

Analisis SWOT untuk Pengembangan Potensi dan Peluang Pasar pada Gama Private Center

Nadya Lutfiana Putri ^{1*}, Ayu Sulasari ², Rizky Kurniawan Murdiyanto ³

¹⁻³ Politeknik Negeri Malang, Indonesia

Korespondensi penulis: nadyaputrilutfiana@gmail.com*

Abstract. SWOT analysis is one of the well-known tools for situation analysis of the company's internal and external environment. SWOT analysis is often used as a reference for strategic planning by maximising *strengths* and taking *opportunities* by minimising *weaknesses* and avoiding *threats*. This research was a descriptive qualitative research using SWOT analysis as an evaluation. This study used data collection techniques of observation, interviews, and questionnaires. The sampling technique used was purposive sampling techniques. The number of respondents was 9 respondents who were owners, employees, teachers, and students of Gama Private Center. The results of the SWOT analysis found 5 points in each factor. It is known that the internal value is positive 2.42 and the external factor is positive 1,90. The position of the Gama Private Centre is in quadrant I.

Keywords: marketing management, SWOT analysis

Abstrak. Analisis SWOT merupakan salah satu alat yang terkenal untuk analisis situasi lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Analisis SWOT sering digunakan sebagai acuan pembuatan perencanaan strategis dengan memaksimalkan kekuatan dan mengambil peluang dengan memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman. Penelitian ini bertujuan untuk membentuk strategi pengembangan potensi dan peluang pasar pada usaha Gama Private Center. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT sebagai penilaian. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, kuesioner, dan dengan menggunakan teknik sampling purposive sampling. Jumlah responden dari Perusahaan sebanyak 9 responden yaitu pemilik, karyawan, guru, dan siswa. Hasil analisis SWOT didapati 5 poin dalam masing-masing faktor. Diketahui nilai internal sebesar positif 2,42 dan faktor eksternal positif 1,90. Letak usaha Gama Private Center berada pada kuadran I.

Kata kunci: Manajemenn pemasaran, analisis SWOT

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan pada bidang kewirausahaan di Indonesia berkembang secara positif dari tahun 2021 sampai 2022. Perkembangan kewirausahaan dapat diindikatori dengan adanya peningkatan jumlah wirausahwan dari tahun ke tahun. UMKM (usaha mikro kecil dan menengah) saat ini menjadi roda penggerak bagi perekonomian di masyarakat. Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021 menyebutkan jika jumlah dari UMKM mencapai 63,9 juta atau 99,9% dari keseluruhan bisnis yang beroperasi di Indonesia, dan pada tahun 2022 mencapai 64,19 juta unit. UMKM berhasil membuat PDB lebih dari 60% dan menyerap 90% tenaga kerja. Analisis SWOT yang merupakan singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Analisis SWOT memberikan kerangka kerja secara sistematis untuk menilai faktor-faktor internal maupun eksternal, sehingga bisa menjadi alat bantu pengambilan keputusan yang strategis, dan mendukung pengembangan potensi serta pemanfaatan peluang dengan optimal.

Malinda, Pertiwi, dan Septiatin pernah melakukan riset yang diterbitkan pada JIEBI (Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam) dengan judul “Analisis SWOT Pengembangan Usaha Istana Hijab Kota Palembang”, menunjukkan jika analisis SWOT membantu usaha Istana Hijab untuk melihat kondisi usahanya. Dimana kondisi usaha Istana Hijab berada pada kuadran satu, sehingga strategi-strategi yang muncul adalah strategi-strategi untuk bisa bertahan pada kuadran satu. Selanjutnya Afifah dan Rochman pada 2022 dalam jurnal penelitiannya yang berjudul “Penerapan Strategi Bisnis Pada Usaha Fashion Kiapix”, menunjukkan bahwa analisis SWOT membantu dalam menentukan strategi yang diambil oleh perusahaan Kiapix, yaitu strategi *build and grow* untuk bersaing.

Pada awal pendirian produk jasa yang diberikan oleh usaha Gama *Private Center* di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar berupa pelayanan jasa untuk siswa SD sampai SMA, setelah satu tahun berdiri munculah produk jasa baru untuk anak TK dalam rangka mempersiapkan anak masuk ke SD dengan program calistung. Pangsa pasar yang dituju oleh Gama *Private Center* meningkat seiring dengan terbukanya produk jasa yang baru, yang berbeda pangsa pasarnya dengan produk lainnya.

