

Pengembangan Bisnis Startup Menggunakan Metode SWOT pada Platform Aplikasi Goto Gojek Tokopedia

Nauroh Nazhiifah ^{1*}, Tata Sutabri ²

^{1,2} Universitas Bina Darma, Indonesia

Email: naurohnazhiifah@gmail.com ^{1*}, tata.sutabri@gmail.com ²

Abstract. *Startups in Indonesia are growing very quickly which has an impact on the economy in Indonesia. High public enthusiasm is proven by Indonesia being one of the 5 countries with the highest number of startups in the world. There are several startups with good financial valuations that can be said to be unicorns or even decacorns. In this process, capital cannot be separated from the strategies taken by the Company. One alternative funding is to carry out an Initial Public Offering (IPO) on the Indonesia Stock Exchange (BEI). Until 2022, the startup that has carried out an IPO is PT. Goto Gojek Tokopedia conducted a Strength, Weakness, Opportunity, Threats (SWOT) analysis on the two companies to analyze the company's business strategy model. Method used in this research is a descriptive qualitative method and a data collection process by conducting literature studies from accredited scientific publication and digital news sources.*

Keywords: *SWOT Analysis, Startup, Business Development*

Abstrak. Startup di Indonesia berkembang dengan sangat cepat yang memberikan sebuah dampak pada perekonomian di Indonesia. Semangat Masyarakat yang tinggi terbukti dengan Indonesia yang masuk ke 5 negara dengan jumlah startup terbanyak yang ada di dunia. Ada beberapa startup dengan valusi keuangan yang baik hingga dapat dikatakan sebagai unicorn atau bahkan decacorn. Dalam proses ini modal tentunya tidak lepas dari strategi-strategi yang di ambil oleh Perusahaan, salah satu alternatif pendanaan adalah melakukan Initial Public Offering (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sampai tahun 2022, startup yang telah melakukan IPO adalah PT. Goto Gojek Tokopedia melakukan analisis Strength, Weakness, Opportunity, Threats (SWOT) pada kedua perusahaan tersebut guna menganalisis model strategi bisnis perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif serta proses pengumpulan data dengan melakukan studi literatur dari sumber publikasi ilmiah dan berita digital yang terakreditasi.

Kata Kunci: *Analisis SWOT, Startup, Pengembangan Bisnis*

1. PENDAHULUAN

Strategi adalah elemen vital dalam rangka proses pengembangan bisnis agar bisa bersaing, bertahan, dan berkelanjutan. Strategi didefinisikan sebagai suatu cara Perusahaan Menyusun inovasi yang berbeda dengan kompetitor-kompetitor lainnya serta menggunakan sumber daya karyaannya untuk bisa memuaskan kebutuhan pelanggan (Diat & Prasojito 2019). Strategi bisnis tentunya memiliki kaitan yang erat dengan model bisnis. Model bisnis adalah Gambaran bisnis yang tersedia secara konseptual dimana memuat Gambaran pemikiran dalam merumuskan dan menciptakan strategi untuk mencapai tujuan suatu Perusahaan. Sebuah strategi bisnis tidak akan berjalan baik apabila tidak di kaji dan dirumuskan terlebih dahulu menggunakan model bisnis (Deck, 2008). Terdapat berbagai macam model bisnis yang digunakan oleh Perusahaan untuk Menyusun sebuah strategi dan rencana Perusahaan, salah satu konsep model bisnis yang kerap digunakan oleh Perusahaan adalah SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats).

Startup menjadi tren yang berkembang di Indonesia, Perusahaan startup adalah Perusahaan yang belum lama berdiri atau beroperasi dan menciptakan produk atau jasa ditengah ketidakpastian dan menemukan sebuah model bisnis yang dapat berulang dan berskala (Karina et al.,2021), Indonesia mendapatkan posisi lima dunia dengan 2.193 startup pada tahun 2019 setelah Amerika Serikat, India , Inggris dan Kanada (Kompas.com 2020), tentunya hal ini menggambarkan antusias Masyarakat Indonesia dalam mengembangkan bisnis. Hal tersebutlah yang mendorong penulis untuk mengangkat topik Analisis SWOT pada Startup yang telah melakukan Initial Public Ofering (IPO) di Indonesia. Rencana pemecahan masalah yang diambil adalah dengan menyajikan analisis SWOT setiap perusahaan dan memberikan strategi Strength-Opportunity (SO), Weakness-Opportunity (WO), Strength-Threats (ST), dan Weakness-Threats (WT).

