-kekuatan internal untuk mengambil keuntungan dari peluang eksternal untuk mengejar peluang yang dapat memperkuat posisi pasar dan pertumbuhan bisnis.	Strategi WO Mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal dapat mengubah kelemahan menjadi kekuatan, serta memungkinkan pertumbuhan organisasi meskipun ada batasan.
<i>Threats (T)</i>	Strategi ST Memaksimalkan kekuatan internal membantu organisasi menghadapi ancaman eksternal, menjaga stabilitas, dan bersaing efektif.	Strategi WT Fokus pada mengurangi kelemahan internal dapat membantu menghindari dampak negatif dari ancaman eksternal melalui restrukturisasi, diversifikasi dan strategi defensif.

Sumber: (Rangkuti, 2017)



Gambar 2. Diagram Analisis SWOT

Sumber: (Rangkuti, 2017)

Implementasi Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan instrumen penting dalam perencanaan strategis, untuk melakukan analisis SWOT secara efektif, langkah pertama adalah mengumpulkan tim yang terdiri dari berbagai departemen dan tingkatan dalam organisasi. Hal ini memastikan bahwa berbagai perspektif dan keahlian dapat berkontribusi dalam proses analisis. Untuk memastikan kontribusi dari beragam perspektif perlu evaluasi yang objektif atas kekuatan dan kelemahan internal organisasi, serta identifikasi yang teliti terhadap peluang dan ancaman eksternal, adalah kunci untuk analisis yang efektif. Penting untuk mempertimbangkan faktor-faktor seperti tren pasar, perubahan regulasi, dan inovasi teknologi saat mengevaluasi peluang dan ancaman. Setelah

analisis SWOT selesai, hasilnya harus diintegrasikan ke dalam perencanaan strategis organisasi. Ini melibatkan penggunaan kekuatan untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman, serta mengurangi kelemahan. Misalnya, jika sebuah perusahaan memiliki kekuatan dalam teknologi canggih, mereka dapat menggunakan ini untuk memasuki pasar baru atau mengembangkan produk baru. Sebaliknya, jika kelemahan teridentifikasi dalam pemasaran digital, perusahaan mungkin memutuskan untuk berinvestasi dalam pelatihan atau merekrut karyawan dengan keahlian yang relevan.

Manajemen Strategik

Manajemen strategis, sebagaimana dijelaskan oleh (Pristiwantiyasih, 2018), sebagai analisis, keputusan, dan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. (Hasan et al., 2021) menyatakan bahwa manajemen strategis adalah proses sistematis yang dilakukann manajemen untuk merumuskan, mengimplementasikan, mengevaluasi strategi, dengan tujuan mewujudkan visi dan misi organisasi.

Hubungan Antara Manajemen Strategik dan Analisis SWOT Manajemen strategik adalah proses di mana organisasi menetapkan tujuan jangka panjangnya dan merencanakan cara terbaik untuk mencapainya. Analisis SWOT mendukung formulasi strategi dengan menyediakan kerangka kerja untuk mengevaluasi posisi saat ini dari organisasi relatif terhadap lingkungannya. Kekuatan dan kelemahan merupakan elemen internal yang dapat diatur dan dikelola oleh suatu organisasi. Sementara itu, peluang dan ancaman adalah elemen eksternal yang berada di luar kendali, namun organisasi dapat meresponsnya secara strategis. Terutama dalam membantu menetapkan prioritas dan mengalokasikan sumber daya dengan cara yang paling efektif untuk mencapai tujuan strategis. Oleh karena itu, analisis SWOT ini adalah komponen kunci dalam proses manajemen stratejik yang membantu dalam navigasi kompleksitas lingkungan bisnis yang dinamis.

Analisis SWOT dalam Konteks Bisnis Modern

Menurut (Dianti, 2017) bisnis didefinisikan sebagai suatu kegiatan atau aktivitas usaha individu yang terorganisir untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan dari masyarakat. Bisnis modern sering dikaitkan dengan penggunaan teknologi, inovasi, dan strategi yang berorientasi global untuk mencapai pertumbuhan dan keberlanjutan. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bisnis modern tidak hanya fokus pada penciptaan dan penjualan barang atau jasa, tetapi juga pada penciptaan nilai dan peningkatan kualitas hidup, dengan memanfaatkan teknologi dan inovasi untuk mencapai tujuan.