Berdasarkan kondisi tersebut, ide perkembangan produk yang dimiliki dapat memberikan potensi dan peluang pasar baru bagi Gama Private. Potensi yang dimiliki oleh usaha Gama *Private Center* dapat berkembang dari internal perusahaan yang terkait dengan sumber daya yang dimiliki seperti kualifikasi karyawan, sarana, prasarana, pelayanan, dan lainnya. Peluang pasar yang berkembang dengan kondisi eksternal yang ada seperti peraturan pemerintah, kompetitor, perubahan pola perilaku konsumen, dan lainnya. Sehingga berdasarkan fenomena diatas dibutuhkannya analisis SWOT pelaku usaha Gama *Private Center* untuk membantu melihat lebih detail potensi dan peluang dari Gama *Private Center*. Artikel bertujuan untuk; 1) mengetahui identifikasi SWOT pada Gama *Private Center*. 2) mengetahui Analisis SWOT pada Gama *Private Center*. 3) Untuk mengetahui strategi pengembangan potensi dan peluang pasar pada Gama *Private Center*.

2. KAJIAN TEORITIS

Pemasaran

Pemasaran adalah suatu upaya dalam proses suatu kegiatan berbisnis secara profesional dan manajerial untuk memperoleh tujuan tertentu yang bernilai tukar. Pengertian pemasaran menurut ahli seperti “Pemasaran secara umum adalah suatu *system* dalam kegiatan bisnis yang mana di dalamnya ada proses merancang guna merencanakan, menentukan suatu harga, promosi, dan distribusi barang yang dapat menciptakan rasa puas akan keinginan, mencapai

target pasar, dan sesuai dengan tujuan perusahaan”, (Wijayanti, 2014). Kotler pada 2022 mengatakan bahwa, “Pemasaran merupakan sesuatu hal yang merata, dimana ia meresap ke dalam semua aspek masyarakat. Secara khusus, pemasaran umumnya melibatkan 10 domain yang berbeda seperti barang, jasa, acara, pengalaman, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide”.

Analisis SWOT

Analisis SWOT menurut Rangkuti pada tahun 2016 adalah kegiatan mengidentifikasi berbagai factor yang dilakukan secara sistematis untuk merencanakan suatu strategi perusahaan. Analisis ini berdasar pada logika yang pada akhirnya nanti dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun dilain sisi secara bersamaan guna untuk meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Adapun ahli lain berpendapat jika “SWOT merupakan singkatan dari *Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*. Yang mana SWOT adalah suatu alat analisis populer yang digunakan dalam penemuan dan penentuan langkah strategis berdasarkan pengenalan diri sendiri”, (Ma'ruf, 2022).

Perencanaan Strategis

Rangkuti pada 2016 dalam bukunya yang berjudul “Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisa SWOT” mengatakan bahwa perusahaan dapat mengembangkan suatu strategi untuk meminimalkan ancaman eksternal dan merebut peluang yang ada. Yang mana proses analisis, perumusan, dan evaluasi strategi dapat disebut sebagai perencanaan strategis. Perencanaan strategis memiliki tujuan utama yaitu suatu perusahaan agar dapat melihat secara objektif kondisi yang dipengaruhi oleh eksternal dan internal, sehingga perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing dan produk yang dihasilkan dapat sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan penuh oleh sumber daya yang ada.

Peluang Pasar

Rangkuti dalam bukunya “Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis” (2013), peluang pasar adalah suatu keadaan atau situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan atau organisasi. Peluang pasar dapat berupa perubahan dari kebutuhan dan keinginan konsumen, perubahan teknologi, atau perubahan lingkungan ekonomi. Peluang pasar dapat dimanfaatkan oleh suatu perusahaan atau organisasi untuk peningkatan penjualan, keuntungan, dan pangsa pasar. Dalam analisis SWOT, peluang pasar dikategorikan dalam faktor eksternal positif.

Strategi Pemasaran

Philip Kotler dan Kevin Lane dalam bukunya “*Marketing Management*” (2019), strategi pemasaran merupakan suatu rencana yang didalamnya menjabarkan ekspektasi dari

perusahaan terhadap dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di sasaran pasar tertentu.