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif berbentuk deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan metode yang dilakukan pada kondisi yang alamiah (Sugiyono, 2019), metode ini fokus pada pengamatan yang mendalam. Dalam menganalisis data kualitatif ini terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan atau dianggap penting, yakni:

- a) Penelitian kualitatif tidak terlalu fokus pada angka numerik atau nilai dalam pengukuran
- b) variabelnya.
- c) Penelitian kualitatif tidak melakukan suatu pengujian menggunakan metode statistik
- d) Bersifat elaborasi, peneli diperbolehkan menggali formasi lebih dalam terhadap objek penelitian dengan tidak bergantung pada pengukuran numerik.
- e) Lebih tidak terstruktur dibanding penelitian kuantitatif. Berisi bagaimana data dikumpulkan,
- f) sumber data dan cara menganalisis data.

Metode atau cara yang digunakan dalam melakukan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah pertama dengan menggunakan metode survei, dimana tim melakukan survei langsung ke lokasi untuk pengumpulan data awal. Selain melakukan survei, tim juga melakukan observasi dan wawancara. Observasi dan wawancara ini dilakukan pada tahap awal dalam rangka mengumpulkan data dan mencari permasalahan sebelum memutuskan kegiatan pengabdian seperti apa yang sesuai dengan khalayak sasaran.

Sedangkan bentuk penelitian deskriptif adalah penelitian yang hanya memberikan hasil berupa gambaran tanpa memberikan hasil korelasi ataupun komparatif. Metode pengumpulan data penelitian dilakukan dengan studi literatur dari publikasi ilmiah dan berita digital terakreditasi. Pada penelitian ini, studi kasus dilakukan menganalisis SWOT pada perusahaan startup yang telah melakukan *Initial Public Offering* (IPO) sehingga terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) per Desember 2022. Berikut daftar perusahaan startup yang telah melantai di BEI terlihat.

Tabel 1. Perusahaan Straturp yang Telah Melakukan IPO di Indonesia

Perusahaan	Tanggal IPO	Harga Per Lembar Saat IPO
Goto Gojek Tokopedia	11 April 2022	Rp. 338

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum PT. Goto Gojek Tokopedia

GoTo adalah hasil merger dari perusahaan Gojek dan Tokopedia pada tahun 2022 yang menjadi ekosistem digital terbesar di Indonesia. Terdiri dari layanan transportasi on-demand, ecommerce, pengiriman makanan dan bahan makanan, logistik dan pemenuhan, serta layanan keuangan dan pembayaran melalui platform Gojek, Tokopedia, dan GoTo Financial (gotocompany.com, 2022). Salah satu jalan yang ditempuh GoTo untuk mendapatkan pendanaan atau modal operasional perusahaan adalah dengan melakukan Initial Public Offering (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Analisis SWOT PT. Goto Gojek Tokopedia

Penyajian analisis SWOT PT. Goto Gojek Tokopedia menggunakan tabel yang membagi tiap sub bagian strength, weakness, opportuniy, dan threats. Hal ini dimaksudkan untuk mempermudah pembaca dalam memahami dan memetakan tiap poin analisis. Analisis SWOT dan strategi SO, WO, ST, WT disajikan dalam Tabel 2 dibawah ini.

Tabel 2. Analisis SWOT PT. Goto Gojek Tokopedia.

	Strength	Weakness
	Menyediakan layanan super lengkap dan berkualitas. Nama besar dan kepercayaan dari Masyarakat.	Biaya layanan yang cukup Tinggi. Harga produk relatif lebih mahal dari pesaing sejenis

	Tampilan aplikasi yang user Friendly.	Belum terdapat layanan refund gopay.
Opportunity Pemerintah mendukung perkembangan startup di Indonesia. Masyarakat telah terbiasa dengan belanja online. Internet yang bisa dijangkau hampir seluruh Masyarakat.	SO Rutin memberikan promo, diskon dan campaign sesuai event. Membuat acara CSR yang melibatkan banyak user dan menargetkan kepentingan Masyarakat.	WO Menjalin kerjasama dengan mitra industry dan pemerintah yang dapat mengurangi kelemahan.
Threats Terdapat beberapa kompetitor sejenis yang juga memiliki power kuat Cyber crime Penipuan melalui aplikasi karena banyaknya penjual dan pembeli.	ST Meningkatkan keamanan Privasi. Terus berinovasi seiring perubahan tren yang terjadi di masyarakat	WT Menyediakan fitur blacklist pada user tertentu Menyediakan fitur <i>refund</i> pada gopay

