

## ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX* PADA STARTUP SAYURLELI

Indah Laili Suqya Rahmad<sup>1)</sup>, Yesica Norvita Devi<sup>2)</sup>, dan Danis Maulana<sup>3)</sup>

<sup>1</sup>Teknik Bangunan Kapal, Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya

<sup>2</sup>Teknik Bangunan Kapal, Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya

<sup>3</sup>Teknik Bangunan Kapal, Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya

E-mail: [Indahrahmad@student.ppns.ac.id](mailto:Indahrahmad@student.ppns.ac.id),

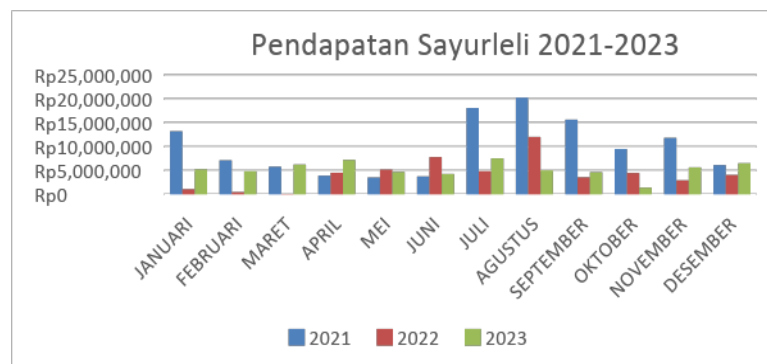
### Abstract

*Startup Sayurleli is a startup that offers a H+I fresh vegetable ordering service. The development of Sayurleli Startup seems slow. This happens because information technology is lagging behind in this business. This is proven by Sayurleli's unstable income during operation from 2021 to 2023. This research aims to determine alternative business development strategies for Sayurleli Startup using the data collection technique method using the QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) method with the IFE matrix, EFE matrix, IE matrix and SWOT matrix as research calculation tools. The results obtained were that there were 11 internal factors consisting of 7 strength factors and 4 weakness factors and there were 10 external factors consisting of 6 opportunity factors and 4 threat factors and based on the SWOT matrix, there were 17 strategies that vegetable can apply. The results of the research analysis show that Startup is in cell II position, which means growth and development and Intensive Strategy there are 3 alternative strategies, namely market penetration with a TAS score of 6.29, market development with a TAS score of 6.42 and product development of 6.518. The final results of the research show that the priority strategy that can develop business is product development.*

**Keywords:** *Stratup, Internal and External Conditions, Business Strategy, IE matrix, SWOT matrix, QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)*

### PENDAHULUAN

Sayurleli merupakan swalayan online yang menyediakan kebutuhan pangan dan kebutuhan memasak dengan sistem *Delivery Service*. Sayurleli ini menyediakan berbagai kebutuhan sayur-sayuran, buah-buahan, rempah-rempah, dan kebutuhan pokok masyarakat sehari-hari.



Gambar 1 Grafik Pendapatan Startup Sayurleli

Pada gambar 1 menunjukan pendapatan Sayurleli selama tahun 2021 samapai dengan Tahun 2023. Perkembangan Startup Sayurleli ini terkesan lambat. Perkembangan Startup Sayurleli ini terkesan lambat. Hal tersebut terjadi karena tertinggalnya teknologi informasi di dalam usaha ini. Sehingga banyak terjadi kendala seperti pendapatan naik turun, kekurangan sumber daya manusia, pelayanan yang kurang optimal, dan stok yang tidak real time, kurangnya kualitas marketing, dan pengelolaan keuangan yang tidak mendetail.

