

Analisis SWOT untuk pengembangan Strategi Bisnis

M Yasfin Aqil¹, Pinky Nadya Maharani², Agung Wibowo³, Via Rifqi Andini⁴, Intisar Salwa Khalidah⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Agribisnis, Politeknik Banyuwangi
e-mail: yasfinaqil1@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) yang dihadapi oleh PT Karya Tantri Abadi, sebuah perusahaan pembiayaan mikro yang berfokus pada pemberdayaan ekonomi masyarakat kecil. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara dan survei untuk menggali informasi dari karyawan dan nasabah. Hasil analisis menunjukkan bahwa kekuatan perusahaan terletak pada pelayanan cepat tanpa jaminan dan reputasi baik di kalangan nasabah, sementara kelemahan utama adalah kurangnya digitalisasi dan literasi keuangan masyarakat. Peluang meliputi tren kewirausahaan dan dukungan pemerintah, sedangkan ancaman berasal dari persaingan dengan lembaga keuangan formal. Strategi yang diusulkan mencakup digitalisasi operasional, diversifikasi produk, dan peningkatan literasi keuangan masyarakat. Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dalam merumuskan strategi bisnis yang berkelanjutan dan inklusif.

Kata kunci: *SWOT, Pengembangan, dan Strategi*

Abstract

This study aims to analyze the strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) faced by PT Karya Tantri Abadi, a microfinance company that focuses on the economic empowerment of small communities. The research method uses a qualitative approach with interviews and surveys to explore information from employees and customers. The results of the analysis show that the company's strength lies in its fast service without guarantees and good reputation among customers, while the main weakness is the lack of digitalization and financial literacy of the community. Opportunities include entrepreneurial trends and government support, while threats come from competition with formal financial institutions. The proposed strategies include operational digitalization, product diversification, and increasing people's financial literacy. This research makes a significant contribution in formulating sustainable and inclusive business strategies.

Keywords: *SWOT, Development, Strategy*

LATAR BELAKANG

Dasar teori yang mendasari penelitian ini adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), yang merupakan alat strategis untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan perusahaan. Menurut Rangkuti (2015), analisis SWOT membantu perusahaan memahami bagaimana kekuatan dan peluang dapat dimanfaatkan untuk mengatasi kelemahan dan ancaman. Selain itu, penggunaan matriks EFAS dan IFAS memberikan struktur untuk mengevaluasi bobot dan skor setiap faktor, sehingga memungkinkan pengambilan keputusan strategis yang berbasis data. Dalam konteks pembiayaan mikro, strategi berbasis SWOT telah terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional (David et al., 2016). Penelitian ini juga merujuk pada studi oleh Dewi et al. (2020) yang menekankan pentingnya integrasi teknologi finansial untuk mengatasi kelemahan internal, seperti kurangnya digitalisasi dan rendahnya literasi keuangan masyarakat. Pendekatan EFAS (External Factor Analysis Summary) dan IFAS (Internal Factor Analysis Summary) yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada model yang dikembangkan oleh Fred R. David (2016). EFAS digunakan untuk mengevaluasi faktor eksternal, seperti peluang dan ancaman, dengan mempertimbangkan bobot dan skor yang mencerminkan dampaknya terhadap perusahaan. Sementara itu, IFAS digunakan untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan internal. Kedua matriks ini memungkinkan perusahaan untuk memprioritaskan langkah strategis berdasarkan analisis kuantitatif. Penelitian ini mengadopsi prosedur sistematis yang dimulai dari identifikasi faktor SWOT, pemberian bobot, hingga penyusunan strategi berdasarkan hasil analisis.