3. METODE PENELITIAN

Ruang lingkup penelitian ini pada manajemen pemasaran dengan pembahasan berfokus pada materi kewirausahaan dengan objek penelitian pada usaha Gama *Private Center*. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian yang akan dilaksanakan adalah deskriptif kualitatif. Data primer yang digunakan dalam penelitian pada Usaha Gama *Private Center* di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar, seperti; Hasil wawancara dengan responden, Hasil survei atau kuesioner, Hasil pengamatan langsung dan Hasil dokumentasi. Sedangkan Data sekunder yang digunakan dalam penelitian pada Usaha Gama *Private Center* di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar, seperti; Laporan kegiatan pemasaran, Laporan keuangan, Laporan kegiatan operasional atau kinerja, Profil usaha. Pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi.

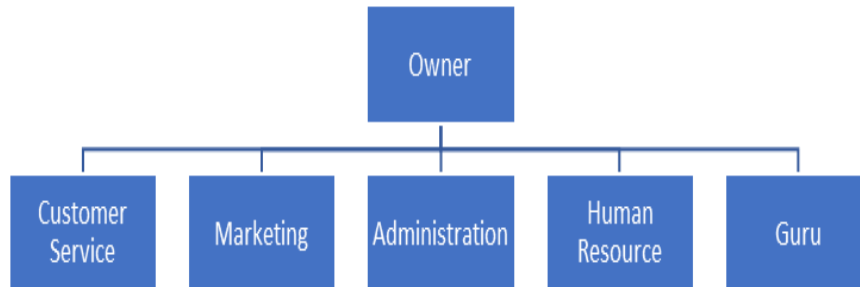
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

Usaha Gama *Private Center* di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar didirikan di Dusun Jatimulyo, Desa Jatitengah, Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar pada 18 Januari 2022. Melihat adanya perkembangan teknologi yang begitu pesat dan pemanfaatan teknologi dalam lingkungan belajar saat *covid-19*, membuat Nur Yanah mendapatkan inspirasi untuk membantu siswa TK sampai dengan SMA untuk meningkatkan nilai akademik mereka disekolah dengan bantuan les *private* secara *on-line* maupun *offline* sesuai kebutuhan masing-masing siswa. Awal pendirian usaha Gama *Private Center* di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar mampu menguasai pasar di Kecamatan Selopuro dengan jumlah murid 57 pada 2 bulan pertama, penambahan jumlah siswa terus meningkat hingga mulai adanya siswa yang berasal dari luar kota, yang mana hal ini memacu untuk membuka sayap pelebaran pasar ke luar kota, hal ini tidak luput dari adanya perkembangan media sosial yang memberikan fitur iklan dalam membantu pemasaran. Penggunaan *system* terpusat dalam pengembangan bisnisnya, yang mana ekspansi bisnis di luar kota blitar tetap dikontrol oleh kantor pusat dengan *system on-line* berbasis *website*. Tahun 2023 awal membuka peluang baru dimana ada peningkatan jumlah siswa dari berbagai daerah. Inisiasi pembuatan perlombaan tingkat nasional terbentuk dengan tujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan sarana pemasaran dengan *event*. Pengadaan *event* perlombaan di bidang kecerdasan dalam mata pelajaran tingkat SD sampai

SMA dan perlombaan bakat tingkat TK sampai dengan SMA ini membuat usaha *Gama Private Center* di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar berkembang, peningkatan jumlah siswa dan banyaknya siswa yang mengikuti perlombaan membuktikan keberhasilan *event* ini.