Permasalahan yang hampir sama pernah diteliti oleh Helbawanti, O., dkk. (2023) yang berjudul Strategi Pengembangan Gembili (*Dioscorea Sp.*) Komoditas Pangan Lokal Di Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Hasil analisis SWOT usahatani gembili memiliki kekuatan yang tinggi karena sistem budidaya yang sangat adaptif kondisi kering dan kurang air. Area strategi untuk usahatani gembili yaitu area IV maka strategi tumbuh dan berkembang. Gembili memerlukan perbaikan budidaya dalam penentuan benih unggul, pengaturan jarak tanam, dan pemupukan. Peningkatan citra gembili dan inovasi pengolahan diperlukan agar konsumsi gembili menjadi kebiasaan di masyarakat. Menyikapi permasalahan tersebut, salah satu penyelesaiannya yang harus di lakukan oleh Startup Sayurleli harus bisa beradaptasi terhadap perkembangan teknologi digital dengan optimalisasi perangkat lunak dan sistem informasi. Selain itu, perlu adanya strategi pengembangan bisnis dengan sistem teknologi e-commerce agar dapat berjalan dan berkembang dengan baik. Penelitian ditunjukan untuk membantu pihak pelaku bisnis dalam mengevaluasi bisnis untuk meningkatkan penjualan dan selanjutnya peneliti akan merekomendasikan strategi yang tepat berdasarkan hasil analisis tersebut.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian bertujuan untuk mengembangkan startgei bisnis untuk meningkatkan penjualan pada startup sayurleli. Menurut Mindtools (2010) Analisis SWOT adalah Teknik yang ampuh untuk memahami kekuatan dan kelemahan Anda, Serta untuk melihat Peluang dan Ancaman yang Anda hadapi. Apa yang membuat SWOT sangat kuat adalah, dengan sedikit pemikiran, SWOT dapat membantu Anda untuk menemukan peluang yang dapat Anda manfaatkan. Dan dengan memahami kelemahan bisnis Anda, Anda dapat mengelola dan mengilangkan ancaman yang mungkin tidak di sadari.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data pendapatan. Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan kuesioner yang dibagikan kepada pemilik dan karyawan Startup dengan PIC Operasional, PIC Keuangan dan PIC Pemasaran serta pelanggan Sayurleli di Surabaya. Wawancara dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan. Penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur dengan 3 orang *expert judgment* yang menguasai dan memahami bidangnya masing-masing selama bekerja di Sayurleli. Data primer yang digunakan selanjutnya adalah hasil kuesioner yang dibagikan kepada 4 responden dari pihak internal yaitu pemilik Startup, karyawan Startup PIC Operasional, PIC Keuangan dan PIC Pemasaran dan Owner Sayurleli serta 43 responden eksternal dari pelanggan Sayurleli di Surabaya dengan Teknik Sampling Insidental yaitu Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan ketemu/Insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sebagai sumber data dengan kriteria belanja minimal satu kali di Sayurleli, perempuan, dan domisili Surabaya Timur.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Hasil penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara terlebih dahulu terhadap pihak *expert*, untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal dari perusahaan. Lingkungan internal dianalisis untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan. Analisis lingkungan internal perusahaan berfungsi dalam mengamati kekuatan dan juga kelemahan yang ada. Analisis lingkungan eksternal bermanfaat dalam menumbuhkan peluang yang memberikan keuntungan bagi perusahaan dan menghindari ancaman. Berikut merupakan faktor internal dan eksternal Sayurleli pada tabel 4 dan tabel 5

Tabel 1 Identifikasi Faktor Internal

No	Kekuatan (Faktor Internal)
1	Harga yang kompetitif
2	Belanja di Sayurleli lebih praktis dan mudah
3	Bahan baku mudah didapatkan
4	Budaya ramah, jujur dan disiplin yang diterapkan perusahaan
5	Produk berkualitas dan beraneka macam

- 6 Kualitas pelayanan dari perusahaan yang cepat
- 7 Distribusi luas

No	Kelemahan (Faktor Internal)
1	Kurangnya promosi pada media sosial Sayurleli
2	Perubahan cuaca
3	Jumlah sumber daya manusia yang masih sedikit
4	Pencatatan keuangan yang masih manual

Pada table diatas disebutkan bahwa ada beberapa kelebihan dari faktor internal yang jelas cukup menguntungkan bagi perusahaan Sayurleli mulai dari keunggulan dari produk hingga laba yang di dapat oleh perusahaan itu sendiri. Selain itu terdapat beberapa kelemahan yang mungkin bisa diatasi dengan manajemen yang baik.