Bisnis modern menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi cara-cara inovatif dalam meningkatkan efisiensi operasional, menciptakan dan mengembangkan produk-produk inovatif, serta menembus pasar-pasar yang masih baru. Era digital membawa tantangan unik dalam implementasi analisis SWOT. Tantangan tersebut termasuk kecepatan perubahan teknologi dan perilaku konsumen yang berfluktuasi. Namun, era digital juga menawarkan peluang besar seperti akses ke data besar (big data) untuk analisis yang lebih mendalam dan penggunaan media sosial untuk mengidentifikasi tren pasar baru. Bisnis yang dapat menavigasi tantangan ini sambil memanfaatkan peluang dapat mencapai keunggulan kompetitif yang signifikan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan artikel ini berdasarkan pada pendekatan penelitian kepustakaan (*literature review*). Pendekatan ini melibatkan penyelidikan dan analisis terhadap data yang sudah ada termasuk karya-karya maupun literatur yang relevan. Dengan pendekatan ini, memungkinkan peneliti mengumpulkan, mengevaluasi, dan mensintesis informasi dari berbagai sumber, seperti artikel, buku, tesis, dan sumber lainnya. Dalam konteks penulisan artikel ini, studi literatur akan mencakup tinjauan mengenai implementasi SWOT dalam mengoptimalkan persaingan melalui manajemen strategik pada bisnis modern (Khunaini et al., 2023).

Tabel Penelitian Terdahulu

No.	Author (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian Terdahulu	Persamaan dengan artikel ini	Perbedaan dengan artikel ini
1.	(Putranto & Wijayanti, 2018)	Penerapan Analisis SWOT dan Five Forces Porter Sebagai Landasan untuk Merumuskan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Laba Perusahaan (Studi Pada Tin Panda Collection di Kabupaten Magelang)	Hasil penelitian ini adalah mengetahui penerapan analisis SWOT dan model Porter's Five Forces sebagai dasar penyusunan strategi pemasaran untuk meningkatkan keuntungan perusahaan.	Berfokus pada analisis staretgis dan penerapan model analitis (SWOT dan Lima Kekuatan Porter) untuk mengoptimalkan kinerja bisnis.	Terdapat perbedaan, namun lebih spesifik untuk mengkaji penerapan analisis SWOT dan Lima Kekuatan Porter pada perusahaan Tin Panda Collection di Kabupaten Magelang.
2.	(Kamaluddin, 2020)	Analisis SWOT Untuk Merumuskan Srategi Bersaing Pada PT. Menara Angkasa Semesta Cabang Sentani	Hasil analisis menunjukkan bahwa perusahaan telah memasuki fase pertumbuhan dan stabilitas (growth and stability)	Menjelaskan analisis SWOT, yang melibatkan identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu organisasi atau bisnis.	Terdapat perbedaan arah penelitian. Artinya lebih spesifik dan berkaitan dengan keadaan aktual perusahaan.
3.	(Anggreani, 2021)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi SWOT: Strategi Pengembangan SDM, Strategi Bisnis, Dan	Temuan penelitian ini adalah strategi pengembangan sumber daya manusia mempengaruhi SWOT, strategi bisnis mempengaruhi	Keduanya memiliki kesamaan yaitu pembahasan tentang analisis SWOT dalam konteks bisnis	Perbedaannya adalah melihat pada faktor-faktor lain yang mempengaruhi SWOT.