Struktur organisasi



Analisis SWOT

S	W
1. <i>Gama Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar memiliki program pembelajaran yang lengkap	1. <i>Gama Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar melakukan penjadwalan manual dengan <i>excel</i>
2. <i>Gama Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar memiliki sarana dan prasarana memadai	2. <i>Gama Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar belum ada sumber daya manusia non-muslim
3. <i>Gama Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar memiliki sumber daya manusia yang kompeten	3. <i>Gama Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar kurang tenaga saat <i>event</i>
4. <i>Gama Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar melakukan penyebaran informasi yang optimal	4. <i>Gama Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar memiliki design media sosial yang buruk
5. <i>Gama Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar melakukan pengadaan <i>event marketing</i> yang bermanfaat dan diminati	5. <i>Gama Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar memiliki keterbatasan kontrol SOP

O	T
1. Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar mengikuti <i>trend</i> pembelajaran daring	1. Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar memiliki layanan jasa yang mudah ditiru yang akan memunculkan kompetitor baru
2. Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar mengikuti <i>trend</i> media sosial	2. Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar memiliki banyak <i>competitor</i>
3. Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar menggunakan regulasi pemerintah saat pandemi <i>covid-19</i> untuk menambah value	3. Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar dalam melakukan pengembangan bisnis terhambat oleh resiko ekonomi dan perubahan kebijakan
4. Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar menggunakan kelemahan <i>competitor</i> untuk berinovasi	4. Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar merek dapat digunakan oleh orang lain karena belum mendaftarkan HAKI
5. Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar dapat mengembangkan target pasar dengan membuat target pasar dan merencanakan program yang akan berjalan yaitu program <i>preschool</i> dan <i>event</i> ibu dan anak dengan melihat tren dan ekspektasi orang tua saat ini	5. Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar tidak memiliki perlindungan hukum karena tidak memiliki SIUP

Rata-rata urgensi

Pembulatan Rata-Rata Urgensi							
S		W		O		T	
No	Urgensi	No	Urgensi	No	Urgensi	No	Urgensi
1	5	1	3	1	4	1	4
2	5	2	2	2	4	2	3
3	5	3	3	3	4	3	1
4	4	4	3	4	3	4	4
5	5	5	1	5	5	5	5

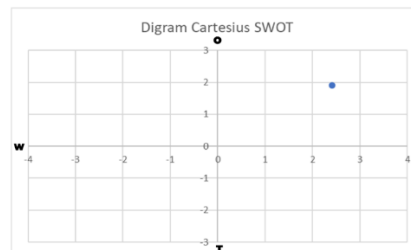
Penghitungan EFAS dan IFAS

Tabel Penghitungan EFAS dan IFAS				
Faktor Internal		Bobot	Rating	Skor
No	S			
1	Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar memiliki program pembelajaran yang lengkap	0,21	4	0,83
2	Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar memiliki sarana dan prasarana memadai	0,21	4	0,83
3	Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar memiliki sumber daya manusia yang kompeten	0,21	4	0,83
4	Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar melakukan penyebaran informasi yang optimal	0,17	3	0,5
5	Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar melakukan pengadaan <i>event marketing</i> yang bermanfaat dan diminati	0,21	4	0,83

Total Internal				
No	W	Bobot	Rating	Skor
1	Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar melakukan penjadwalan manual dengan <i>excel</i>	0,25	1	0,25
2	Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar belum ada sumber daya manusia non-muslim	0,17	2	0,33
3	Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar kurang tenaga saat <i>event</i>	0,25	1	0,25
4	Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar memiliki design media sosial yang buruk	0,25	1	0,25
5	Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar memiliki keterbatasan kontrol SOP	0,08	4	0,33
Faktor Eksternal				
No	O	Bobot	Rating	Skor
1	Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar mengikuti <i>trend</i> pembelajaran daring	0,2	3	0,6
2	Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar mengikuti <i>trend</i> media sosial	0,2	3	0,6
3	Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar menggunakan regulasi pemerintah saat pandemi <i>covid-19</i> untuk menambah value	0,2	3	0,6
4	Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar menggunakan kelemahan <i>competitor</i> untuk berinovasi	0,15	3	0,45

No	O	Bobot	rating	Skor
5	Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar dapat mengembangkan target pasar dengan membuat target pasar dan merencanakan program yang akan berjalan yaitu program <i>preschool</i> dan <i>event</i> ibu dan anak dengan melihat tren dan ekspektasi orang tua saat ini	0,25	4	1
Total Eksternal				
No	T	Bobot	Rating	Skor
1	Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar memiliki layanan jasa yang mudah ditiru yang akan memunculkan kompetitor baru	0,24	1	0,24
2	Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar memiliki banyak <i>competitor</i>	0,18	2	0,35
3	Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar dalam melakukan pengembangan bisnis terhambat oleh resiko ekonomi dan perubahan kebijakan	0,06	4	0,24
4	Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar merek dapat digunakan oleh orang lain karena belum mendaftarkan HAKI	0,24	1	0,24
5	Gama <i>Private Center</i> di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar tidak memiliki perlindungan hukum karena tidak memiliki SIUP	0,29	1	0,29

