



# Peran Analisis SWOT dalam Pengembangan Strategi Bisnis *Start-Up*: Perspektif Administrasi Bisnis pada PT. Goto Gojek Tokopedia (GoTo)

Najwa Sekar Maulidha\*, Danas Marici Fawaz, Annisa Fitri Maharani, Nadia Nasyiatul 'Aisyiyah, Viola Natalia Girsang, Rusdi Hidayat Nugroho

Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

**Abstrak:** *Startup* Indonesia telah berkembang dengan cepat dan memberikan kontribusi besar kepada perekonomian negara. PT. Goto Gojek Tokopedia (GoTo), salah satu *startup* terbesar di Indonesia, menunjukkan bagaimana analisis dan strategi bisnis yang tepat dapat membantu *startup* berhasil. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana analisis SWOT berfungsi dalam perencanaan dan pengembangan strategi bisnis, dengan contoh *startup* GoTo, yang telah melakukan IPO. Artikel ini membahas ide dan langkah-langkah perencanaan bisnis dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Ini juga membahas bagaimana analisis SWOT digunakan dalam pengambilan keputusan strategis dan bagaimana ia dapat diterapkan dalam bisnis GoTo. Artikel ini juga membahas manfaat dan kekurangan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis SWOT dapat membantu *startup* memahami kondisi internal dan eksternal secara lebih akurat, sehingga mereka dapat membuat strategi bisnis yang kompetitif dan adaptif. Namun, analisis ini memiliki kelemahan saat berhadapan dengan dinamika pasar yang cepat berubah dan kompleksitas teknologi digital. Oleh karena itu, analisis SWOT harus digunakan bersama dengan pendekatan strategis lain untuk memastikan bahwa *startup* dapat bertahan.

**Kata kunci:** *Startup*, Analisis SWOT, Strategi Bisnis

\*Correspondence: Najwa Sekar Maulidha  
Email: [najwaskr97@gmail.com](mailto:najwaskr97@gmail.com)

Received: 18-06-2025  
Accepted: 25-06-2025  
Published: 30-06-2025



**Copyright:** © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**Abstract:** *Indonesian startups have grown rapidly and contributed significantly to the national economy. PT. Goto Gojek Tokopedia (GoTo), one of the largest startups in Indonesia, demonstrates how proper business analysis and strategy can help a startup succeed. The purpose of this study is to explore how SWOT analysis functions in the planning and development of business strategies, using GoTo—which has undergone an IPO—as a case example. This article discusses the concepts and steps of business planning using a descriptive qualitative approach. It also examines how SWOT analysis is applied in strategic decision-making and how it can be implemented in GoTo's business operations. Furthermore, this article highlights the benefits and limitations of SWOT analysis. The findings indicate that SWOT analysis helps startups understand their internal and external conditions more accurately, enabling them to formulate competitive and adaptive business strategies. However, this analysis has limitations when facing fast-changing market dynamics and the complexity of digital technology. Therefore, SWOT analysis should be used in*

*conjunction with other strategic approaches to ensure the sustainability of startups.*

**Keywords:** *Startup*, SWOT Analysis, Business Strategy

## Pendahuluan

Perkembangan *startup* di Indonesia mencerminkan pertumbuhan yang sangat cepat dan memberi dampak yang signifikan terhadap perekonomian nasional. Bahkan Indonesia menempati peringkat kelima dunia dengan jumlah *startup* terbanyak pada tahun 2019, setelah Amerika Serikat, India, Inggris, dan Kanada. Fakta ini menunjukkan tingginya minat masyarakat dalam mengembangkan bisnis berbasis teknologi dan inovasi (Karina et al., 2021). *Startup* adalah perusahaan yang baru berdiri dan beroperasi dengan model bisnis yang inovatif serta berorientasi pada pertumbuhan cepat dan skala besar (Setiawan, 2019).