Analisis SWOT

Analisis SWOT dapat dijelaskan juga dengan kerangka pemikiran perencanaan strategi dalam menyusun strategi bisnis baru yang dapat digunakan untuk menentukan keberhasilan Perusahaan dalam mencapai tergetnya. SWOT digunakan dalam menilai kekuatan dan kelemahan dari sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan serta kesempatan atau peluang hingga tantangan yang dihadapi perusahaan. Analisis ini mencakup upaya untuk mengenali elemen yang menentukan kinerja perusahaan (Mashuri & Nurjannah, 2020). Penjelasan terperinci terkait poin yang dikandung dalam analisis SWOT adalah sebagai berikut:

1. Strength, diartikan sebagai sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani.
2. Weakness, adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kepabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan.

3. Opportunity, yakni situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.
4. Threats, adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.

Sedangkan strategi Strength-Opportunity (SO), Weakness-Opportunity (WO), Strength Threats (ST), dan Weakness-Threats (WT) adalah rekomendasi strategi yang bisa diterapkan berdasarkan analisis yang didapatkan. Tamara (2016) menjelaskan lebih rinci terkait strategi Strength Opportunity (SO), Weakness-Opportunity (WO), Strength-Threats (ST), dan Weakness-Threats (WT) yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Strength-Opportunity (SO), adalah strategi hasil kolaborasi dari kekuatan dan peluang yang dihadapi perusahaan.
2. Weakness-Opportunity (WO), adalah strategi hasil kolaborasi dari kelemahan dan peluang yang dihadapi perusahaan.
3. Strength-Threats (ST), adalah strategi hasil kolaborasi dari kekuatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan.
4. Weakness-Threats (WT), adalah strategi hasil kolaborasi dari kelemahan dan ancaman yang dihadapi Perusahaan Pengembangan Bisnis.

Secara umum strategi pengembangan bisnis dapat diklasifikasikan menjadi dua bagian, yakni analisis lingkungan internal dan analisis lingkungan eksternal (Sukarno & Ahsan, 2021).

1. Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal adalah cara melakukan pengenalan dan identifikasi berbagai aspek perusahaan seperti sumber daya, pengembangan manajemen perusahaan, dan kerja sama tim. Analisis ini merupakan sebuah pendekatan fungsi-fungsi bisnis sebagai sebuah tindakan yang bertujuan untuk melakukan analisis faktor internal perusahaan yang terdiri dari kelebihan dan kekurangan perusahaan. Analisis lingkungan internal biasanya dilakukan pada fungsi-fungsi seperti manajemen, pemasaran, keuangan, produksi, dan operasional (Dewi, 2022).

2. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal merupakan strategi dalam menganalisis berbagai opportunity dan threats yang berasal dari luar perusahaan. Terdapat lima kategori faktor eksternal yang terdiri dari faktor ekonomi, social budaya, lingkungan, pemerintah, teknologi, dan industry yang kompetitif (Sari et al., 2021).

3. Startup

Perusahaan startup adalah perusahaan yang belum lama beroperasi dan sebagian besar baru didirikan dan dalam fase pengembangan serta penelitian guna menemukan pasar yang sesuai. Startup kerap disebut sebagai perusahaan rintisan karena durasi operasinya yang masih baru atau belum lama (Setiawan, 2019). Startup juga dianggap menjadi usaha yang baru berjalan dan menerapkan inovasi teknologi untuk menjalankan core business-nya dan dapat memecahkan masalah yang ada di masyarakat. Sebagai pemecah masalah, startup memiliki karakter pertumbuhan pendapatan yang cepat sekitar 10 persen per minggu, memiliki pasar yang besar dan capital efficient. Karakter ini tentunya dapat membantu perekonomian dan dicapai melalui penggunaan teknologi (Karina et al., 2021). Tingginya antusiasme masyarakat terlihat dari tingginya perkembangan startup yang muncul di Indonesia. Perkembangan startup di Indonesia terbilang cepat dengan selalu munculnya startup baru dalam tiap tahunnya.