Analisis ini menempatkan situasi dan kondisi sebagai faktor masukan, kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing. Analisa ini secara logis dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan sehingga dapat digunakan sebagai alat efektif untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan, sebagai proses pengambilan keputusan untuk menentukan strategi. Yusanto dan Widjajakusuma menekankan bahwa analisis SWOT mencakup data internal dan eksternal perusahaan selama tiga tahun sebelum analisis, saat analisis dilakukan, serta lima tahun setelahnya. Analisis SWOT terdiri atas empat komponen dasar, yaitu: 1) *Strengths* (S) adalah situasi atau kondisi kekuatan organisasi atau program pada saat ini, 2) *weaknesses* (W) adalah situasi atau kondisi kelemahan dari organisasi atau program pada saat ini, 3) *opportunities* (O) adalah situasi atau kondisi peluang yang berasal dari luar organisasi, dan 4) *threats* (T) adalah situasi ancaman bagi organisasi yang datang dari luar organisasi dan dapat mengancam eksistensi organisasi pada masa depan. Analisis SWOT banyak digunakan untuk mengevaluasi kondisi internal dan eksternal perusahaan. Dalam konteks pembiayaan mikro, Rangkuti (2015) menjelaskan bahwa analisis SWOT dapat membantu perusahaan merumuskan strategi yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat kecil yang menjadi target pasar utama.

PT Karya Tantri Abadi adalah perusahaan pembiayaan mikro yang bergerak di sektor keuangan informal dengan fokus pemberdayaan ekonomi masyarakat kecil. Dalam operasionalnya, perusahaan ini bertujuan untuk memberikan akses modal usaha kepada masyarakat, terutama kepada ibu-ibu rumah tangga yang berperan sebagai penggerak ekonomi keluarga. Pendekatan yang diterapkan berbasis komunitas, dengan proses yang sederhana, tanpa jaminan, dan waktu pencairan yang relatif cepat. Hal ini bertujuan untuk membantu masyarakat yang belum terjangkau oleh lembaga keuangan formal seperti bank. Namun, tantangan dalam sektor pembiayaan mikro cukup kompleks. Salah satu isu utama adalah stigma negatif terhadap model bisnis seperti "bank plecit," yang sering diasosiasikan dengan bunga tinggi dan tekanan pembayaran yang memberatkan masyarakat. Selain itu, persaingan dengan fintech dan lembaga keuangan formal semakin menambah tekanan. Untuk menghadapi tantangan ini, PT Karya Tantri Abadi menggunakan analisis SWOT untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam menjalankan usahanya. Analisis SWOT ini tidak hanya berfungsi untuk mengevaluasi kondisi perusahaan tetapi juga menjadi dasar dalam merumuskan strategi pengembangan bisnis.

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki temuan mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Adapun menurut para ahli salah satunya menurut Menurut Kenneth Andrew strategi adalah pola sasaran, maksud atau tujuan kebijakan serta rencana. Rencana penting untuk mencapai tujuan itu yang dinyatakan dengan cara seperti menetapkan bisnis yang dijalankan dan jenis atau akan menjadi apa jenis organisasi tersebut. Sedangkan menurut Menurut Griffin strategi adalah rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. Strategi pengembangan bisnis juga dapat merujuk pada model Ansoff (2014), yang mengidentifikasi pentingnya diversifikasi produk dan ekspansi pasar untuk mendukung pertumbuhan Perusahaan. Menurut A. Halim dalam Sattar (2019) strategi merupakan suatu cara dimana sebuah lembaga atau organisasi akan mencapai tujuan sesuai peluang dan ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi serta kemampuan internal dan sumber daya. Menurut Syafrizal dalam Sattar (2019) strategi ialah cara untuk mencapai sebuah tujuan berdasarkan analisa terhadap faktor eksternal dan internal. Studi oleh Dewi et al. (2020) menunjukkan bahwa pengintegrasian teknologi finansial dalam model pembiayaan mikro dapat meningkatkan efisiensi dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap layanan keuangan informal. Dengan demikian, strategi pengembangan bisnis yang berbasis komunitas harus memperhatikan aspek pendidikan, teknologi, dan aksesibilitas layanan.