Dalam konteks pengembangan bisnis *startup*, strategi menjadi faktor penting yang menentukan kemampuan perusahaan untuk berkembang, bersaing, dan bertahan secara berkelanjutan. Strategi bisnis adalah cara perusahaan menyusun inovasi yang berbeda dari kompetitor serta memanfaatkan sumber daya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Diat & Prasajo, 2019). Model bisnis menjadi kerangka konseptual yang membantu perusahaan dalam merumuskan dan menciptakan strategi guna mencapai tujuan bisnisnya (Deck, 2008).

Metode yang sering digunakan dalam menyusun strategi bisnis adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Analisis SWOT membantu perusahaan mengenali kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi, sehingga dapat menyusun strategi yang tepat untuk mencapai keberhasilan bisnis (Mashuri & Nurjannah, 2020). Pada *startup* yang sudah melakukan *Initial Public Offering* (IPO) seperti PT. Goto Gojek Tokopedia (GoTo), analisis SWOT menjadi alat penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor strategis yang memengaruhi pengembangan bisnis dan pengambilan keputusan strategis (Nazhiifah & Sutabri, 2024).

GoTo, hasil merger antara Gojek dan Tokopedia pada tahun 2022, adalah ekosistem digital terbesar di Indonesia yang menyediakan layanan transportasi *on-demand*, *e-commerce*, pengiriman barang, logistik, hingga layanan keuangan digital. Melalui IPO, GoTo berusaha mendapatkan modal operasional yang besar untuk mendukung perkembangan bisnisnya. Dalam dinamika pasar yang cepat berubah, GoTo menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan seperti layanan yang lengkap dan kepercayaan masyarakat, kelemahan seperti biaya layanan yang relatif tinggi, peluang dari dukungan pemerintah dan penetrasi pasar digital yang luas, serta ancaman dari kompetitor dan risiko keamanan siber (Nazhiifah & Sutabri, 2024).

Maka dari itu, analisis SWOT mempunyai peranan penting dalam pengembangan bisnis khususnya *startup* seperti GoTo. Terutama dalam perspektif administrasi bisnis yang menekankan pada perencanaan strategis yang matang dan adaptif terhadap lingkungan bisnis internal dan eksternal. Artikel ilmiah ini bertujuan untuk menggali peran analisis SWOT dalam membantu *startup* mengembangkan bisnis yang efektif dan berkelanjutan dalam dunia industri digital yang semakin bersaing.

Tujuan penelitian memuat jawaban atas permasalahan yang berkaitan dengan fokus penelitian. Dalam penelitian ini, tujuan utamanya adalah untuk 1) memahami konsep dan tahapan perencanaan bisnis yang relevan untuk GoTo; 2) mengkaji pengertian dan peran analisis SWOT dalam pengambilan keputusan strategis GoTo; 3) menganalisis penerapan

analisis SWOT dalam perencanaan dan pengembangan strategi bisnis GoTo; dan 4) mengidentifikasi kelebihan dan keterbatasan analisis SWOT dalam konteks bisnis *startup* GoTo.

## Landasan Teori

### A. Pengembangan Bisnis

Pengembangan bisnis adalah proses krusial dalam meningkatkan kinerja dan profitabilitas perusahaan. Melibatkan analisis menyeluruh terhadap lingkungan bisnis, pemahaman mendalam terhadap keinginan pelanggan, serta inovasi produk maupun layanan. Pengembangan bisnis adalah salah satu kegiatan yang paling bermanfaat bagi para manajer ataupun anggota tim yang terikat dalam sebuah organisasi / perusahaan (Margeta Nelke, 2010:1). Tujuan dari pengembangan bisnis adalah untuk memastikan nilai dan manfaat bisnis tersampaikan.

