



Analisis Strategi Bisnis Pada Toko Generation IT Service Kecamatan Mustika Jaya

Marcel Tjitrayudha¹, Irvan Yoga Pardistya²

^{1,2}Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstract

Received: 4 Oktober 2024
Revised: 13 Oktober 2024
Accepted: 29 Oktober 2024

Penelitian ini menganalisis strategi bisnis Generation IT Service menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis SWOT. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pendiri perusahaan. Tujuannya adalah untuk memberikan wawasan tentang kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi bisnis ini, serta membantu meningkatkan daya saing dan memaksimalkan peluang di pasar teknologi informasi. Metode kualitatif digunakan dengan teknik pengumpulan data seperti wawancara mendalam, observasi, dan studi kepustakaan. Variabel penelitian berupa kategori, dan analisis data dilakukan melalui model analisis data Interactive. Berdasarkan hasil analisis, strategi direkomendasikan, termasuk ekspansi toko, diversifikasi layanan, penguatan hubungan pelanggan, dan optimalisasi online. Dengan implementasi yang tepat, Toko Generation IT Service dapat memperkuat posisi pasar dan mengatasi tantangan, terutama dalam konteks persaingan online.

Keywords: *Generation IT Service, Analisis SWOT, Strategi Bisnis*

(*) Corresponding Author: 2110631020025@student.unsika.ac.id

How to Cite: Tjitrayudha, M., & Pardistya, I. (2025). Analisis Strategi Bisnis Pada Toko Generation IT Service Kecamatan Mustika Jaya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(1.D), 168-181. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/9678>

INTRODUCTION

Bisnis menurut Purnajaya dalam Sari (2021) Merupakan suatu aktivitas ekonomi yang melibatkan pertukaran barang atau jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan, baik bagi konsumen maupun pelaku bisnis yang terlibat. Keuntungan yang diperoleh oleh konsumen dapat berupa memperoleh barang atau jasa yang dibutuhkan, menerima pelayanan yang memuaskan, dan membangun loyalitas terhadap pelaku bisnis tersebut. Sementara itu, keuntungan bagi pelaku bisnis dapat berupa keuntungan finansial, hubungan bisnis yang baik, peningkatan jumlah pelanggan, dan keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang (Purnajaya dalam Sari, 2021). Secara singkat, bisnis merupakan aktivitas ekonomi yang melibatkan produksi, distribusi, dan pertukaran barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Dalam bisnis, setiap perusahaan dari berbagai bidang menghadapi berbagai tantangan dan peluang yang perlu mereka hadapi dan manfaatkan agar tetap berdaya saing di pasar. Salah satunya adalah *Generation IT Service* Bekasi yang bergerak di bidang teknologi informasi.

Dalam menjalankan bisnis, salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan adalah pengembangan strategi bisnis yang efektif. Strategi bisnis sendiri merujuk pada rencana yang menetapkan langkah-langkah yang akan diambil oleh sebuah organisasi atau perusahaan guna mencapai tujuan bisnisnya. Proses ini melibatkan pengambilan keputusan di tingkat unit bisnis dan memusatkan perhatian pada cara perusahaan dapat bersaing secara efektif di pasar (Djoko Muljono, 2012). Singkatnya, strategi bisnis merupakan rencana jangka panjang (*long-term plan*)

yang disusun untuk mencapai tujuan bisnis tersebut. Di tengah persaingan global yang semakin ketat, perusahaan harus memprioritaskan inovasi dan menciptakan ide-ide baru dengan menggunakan semua sarana dan teknologi yang tersedia untuk dapat bertahan dan berkembang. Hal ini menjadi penting karena setiap perusahaan memiliki tujuan untuk tumbuh dan menjaga keberlanjutan dalam jangka panjang. Prinsip ini juga berlaku untuk toko *Generation IT Service* dalam menjalankan operasinya (A. Susetyaningsih, 2008).

Mengingat sudah tiga tahun lebih sejak *Generation IT Service* berdiri dan semakin berkembang dari tahun ke tahun, tentu saja perusahaan ini punya strategi bisnisnya sendiri. Oleh karena itu, penulis ingin menganalisis strategi bisnis menggunakan teknik analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*). Analisis SWOT inilah yang nantinya menjadi variabel penelitian yang akan dijelaskan lebih lanjut dalam pembahasan. Secara konseptual, penelitian ini akan menganalisis strategi bisnis *Generation IT Service* dengan tujuan menganalisis kelebihan dan kekurangan yang dimiliki UMKM ini dan dapat memberikan opsi solusi.

Alasan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk mendalami industri teknologi informasi yang merupakan salah satu sektor yang terus berkembang secara pesat. Dengan memahami strategi bisnis yang diterapkan oleh bisnis UMKM ini, penulis dapat meraih wawasan mendalam tentang tren, tantangan, dan peluang yang ada dalam pasar IT saat ini. Kemudian penelitian ini juga memberikan kontribusi nyata bagi bisnis UMKM itu sendiri dengan menyediakan informasi yang dapat membantu mereka dalam mengidentifikasi kekuatan yang perlu ditingkatkan, kelemahan yang perlu diperbaiki, serta peluang yang bisa dimanfaatkan dan ancaman yang perlu diwaspadai. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi landasan untuk pengambilan keputusan yang lebih tepat dan strategis dalam mengelola bisnis mereka. Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, artikel ini akan mengkaji lebih dalam mengenai keunggulan serta kelemahan dari bisnis UMKM berikut, sehingga di masa depan dapat membantu UMKM ini agar mampu memaksimalkan peluang yang dimiliki.