Diagram Cartesius



Pembahasan

Kekuatan dan peluang bernilai positif, sementara kelemahan dan ancaman bernilai negatif. faktor internal dilakukan pengurangan antara positif dan negatif, begitupula pada faktor eksternal. Faktor internal menghasilkan nilai 2,42, sementara faktor eksternal menghasilkan nilai 1,90. Hasil pengurangan positif negatif akan menghasilkan nilai yang selanjutnya digunakan sebagai titik koordinat pada diagram cartesius SWOT, sumbu x mewakili faktor internal, dan sumbu y mewakili faktor eksternal. Dilihat dari diagram cartesius usaha Gama Private Center di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar berada pada kuadran I, kuadran I bernuansa positif-positif yang mempertemukan antara kekuatan dan peluang, walaupun berada di kuadran I namun nilai eksternalnya sangat kecil, yang mengharuskan usaha Gama Private Center di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar harus membuat strategi untuk meningkatkan titik nilai. Pada konteks Gama Private Center yang berada pada Kuadran I dalam analisis

SWOT, strategi-strategi yang diusulkan dapat langsung terkait dengan pengembangan potensi dan peluang pasar yang ada. Berikut adalah cara menghubungkan strategi-strategi tersebut dengan pengembangan potensi dan peluang pasar, seperti memanfaatkan keunggulan internal (Strengths) dengan penguatan layanan unggulan dengan fokus pada pengembangan layanan yang sudah ada, Gama Private Center dapat meningkatkan potensi mereka untuk menarik lebih banyak pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Peningkatan kualitas layanan dan penambahan fasilitas baru dapat memberikan nilai tambah yang signifikan, menarik calon pasien untuk memilih mereka sebagai pilihan utama. Peningkatan operasional dengan meningkatkan efisiensi operasional, Gama Private Center dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya mereka. Hal ini tidak hanya dapat meningkatkan profitabilitas tetapi juga memungkinkan untuk menawarkan layanan yang lebih kompetitif dan terjangkau, memperluas potensi pasar mereka di segmen yang lebih luas. Mengeksploitasi peluang eksternal (Opportunities) ekspansi geografis dengan memanfaatkan pangsa pasar yang sudah besar, Gama Private Center dapat mempertimbangkan untuk melakukan ekspansi ke wilayah baru yang memiliki potensi pertumbuhan yang tinggi. Private Center tidak hanya melibatkan penggunaan keunggulan internal untuk meningkatkan layanan dan operasional, tetapi juga memanfaatkan kondisi eksternal yang mendukung untuk ekspansi dan diversifikasi.

Matriks SWOT

IFAS SWOT EFAS	S	W
O	<ul style="list-style-type: none"> • Penguatan Layanan Unggulan • Ekspansi Geografis • Membuat kampanye pemasaran 	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan Kualitas Layanan • Pengembangan Pasar • Membuka kemitraan tentang analisis tren
T	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan Diferensiasi • Diversifikasi Sumber Pendapatan • Reposisi Brand 	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan Efisiensi Operasional • Kolaborasi atau Kemitraan • Mencari sumber pembiayaan alternatif

Matriks SWOT digunakan sebagai sarana alternatif yang digunakan untuk menambah alternatif strategi maupun sebagai penguat dan penimbang strategi yang disepakati. Strategi pada matriks SWOT dilakukan dengan menghubungkan strategi-strategi dalam konteks pengembangan potensi dan peluang pasar, adapun strateginya sebagai berikut :