Pengembangan bisnis adalah proses yang dilalui perusahaan untuk meningkatkan performa melalui peningkatan pada fitur produk dan jasa, pengembangan produk atau jasa, memasuki pasar baru, dan menjalin kerja sama dengan pihak lain (Hassanien et.al, 2010:2). Pengembangan bisnis adalah langkah penting untuk meningkatkan kinerja dan profitabilitas perusahaan (Sagala et al.,2024). Para penulis menjelaskan bahwa proses ini tidak hanya melibatkan inovasi produk atau layanan, tetapi juga melibatkan analisis menyeluruh lingkungan bisnis dan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan pelanggan.

### B. Analisis SWOT

SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*) merupakan salah satu metode dalam melakukan penyusunan strategi bisnis atau perusahaan dengan melihat kondisi lingkungan, baik itu lingkungan internal maupun eksternal (Shobirin, M., & Ali, H., 2019). Dengan menggunakan analisis SWOT, organisasi dapat merumuskan strategi yang lebih tepat dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada (Zainuri, R., & Setiadi, P. B., 2023). Analisis SWOT adalah proses mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk menentukan formulasi yang tepat dan implementasi strategi bisnis yang optimal. Pengembangan bisnis yang efektif dan efisien memerlukan strategi yang tepat dan analisis yang cermat (Zianah dkk., 2024). Dengan menggunakan analisis SWOT, perusahaan dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk mencapai tujuan bisnis dan meningkatkan daya saing di pasar (Surveyandini, M, 2022).

## Metode

Metode penelitian adalah prosedur ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kepentingan tertentu. Metode penelitian adalah cara sistematis dan terorganisir untuk memperoleh data yang valid untuk menemukan, membuktikan, dan mengembangkan pengetahuan yang mampu digunakan untuk memahami, memecahkan, hingga mengantisipasi masalah tertentu. Metode penelitian berkaitan erat dengan prosedur, teknik, alat, serta desain penelitian yang digunakan. Desain penelitian yang digunakan

harus sesuai dengan pendekatan penelitian yang dipilih.

Pada artikel ilmiah ini, peneliti menggunakan metode penelitian kepustakaan atau *library research*. Metode ini mengumpulkan, mengkaji, dan menganalisis berbagai sumber pustaka maupun literatur yang relevan seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, dan dokumen terkait guna memperoleh landasan teori dan pemahaman mendalam mengenai perencanaan dan pengembangan bisnis, serta analisis SWOT. Data yang diperoleh kemudian diolah secara kualitatif untuk mendukung pembahasan dan kesimpulan penelitian.