Tabel 2 Identifikasi Faktor Eksternal

Peluang (Faktor Eksternal)	
1	Adanya potensi pasar yang luas di Surabaya
2	Sayur merupakan salah satu kebutuhan primer yang harus dipenuhi
3	Membuka lapangan pekerjaan untuk anak muda di Surabaya Timur
4	Pendanaan program startup dari pemerintah
5	Berkembangnya teknologi internet/digital dimasa yang akan datang
6	Prepres No 2 Tahun 2022 Tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional 2021-2024.

No	Ancaman (Faktor Eksternal)
1	Persaingan antar kompetitif
2	Munculnya pesaing baru dibidang yang sama yang lebih inovatif
3	Keinginan masyarakat untuk selalu mencoba hal produk lain
4	Ketergantungan pada teknologi

Selain pada faktor internal juga terdapat beberapa faktor eksternal. Dari faktor eksternal itu sendiri juga ada beberapa ancaman. Dengan diketahuinya faktor faktor ancaman tersebut berguna agar perusahaan Sayurleli dapat mengatasi berbagai ancaman tersebut.

### Uji Validitas Dan Reliabilitas Faktor Internal

Uji validitasi merupakan uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam mengukur sesuatu yang akan diukur. Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Kriteria penilaian uji validitas dapat dikatakan valid apabila nilai korelasi  $r$  hitung  $>$   $r$  table (Sugiyono 2017). Pada tingkat reliabel suatu variabel atau konstruk penelitian dapat dilihat dari hasil uji statistik *Cronbach Alpha*

( $\alpha$ ). Jadi suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60  
 Semakin nilai alphanya mendekati satu maka nilai reliabilitas datanya semakin  
 terpercaya.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Faktor Internal

No	Faktor Internal	R Table	R Hitung	Keterangan
1	Harga yang kompetitif	0,950	0,986	Valid
2	Belanja Di Sayurleli lebih praktis dan mudah	0,950	0,994	Valid
3	Bahan Baku mudah di dapatkan	0,950	0,994	Valid
4	Budaya Ramah, jujur dan disiplin yang di terapkan pada perusahaan	0,950	0,994	Valid
5	Produk berkualitas dan beraneka macam	0,950	0,986	Valid
6	Kualitas pelayanan dari perusahaan yang cepat	0,950	0,994	Valid
7	Distribusi Luas	0,950	0,994	Valid
8	Kurangnya promosi pada media	0,950	0,994	Valid
9	Sosial Sayurleli			
10	Perubahan Cuaca	0,950	0,994	Valid
11	Jumlah sumber daya manusia yang masih sedikit	0,950	0,986	Valid

Tabel 4 Hasil Uji Reabilitas Faktor Internal

Variable	Nilai Acuan	Cronbach's Alpha	N of Items
Faktor Internal	0,6	0,976	11

### Uji Validitas Dan Reliabilitas Faktor Eksternal

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk menunjukan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam mengukur sesuatu yang akan diukur. Menurut (Hardani, et al., 2020) Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Kriteria penilaian uji validitas dapat dikatakan valid apabila nilai korelasi  $r$  hitung  $>$   $r$  table (Sugiyono 2017). Pada tingkat reliabel suatu variabel atau konstruk penelitian dapat dilihat dari hasil uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Jadi suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $>$  0.60 Semakin nilai alphanya mendekati satu maka nilai reliabilitas datanya semakin terpercaya.