Proses pengembangan strategi ini tidak dapat dipisahkan dari alat bantu utamanya, yaitu Matriks SWOT, yang menggabungkan empat elemen dalam kerangka

kerja terstruktur guna mendukung pengambilan keputusan strategis. Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya (David, 2011; Quincy, 2012). Dalam pengembangan strategi, Matriks SWOT memainkan peran penting sebagai dasar untuk merumuskan langkah-langkah strategis yang berkaitan dengan situasi dan kondisi organisasi. Matriks ini membantu organisasi mengenali kekuatan yang bisa dimanfaatkan, mengatasi kelemahan yang menjadi penghalang, menangkap peluang yang ada di lingkungan eksternal, serta mengantisipasi ancaman yang bisa mengganggu pencapaian tujuan. Jadi, Matriks SWOT tidak hanya memberikan gambaran mengenai kondisi organisasi saat ini, tetapi juga memberikan panduan untuk merancang strategi yang terfokus dan kompetitif. Signifikansi Matriks SWOT dalam pengembangan strategi terletak pada kemampuannya untuk menghubungkan analisis internal dan eksternal dengan tindakan strategis yang konkret. Dengan pendekatan ini, organisasi dapat mengidentifikasi prioritas strategis dan merumuskan kebijakan yang sesuai dengan tantangan dan peluang yang ada.

PT Karya Tantri Abadi menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi operasionalnya. Kekuatan utama perusahaan adalah pelayanan cepat tanpa jaminan. Hal inilah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat yang membutuhkan akses cepat terhadap dana usaha. Selain itu, pendekatan berbasis komunitas memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan hubungan yang lebih pribadi dengan pelanggannya, terutama para ibu, yang merupakan audiens utamanya. Namun kelemahan internal juga memprihatinkan. Salah satunya adalah kurangnya digitalisasi dalam operasional bisnis, sehingga menyebabkan inefisiensi dalam pengumpulan dan pengelolaan data pelanggan. Selain itu, rendahnya literasi keuangan masyarakat sering kali meningkatkan risiko gagal bayar. Tantangan ini semakin diperburuk dengan stigma negatif yang terkait dengan model bisnis seperti Bank Plectit. Model bisnis ini seringkali dianggap membebani masyarakat karena tingginya suku bunga dan metode penagihan utang yang tidak fleksibel. Di sisi lain, peluang besar terbuka bagi PT Karya Tantri Abadi, terutama dengan perkembangan teknologi finansial. Mengintegrasikan teknologi ke dalam operasional membantu perusahaan memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi, dan memberikan pengalaman layanan yang lebih baik bagi pelanggannya. Untuk menghadapi ancaman eksternal seperti persaingan dari fintech dan lembaga keuangan formal, perusahaan memerlukan strategi diferensiasi yang kuat agar tetap kompetitif. Untuk mengatasinya, perusahaan perlu fokus pada inovasi dan diferensiasi layanan. Digitalisasi operasional, misalnya, dapat menjadi solusi untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam pengelolaan data. Selain itu, diversifikasi produk memungkinkan perusahaan menawarkan solusi yang lebih holistik kepada pelanggan, sehingga memperkuat hubungan jangka panjang. Upaya ini juga harus didukung oleh program literasi keuangan yang komprehensif untuk memastikan bahwa pelanggan dapat memanfaatkan layanan dengan bijak dan bertanggung jawab. Kerja sama dengan fintech adalah langkah strategis yang penting. Dengan memanfaatkan

teknologi finansial, PT Karya Tantri Abadi dapat memperluas jangkauan layanannya ke daerah terpencil, sekaligus meningkatkan efisiensi operasional. Penelitian tentang analisis SWOT untuk pengembangan strategi bisnis di PT Karya Tantri Abadi memberikan berbagai manfaat signifikan, baik secara praktis maupun akademis. penelitian ini membantu perusahaan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal, yang menjadi dasar untuk merumuskan strategi yang lebih efektif dan inovatif

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi PT Karya Tantri Abadi dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam meningkatkan efisiensi operasional PT Karya Tantri Abadi dan berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat setempat dengan memberikan akses permodalan perusahaan yang lebih efektif.