Pendekatan kualitatif digunakan sebagai metode penelitian ini, dengan data/hasil temuan yang bersumber dari wawancara mendalam dengan pendiri bisnis UMKM *Generation IT Service*, sehingga penulis mendapat wawasan langsung tentang strategi bisnis yang diterapkan oleh bisnis UMKM, serta persepsi pemilik bisnis tentang faktor-faktor SWOT yang mempengaruhi bisnisnya.

METHODS

Desain Penelitian

Penelitian ini memanfaatkan pendekatan kualitatif dalam proses penelitiannya. Denzin dan Lincoln (dikutip dalam Albitto Anggito dan Johan Setiawan, 2018) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang terjadi dengan cara melibatkan berbagai metode yang tersedia dan dilakukan dalam situasi alamiah. Di sisi lain, Kirk dan Miller (sebagaimana dikutip dalam Albitto Anggito dan Johan Setiawan, 2018) Penelitian kualitatif adalah metode evaluasi dalam bidang ilmu sosial yang sangat mengandalkan observasi langsung terhadap manusia, baik dalam konteks maupun peristiwa yang tengah berlangsung.

Sugiyono (2015) mendefinisikan variabel penelitian sebagai karakteristik atau nilai dari sesuatu (baik itu orang, objek, atau kegiatan) yang memiliki variasi yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis lebih lanjut. Melalui analisis variabel, informasi tentang penelitian tersebut dapat diungkap, dan dari situ, kesimpulan dapat ditarik. Variabel dalam penelitian ini tidak dapat diklasifikasikan karena bukan berupa angka, melainkan bentuk kategori *mutually exclusive*. Oleh sebab itu, penulis mengkategorikan analisis SWOT yang digunakan untuk menganalisa strategi bisnis Generation IT Service.

Pengumpulan Data

Sugiyono (2013) menyatakan bahwa teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan di lingkungan alami atau sesuai dengan kondisi yang sebenarnya (*natural setting*), dengan menggunakan sumber data utama. Penelitian ini lebih menekankan pada observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi sebagai teknik utama untuk mengumpulkan informasi. Penulis memanfaatkan beberapa teknik pengumpulan data yang telah disebutkan dalam penelitian ini.

Pertama, Wawancara mendalam (*in-depth interview*). Menurut Sugiyono (2015: 231), Wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data saat peneliti ingin melakukan penelitian pendahuluan untuk mengidentifikasi masalah yang relevan atau ketika penulis ingin memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dari informan terbatas. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode wawancara terstruktur. Artinya, Peneliti melakukan wawancara langsung dengan pemilik bisnis UMKM *Generation IT Service* setelah menyiapkan daftar pertanyaan terlebih dahulu. Hal ini memungkinkan terjadinya wawancara mendalam. Selain itu, pengumpulan data melalui observasi dilakukan dengan mengamati perilaku manusia, proses kerja, dan narasumber. Dengan metode ini, penulis dapat lebih mudah memahami konteks data secara menyeluruh. Observasi terhadap aktivitas dalam bisnis tersebut dilakukan secara berkala untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik.

Ketiga, Studi Kepustakaan. Pengumpulan data dan informasi yang dibutuhkan untuk penelitian ini juga didapat dari sumber-sumber buku penunjang sebagai referensi seperti jurnal ilmiah, artikel ilmiah, dan skripsi/tesis yang relevan dengan topik penelitian juga digunakan sebagai sumber informasi yang semuanya dicantumkan dalam daftar pustaka penelitian ini.

Operasionalisasi Variabel

Metode Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses untuk menyederhanakan dan mempermudah pemahaman terhadap data yang ada. Menurut Kaul, analisis data dapat didefinisikan sebagai kegiatan mempelajari materi yang telah diorganisir untuk menemukan fakta yang terkandung di dalamnya. Data tersebut dipelajari dari berbagai sudut pandang dengan tujuan untuk mengeksplorasi fakta-fakta baru yang mungkin terungkap. (Kaul dalam Nursalim, 2020). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif. Miles dan Huberman dikutip dari Sugiyono (2015), menyatakan bahwa dalam analisis penelitian kualitatif, prosesnya dilakukan secara interaktif dan berkesinambungan hingga selesai, di mana data yang digunakan dianggap telah mencapai tingkat kejenuhan atau tidak ada tambahan informasi yang relevan lagi.

Penulis menggunakan model analisis data *Interactive Analysis Model* milik Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2015: 247) untuk penelitian ini dengan penjelasan sebagai berikut.

Yang pertama adalah Pengumpulan Data (*Data Collection*). Hal pertama yang harus dilakukan oleh penulis adalah mengumpulkan data secara komprehensif tentang topik yang diteliti. Data diperoleh dari lokasi penelitian melalui wawancara mendalam atau observasi yang dilakukan oleh penulis.

Kedua, Reduksi Data (*Data Reduction*). Reduksi data merupakan usaha untuk menyimpulkan, memilih elemen-elemen yang dianggap pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta mencari tema dan pola. Dengan cara ini, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih terang dan memudahkan peneliti dalam mengumpulkan dan menyusun data.

Ketiga, Penyajian Data (*Data Display*). Setelah menyelesaikan proses reduksi data, langkah berikutnya adalah menyajikan data yang telah diolah tersebut, yang akan menjadi dasar untuk membuat kesimpulan. Pada penelitian ini, penyajian datanya lebih cenderung pada penyederhanaan data agar lebih mudah dipahami oleh peneliti dan pembaca. Penyajian data dibuat dalam beberapa sub bab pada bab hasil dan pembahasan penelitian.