Tabel 5 Hasil Uji Validitas Faktor Eksternal

No	Faktor Eksternal	R Table	R Hitung	Keterangan
1	Adanya Potensi pasar yang luas di Surabaya	0,3008	0,527	Valid
2	Sayur merupakan salah satu kebutuhan primer yang harus di penuhi	0,3008	0,493	Valid
3	Membuka Lapangan pekerjaan untuk anak muda di surabaya timur	0,3008	0,593	Valid
4	Pendanan program Startup dari pemerintah	0,3008	0,786	Valid
5	Berkembangnya teknologi internert/ digital dimasa yang akan datang	0,3008	0,415	Valid
6	Prepres No 2 Tahun 2022 Tentang Pengembangan Kewirausahaan Naional 2021-2024.	0,3008	0,675	Valid
7	Persaingan antar kompetitor	0,3008	0,764	Valid

8	Munculnya pesaing baru di bidang yang sama yang lebih inovatif	0,3008	0,775	Valid
9	Keinginan masyarakat untuk selalu mencoba hal produk lain	0,3008	0,638	Valid
10	Ketergantungan pada teknologi	0,3008	0,939	Valid

Tabel 6 Hasil Uji Reabilitas Faktor Eksternal

Variable	Nilai Acuan	Cronbach's Alpha	N of Items
Faktor External	0,6	0,976	11

### Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Dalam analisis internal perusahaan matriks yang digunakan adalah matriks IFE. Matriks IFE (Internal Factors Evaluation) berfungsi untuk mendapatkan skor pada faktor internal perusahaan. Perhitungan menggunakan Matriks IFE (Internal Factors Evaluation) dilakukan untuk menentukan bobot dan rating dari faktor internal dalam mengetahui faktor mana yang lebih berpengaruh terhadap strategi yang dilakukan. Perhitungan dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 7 Hasil Perhitungan Matriks IFE

Faktor Kekuatan ( <i>Strength</i> )	Bobot	Rating	Skor
1. Harga yang kompetitif	0,088	3	0,26
2. Belanja di Sayurleli lebih praktis dan mudah	0,08	3	0,24
3. Bahan baku mudah didapatkan	0,097	3	0,29
4. Budaya ramah, jujur, dan disiplin yang diterapkan perusahaan	0,097	2	0,19
5. Produk berkualitas dan beraneka macam	0,106	2	0,21
6. Kualitas pelayanan dari perusahaan yang cepat	0,106	3	0,32
7. Distribusi luas	0,088	3	0,26

**Faktor Kelemahan (*Weakness*)**

8. Kurangnya promosi pada media sosial Sayurleli	0,062	3	0,19
9. Perubahan cuaca	0,079	3	0,24
10. Jumlah SDM yang masih sedikit	0,097	2	0,19
11. Pencatatan keuangan yang masih manual	0,0996	2	0,20
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>2,60</b>

Menurut Sugiyono (2016) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Penelitian ini menggunakan skala likert dengan empat alternatif. Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFE pada table diatas dilihat total skor yang diperoleh untuk faktor internal sebesar 2,60. Faktor kekuatan yang memiliki peran terbesar adalah kualitas pelayanan dari perusahaan yang cepat dengan skor 0,32. Artinya perusahaan memiliki pelayanan yang baik terhadap pelanggan. Faktor-faktor kekuatan yang memiliki peran positif harus dimanfaatkan dan dipertahankan sebaik mungkin oleh perusahaan sayurleli.