Startup di Indonesia yang Terdaftar di BEI

Sampai dengan Desember 2022, perusahaan startup di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah PT. Goto Gojek Tokopedia (GOTO) dan PT. Bukalapak.com (BUKA). Kedua perusahaan startup ini telah melakukan IPO sebagai salah satu strategi pendanaan bagi perusahaan. Jumlah ini tentunya masih terbilang sedikit dibandingkan dengan total jumlah startup di Indonesia, beberapa hambatan yang dihadapi oleh perusahaan startup di Indonesia untuk melakukan IPO diantaranya yakni *financial history* yang masih dianggap "muda", persyaratan terkait laba perusahaan meletakkan posisi papan yang berada di papan pengembangan, serta belum mempunyai proyeksi keuntungan jangka panjang (Harahap et al., 2020).

Pada bisnis startup dalam mengajukan ide bisnis kepada calon investor, kerabat, ataupun calon konsumen, membutuhkan sebuah rancangan usaha secara tertulis. Rancangan usaha ini biasa disebut sebagai proposal bisnis, bisnis plan, atau proposal usaha. Apapun

namanya, penulisan proposal usaha haruslah disertai dengan persiapan yang matang, karena gambaran besar dari bisnis akan tercermin dalam sebuah proposal bisnis.

Strategi Pengembangan Bisnis

Pengembangan bisnis adalah aspek penting dalam perkembangan jangka Panjang sebuah Perusahaan setelah IPO (Initial Public Offering). Ada beberapa strategi yang dapat digunakan oleh Perusahaan untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Berikut beberapa bagian strategi pengembangan bisnis yang umum digunakan:

1. Diversifikasi produk

Diversifikasi produk menghubungkan perluasan jangkauan produk atau layanan yang ditawarkan oleh Perusahaan ke segmen pasar yang baru. Ini dapat dilakukan dengan mengembangkan produk baru yang terkait dengan produk yang sudah ada atau dengan memasuki industri yang berbeda sepenuhnya. Diversifikasi produk dapat membantu Perusahaan mencapai pertumbuhan jangka Panjang dengan menciptakan sumber pendapatan tambahan dan mengurangi risiko ketergantungan pada satu produk atau pasar tertentu.

2. Ekspansi Pasar

Strategi ekspansi pasar melibatkan perluasan ke wilayah geografis baru atau segmen pasar yang belum dimanfaatkan sepenuhnya. Perusahaan dapat memperluas distribusi produk atau layanan ke pasar regional, nasional, atau internasional yang baru. Ini memungkinkan perusahaan untuk mencapai basis pelanggan yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan jangka panjang. Ekspansi pasar juga dapat membantu dalam mengatasi risiko ketergantungan pada pasar yang terbatas.

3. Akuisisi

Akuisisi melibatkan pembelian perusahaan lain yang dapat memberikan manfaat strategis, seperti akses ke teknologi baru, peningkatan pangsa pasar, atau ekspansi ke segmen pasar baru. Melalui akuisisi, perusahaan dapat mempercepat pertumbuhan dengan mengambil alih sumber daya dan kapabilitas yang sudah ada, serta memperluas portofolio bisnisnya. Namun, akuisisi juga membawa risiko yang harus dikelola dengan baik, seperti integrasi yang kompleks dan kesulitan dalam mencapai sinergi yang diharapkan.

4. Aliansi Strategis

Aliansi strategis melibatkan kerjasama dengan perusahaan lain dalam bentuk kemitraan, joint venture, atau kesepakatan kerjasama lainnya. Tujuannya

adalah untuk saling menguntungkan dan mencapai tujuan bersama, seperti akses ke pasar baru, pengembangan teknologi baru, atau berbagi risiko dan biaya. Aliansi strategis dapat membantu perusahaan memperluas jangkauan dan meningkatkan daya saingnya dengan memanfaatkan kekuatan dan sumber daya mitra bisnis.