## Hasil dan Pembahasan

**Tabel 1.** Hasil Penelitian Studi Literatur

Studi Literatur			
No.	Penulis	Judul Tulisan & Tahun Terbit	Hasil
1.	Darmawan, D.	Perencanaan Bisnis. (2024)	Menyajikan panduan komprehensif langkah demi langkah dalam perencanaan bisnis modern, menekankan pentingnya analisis internal-eksternal, perumusan strategi berbasis data, serta kesiapan menghadapi tantangan bisnis masa depan.
2.	Sagala, P. M., Tarigan, K. M. B., Andarini, S., & Kusumasari, I. R.	Analisis pentingnya perencanaan dan pengembangan bisnis dalam meningkatkan kinerja perusahaan. (2024)	Perencanaan bisnis membantu perusahaan menentukan tujuan strategis, mengidentifikasi peluang dan risiko, dan menyediakan kerangka kerja sistematis untuk pengembangan bisnis. Pengembangan bisnis mencakup inovasi produk, strategi pemasaran, dan evaluasi kinerja secara berkala yang dapat meningkatkan keuntungan dan keberlanjutan perusahaan.
3.	Shobirin, M., & Ali, H.	<i>Infrastructure Development Strategy in Improving Passenger Services at Soekarno Hatta Cengkareng International Airport.</i> (2019)	Bandara Soekarno Hatta memiliki kondisi internal yang kuat dan harus memanfaatkan peluang eksternal serta menghindari ancaman. Dapat menggunakan empat alternatif strategi untuk pengembangan infrastruktur guna mengoptimalkan pelayanan penumpang.
4.	Maulida, E., Djuanda, G., Silalahi, I. V., Yasa, N. N. K., Rahmayanti, P. L. D., Tasrim,	Manajemen Strategik. (2021)	Menyajikan kerangka komprehensif manajemen strategik mulai dari perumusan hingga evaluasi dan pengendalian manajemen dan evaluasi untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Studi Literatur			
No.	Penulis	Judul Tulisan & Tahun Terbit	Hasil
	Wardhana, A., Widagda, I. G. N. J. A., Aprilia, H. D., Yusiana, E., Atika, & Ismail, R. S.		
5.	Zainuri, R. & Setiadi, P. B.	Tinjauan Literatur Sistematis: Analisis SWOT dalam Manajemen Keuangan Perusahaan. (2023)	Mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam manajemen keuangan perusahaan sebagai landasan pengambilan keputusan strategis. Hasil menunjukkan bahwa analisis SWOT efektif untuk mengevaluasi aspek internal dan eksternal yang memengaruhi keuangan perusahaan.
6.	Abdulwase, R., Ahmed, F., Nasr, F., et al.	<i>The role of business strategy to create a competitive advantage in the organization.</i> (2020)	Strategi bisnis yang efektif, seperti diferensiasi produk dan pengelolaan biaya, dapat meningkatkan nilai organisasi dan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Strategi yang baik melibatkan pemahaman pasar, pesaing, dan preferensi pelanggan untuk memenangkan persaingan pasar.
7.	Surveyandini, M.	<i>The Results of the SWOT Analysis Approach in Formulating Company Strategy at the American English Course Purwokerto.</i> (2022)	Ditemukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan; strategi dibuat dalam matriks SWOT (SO, WO, ST, WT). Perlu perbaikan kualitas produk, sumber daya manusia, layanan, dan pemanfaatan teknologi untuk promosi dan pembelajaran. Kepuasan pelanggan menjadi pokok penting agar berhasil dalam pasar yang kompetitif.
8.	Palguandi, N. M. D. K. R.	Strategi Pengembangan Bisnis <i>Startup</i> Menggunakan SWOT Analysis (Studi Kasus pada <i>Startup</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). (2023)	Mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman <i>startup</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia; menyusun strategi SO, WO, ST, WT untuk pengembangan bisnis <i>startup</i> yang efektif.
9.	Wardhana, A., Nugroho, D. T., & Sari, M. P.	Evaluasi strategi dan kebijakan bisnis: Teori dan praktik dalam	Buku ini menyajikan kerangka evaluasi strategi dan kebijakan bisnis yang sistematis dan aplikatif, menekankan pentingnya <i>monitoring</i> dan evaluasi

Studi Literatur			
No.	Penulis	Judul Tulisan & Tahun Terbit	Hasil
		dunia usaha. (2024)	berkelanjutan untuk memastikan efektivitas strategi dan kebijakan dalam mencapai tujuan organisasi di tengah perubahan lingkungan bisnis.
10.	Arif, M. E., & Anggraeni, R.	Strategi Bisnis (2023)	Menjelaskan pentingnya strategi bisnis yang tepat untuk mengoptimalkan sumber daya perusahaan, meminimalkan risiko persaingan, dan memenangkan persaingan pasar. Buku ini juga menawarkan berbagai alternatif strategi yang aplikatif bagi pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis dan menghadapi dinamika pasar, termasuk strategi internasional.