Terakhir adalah Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*). Penulis akan menjabarkan hasil wawancara serta temuan data yang didapat selama penelitian yang dianggap inti dan penting, serta relevan dengan masalah penelitian. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan gambaran yang jelas, terarah, dan menjawab pertanyaan penelitian.

RESULTS & DISCUSSION

1. Gambaran Umum Toko *Generation IT Service*

Toko *Generation IT Service* adalah sebuah toko yang menjual berbagai macam sparepart komputer maupun laptop yang telah berdiri sekitar 3 tahun di kecamatan Mustikajaya oleh seorang lulusan SMK bernama Andreas Lim. Toko tersebut dinamakan *Generation IT Service* karena mengadopsi filosofi dari generasi muda yang berorientasi pada kemajuan teknologi.

Toko *Generation IT Service* terletak di Kecamatan Mustikajaya tepatnya di pekarangan ruko Bekasi Timur Regensi. Alasan bapak Andreas Lim memilih membuka bisnis di tempat tersebut, dikarenakan tempat tersebut sangat strategis yang dilewati oleh jalan utama dimana orang-orang berlalu Lalang serta padatnya pemukiman di Kawasan tersebut sehingga menyebabkan tempat tersebut di anggap cukup strategis oleh bapak Andreas Lim.

Toko *Generation IT Service* menjual berbagai macam sparepart komputer maupun laptop, selain itu toko *Generation IT Service* menyediakan jasa perbaikan, penginstalan ulang program-program yang berada didalam laptop maupun komputer dan lain-lain.

Toko *Generation IT Service* ini memiliki tujuan untuk mempermudah para masyarakat sekitar yang mengalami masalah pada laptop maupun komputernya tanpa harus repot-repot datang ke toko, karena toko ini menyediakan pelayanan untuk memperbaiki secara langsung laptop maupun komputer di rumah customer, jadi toko *Generation IT Service* ini dapat di panggil langsung ke lokasi *customer* untuk memperbaiki permasalahan laptop dan komputernya. Selain itu toko ini juga

dapat melayani konsultasi mengenai laptop maupun komputer baik secara offline maupun secara online.

2. Strategi Bisnis Toko *Generation IT Service*

a. Analisis Lingkungan pada Toko *Generation IT Service*

a) Pemasaran

Toko *Generation IT Service* melakukan strategi pemasaran melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook, serta mendistribusikan brosur ke setiap pemukiman terdekat. Selain itu, toko ini fokus pada memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan sehingga pelanggan yang puas akan merekomendasikan toko ini kepada orang lain.

b) Keuangan

Modal untuk Toko *Generation IT Service* diperoleh melalui pengumpulan dana dengan fokus pada menyediakan layanan instalasi *Windows* untuk komputer dan laptop. Manajemen keuangan toko dan sumber pendapatan harian dipegang dan diatur secara langsung oleh pemilik toko. Evaluasi kinerja keuangan dilakukan melalui proses audit untuk memeriksa apakah terdapat perbedaan dalam saldo. Selain itu, informasi keuangan juga diperoleh dari catatan keuangan di toko dan catatan pribadi pemilik toko.

c) Produk dan Operasional

Produk yang ditawarkan di toko *Generation IT Service* memiliki kualitas sparepart yang baik dan memiliki umur pakai yang panjang, dikarenakan pemilik toko selalu melakukan pemeriksaan menyeluruh dan ketat terhadap kondisi sparepart sebelum dijual kepada pelanggan, untuk memastikan bahwa tidak ada cacat atau kerusakan pada sparepart yang diperoleh dari pemasok.

d) HRD/*Human Resource Development* (Sumber Daya Manusia)

Toko *Generation IT Service* melakukan rekrutmen yang terfokus pada posisi penjualan. Setiap calon pegawai yang direkrut akan menjalani pelatihan langsung yang diselenggarakan oleh pemilik toko. Pelatihan ini mencakup pemahaman mendalam tentang produk andalan toko, beragam layanan yang tersedia, dan strategi pemasaran yang efektif. Melalui pelatihan ini, diharapkan para pegawai baru dapat menjadi ahli dalam menjelaskan produk dan layanan kepada pelanggan, serta mampu mengimplementasikan strategi pemasaran yang telah ditetapkan dengan baik. Dengan demikian, mereka dapat memberikan pengalaman pelanggan yang memuaskan dan berkontribusi pada kesuksesan toko secara keseluruhan.

b. Analisis Lingkungan Eksternal

a) Persaingan Antar Pedagang Sejenis

Di Kecamatan Mustikajaya, terdapat sejumlah besar toko *service* komputer yang serupa dengan *Generation IT Service* dan bersaing ketat untuk menarik perhatian konsumen. Pemilik *Generation IT Service* mengakui bahwa dalam beberapa waktu terakhir, bersaing menjadi lebih sulit karena persaingan harga dan upaya untuk memberikan pelayanan yang optimal menjadi kunci dalam menarik minat pelanggan. Meskipun barang dan jasa yang dijual serupa, toko-toko tersebut berusaha membedakan diri mereka melalui penawaran harga yang kompetitif dan pelayanan yang di berikan.