METODE

Analisis SWOT yang dilakukan pada PT Karya Tantri Abadi memanfaatkan pendekatan kualitatif untuk menggali informasi yang lebih mendalam terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Metodologi kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang berfokus pada pemahaman fenomena sosial dari perspektif individu atau kelompok. Sugiono (2005): Menekankan bahwa penelitian kualitatif lebih cocok untuk memahami fenomena sosial dari perspektif partisipan, dengan fokus pada kondisi atau situasi objek penelitian. Pendekatan ini melibatkan beberapa metode pengumpulan data, antara lain wawancara, diskusi kelompok, dan survei. Tujuan utama dari pendekatan kualitatif adalah untuk memahami persepsi dan pengalaman berbagai pemangku kepentingan, termasuk karyawan dan nasabah, terkait kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Melalui wawancara dengan nasabah, perusahaan dapat memperoleh wawasan mengenai bagaimana layanan yang diberikan dipersepsikan dan kebutuhan yang belum terpenuhi. Selain itu, analisis lingkungan internal dan eksternal dilakukan untuk mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi dinamika perusahaan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang tantangan yang dihadapi oleh perusahaan, PT Karya Tantri Abadi dapat merancang program pelatihan yang lebih tepat sasaran. Data diolah dengan melakukan analisis SWOT lalu dipetakan dengan matriks SWOT memperoleh keputusan strategi menggunakan faktor kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity) dan ancaman (threat) yang dimiliki perusahaan dalam mengembangkan strategi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan kepada pegawai PT Karya Tantri Abadi, analisis ini mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan strategi. Analisis ini bertujuan untuk mengevaluasi faktor internal dengan menentukan sejauh mana kekuatan organisasi dapat dimanfaatkan dan kelemahan dapat diperbaiki untuk mendukung pengembangan SDM. Mengevaluasi

faktor eksternal dengan mengidentifikasi peluang yang dapat dimanfaatkan dan ancaman yang perlu diantisipasi untuk menciptakan strategi yang relevan dan adaptif. Sebelum mengidentifikasi strategi dengan menggunakan analisis SWOT yang mencakup:

Strengths (Kekuatan)

- (1) Pelayanan Cepat Tanpa Jaminan. Kecepatan dalam pelayanan, terutama dalam proses pencairan modal tanpa memerlukan jaminan, menciptakan daya tarik bagi nasabah yang membutuhkan akses cepat ke dana. Dalam industri keuangan, banyak nasabah, terutama pengusaha kecil, menghadapi situasi mendesak yang memerlukan dana segera. Dengan memberikan kemudahan ini, PT Karya Tantri Abadi dapat menarik lebih banyak nasabah yang mencari solusi finansial yang efisien.
- (2) Proses Pencairan Modal dalam 7 Hari. Keunggulan ini menjadi faktor diferensiasi yang penting. Nasabah tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan pinjaman, yang sering kali menjadi kendala utama dalam institusi keuangan lain. Kecepatan ini tidak hanya meningkatkan kepuasan nasabah tetapi juga memperkuat reputasi perusahaan sebagai lembaga yang responsif terhadap kebutuhan klien.
- (3) Fokus pada Kesejahteraan Karyawan. Dengan memberikan bonus dan insentif, perusahaan menciptakan lingkungan kerja yang positif. Karyawan yang merasa dihargai cenderung lebih produktif dan loyal. Hal ini berkontribusi pada kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan dan retensi pelanggan.
- (4) Jaringan Cabang yang Luas. Memiliki 31 cabang memungkinkan perusahaan untuk menjangkau nasabah di berbagai daerah. Jaringan yang luas ini bukan hanya memperkuat kehadiran pasar tetapi juga memberikan kemudahan akses bagi nasabah, sehingga meningkatkan potensi pertumbuhan.
- (5) Reputasi Baik di Kalangan Nasabah. Reputasi yang baik adalah aset berharga dalam industri keuangan. Kepercayaan yang dibangun melalui layanan yang konsisten dan transparan menarik lebih banyak nasabah baru dan mempertahankan yang sudah ada. Reputasi ini dapat digunakan sebagai alat pemasaran yang efektif, di mana testimoni positif dapat dijadikan bahan promosi.