5. Inovasi Produk atau Layanan

Inovasi produk atau layanan merupakan strategi penting untuk pertumbuhan jangka panjang. Dengan terus mengembangkan produk atau layanan baru, perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan yang berkembang dan tetap relevan dalam pasar yang kompetitif. Inovasi dapat melibatkan perbaikan produk yang ada, pengembangan produk baru, atau pengenalan fitur atau layanan tambahan. Inovasi yang berhasil dapat menciptakan keunggulan kompetitif dan membantu perusahaan mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar serta profitabilitasnya. Setelah melakukan IPO, perusahaan perlu terus mengembangkan strategi pengembangan bisnis untuk mempertahankan pertumbuhan jangka panjang. Strategi pengembangan bisnis yang tepat dapat membantu perusahaan untuk memperluas bisnis, meningkatkan pendapatan, dan mengurangi risiko. Perusahaan dapat memilih strategi pengembangan bisnis yang sesuai dengan kondisi pasar dan kebutuhan bisnis Perusahaan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas dapat disimpulkan strategi bisnis dari dua perusahaan startup yang melantai di bursa saham yakni PT. Goto Gojek Tokopedia dan PT. Bukalapak.com merupakan bisnis yang unggul dan memberikan banyak kemudahan dalam pelayanan serta fitur yang bermanfaat dan mudah diakses. PT. Goto Gojek Tokopedia dan PT. Bukalapak.com memiliki keunggulan dan peluang masing-masing meskipun kedua perusahaan tersebut memiliki bidang operasional yang sejenis. Setiap perusahaan tentunya memiliki kelemahan dan ancaman yang harus siap dihadapi, mempersiapkan strategi yang tepat sesuai dengan analisis faktor internal dan eksternal yang terkandung dalam analisis SWOT dapat menjadi solusi untuk mengambil keputusan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Aji, G., Febrianti, E., Karima, D. A., Iqbal, A. D., & Setiani, N. E. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Pada Pt Goto Gojek Tokopedia Untuk Pertumbuhan Jangka Panjang Pasca Ipo. *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 3(3), 49-59.

- Dewi, M. S. (2022). Analisis lingkungan internal. *Alacrity: Journal of Education*, 35-40.
- Firmansyah, W., Sutabri, T., Yanti, D. D., & Pratiwi, N. A. (2024). Analisis peluang dan tantangan pemanfaatan metaverse sebagai pemasaran digital. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(18), 1009-1016.
- Huda, B., & Priyatna, B. (2019). Penggunaan Aplikasi Content Management System (CMS) Untuk Pengembangan Bisnis Berbasis E-commerce. *Systematics*, 1(2), 81-88.
- Nugraha, A. E. P., & Wahyuhastuti, N. (2017). Start up digital business: sebagai solusi penggerak wirausaha muda. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 2(1), 1-9.
- Palgunadi, N. M. D. K. R. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Startup Menggunakan SWOT Analysis (Studi Kasus pada Startup yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Journal on Education*, 5(2), 1958-1964.
- Rahmad, I. L. S. (2024, October). ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX PADA STARTUP SAYURLELI. In *Proceeding Maritime Business Management Conference*.
- Rahmadiane, G. D., Kamal, B., Fauzi, A. Z., & Noermansyah, A. L. (2020). Pengembangan Bisnis Startup Untuk Meminimalisir Kegagalan Dalam Berbisnis. *Jurnal Vokasi*, 4(2), 46-50.
- Ramadhani, N., Bela, N. A., & Sutabri, T. (2024). ANALISIS STRATEGI E-COMMERCE UNTUK MENGEMBANGKAN USAHA PELAKU BISNIS UMKM. *Scientica: Jurnal Ilmiah Sains dan Teknologi*, 2(7), 284-287.
- Sari, K., Nurliza, N., Fatimah, M. F. N., Melvia, V., & Putri, A. M. (2021). Analisis lingkungan eksternal dalam menghadapi persaingan bisnis pada PT. Telkom Indonesia Tbk. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 3051-3056.
- Setyawati, C. Y. (2016). Dampak Mentoring Pada Keberhasilan Strat-Up Business: Studi Kasus pada Start-Up Business di Indonesia.
- Sukarno, B. R., & Ahsan, M. (2021). Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Business Model Canvas. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 4(2), 51-61.
- Sutabri, T. (2012). *Konsep sistem informasi*. Penerbit Andi.
- Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Kanvas. *MBIA*, 19(3), 320-330.