### A. Perencanaan Bisnis

Perencanaan bisnis menjadi semakin penting di sektor digital yang berkembang cepat dan penuh tantangan. GOTO adalah contoh nyata, perusahaan teknologi yang menyediakan berbagai layanan digital seperti logistik, transportasi, keuangan, dan *e-commerce*. GOTO membutuhkan perencanaan bisnis yang tidak hanya sistematis tetapi juga fleksibel untuk mengikuti perubahan pasar dan kemajuan teknologi yang cepat. Dalam situasi seperti ini, perencanaan bisnis berfungsi sebagai kerangka strategis untuk mengatur tujuan jangka panjang perusahaan dengan tujuan jangka pendek. GOTO dapat menemukan peluang dan ancaman untuk pertumbuhan pasar digital dengan menggunakan analisis SWOT dan pemetaan risiko. Selain itu, itu juga dapat mengantisipasi masalah dari luar, seperti peraturan teknologi informasi dan persaingan yang ketat. Membangun kepercayaan investor, memperkuat posisi kompetitif, dan menciptakan nilai tambah secara berkelanjutan adalah semua kemampuan yang dimiliki GOTO dengan memiliki rencana bisnis yang terstruktur. Oleh karena itu, perencanaan bisnis merupakan bagian penting dari strategi pertumbuhan GOTO sebagai perusahaan *startup* digital yang terus berkembang secara nasional dan global.

Ini menunjukkan bahwa perencanaan bisnis yang matang sangat penting untuk bertahan dan berkembang di tengah perubahan pasar dan perkembangan teknologi yang pesat. Perusahaan digital seperti GOTO memerlukan arah strategis yang jelas untuk menghadapi tantangan dari luar dan memanfaatkan potensi internal secara optimal. Dengan menggunakan perencanaan yang terstruktur, bisnis dapat beradaptasi dengan dinamika regulasi, tren konsumen, dan inovasi digital yang terus berkembang. Oleh karena itu, untuk menjamin keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang perusahaan digital, perencanaan bisnis sangat penting.

## **B. Perencanaan dan Pengembangan Bisnis Berhubungan dengan *Startup Digital***

Menurut Sagala et al. (2024), pengembangan bisnis adalah langkah penting untuk meningkatkan kinerja dan profitabilitas perusahaan. Para penulis menjelaskan bahwa proses ini tidak hanya melibatkan inovasi produk atau layanan, tetapi juga melibatkan analisis menyeluruh lingkungan bisnis dan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan pelanggan. Keberhasilan pengembangan bisnis juga didukung oleh strategi pemasaran yang tepat dan pengembangan jaringan kemitraan.

Ada hubungan yang erat antara pengembangan bisnis dan perencanaan bisnis, seperti yang ditunjukkan oleh presentasi ini. Perencanaan bisnis yang baik menjadi landasan utama dalam proses pengembangan karena membantu perusahaan menetapkan arah strategis dalam menghadapi dinamika pasar dengan membuat rencana yang sistematis. Perencanaan bisnis juga membantu perusahaan mengalokasikan sumber daya dengan efektif, merumuskan tujuan jangka panjang, dan membuat strategi inovatif. Dalam situasi ini, perencanaan berfungsi sebagai kompas yang mengarahkan upaya pengembangan untuk menjadi proaktif dan berorientasi pada pertumbuhan berkelanjutan daripada reaktif.

Singkatnya, pengembangan bisnis dan perencanaan bisnis adalah satu sama lain dan saling melengkapi. Perencanaan memberi struktur dan arah, sedangkan pengembangan melaksanakan rencana melalui tindakan nyata yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan kapasitas perusahaan. Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang, integrasi keduanya sangat penting. Tanpa perencanaan yang matang, pengembangan bisnis berisiko kehilangan fokus dan efisiensi. Sebaliknya, rencana bisnis tanpa pengembangan yang aktif akan stagnan dan tidak memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan bisnis.