Weaknesses (Kelemahan)

- (1) Kurangnya Pengetahuan Masyarakat tentang Cara Memulai Usaha. Banyak calon nasabah yang tertarik untuk meminjam dana tetapi tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang bagaimana memulai usaha mereka. Ketiadaan edukasi ini dapat menjadi penghalang dalam menarik lebih banyak nasabah. Perusahaan perlu mengedukasi masyarakat tentang kewirausahaan untuk meningkatkan pemahaman dan ketertarikan mereka.
- (2) Keterbatasan Akses Informasi. Kurangnya informasi mengenai produk dan layanan dapat menghambat pertumbuhan. Jika masyarakat tidak mengetahui apa yang ditawarkan, mereka tidak akan tertarik untuk menggunakan layanan. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan saluran komunikasi dan informasi.

(3) Pengelolaan SDM yang Belum Optimal. Kelemahan dalam pengelolaan sumber daya manusia dapat menghambat efisiensi organisasi. Tanpa pelatihan dan pengembangan yang memadai, karyawan mungkin tidak memiliki keterampilan yang diperlukan untuk memberikan layanan yang berkualitas. Investasi dalam pelatihan dan pengembangan SDM sangat penting untuk meningkatkan kinerja.

(4) Ketergantungan pada Metode Sosialisasi Tradisional. Metode sosialisasi yang lebih tradisional mungkin tidak menjangkau audiens yang lebih muda atau lebih tech-savvy. Dengan semakin berkembangnya teknologi, perusahaan harus beradaptasi dan memanfaatkan saluran digital untuk mencapai lebih banyak calon nasabah.

(5) Keterbatasan Anggaran Pemasaran. Keterbatasan anggaran untuk kampanye pemasaran besar dapat mengurangi kemampuan perusahaan untuk bersaing di pasar. Tanpa visibilitas yang cukup, sulit untuk menarik perhatian calon nasabah baru.

Opportunities (Peluang)

(1) Meningkatnya Kesadaran Masyarakat untuk Berwirausaha. Ada tren yang meningkat di kalangan masyarakat, terutama di kalangan wanita, untuk berwirausaha. PT Karya Tantri Abadi dapat memanfaatkan peluang ini dengan menawarkan produk dan layanan yang sesuai untuk mendukung calon pengusaha.

(2) Dukungan Pemerintah untuk Usaha Mikro. Dukungan dari pemerintah dalam bentuk program subsidi atau pelatihan untuk usaha mikro dapat menjadi peluang bagi perusahaan untuk menjalin kemitraan. Dengan menjadi bagian dari program ini, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan aksesibilitas bagi nasabah tetapi juga memperkuat posisinya sebagai lembaga keuangan yang peduli.

(3) Potensi Pasar yang Luas. Banyak masyarakat yang membutuhkan akses ke modal usaha. Dengan memanfaatkan potensi pasar ini, perusahaan dapat memperluas basis nasabahnya. Penawaran produk yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan meningkatkan daya tarik layanan.

(4) Tren Digitalisasi. Digitalisasi membuka kemungkinan baru untuk menjangkau nasabah. Dengan memanfaatkan platform digital, perusahaan dapat memberikan informasi yang lebih mudah diakses dan meningkatkan interaksi dengan nasabah. Ini juga memungkinkan pengembangan layanan baru yang lebih inovatif.