b) Daya Tawar Pemasok

Daya tawar toko komputer *Generation IT Service* di kecamatan Mustika Jaya dipengaruhi oleh beberapa hal. Jika toko tersebut adalah pelanggan utama dan

sering membeli dalam jumlah besar, toko tersebut bisa lebih mudah bernegosiasi soal harga dan persyaratan pembelian. Namun, jika ada banyak toko lain yang juga membeli dari pemasok yang sama, daya tawar toko-toko tersebut mungkin lebih terbatas karena persaingan. Selain itu, bagaimana toko tersebut dikenal oleh pemasok juga penting. Jika mereka dianggap sebagai pelanggan yang baik dan memelihara hubungan yang baik, mereka bisa mendapatkan harga lebih murah atau layanan yang lebih baik.

c) Daya Tawar Konsumen

Minat konsumen untuk berbelanja sparepart komputer dan laptop di toko komputer *Generation IT Service* cukup tinggi. Hal ini didasarkan pada analisis yang menunjukkan bahwa beberapa masyarakat di sekitar perumahan Bekasi Timur Regensi lebih memilih *Generation IT Service* karena jarak tempuhnya yang lebih dekat dibandingkan dengan toko komputer lain yang berjarak lebih jauh. Selain itu, faktor harga dan pelayanan juga menjadi pertimbangan penting bagi konsumen. Selain kemudahan akses, *Generation IT Service* juga menawarkan layanan perbaikan langsung di rumah konsumen, yang membuat konsumen semakin terfasilitasi dalam memperbaiki perangkat mereka.

3. Analisis SWOT pada Toko *Generation IT Service*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Danu Kusbandono (2019), dalam rangka merumuskan strategi yang efektif, diperlukan analisis yang mendalam terhadap faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja perusahaan. Salah satu metode yang digunakan untuk melakukan analisis ini adalah Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Analisis SWOT merupakan alat bantu yang dapat digunakan untuk merumuskan strategi berdasarkan kondisi lingkungan sekitar perusahaan yang mempengaruhi kinerja perusahaan tersebut. Faktor-faktor ini dapat diklasifikasikan sebagai internal dan eksternal, yang mencakup hubungan antara perusahaan dan masyarakat yang membangun serta mendukungnya. Di dalam masyarakat, terdapat faktor-faktor yang memengaruhi organisasi. Secara garis besar, analisis ini merupakan sebuah metode analisis strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja suatu organisasi, bisnis UMKM, proyek, atau individu.

Berikut adalah penjabaran keempat faktor dalam analisis SWOT dalam I Gusti Nyoman Alit Brahma Putra (2017), sebagai berikut :

1) Kekuatan

Kekuatan (*strengths*) merupakan kelebihan, sumber daya, atau kemampuan yang berhubungan dengan pesaing bisnis serta kebutuhan pasar.

Dalam pelaksanaannya, beberapa kekuatan yang dimiliki *Generation IT Service*, meliputi :

- Toko sudah memiliki lumayan banyak konsumen tetap
- Toko memberikan jaminan kualitas barang dan garansi kepada pelanggan
- Toko memberikan layanan konsultasi secara gratis
- Toko berlokasi strategis yang terletak dekat jalan utama
- Pelayanan yang diberikan juga ramah ketimbang toko yang lain.
- Keunggulan utama toko ini yaitu kepemilikan modal penuh oleh pemilik toko sendiri, sehingga dapat memberikan kebebasan finansial tanpa campur tangan dari pihak lain.

2) Kelemahan

Kelemahan (*weaknesses*) merupakan keterbatasan atau kekurangan sumber daya, keterampilan, dan kemampuan yang mempengaruhi kinerja bisnis UMKM.

Dalam pelaksanaannya, beberapa kelemahan yang dimiliki *Generation IT Service*, meliputi :

- Persaingan selisih harga antara toko *offline* dengan toko *online* cukup tinggi
- Persaingan antar toko komputer sangat ketat
- Harga sparepart komputer maupun laptop sangat fluktuatif
- Kekurangan tenaga teknisi untuk mengatasi banyaknya permintaan untuk memperbaiki laptop maupun komputer
- Beberapa sparepart sering terjadi kelangkaan pada market

3) Peluang

Peluang (*opportunities*) merujuk pada situasi di mana bisnis UMKM berada dalam posisi sangat menguntungkan dalam lingkungan industri.

Dalam pelaksanaannya, beberapa peluang yang dimiliki *Generation IT Service*, meliputi,

- Masyarakat sudah mulai banyak yang menggunakan komputer maupun laptop setelah pandemi
- Mengembangkan dan memperluas bangunan toko serta meningkatkan modal untuk menyediakan lebih banyak barang secara lengkap, sehingga pelanggan tidak perlu mencari tempat lain dan lebih banyak yang berbelanja sparepart di toko *Generation IT Service*
- Kepercayaan dan hubungan yang baik dengan para konsumen, hal ini menjadi peluang karena dengan adanya kepercayaan maka konsumen baru dapat menjadi konsumen tetap, serta konsumen yang telah puas dapat merekomendasikan kepada konsumen lainnya

4) Ancaman

Ancaman (*threats*) merujuk pada situasi dimana bisnis UMKM berada dalam posisi tidak menguntungkan/merugikan sehingga menghambat pencapaian tujuan.