		Strategi MSDM (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia)	SWOT, dan strategi sumber daya manusia mempengaruhi SWOT.	dan manajemen strategis.	
4.	(Sari et al., 2021)	Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Matriks SWOT Pada Startup MakananHalal.Id	Hasil dari penelitian ini adalah menemukan <i>alternative</i> strategi yang digunakan oleh startup MakananHalal.id dalam mengembangkan bisnis mereka.	Menjelaskan analisa strategis dengan menggunakan SWOT.	Bedanya, penelitian ini lebih fokus pada startup MakananHalal.id dan strategi pengembangan bisnisnya.
5.	(Adiningrum, 2022)	Analisis Strategi Bisnis Kedai Kopi Coffee Latar	Penelitian ini membahas tentang strategi bisnis kedai kopi “Coffee Latar” di masa pandemi Covid-19 dan memahami peluang dan tantangan terkait.	Menggunakan metode analisis SWOT untuk memaham faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi bisnis.	Terdapat perbedaan yaitu lebih spesifik membahas strategi bisnis pada kedai kopi “Coffe Latar”.
6.	(Heriyanto, Nuryanto, Pratiwi, & Prihatin, 2022)	Implementasi SWOT Analisis Terhadap Strategi Pemasaran Dimasa Pandemic Covid-19 Pada UMKM Khas Desa Susukan Tirtayasa Kabupaten Serang Banten	Hasilnya, Mafida Kropcok berada pada kuadran pertama lingkungan internal (matriks IFAS) analisis SWOT. Artinya menerapkan strategi pertumbuhan agresif atau kekuatan yang berorientasi pada pertumbuhan.	Menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran.	Berfokus pada UMKM Kropcok di Desa Susukan.
7.	(Basid et al., 2024)	Peran Teknologi Informasi dalam Perencanaan dan Pengembangan	Studi ini menemukan bahwa ketika ancaman siber meningkat, organisasi perlu memastikan bahwa	Meliputi topik yang berkaitan dengan bisnis dan manajemen.	Ada perbedaan yaitu peran teknologi informasi dalam perencanaan dan

		Bisnis di Era Digital: Tantangan dan Peluang	sistem mereka terlindungi dari serangan, sehingga memerlukan investasi lebih lanjut dalam keamanan siber.		pengembangan bisnis di era digital menjadi semakin penting.
8.	(Syahputra, n.d.)	Penggunaan Teknik Analisis Swot Dalam Perencanaan Strategis Perusahaan: Pendekatan Manajemen Bisnis	Dengan analisis SWOT yang komprehensif, perusahaan dapat menentukan strategi yang efektif dalam memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan, mendayagunakan potensi peluang pasar, dan mengatasi risiko yang mungkin menghadang.	Analisis SWOT digunakan sebagai alat untuk merumuskan strategi perusahaan dan menghadapi persaingan bisnis.	Perbedaan dari penelitian ini adalah lebih menekankan pada penggunaan teknik analisis SWOT dalam perencanaan strategis perusaan secara umum.
9.	(Kusbandono, 2019)	Analisis Strategi Bersaing UMKM Menggunakan Formulasi Matriks Manamejemen Strategis	Pada penelitian ini merumuskan dan mengimplementasikan strategi bersaing mereka dengan menggunakan alat analisis matriks manajemen strategis. Dimana berguna dalam perencanaan strategis untuk mengidentifikasi dan menilai strategi alternatif atas beberapa faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi organisasi.	Menggunakan manajemen strategis guna menetapkan faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi pemasaran.	Dalam jurnal terdahulu fokus terhadap analisis matriks sedangkan jurnal ini membahas menggunakan analisis SWOT.
10.	(Fedianty Augustinah, Subardini, 2022)	Analisis SWOT Perumusan Strategi Pemasaran Online Untuk Menciptakan Keunggulan	Membahas bagaimana menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi produk batik dari Industri Kecil dan Menengah (IKM), dibutuhkan analisis	Memiliki topik pembahasan mengenai analisis SWOT dengan menggunakan berbagai pendekatan	berfokus pada upaya untuk membantu IKM Batik Pamekasan Madura beradaptasi dengan situasi