Faktor-faktor kekuatan yang memiliki peran positif harus dimanfaatkan dan dipertahankan sebaik mungkin oleh perusahaan. Selanjutnya dari matriks IFE dapat dilihat faktor kelemahan terbesar bagi perusahaan adalah perubahan cuaca sebesar 0,24. Artinya faktor yang menjadi nilai tertinggi harus diperbaiki oleh perusahaan agar tidak menghambat proses promosi dengan tujuan dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

Tabel 8 Hasil Perhitungan Mariks

<b>EFE</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
<b>Faktor Peluang (<i>Opportunities</i>)</b>			
1. Adanya potensi pasar yang luas di Surabaya	0,121	4	0,48
2. Sayur merupakan salah satu kebutuhan primer yang harus dipenuhi	0,091	4	0,36
3. Membuka lapangan pekerjaan untuk anak muda di Surabaya Timur	0,09	3	0,27
4. Pendanaan program startup dari pemerintah	0,101	4	0,40
5. Berkembangnya teknologi internet/digital dimasa yang akan datang	0,112	4	0,45
6. Perpres No 2 Tahun 2022 Tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional 2021-2024	0,081	4	0,32



---

<b>Faktor Ancaman (<i>Threath</i>)</b>				
7.	Persaingan antar competitor	0,101	3	0,30
8.	Munculnya pesaing baru dibidang yang sama yang lebih inovatif	0,112	3	0,34
9.	Keinginan masyarakat untuk selalu mencoba hal produk lai	0,08	3	0,24
10.	Ketergantungan pada teknologi	0,111	3	0,33
<b>Total</b>		<b>0,112</b>	<b>4</b>	<b>3,51</b>

Berdasarkan hasil perhitungan matriks EFE pada table diatas dapat dilihat total skor yang diperoleh untuk faktor eksternal sebesar 3,51. Faktor peluang yang menjadi faktor dominan adalah adanya potensi pasar yang luas di Surabaya dengan skor 0,48. Artinya dengan adanya potensi pasar yang luas di Surabaya tentu akan berdampak bagi masyarakat dan pelaku UMKM sekitar Surabaya. Hal tersebut tentu menjadi peluang besar bagi perusahaan agar dapat menarik calon pelanggan. SayurLeli dapat mengunggulkan produk atau kualitas pelayanan yang dimiliki agar meningkatkan minat calon pelanggan sehingga dapat memperluas target pasar. Faktor-faktor peluang yang memiliki peran positif tersebut harus dimanfaatkan sebaik mungkin oleh perusahaan.

Selanjutnya dari matriks EFE dapat dilihat faktor ancaman terbesar bagi perusahaan adalah munculnya pesaing yang baru dibidang yang sama lebih inovatif yaitu sebesar 0,34. Artinya faktor yang menjadi nilai tertinggi merupakan ancaman bagi perusahaan dan dapat menghambat pemasaran. Munculnya pesaing baru dibidang yang sama lebih inovatif, SayurLeli dapat melakukan promosi dan merekrut tenaga yang lebih berkompeten untuk meningkatkan bisnis. Faktor-faktor ancaman yang memiliki nilai negatif bagi perusahaan harus dihadapi dengan kekuatan dan peluang yang dimiliki Sayur Leli.

### **Matriks IE**

Matriks IE adalah salah satu alat yang dapat digunakan untuk memposisikan perusahaan ke dalam matriks yang terdiri dari 9 sel, dalam menyusun suatu strategi perusahaan. Matriks IE merupakan kelanjutan dari model matriks IFE dan EFE dan didasarkan dari dua kriteria yaitu skor dari matriks EFE diplot pada sumbu Y dan skor dari matriks IFE diplot pada sumbu X. Hasil matriks IE pada table 3

Tabel 9 Hasil Matriks IE

Sedang 2.0 – 2.99

Lemah 1.0

	04.00	03.00	02.00 01.00	
Tinggi 3.0	I Grow and Build	II Grow and Build	III Hold and Mantain	3,51  Evaluasi Faktor Eksternal
Sedang 2.0	IV Grow and Build	V Hold and Mantain	VI Harvest or Divest	
Rendah 1.0	VII Hold and Mantain	VIII Harvest or Divest	IX Harvest or Divest	
		– 1.99		

Berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal dengan menggunakan matriks IFE dan EFE, maka diperoleh skor untuk matriks EFE sebesar 3,51 sedangkan skor IFE sayurleli sebesar 2,60. Dapat disimpulkan bahwa startup sayurleli berada pada posisi Sel ke II. Hasil startegi dalam kuadran 2 bagi perusahaan sayurleli yaitu perusahaan layak untuk di terapkan untuk melakukan pengembangan bisnis sayurleli yaitu dengan penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk agar mampu berssaing dengan competitor.