1. Strategi SO (*strengths-opportunities*)

- Penguatan Layanan Unggulan : Dengan memanfaatkan reputasi dan SDM yang kompeten maka perlu memperluas layanan dengan menambah jenis layanan untuk menguasai peluang dengan memanfaatkan potensi yang dimiliki. Misalnya, pembuatan event yang berkaitan dengan kegiatan ibu-ibu seperti lomba memasak yang bisa mendekatkan usaha *Gama Private Center* di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar dengan orang tua calon siswa sehingga orang tua menjadi dekat dengan perusahaan.
- Ekspansi Geografis : Dengan memanfaatkan infrastruktur teknologi yang sudah ada dan terus berkembang maka dibutuhkannya perluasan wilayah pasar baru. Misalnya, membuka cabang di kota pendidikan seperti Jogjakarta dan Bandung karena memungkinkan memiliki minat akan pendidikan yang tinggi dan juga tenaga pengajar yang akan direkrut berkualitas.
- Membuat Kampanye Pemasaran : Memiliki potensi yang dapat dikembangkan berupa SDM yang kompeten dan sarana prasarana yang memadai, ditambah dengan adanya peluang pasar yang dapat dijajal maka kampanye pemasaran perlu digunakan dengan memanfaatkan iklan berbayar pada media sosial. Misalnya, membuat kampanye dengan lomba fotografi aktivitas anak *preschool*, kampanye diiklankan secara berbayar agar pangsa pasar yang dituju sesuai dengan sasarannya, sehingga dapat mendekatkan diri dengan pangsa pasar baru untuk selanjutnya membuat program kelas *preschool*.

2. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)

- Peningkatan Kualitas Layanan : Mengatasi kekerangan dalam pelayanan dapat dilakukan dengan membuat *website* yang dapat digunakan oleh siswa untuk mendaftar dan memilih guru secara langsung dengan memberikan profil guru. Dengan pembaruan pelayanan pada *website* maka akan mempermudah dan mempercepat transaksi pada siswa baru.
- Pengembangan Pasar : Dengan adanya media sosial yang dapat menggunakan iklan berbayar, dan adanya teknologi yang memudahkan dalam pembuatan konten yang bagus maka dapat mengembangkan pasar online dengan memperbaiki media sosial dengan konten yang menarik. Pengembangan pasar juga dapat dilakukan dengan diversifikasi layanan dengan membuat layanan baru yang sebelumnya belum ada, seperti kelas untuk *parenting* sehingga orang tua menjadi lebih dekat dengan perusahaan.

- Membuka Kemitraan Tentang Analisa Tren : Jika dirasa tim tidak dapat menguasai media sosial dengan tren, maka dapat bekerjasama dengan ahli yang memang berfokus pada tren yang ada di media sosial untuk membantu pemasaran usaha Gama *Private Center* di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar.

3. Strategi ST (*Strengths-Threats*)

- Peningkatan Diferensiasi : Meningkatnya layanan atau produk sehingga diminati pasar, sehingga dapat membuat usaha lain ingin juga melakukannya, apalagi jika layanan itu mudah untuk ditiru. Sehingga dibutuhkan diferensiasi pada layanan seperti disediakan rombongan belajar khusus menuju ujian atau ulangan, yang mana biasanya beberapa siswa hanya ingin belajar saat akan ada ujian.
- Diversifikasi Sumber Pendapatan : Dengan memanfaatkan kekuatan pasares dan mengurangi resiko ancaman dari perubahan ekonomi, maka perlu adanya pembuatan layanan lain untuk berjaga-jaga apabila profit sedang turun, hal ini dapat dilakukan dengan cara menambah jenis *event* yang berbeda dengan yang lainnya, yang sesuai dengan kompetensi SDM yang dimiliki. *Event* yang dapat diadakan seperti aktifitas untuk anak balita menuju *preschool* dan *event* perlombaan bertema keluarga seperti karaoke.
- Reposisi Brand : Adanya ancaman dapat menutupi kekuatan dari Perusahaan, maka perlunya reposisi dengan menanamkan inovasi atau pembaruan seperti pembuatan *website* yang lebih baik, penggunaan iklan media sosial yang lebih sring dengan memberikan layanan baru, membuat festival pelajar untuk mereposisi usaha menjadi dikenal lebih baik yang mana menunjukkan bahwa usaha Gama *Private Center* di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar tidak mudah ditiru.

4. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)

- Peningkatan Efisiensi Operasional : Efisiensi operasional dapat dilakukan dengan digitalisasi segala aspek, teknologi yang berkembang dapat dimanfaatkan seperti *google meta business suite*, *google analitik*, dan masih banyak lagi.
- Kolaborasi dan Kemitraan : Kolaborasi dengan berbagai pihak perlu dilakukan untuk memperkuat posisi seperti kolaborasi dengan pemerintah setempat untuk mengadakan *event* pelajar, bermitra dengan usaha yang juga bergerak dibidang pendidikan seperti pemilik akun yang menggeluti dunia pendidikan untuk membantu dalam pemasaran, perluasan pasar, dan menambah kompetensi SDM.
- Mencari Sumber Pembiayaan alternatif : sumber pembiayaan alternatif dapat digunakan sebagai tambahan penghasilan pada usaha, yang dapat dilakukan seperti

penjualan modul diluar siswa usaha Gama *Private Center* di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar.

Strategi-stretegi yang dapat digunakan dan dikembangkan untuk keberlangsungan dan perbaikan usaha Gama *Private Center* di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar. rencana strategis yang dihasilkan dapat mebuat target baru dengan terbukanya *event* baru, layanan baru, digitalisasi, dan memiliki pembiayaan alternatif yang dapat diimplementasikan oleh usaha Gama *Private Center* di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil identifikasi SWOT yang dilakukan terhadap usaha Gama Private Center di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar didapati kekuatan yang ada pada perusahaan yaitu memiliki program pembelajaran yang lengkap, memiliki sarana dan prasarana memadai, memiliki sumber daya manusia yang kompeten, melakukan penyebaran informasi yang optimal, melakukan pengadaan event marketing yang bermanfaat dan diminati. Kelemahan yang ada pada usaha Gama Private Center di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar yaitu melakukan penjadwalan manual dengan excel belum ada sumber daya manusia non-muslim kekurangan tenaga saat event, memiliki design media sosial yang buruk, memiliki keterbatasan kontrol SOP. Peluang yang ada pada usaha Gama Private Center di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar yaitu mengikuti trend pembelajaran daring, mengikuti trend media sosial, menggunakan regulasi pemerintah saat pandemi covid-19 untuk menambah value menggunakan kelemahan competitor untuk berinovasi, dapat mengembangkan target pasar dengan membuat target pasar dan merencanakan program yang akan berjalan yaitu program preschool dan event ibu dan anak dengan melihat tren dan ekspektasi orang tua saat ini. Ancaman dari usaha Gama Private Center di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar yaitu memiliki layanan jasa yang mudah ditiru yang akan memunculkan kompetitor baru, memiliki banyak competitor, dalam melakukan pengembangan bisnis terhambat oleh resiko ekonomi dan perubahan kebijakan, merek dapat digunakan oleh orang lain karena belum mendaftarkan HAKI, tidak memiliki perlindungan hukum karena tidak memiliki SIUP. Hasil analisis SWOT yang dilakukan setelah identifiikasi SWOT menunjukkan bahwa usaha Gama Private Center di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar berada pada kuadran I dengan hasil 2,42 pada sumbu x dan 1,90 pada sumbu y, yang menempatkannya pada posisi dengan kekuatan internal dan peluang eksternal. Meskipun begitu, nilai eksternal peluang masih kecil sehingga memerlukan strategi peningkatan nilai. Memanfaatkan kekuatan internal perlu memperkuat layanan

unggulannya dengan fokus pada pengembangan dan peningkatan kualitas layanan yang ada, serta penambahan fasilitas baru untuk menarik lebih banyak pelanggan dan mempertahankan yang sudah ada. Selain itu, dengan meningkatkan efisiensi operasional, dapat mengoptimalkan sumber daya mereka, meningkatkan profitabilitas, dan menawarkan layanan yang lebih kompetitif. Ekspansi geografis juga dapat dipertimbangkan untuk memanfaatkan pangsa pasar yang ada dan potensi pertumbuhan wilayah baru. Dengan menggabungkan penguatan layanan internal dan eksploitasi peluang eksternal, memperluas pangsa pasar dan menciptakan nilai tambah berkelanjutan, selaras dengan visi jangka panjang untuk pertumbuhan dan keberlanjutan layanan.