		Bersaing Saat Pandemi COVID 19 (Survei Pada IKM Batik Pamekasan Madura)	SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats).	seperti ekspansi pasar baru, menaikkan volume penjualan di pasar yang sudah ada, serta mengembangkan produk baru.	pandemi COVID-19 melalui pembentukan strategi pemasaran daring yang tepat guna memperoleh keunggulan dalam bersaing di pasar.
11.	(Irawan, n.d.)	Analisis SWOT Sebagai Upaya Pengembangan dan Penguatan Strategi Bisnis (Studi Kasus Pada UD. Gudang Budi Kec. Lamongan)	Penulis melakukan analisa SWOT pada UD. Gudang Budi untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal usaha tersebut. Hasil dari analisa SWOT ini kemudian diterapkan sebagai pondasi dalam merumuskan strategi bisnis yang ideal bagi UD. Gudang Budi dalam upaya pengembangan dan penguatan posisi bisnisnya di pasar.	Menjelaskan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats) sebagai upaya untuk mengembangkan dan menyempurnakan strategi bisnis.	Studi kasus ini dilakukan pada perusahaan dagang yang bernama UD. Gudang Budi yang terletak di Kecamatan Lamongan.

Hipotesis:

X1: Implementasi SWOT

X2: Manajemen Strategik

Y: Bisnis Modern

HASIL HIPOTESIS

NO	KLASIFIKASI PERBEDAAN HIPOTESA	HASIL ANALISIS
1	Implementasi SWOT (X1), Bisnis Modern (Y)	Variabel X1 berhubungan dengan variabel Y karena dengan menggunakan analisis swot dapat membantu meningkatkan efektifitas manajen pada bisnis modern. Dengan melakukan analisa Swot yang komprehensif, perusahaan dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang di hadapi, sehingga dapat menentukan strategi yang tepat untuk bisnisnya.

	Manajemen Strategik (X2), Bisnis Modern (Y)	Variabel X2 berhubungan dengan variabel Y karena dengan memadukan manajemen strategik dengan swot perusahaan akan lebih responsive terhadap perubahan lingkungan bisnis yang cepat dan kompleks. Hal ini dapat membantu perusahaan untuk kompetitif dan inovatif dalam menghadapi persaingan di era bisnis modern yang terus berkembang.
--	---	--

KESIMPULAN

Peran analisis Swot terhadap manajemen strategik pada bisnis modern dapat menjadi suatu landasan yang kuat dalam mengoptimalkan manajemen strategik pada bisnis modern. Sehingga membantu perusahaan untuk mencapai kebershasilan serta terus bertahan pada persaingan pasar yang ketat, serta membantu perusahaan mencapai keberhasilan jangka Panjang. Dengan menganalisis Swot perusahaan akan lebih mudah untuk bersaing di pasar yang sering berubah dan tidak kompleks serta memiliki keunggulan dalam strategi bisnis. Perusahaan yang dapat mengetahui SWOT perusahaannya akan cenderung lebih mudah dalam melihat pasar serta dapat lebih mudah memposisikan diri pada persaingan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningrum, L. (2022). *Analisis Strategi Bisnis Kedai Kopi Coffee Latar*. 2(2), 391–404.
- Anggreani, T. F. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SWOT: STRATEGI PENGEMBANGAN SDM, STRATEGI BISNIS, DAN STRATEGI MSDM (SUATU KAJIAN STUDI LITERATUR MANAJEMEN SUMBERDAYA MANUSIA)*. 2(5), 619–629.
- Ardiansyah, P. W. (2017). Pengambilan Keputusan Dalam Menetapkan Strategi Persaingan Usaha Garmen di Toko Fidanza ITC Mega Grosir Surabaya Dengan Menggunakan Analisa SWOT. *Вестник Росздравнадзора*, 4(1), 9–15.
- Basid, A. M., Zuleika, A., & Kusumasari, R. (2024). *Peran Teknologi Informasi dalam Perencanaan dan Pengembangan Bisnis di Era Digital : Tantangan dan Peluang*. 3(1), 1–6.
- Dianti, Y. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN PAKAIAN DI TOKO SERBA 35.000 PUTRA JAYA GARUDA SAKTI KILOMETER 1 KELURAHAN SIMPANG BARU PANAM MENURUT EKONOMI SYARIAHe No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB2.pdf>
- Fedianty Augustinah, Subardini, L. L. (2022). *Jurnal Sketsa Bisnis*, . 09(01), 21–33.
- Halawa, E. (2021). Analisis SWOT sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing (Studi Kasus pada Dasom Beauty & Me Nail Surabaya). *Benchmark*, 1(2), 58–65. <https://doi.org/10.46821/benchmark.v1i2.143>
- Hasan, S., Syaifullah, Rukaiyah, Sihombing, N. S., Laan, R., & Awalia, S. (2021). *Manajemen Strategi*. 1–146.
- Heriyanto, S., Nuryanto, U. W., Pratiwi, I., Prihatin, J., Bangsa, U. B., Pemasaran, S., Kropcok, M., & Strategy, M. (2022). IMPLEMENTASI SWOT ANALISIS TERHADAP STRATEGI PEMASARAN DIMASA PANDEMI COVID-19 PADA UMKM KHAS DESA SUSUKAN TIRTAYASA PENDAHULUAN Penyakit Coronavirus , atau penyakit yang lebih dikenal