Dalam pelaksanaannya, beberapa ancaman yang dimiliki *Generation IT Service*, meliputi,

- Persaingan harga dengan penjualan melalui online yang lebih murah.
- Banyaknya video tutorial dalam memperbaiki komputer maupun laptop secara mandiri sehingga dapat menurunkan kunjungan orang untuk menggunakan jasa service komputer untuk memperbaiki komputer maupun laptopnya
- Sering terjadi kelangkaan pada beberapa sparepart komputer maupun laptop

Analisis SWOT membantu dalam merumuskan strategi bisnis dengan memanfaatkan kekuatan internal, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang, dan mengantisipasi serta mengelola ancaman yang mungkin dihadapi. Selain penting digunakan dalam perencanaan bisnis, analisis ini biasa digunakan untuk pengembangan produk, pengambilan keputusan strategis, serta evaluasi kinerja organisasi.

4. Strategi alternatif untuk Toko *Generation IT Service*

Berdasarkan hasil dari analisis SWOT, maka strategi alternatif yang bisa dihasilkan pada Toko *Generation IT Service* adalah sebagai berikut:

1) Strategi *Strength Opportunity*

Menurut Umar dalam Nafiah (2017), strategi SO (*Strength-Opportunity*) dikembangkan berdasarkan filosofi perusahaan, dimana perusahaan memanfaatkan semua kekuatannya untuk mengejar dan memanfaatkan peluang seoptimal mungkin. Dalam kondisi ini, perusahaan perlu menerapkan pengembangan bisnis secara agresif, yang melibatkan pemanfaatan kekuatan yang signifikan untuk menciptakan bisnis baru atau mengembangkan bisnis yang sudah ada. Pendekatan strategis ini dalam kuadran SO dapat disebut sebagai strategi agresif (Rangkuti dalam Sholichin, 2019).

Berdasarkan pernyataan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi SO adalah sebuah konsep yang membahas tentang cara organisasi atau bisnis dapat menggunakan kekuatan internalnya untuk memanfaatkan peluang eksternal yang ada di lingkungan bisnis atau pasar.

Strengths (Kekuatan) Merujuk pada faktor-faktor positif atau kelebihan internal dari suatu organisasi atau bisnis. Ini mencakup kemampuan khusus, sumber daya yang kokoh, reputasi yang baik, posisi pasar yang dominan, atau keunggulan lain yang memberikan keunggulan kompetitif.

Sementara itu, *Opportunity* (Peluang) Merujuk pada faktor-faktor eksternal atau kondisi di pasar yang dapat dimanfaatkan oleh organisasi untuk mencapai pertumbuhan atau kesuksesan yang lebih besar. Peluang tersebut dapat berupa tren positif di pasar, permintaan yang meningkat untuk produk atau layanan tertentu, perubahan kebijakan pemerintah yang mendukung industri tertentu, atau kesempatan untuk berkolaborasi dengan pihak lain.

Tujuan dari menganalisis *Strength-Opportunity* adalah untuk mengidentifikasi cara bagaimana kekuatan internal organisasi dapat digunakan secara efektif untuk memanfaatkan peluang eksternal yang ada. Dengan menggabungkan keunggulan internal dengan peluang pasar, organisasi dapat mengembangkan strategi pertumbuhan yang lebih efektif dan berkelanjutan. Dalam konteks penelitian ini, strategi ini berupaya untuk mempertahankan kekuatan yang dimiliki oleh Toko *Generation IT Service* untuk memperoleh peluang yang ada. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat diterapkan:

- Ekspansi dan Peningkatan Fasilitas Toko

Manfaatkan peluang pasar yang berkembang dengan mengembangkan toko dan meningkatkan stok barang. Luaskan area toko untuk menyediakan lebih banyak pilihan sparepart dan perangkat komputer secara lengkap.

- Menggunakan Lokasi Strategis

Manfaatkan lokasi strategis yang dekat dengan jalan utama untuk meningkatkan visibilitas toko. Gunakan strategi pemasaran lokal seperti spanduk, baliho, atau promosi di media sosial untuk menarik lebih banyak pelanggan potensial.

- Penawaran Konsultasi Gratis yang Ditingkatkan

Tingkatkan layanan konsultasi gratis untuk menarik lebih banyak pelanggan baru. Salah satunya adalah dengan cara memberikan informasi yang bermanfaat kepada konsumen mengenai perawatan komputer atau solusi teknis secara gratis.

- Pemanfaatan Kebebasan Finansial

Gunakan kepemilikan modal penuh sebagai keunggulan kompetitif untuk mengambil risiko investasi yang dibutuhkan dalam ekspansi dan peningkatan layanan. Manfaatkan kebebasan finansial untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas usaha.

- Menggalakkan Rekomendasi dan Testimoni

Memanfaatkan kepercayaan dan hubungan baik dengan pelanggan untuk menggalakkan rekomendasi dan testimoni positif. Berikan insentif atau diskon kepada pelanggan yang merekomendasikan toko kepada orang lain.

Dengan menerapkan strategi ini, toko *service* komputer dapat mengoptimalkan kekuatan internalnya dalam hal hubungan pelanggan dan lokasi strategis, sambil memanfaatkan peluang eksternal yang ada dalam pertumbuhan penggunaan komputer pasca-pandemi. Langkah-langkah ini akan membantu toko untuk berkembang dan memperluas pangsa pasar serta meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

2) Strategi *Weakness Opportunity*

Menurut David & R dalam Justyn (2020), strategi WO (*Weakness-Opportunity*) digunakan untuk mengatasi kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang eksternal yang ada. Namun, seringkali kelemahan internal dapat menjadi hambatan dalam memanfaatkan peluang besar yang muncul. Dalam situasi ini, manajemen perlu menganalisis kelemahan secara mendalam untuk mengatasi kelemahan utama tersebut. Pendekatan strategis di dalam kerangka WO disebut sebagai strategi pembalikan arah (Rangkuti dalam Sholichin, 2019).