**Matriks SWOT**

Menurut David (2009) Matriks SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi: Strategi SO (kekuatan-peluang), Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan ancaman), dan Strategi WT (kelemahan-ancaman). Penyusunan matriks SWOT juga merupakan hasil diskusi fokus grup dengan salah satu tim SayurLeli. Tabel 4 merupakan hasil matrik SWOT pada StartUp.

Tabel 10 Hasil Matriks SWOT

<p style="text-align: center;"><b>IFE</b></p> <p style="text-align: center;"><b>EFE</b></p>	<p><b>STRENGTHS (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga yang kompetitif</li> <li>2. Belanja Di Sayurleli lebih praktis dan mudah</li> <li>3. Bahan Baku mudah di dapatkan</li> <li>4. Budaya Ramah, jujur dan disiplin yang di terapkan pada perusahaan</li> <li>5. Produk berkualitas dan beraneka macam</li> <li>6. Kualitas pelayanan dari perusahaan yang cepat</li> <li>7. Distribusi luas</li> </ol>	<p><b>WEAKNESSES (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya promosi pada media sosial Sayurleli</li> <li>2. Perubahan Cuaca</li> <li>3. Jumlah sumber daya manusia yang masih sedikit</li> <li>4. Pencatatan keungan yang masih manual</li> </ol>
<p><b>OPPORTUNITIES (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya Potensi pasar yang luas di Surabaya</li> <li>2. Sayur merupakan salah satu kebutuhan primer yang harus di penuhi</li> <li>3. Membuka Lapangan pekerjaan untuk anak muda di surabaya timur</li> <li>4. Pendanaan program Startup dari pemerintah</li> <li>5. Berkembangnya teknologi internert/ digital dimasa yang akan datang</li> <li>6. Prepres No 2 Tahun 2022 Tentang Pengembangan Kewirausahaan Naional 2021-2024.</li> </ol>	<p><b>S-O STRATEGIES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menawarkan produk dengan harga yang kompetitif dan berkualitas tinggi kepada pelanggan di Surabaya (S1,O2).</li> <li>2. Meningkatkan layanan online Sayurleli untuk menjangkau lebih banyak pelanggan, termasuk mereka yang sibuk dan tidak memiliki waktu untuk berbelanja ke pasar tradisional (S2,O2).</li> <li>3. Bekerjasama dengan petani lokal untuk mendapatkan pasokan bahan baku yang segar dan berkualitas tinggi, sekaligus membantu meningkatkan pendapatan petani lokal dan membuka lapangan pekerjaan baru di Surabaya timur S4,O4).</li> <li>4. Mengikuti program pendanaan startup dari pemerintah untuk mendapatkan modal tambahan untuk pengembangan bisnis S5,O5).</li> <li>5. Mengembangkan platform e-commerce Sayurleli untuk meningkatkan pengalaman berbelanja online bagi pelanggan dan memanfaatkan teknologi digital lainnya untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas bisnis S6,O5).</li> </ol>	<p><b>W-O STRATEGIES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan promosi Sayurleli di media sosial untuk meningkatkan brand awareness dan menarik pelanggan baru di Surabaya(W1,O1).</li> <li>2. Mengembangkan strategi untuk mengatasi dampak perubahan cuaca pada pasokan bahan baku, seperti dengan menjalin kerjasama dengan petani yang menggunakan teknologi budidaya yang tahan terhadap perubahan cuaca. (W2,O2).</li> <li>3. Melakukan rekrutmen dan pelatihan karyawan baru untuk meningkatkan jumlah sumber daya manusia dan meningkatkan kualitas layanan pelanggan. (W3,O3).</li> <li>4. Mengembangkan sistem pencatatan keuangan yang terkomputerisasi untuk meningkatkan efisiensi dan meminimalkan risiko kesalahan. (W4,O5).</li> </ol>