Saran

Berikut beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk Gama *Private Center* di Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar berdasarkan hasil analisis SWOT:

1. Memanfaatkan Keunggulan Internal : Lebih menguatkan lagi program pembelajaran yang lengkap dengan memperluas dan meningkatkan kualitas materi serta metode pengajarannya. Pastikan program tersebut tetap relevan dengan perkembangan kurikulum dan kebutuhan pasar. Dengan adanya *event marketing* maka harus memastikan jumlah SDM untuk dapat menjalankan acara dengan efektif dan efisien. Sebagai pembuktian bahwa usaha Gama *Private Center* menjunjung tinggi keberagaman, penambahan SDM dengan latar belakang non-muslim.
2. Automatisasi dan Peningkatan Teknologi : Gantikan penjadwalan manual dengan sistem manajemen yang lebih terintegrasi dan efisien untuk mengurangi kesalahan dan meningkatkan produktivitas.
3. Manajemen Risiko dan Kepatuhan Hukum : Prioritaskan untuk mendaftarkan merek dan mendapatkan SIUP agar mendapatkan perlindungan hukum yang diperlukan. Selalu perbarui kepatuhan terhadap regulasi pemerintah terkait operasional dan layanan yang disediakan.
4. Monitoring dan Evaluasi Terus Menerus : Tetapkan sistem monitoring dan evaluasi secara rutin untuk mengukur efektivitas strategi yang diimplementasikan. Gunakan umpan balik dari siswa, orang tua, dan karyawan untuk terus meningkatkan layanan dan pengalaman pelanggan.
5. Pembuatan *Website* dengan Fitur Lebih Lengkap : Penambahan fitur pendaftaran secara *on-line* untuk siswa, yang mana siswa dapat memilih langsung guru yang akan mengajar, dengan juga memberikan profile guru berupa pengalaman dan keahlian guru.

6. Pembuatan kelas khusus Bahasa : Penambahan kelas khusus Bahasa asing yang dibutuhkan sebagai tambahan nilai untuk mendaftar pada suatu pekerjaan, seperti kelas Bahasa Jepang, Bahasa Mandarin, dan Bahasa internasional lainnya. Pembuatan kelas baru ini diharapkan dapat mengeksploitasi pangsa pasar yang belum pernah dicoba.

Dengan menerapkan saran-saran ini, Gama *Private Center* dapat memaksimalkan potensi kekuatan internalnya, mengatasi kelemahan yang ada, memanfaatkan peluang pasar yang tersedia, dan menghadapi ancaman dengan lebih baik. Hal ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan memperkuat posisi mereka di pasar pendidikan.

DAFTAR REFERENSI

- Afifah, H., & Rohman, F. (2022). *Penerapan Strategi Bisnis Pada Usaha Fashion Kiapix*. Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi, 269-277.
- Ayodya, W. (2020). *UMKM 4.0*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Elvana, Y., Hariyati, & Setianto, B. (2022). *Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Bersaing Saat Masa Pandemi Covid-19 pada Rumah Sakit Islam Surabaya*. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan, 5132-5147.
- Firmansyah, M. A., & RooSMAwarni, A. (2019). *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*. Pasuruhan: Qiara Media.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0 : Techonology for Humanity*. Hoboken: Wiley.
- Kotler, P., Lane, K., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Malinda, F., Pertiwi, D., & Septiatin, A. (2022). *Analisis SWOT Pengembangan Usaha Istana Hijab Kota Palembang*. Journal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam - JIEBI, 176-185.
- Malisa, R., Nasution, M. A., & Siregar, O. M. (2022). *Strategi Bisnis Dalam Meraih Keunggulan Bersaing Melalui Metode Analisis SWOT*. Journal of Social Research, 743-750.
- Ma'ruf, A. (2022). *Analisis Strategi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Pasaribu, R. D., Inzaghi, Z., & Sutjipto, M. R. (2022). *Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM (Studi Kasus Pada Perusahaan Keluarga PT. Susu KPBS Pangalengan)*. Seiko : Journal of Management and Business, 162-169.

- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Syamsulbahri, D. (2018). *UMKM dalam Perspektif Pembiayaan inklusif di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 59-76.
- Tegar, N. (2019). *Panduan Lengkap Manajemen Distribusi Mendalami Strategi Distribusi Untuk Menghadapi Persaingan di Era 4.0*. Yogyakarta: Quadrant.
- Wijayanti, T. (2014). *Marketing Plan! Dalam Bisnis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.