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi WO adalah sebuah konsep yang mengacu pada cara organisasi atau bisnis dapat mengatasi kelemahan internalnya dengan memanfaatkan peluang eksternal yang ada di lingkungan bisnis atau pasar.

Weakness (Kelemahan) merujuk pada aspek-aspek negatif atau kekurangan internal dari suatu organisasi atau bisnis. Kelemahan tersebut dapat berupa kekurangan sumber daya, keterbatasan keahlian, proses bisnis yang tidak efisien, reputasi yang kurang baik, atau faktor lain yang dapat menghambat kinerja atau pertumbuhan perusahaan.

Sementara itu, *Opportunity* (Peluang) merujuk pada situasi eksternal atau Faktor pasar yang positif yang dapat dimanfaatkan oleh organisasi untuk mencapai pertumbuhan atau kesuksesan yang lebih besar. Peluang tersebut dapat berupa tren pasar yang sedang berkembang, perubahan kebijakan pemerintah yang mendukung industri tertentu, pertumbuhan permintaan untuk produk atau layanan tertentu, atau kesempatan untuk bermitra dengan pihak lain.

Tujuan dari menganalisis *Weakness-Opportunity* adalah untuk mengidentifikasi cara bagaimana kelemahan internal organisasi dapat diatasi atau diperbaiki dengan memanfaatkan peluang eksternal yang ada. Dengan memanfaatkan peluang pasar, organisasi dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi atau mengimbangi kelemahan internalnya, sehingga meningkatkan daya saing dan keberhasilan perusahaan.

Berdasarkan peluang yang ada, salah satu cara memanfaatkannya adalah mengatasi kelemahan yang dimiliki dalam bentuk strategi yaitu:

- Diversifikasi Layanan

Mengatasi kekurangan tenaga teknis dengan diversifikasi layanan. Selain perbaikan komputer dan laptop, tambahkan layanan perangkat lunak, pemulihan data, atau layanan konsultasi teknologi. Hal ini akan membantu menangkap lebih banyak permintaan pelanggan dan meningkatkan pendapatan.

- Optimalkan Penggunaan *Online*

Manfaatkan meningkatnya penggunaan komputer dan laptop setelah pandemi dengan meningkatkan kehadiran online toko. Tawarkan layanan perbaikan jarak jauh (*remote*) untuk beberapa masalah perangkat lunak. Tingkatkan promosi online dan investasikan dalam situs web yang responsif dan ramah pengguna.

- Manajemen Persediaan yang Efisien

Menghadapi fluktuasi harga dan kelangkaan sparepart dengan manajemen persediaan yang efisien. Lakukan analisis permintaan dan prediksi persediaan untuk mengidentifikasi barang apa yang sering dicari oleh pelanggan dan pastikan persediaan selalu terisi.

- Peningkatan Hubungan Pelanggan

Manfaatkan kepercayaan dan hubungan baik dengan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas. Tawarkan program loyalitas atau diskon khusus bagi pelanggan tetap. Lakukan komunikasi aktif dengan pelanggan melalui media sosial atau newsletter untuk mempertahankan hubungan yang baik.

Dengan menerapkan strategi ini, toko perbaikan komputer dapat mengubah kelemahan menjadi peluang dengan cara diversifikasi layanan, peningkatan hubungan pelanggan, manajemen persediaan yang efisien, dan ekspansi bisnis yang terencana. Fokus pada meningkatkan nilai tambah untuk pelanggan dan efisiensi operasional akan membantu toko bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang ketat.

3) Strategi *Strength Threats*

Menurut Umar dalam Nafiah (2017), strategi ST (*Strength-Threats*) dirancang dengan memanfaatkan keunggulan perusahaan untuk menghadapi potensi ancaman yang mungkin muncul. Dalam konteks ini, perusahaan disarankan untuk memperluas variasi produk atau bidang bisnis dengan mengembangkan produk-produk yang memiliki keunggulan kompetitif. Pendekatan strategis di dalam kerangka ST ini dikenal sebagai strategi diversifikasi. (Rangkuti dalam Sholichin, 2019).

Berdasarkan pernyataan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi ST adalah sebuah konsep yang digunakan untuk mengevaluasi keunggulan internal suatu organisasi atau bisnis dan bagaimana keunggulan tersebut dapat digunakan untuk menghadapi atau mengurangi ancaman eksternal yang dihadapi oleh organisasi atau bisnis tersebut.

Strength (Kekuatan) mengacu pada aspek-aspek positif internal dari suatu organisasi atau bisnis, seperti keahlian khusus, sumber daya yang kuat, reputasi yang baik, atau posisi pasar yang kuat. Sementara itu, *Threats* (Ancaman) mengacu pada faktor-faktor eksternal yang dapat menghambat atau mengancam kesuksesan organisasi atau bisnis, seperti persaingan yang meningkat, perubahan kebijakan pemerintah, perubahan tren pasar, atau faktor lingkungan yang tidak terkendali.

Tujuan dari menganalisis *Strength-Threats* adalah untuk mengidentifikasi cara di mana keunggulan internal perusahaan dapat diarahkan untuk menghadapi atau merespons ancaman eksternal yang ada. Hal ini dapat membantu organisasi atau bisnis untuk mengoptimalkan potensi internalnya dan mengurangi dampak negatif dari ancaman eksternal. Adapun beberapa strategi yang dapat digunakan adalah:

- Penguatan Hubungan dengan Konsumen Tetap

Manfaatkan keunggulan memiliki banyak konsumen tetap dengan lebih memperkuat hubungan dan loyalitas pelanggan. Berikan insentif atau program loyalitas kepada pelanggan tetap, seperti diskon khusus atau layanan prioritas.