Threats (Ancaman)

(1) Persaingan dengan Lembaga Keuangan Konvensional. Persaingan dari bank konvensional yang sudah mapan dapat menjadi ancaman serius. Masyarakat sering kali lebih memilih lembaga yang mereka anggap lebih aman dan terpercaya. Oleh karena itu, perusahaan harus berfokus pada pemasaran dan edukasi untuk mengubah persepsi tersebut.

(2) Ketidakpastian Ekonomi. Fluktuasi ekonomi dapat mempengaruhi daya beli masyarakat dan kemampuan mereka untuk membayar kembali pinjaman. Perusahaan harus mempersiapkan strategi untuk mengatasi risiko ini, seperti penyesuaian produk atau layanan yang ditawarkan.

(3) Stigma Negatif terhadap Bank plecit. Meskipun ada minat yang meningkat, masih ada stigma negatif yang melekat pada Bank Plecit. Edukasi dan kampanye pemasaran yang efektif diperlukan untuk mengatasi masalah ini.

(4) Perubahan Regulasi. Perubahan dalam regulasi pemerintah dapat mempengaruhi operasional perusahaan. Perusahaan harus selalu mengikuti perkembangan regulasi dan bersiap untuk menyesuaikan diri agar tetap sesuai dengan hukum yang berlaku.

Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary)

Faktor Eksternal	Bobot	Skor	Keterangan
Peluang: Dukungan Pemerintah	0.25	4	Program subsidi dan regulasi mendukung usaha mikro
Peluang: Tren Kewirausahaan	0.20	3.5	Kesempatan pasar yang berkembang untuk layanan keuangan
Ancaman: Persaingan Formal	0.30	3	Tekanan dari fintech dan bank konvensional
Ancaman: Stigma Bank Plecit	0.25	2.5	Persepsi negatif terhadap layanan pembiayaan mikro

Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

Faktor Internal	Bobot	Skor	Keterangan
Kekuatan: Pelayanan Cepat	0.30	4	Tanpa jaminan dan proses cepat
Kekuatan: Reputasi Baik	0.20	3.5	Kepercayaan tinggi dari nasabah
Kelemahan: Kurangnya Digitalisasi	0.25	2.5	Minimnya penggunaan teknologi dalam operasional
Kelemahan: Literasi Keuangan Rendah	0.25	2	Nasabah memiliki pemahaman terbatas tentang keuangan

Total Skor EFAS = 3.225

Total Skor IFAS = 3.025

Dengan menganalisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) secara mendalam, kita dapat merancang pengembangan strategi. Pengembangan strategi merupakan proses sistematis untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif. Salah satu alat analisis yang sering digunakan dalam pengembangan

strategi adalah matriks SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Matriks SWOT memungkinkan organisasi untuk mengevaluasi kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan organisasi. Matriks ini menghubungkan keempat elemen SWOT untuk mengidentifikasi langkah-langkah strategis yang relevan. Strategi-strategi tersebut dikategorikan menjadi empat jenis utama:

EFAS	Opportunities (1) Meningkatnya Kesadaran Masyarakat untuk Berwirausaha. (2) Dukungan Pemerintah untuk Usaha Mikro. (3) Potensi Pasar yang Luas. (4) Tren Digitalisasi.	Threats (1) Persaingan dengan Lembaga Keuangan Konvensional. (2) Ketidakpastian Ekonomi. (3) Stigma Negatif terhadap Bank plecit. (4) Perubahan Regulasi.
IFAS		
Strength (1) Pelayanan Cepat Tanpa Jaminan (2) Proses Pencairan Modal dalam 7 Hari. (3) Fokus pada Kesejahteraan Karyawan. (4) Jaringan Cabang yang Luas. (5) Reputasi Baik di Kalangan Nasabah.	Strategi SO 1. Maksimalkan promosi dan sosialisasi produk: Menggunakan seminar dan workshop kewirausahaan dengan tokoh masyarakat untuk meningkatkan kepercayaan nasabah. 2. Kemitraan dengan pemerintah: Membangun kerjasama untuk akses modal dan dukungan bagi usaha mikro. 3. Pengembangan aplikasi mobile: Menyediakan informasi produk dan panduan kewirausahaan untuk mempermudah akses informasi.	Strategi ST 1. Pengembangan produk kompetitif: Menawarkan pembiayaan tanpa jaminan dan proses cepat untuk menarik nasabah dari bank konvensional. 2. Kampanye branding: Meningkatkan kesadaran tentang keunggulan layanan dan kecepatan proses yang ditawarkan. 3. Program loyalitas nasabah: Memberikan insentif bagi nasabah setia untuk mempertahankan dan menarik nasabah baru.
Weakness (1) Kurangnya Pengetahuan Masyarakat tentang Cara Memulai Usaha. (2) Keterbatasan Akses Informasi. (3) Pengelolaan SDM yang Belum Optimal.	Strategi WO 1. Pelatihan dan edukasi kewirausahaan: Mengadakan program pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat. 2. Optimalisasi media sosial: Meningkatkan	Strategi WT 1. Pelatihan SDM yang intensif: Menyediakan pelatihan berkala untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengetahuan staf. 2. Pembangunan hubungan nasabah:

(4) Ketergantungan pada Metode Sosialisasi Tradisional.	akses informasi produk melalui platform digital dan konten edukatif.	Meningkatkan kepercayaan melalui pendekatan personal dan layanan pelanggan yang responsif.
(5) Keterbatasan Anggaran Pemasaran.	3. Anggaran pemasaran lebih besar: Mengalokasikan dana untuk kampanye yang meningkatkan visibilitas layanan.	3. Analisis pasar rutin: Melakukan riset pasar untuk memahami tren dan preferensi nasabah agar perusahaan dapat beradaptasi dengan cepat.

Strategi

1. Strategi SO (Strengths-Opportunities)

- Maksimalkan promosi dan sosialisasi produk kepada masyarakat dengan memanfaatkan kekuatan pelayanan cepat. Ini dapat dilakukan melalui seminar dan workshop kewirausahaan yang melibatkan tokoh masyarakat dan pengusaha sukses untuk meningkatkan kepercayaan nasabah.
- Membangun kemitraan dengan pemerintah dan lembaga terkait untuk meningkatkan akses modal dan dukungan bagi usaha mikro, serta memanfaatkan program-program pemerintah yang mendukung kewirausahaan.
- Mengembangkan aplikasi mobile yang memberikan informasi tentang produk dan layanan, serta memberikan panduan tentang cara memulai usaha, sehingga mempermudah akses informasi bagi masyarakat.

2. Strategi ST (Strengths-Threats)

- Mengembangkan produk yang lebih kompetitif untuk menarik nasabah dari lembaga keuangan konvensional. Kami akan menawarkan fitur yang tidak dimiliki oleh bank lainnya, seperti pembiayaan tanpa jaminan dan proses yang lebih cepat.
- Meningkatkan branding dan reputasi lembaga melalui kampanye pemasaran yang menekankan keunggulan layanan dan kecepatan proses, serta mengedukasi masyarakat tentang manfaat lembaga keuangan syariah.
- Membangun program loyalitas nasabah yang memberikan insentif bagi nasabah yang setia, sehingga dapat mempertahankan nasabah yang ada dan menarik nasabah baru.

3. Strategi WO (Weaknesses-Opportunities)

- Menyediakan pelatihan dan edukasi tentang kewirausahaan sebagai bagian dari layanan kami. Ini akan membantu mengatasi kelemahan dalam pengetahuan masyarakat dan memanfaatkan peluang pasar.
- Menggunakan media sosial dan platform digital untuk meningkatkan aksesibilitas informasi mengenai produk, sehingga masyarakat lebih mudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Pengembangan website interaktif dan konten edukatif di media sosial dapat menjadi solusi.