- dengan Covid 19 , adalah penyakit pneumonia baru yang menyebar dengan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan Jurusan*, 2, 358–377. <https://www.valuasi.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/view/98/113>
- Irawan, M. R. N. (n.d.). *Analisis swot untuk menentukan strategi kompetitif pada pd. bpr. bank daerah lamongan*. 40–56.
- Kamaluddin, I. (2020). *ANALISIS SWOT UNTUK MERUMUSKAN STRATEGI BERSAING*. 1(4), 342–354. <https://doi.org/10.31933/JIMT>
- Khaeruman, T. (2024). *Strategi Efektif Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di Era Bisnis Modern*. 3(2), 552–560.
- Khunaini, A., Fauzi, A., Jumawan, J., Sri, A., & Dns, R. (2023). *Mengoptimalkan Sistem Keamanan pada Industri Penerbangan dengan Konsep Dasar Manajemen Sekuriti*. 2(1), 58–67.
- Kusbandono, D. (2019). *ANALISIS SWOT SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN DAN PENGUATAN STRATEGI BISNIS (STUDY KASUS PADA UD . GUDANG BUDI , KEC . 4(2)*.
- Meihartati, T. (2017). *IMPLEMENTASI KESELAMATAN DAN KESEHATAN KERJA SAAT PRAKTIK LAS LISTRIK DI SMK MUHAMMADIYAH 1 BANTUL. PENGARUH PENGGUNAAN PASTA LABU KUNING (Cucurbita Moschata) UNTUK SUBSTITUSI TEPUNG TERIGU DENGAN PENAMBAHAN TEPUNG ANGKAK DALAM PEMBUATAN MIE KERING*, 8(1), 165–175. <https://core.ac.uk/download/pdf/196255896.pdf>
- Nisak, Z. (2004). *Zuhrotun Nisak*.
- Opan Arifudin, Rahman Tanjung, Y. S. (n.d.). *No Title*.
- Pristiwantiyasih. (2018). *Pentingnya Penetapan Strategi Berdasarkan Analisis Lingkungan Perusahaan*. *Media Mahardhika*, 16(3), 1–15.
- Putranto, A., & Wijayanti, R. (2018). *Penerapan Analisis SWOT dan Five Forces Porter Sebagai Landasan untuk Merumuskan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Laba Perusahaan (Studi Pada Tin Panda Collection di Kabupaten Magelang)*. 1(1).
- Sari, R. P., Mariam, I., & Sinaga, M. O. (2021). *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Matriks SWOT pada Startup Makanan Halal . id*. 18, 630–639.
- Syahputra, F. (n.d.). *PENGGUNAAN TEKNIK ANALISIS SWOT DALAM PERENCANAAN STRATEGIS PERUSAHAAN : PENDEKATAN*. 1–11.