- **Optimalkan Jaminan Kualitas dan Layanan Konsultasi:**

Tingkatkan penawaran jaminan kualitas barang dan garansi kepada pelanggan untuk memperkuat kepercayaan. Lebih tampilkan layanan konsultasi gratis sebagai nilai tambah yang membedakan dari layanan online.

- **Ekspansi *Online* dengan Harga yang Bersaing**

Tanggapi ancaman persaingan harga dengan penjualan online yang lebih murah dengan memperluas kehadiran online toko. Tawarkan layanan perbaikan online atau pemesanan sparepart melalui platform digital dengan harga yang kompetitif.

- **Edukasi Pelanggan dan Penawaran Solusi Khusus**

Edukasikan pelanggan tentang kompleksitas perbaikan komputer dan risiko mengandalkan solusi mandiri. Sampaikan pentingnya penggunaan layanan profesional untuk menghindari masalah teknis yang lebih serius. Selanjutnya, sediakan solusi khusus dan personalisasi yang tidak dapat diperoleh dari tutorial umum online. Berikan konsultasi mendalam dan solusi yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik pelanggan.

- **Manajemen Persediaan dan Kemitraan dengan Supplier**

Mengatasi kelangkaan sparepart dengan manajemen persediaan yang efisien. Jalin kemitraan dengan beberapa supplier untuk mendiversifikasi sumber persediaan dan mengatasi fluktuasi harga. Selain itu, pertimbangkan untuk mengembangkan model bisnis yang berkelanjutan, seperti layanan langganan perawatan rutin atau paket perbaikan yang terjangkau. Hal ini dapat membantu menstabilkan pendapatan dan meminimalkan dampak dari fluktuasi pasokan sparepart.

Dengan menerapkan strategi ini, toko perbaikan komputer dapat memanfaatkan kekuatan internalnya, seperti keunggulan layanan dan kepercayaan pelanggan, untuk mengatasi ancaman persaingan harga online dan tren video tutorial mandiri. Fokus pada penguatan hubungan pelanggan, pengembangan layanan online yang kompetitif, dan manajemen persediaan yang efektif akan membantu toko bertahan dan tumbuh di tengah lingkungan bisnis yang dinamis.

4) Strategi *Weakness Threats*

Menurut David & R dalam Justyn (2020), strategi WT (*Weakness-Threats*) merupakan pendekatan defensif yang bertujuan untuk mencegah kelemahan internal perusahaan dan menghadapi ancaman eksternal. Ketika perusahaan menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan yang signifikan, situasinya dapat menjadi sangat serius. Dalam konteks ini, manajemen perlu menganalisis kelemahan utama yang ada sekaligus mengantisipasi ancaman yang mungkin timbul. Pendekatan strategis di dalam kerangka WT ini dikenal sebagai strategi bertahan (Rangkuti dalam Sholichin, 2019).

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi WT adalah sebuah konsep yang digunakan untuk mengevaluasi aspek-aspek internal yang rentan atau kurang menguntungkan dari suatu organisasi atau bisnis dalam menghadapi ancaman eksternal yang ada di lingkungan bisnis atau pasar.

Weakness (Kelemahan) merujuk pada kelemahan internal atau kekurangan yang dimiliki oleh suatu organisasi. Kelemahan ini dapat berupa kurangnya sumber

daya, keahlian yang terbatas, proses bisnis yang tidak efisien, atau aspek lain yang dapat menghambat kinerja atau pertumbuhan perusahaan.

Sementara itu, *Threats* (Ancaman) merujuk pada faktor-faktor eksternal yang dapat menyebabkan risiko atau ancaman terhadap kesuksesan atau kelangsungan bisnis. Ancaman tersebut dapat berupa persaingan yang ketat, perubahan kebijakan pemerintah, perubahan tren pasar, atau faktor lingkungan lain yang dapat memengaruhi operasi bisnis secara negatif.

Tujuan dari menganalisis *Weakness-Threats* adalah untuk mengidentifikasi kelemahan internal yang dapat membuat organisasi rentan terhadap ancaman eksternal tertentu. Dengan pemahaman yang mendalam tentang kelemahan dan ancaman, sebuah organisasi dapat merancang strategi untuk mengatasi atau mengurangi dampak negatif yang timbul dari ancaman tersebut.

Strategi ini digunakan untuk memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman yang timbul. Berikut adalah beberapa strategi yang bisa diterapkan:

- **Diversifikasi Penawaran Layanan**

Untuk mengatasi persaingan dengan harga online yang lebih murah dan banyaknya video tutorial mandiri, toko perbaikan komputer dapat mendiversifikasi penawaran layanan. Selain perbaikan hardware, tambahkan layanan seperti konsultasi teknologi, instalasi perangkat lunak khusus, atau layanan khusus untuk pemulihan data yang kompleks. Dengan menyediakan layanan yang lebih spesialis dan tidak mudah digantikan oleh solusi mandiri, toko dapat mempertahankan pangsa pasar.