- Mengalokasikan anggaran pemasaran yang lebih besar untuk kampanye yang dapat meningkatkan visibilitas dan kesadaran masyarakat terhadap layanan kami.
4. Strategi WT (Weaknesses-Threats)
- Meningkatkan pelatihan bagi SDM untuk memastikan bahwa staf kami dapat memberikan layanan yang berkualitas dan memiliki pengetahuan yang cukup tentang produk dan layanan. Pelatihan berkala dan pengembangan profesional harus menjadi prioritas.
 - Membangun hubungan yang baik dengan nasabah untuk meningkatkan kepercayaan, sehingga dapat mengurangi dampak negatif dari stigma terhadap lembaga keuangan syariah. Pendekatan personal dan layanan pelanggan yang responsif sangat penting dalam hal ini.
 - Melakukan analisis pasar secara rutin untuk memahami tren dan preferensi nasabah, sehingga perusahaan dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan yang terjadi di pasar.

SIMPULAN

Analisis SWOT yang dilakukan pada PT Karya Tantri Abadi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan dalam pelayanan cepat dan tidak memerlukan jaminan, yang menarik bagi nasabah. Namun, kelemahan seperti kurangnya digitalisasi dan rendahnya literasi keuangan masyarakat perlu diperbaiki. Peluang yang ada, seperti meningkatnya kesadaran kewirausahaan dan dukungan pemerintah, dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan produk dan layanan. Di sisi lain, ancaman dari persaingan lembaga keuangan konvensional dan stigma negatif terhadap model bisnis perlu diantisipasi. Dengan merumuskan strategi yang tepat, PT Karya Tantri Abadi dapat meningkatkan daya saingnya dan berkontribusi lebih besar terhadap kesejahteraan masyarakat. Saran untuk perusahaan adalah untuk fokus pada inovasi, peningkatan digitalisasi, dan program edukasi bagi nasabah guna memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan yang lebih baik di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Budianto, A. T., Astutik, W. W., & Prastiwi, I. E. (2023). Analisis peranan manajemen terhadap kepercayaan masyarakat Sukoharjo kepada BMT Tumang. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 273-280.
- David, et al. (2022). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases*.
- Dewi, R., Sari, A. P., & Rahmawati, R. (2020). Pengintegrasian teknologi finansial dalam model pembiayaan mikro. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 8(2), 123-135.
- Griffin, R. W. (2013). *Management*. 11th ed. Boston: Cengage Learning.

- Hadi, S. (2018). *Manajemen keuangan mikro: Teori dan praktik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Kusbandono, D. (2019). Analisis Swot Sebagai Upaya Pengembangan Dan Penguatan Strategi Bisnis (Study Kasus Pada Ud. Gudang Budi, Kec. Lamongan). *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 4(2), 921-932.
- Lestari, R. (2021). *Model pembiayaan mikro untuk usaha kecil dan menengah*. Jakarta: Penerbit Salemba.
- Mardiyono, R. (2022). Analisis kekuatan dan kelemahan dalam bisnis mikro. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(1), 45-60.
- Perkasa, R. D., & Safitri, E. (2023). Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Ksu Riya Mandiri Jaya Tanjung Haloban. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 13922-13930.
- Rahayu, S. (2021). *Pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pembiayaan mikro*. Surabaya: Universitas Airlangga Press.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Sattar, A. (2019). *Strategi manajemen dan pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Syafrizal. (2019). *Strategi untuk mencapai tujuan organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tanjung, H. (2021). Strategi pengembangan usaha mikro melalui analisis SWOT. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 22(1), 45-57.
- Waseso, M. G. (2001). Isi dan format jurnal ilmiah. Makalah disajikan dalam Seminar Lokakarya Penulisan Artikel dan Pengelolaan Jurnal Ilmiah, Universitas Lambung Mangkurat, 9-11 Agustus.