	6.Memanfaatkan program dan kebijakan pemerintah yang mendukung pengembangan usaha kecil dan menengah untuk meningkatkan daya saing bisnis S6,O6).	
<p><b>THREATS (T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. persaingan antar kompetitor</li> <li>2. Munculnya pesaing baru di bidang yang sama yang lebih inovatif</li> <li>3. Keinginan masyarakat untuk selalu mencoba hal produk lain</li> <li>4. Ketergantungan pada teknologi</li> </ol>	<p><b>S-T STRATEGIES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertahankan harga yang kompetitif dan menawarkan produk dengan nilai tambah yang lebih tinggi untuk menarik pelanggan dan bersaing dengan kompetitor (S1,T1).</li> <li>2. Terus berinovasi dan meningkatkan layanan online Sayurleli untuk memberikan pengalaman berbelanja yang lebih mudah, nyaman, dan menyenangkan bagi pelanggan dibandingkan dengan pesaing. (S2,T2)</li> <li>3. Menawarkan berbagai macam produk sayur dan bahan makanan lainnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang beragam. (S3,T3)</li> <li>4. Meningkatkan pelatihan dan pengembangan karyawan untuk meningkatkan keahlian dan profesionalisme karyawan dalam menghadapi gangguan teknologi. (S4,T4)</li> </ol>	<p><b>W-T STRATEGIES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan anggaran dan fokus promosi pada media sosial yang paling efektif untuk menjangkau target pasar Sayurleli(W1,T1).</li> <li>2. Memanfaatkan teknologi untuk memantau dan memprediksi perubahan cuaca, dan mengembangkan strategi untuk meminimalkan dampaknya pada bisnis(W2,T2).</li> <li>3. Meningkatkan Jumlah SDM dan kualitas untuk melakukan promosi melihat potensi pasar yang selalu ingin mencoba produk lain(W3,T3)..</li> </ol>

## **SIMPULAN**

Alternatif strategi pengembangan bisnis StartUp Sayurleli menggunakan metode SWOT yaitu terdapat 11 faktor internal yang terdiri dari 7 faktor kekuatan dan 4 faktor kelemahan serta terdapat 10 faktor eksternal yang terdiri dari 6 faktor peluang dan 4 faktor ancaman, Skor pada matriks IFE sebesar 2,60 dan skor pada matriks EFE sebesar 3.51 berdasarkan matriks IE Startup Sayurleli berada pada Kuadran ke-II, yaitu growth and build (tumbuh dan kembangkan) dan berdasarkan matriks SWOT mendapatkan 17 Strategi yang dapat diterapkan sayurleli.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- David, Fred R. 2009. *Manajemen Strategis Konsep*. s.l.: Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Maulana, D. (2022). *Design And Development Of Start-Up Company Financial Health Prediction Application Using Z-Score Modification Method With SDLC Approach*. Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship, 11(2), 101-124
- Ma'ruf, A. (2022). *ANALISIS STRATEGI: PANDUAN PRAKTIS SWOT, GE-MCKINSEY, SPACE, FFA, QSPM, AHP MENGGUNAKAN MICROSOFT EXCEL*. Penerbit Andi.
- Manktelow, J. (2010). *Mind tools*. Mind Tools Ltd.
- Rahim, A. & Enny, R., 2017. *Manajemen Strategi*. s.l.:Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rangkuti, F., 2005. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet, CV.
- Taufiqurokhman, D., 2016. *Manajemen Strategik*. s.l.:Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.