- **Kemitraan dengan Supplier dan Mitigasi Kelangkaan Sparepart**

Menghadapi fluktuasi harga dan kelangkaan sparepart, toko dapat menjalin kemitraan yang kuat dengan supplier terpercaya. Berusaha untuk mendapatkan akses yang lebih baik ke pasokan sparepart dengan jaminan harga yang stabil. Selain itu, pastikan untuk menyimpan inventaris yang memadai dari sparepart yang paling sering diminta oleh pelanggan.

- **Kembangkan Jaringan Tenaga Teknisi**

Mengatasi kekurangan tenaga teknisi dengan mengembangkan jaringan kerja sama dengan teknisi lepas atau mitra potensial. Hal ini dapat membantu menangani peningkatan permintaan dengan lebih efisien tanpa harus merekrut pegawai penuh waktu tambahan.

- **Penawaran Keunggulan Layanan dan Value-Added**

Fokus pada keunggulan layanan yang ditawarkan oleh toko, seperti pelayanan yang ramah, jaminan kualitas, atau garansi pekerjaan. Berikan value-added kepada pelanggan, misalnya dengan memberikan diskon untuk layanan lanjutan atau memberikan konsultasi teknis gratis sebagai bagian dari layanan perbaikan.

- **Penguatan Presensi dan Layanan Online**

Untuk menghadapi persaingan harga online, tingkatkan kehadiran dan layanan toko secara online. Tawarkan pemesanan atau konsultasi online, serta promosikan keunggulan layanan fisik toko yang tidak dapat diberikan secara online, seperti kecepatan perbaikan atau interaksi langsung dengan teknisi.

Dengan menerapkan strategi ini, toko perbaikan komputer dapat mengoptimalkan kekuatan internalnya untuk mengatasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi. Diversifikasi layanan, kolaborasi dengan pihak eksternal, dan penguatan nilai tambah layanan dapat membantu toko mempertahankan dan meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif.

KESIMPULAN

Dalam mengevaluasi analisis SWOT dan merumuskan strategi alternatif untuk Toko Generation IT Service, langkah-langkah kunci yang perlu diperhatikan mencakup pemahaman mendalam terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh toko secara menyeluruh. Setelah identifikasi prioritas dilakukan, strategi alternatif dipilih dengan cermat, mempertimbangkan kombinasi antara faktor-faktor internal dan eksternal yang relevan. Selanjutnya, perencanaan tindakan konkret diperlukan untuk menerapkan strategi tersebut dengan efektif, termasuk alokasi sumber daya yang tepat. Penting juga untuk terus memantau dan mengevaluasi implementasi strategi, serta melakukan penyesuaian sesuai dengan perubahan dalam lingkungan bisnis. Strategi alternatif yang direkomendasikan untuk Toko Generation IT Service mencakup langkah-langkah seperti ekspansi dan peningkatan fasilitas toko, diversifikasi layanan, penguatan hubungan pelanggan, dan optimalisasi kehadiran online. Dengan menerapkan strategi ini dengan baik, toko dapat meningkatkan daya saingnya, memperkuat posisinya di pasar lokal, dan mengatasi tantangan yang dihadapi, seperti persaingan online dan perubahan dalam lingkungan bisnis.

REFERENCES

- Justyn, F. (2020). Analisa Swot Pada Gor Badminton Batu Batam. *Penerapan Strategi Marketing Mix*, 7(7), 5–8.
- Anggito, A., Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Kusbandono, D. (2019). Analisis Swot Sebagai Upaya Pengembangan Dan Penguatan Strategi Bisnis (Study Kasus Pada Ud. Gudang Budi, Kec. Lamongan). *Jurnal Manajemen*, 4(2), 921. <https://doi.org/10.30736/jpim.v4i2.250>
- Nursalim, R. (2020). Metodologi Penelitian: Data Analysis. In *Universitas Bengkulu* (Vol. 2, Issue 01).
- Mulyanto, H. (2018). REPUTASI DALAM MENDORONG KEPERCAYAAN DAN MINAT BELI KONSUMEN PRODUK MAKANAN UMKM DI CILEUNGSI. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 15(2), 10. doi: <http://ejournal.stieipwija.ac.id/index.php/jmk>
- Mulyanto, H., Rasipan, & Andriani, M. (2018). Reputasi Dalam Mendorong Kepercayaan dan Minat Konsumen Produk Makanan UMKM di Cileungsi. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 15(2), 10. doi: <http://dx.doi.org/10.33370/jmk.v15i2.270>
- Mulyanto, H., & Wulandari, A. (2010). *Penelitian: Metode & Analisis*: CV Agung Semarang; ISBN No. 978-979-704-990-4.
- Putra, I. G. N. A. B. (2019). Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan Pada Ud. Kacang Sari Di Desa Tamblang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), 397. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i2.20106>
- Sari, E. R. (2021). Bisnis, Promosi, Volume Penjualan. *Polsri Repository*, 10–11. <https://doi.org/10.4135/9781452229669.n1349>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sumbi, K., & Firdausi, F. (2016). Analisis Pembangunan Berbasis Masyarakat Dalam Pengembangan Sumber Daya Masyarakat. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tribhuwana Tungadewi*, 5(2), 41–45.
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2011). *Pengaruh Tatakelola Hubungan, Kedekatan Hubungan dan Rente Relasional Terhadap Kinerja Retailer yang Dimediasi oleh Kompetensi Pemasaran (Studi pada Retailer Springbed di Jabodetabek)*. Paper presented at the Proceeding: Simposium Riset Ekonomi V. “Memacu Pertumbuhan Ekonomi Menuju Kemandirian Bangsa”.