Dalam konteks ini, perencanaan berfungsi sebagai penunjuk arah yang membantu proses pengembangan berjalan lancar dan berfokus pada kemajuan yang berkelanjutan dalam jangka panjang. Hal ini menjadi semakin penting dalam industri teknologi yang berubah dengan cepat. Ini terutama berlaku untuk perusahaan rintisan atau *startup*, di mana perencanaan yang baik sangat penting untuk mengembangkan bisnis secara berkelanjutan. *Startup* memerlukan lebih dari ide kreatif untuk tetap hidup dan bersaing. Mereka juga perlu memiliki rencana bisnis yang jelas dan dapat diukur. Dalam situasi seperti ini, perencanaan strategis berguna untuk menentukan jalan ke depan untuk pengembangan produk, pengelolaan sumber daya, dan pengambilan keputusan berdasarkan data. *Startup* yang menerapkan perencanaan yang fleksibel dan sistematis dalam pengembangan bisnisnya memiliki peluang yang lebih besar untuk tumbuh secara signifikan dan memberikan kontribusi nyata terhadap ekonomi digital karena mereka memiliki kemampuan untuk dengan cepat menanggapi perubahan pasar dan teknologi sekaligus meningkatkan peluang kerja sama lintas sektor dalam ekosistem digital.

### C. Analisis SWOT pada Perusahaan GoTo

Berikut merupakan penyajian analisis SWOT dalam bentuk tabel untuk PT. GoTo Gojek Tokopedia Tbk:

**Tabel 2.** Analisis SWOT pada Perusahaan GoTo

	<b>Strengths (Kekuatan)</b>	<b>Weakness (Kelemahan)</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekosistem digital terintegrasi (Gojek, Tokopedia, GoPay).</li> <li>- Basis pengguna dan mitra yang besar di seluruh Indonesia.</li> <li>- Teknologi dan inovasi yang terus berkembang.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persaingan antar unit usaha bisa menimbulkan inefisiensi.</li> <li>- Operasional kompleks dan biaya tinggi untuk mempertahankan layanan.</li> </ul>
<b>Opportunities (Peluang)</b>	<b>Strategi SO (Strength-Opportunity)</b>	<b>Strategi WO (Weakness-Opportunity)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Integrasi layanan keuangan digital dan UMKM.</li> <li>- Pertumbuhan ekonomi digital dan <i>e-commerce</i> di Indonesia.</li> <li>- Potensi ekspansi ke pasar Asia Tenggara.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memaksimalkan ekosistem digital GOTO untuk mendukung pertumbuhan UMKM melalui GoPay dan Tokopedia.</li> <li>- Mengembangkan fitur personalisasi berbasis AI untuk meningkatkan pengalaman pengguna di <i>e-commerce</i> dan layanan transportasi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengoptimalkan kolaborasi antara unit usaha (Gojek dan Tokopedia) untuk menekan biaya operasional.</li> <li>- Memanfaatkan tren digitalisasi untuk membangun efisiensi dan meningkatkan profitabilitas jangka panjang.</li> </ul>
<b>Threats (Ancaman)</b>	<b>Strategi ST (Strength-Threats)</b>	<b>Strategi WT (Weakness-Threats)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persaingan ketat dari kompetitor besar (Shopee, Lazada, Grab).</li> <li>- Fluktuasi ekonomi makro dan daya beli masyarakat.</li> <li>- Risiko keamanan data dan privasi pengguna.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memperkuat kepercayaan pelanggan melalui sistem keamanan data dan privasi yang lebih baik.</li> <li>- Meningkatkan daya saing layanan lewat integrasi teknologi dan promosi terpadu yang hemat biaya.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyederhanakan struktur bisnis untuk meningkatkan koordinasi dan mengurangi konflik antar unit usaha.</li> <li>- Diversifikasi model pendapatan agar tidak bergantung pada satu layanan utama (misalnya transportasi <i>online</i> saja).</li> </ul>

*Strength* dan *Weakness* merupakan faktor internal perusahaan, sedangkan *Opportunities* dan *Threats* merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi perusahaan. Untuk memanfaatkan peluang, strategi SO memanfaatkan kekuatan internal. Misalnya, menggabungkan ekosistem digital GOTO untuk mendukung UMKM, memperluas pasar ke Asia Tenggara, dan mengembangkan fitur AI untuk meningkatkan layanan. Strategi WO berusaha mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada, seperti meningkatkan layanan *fintech* untuk mengurangi ketergantungan pada subsidi dan

meningkatkan efisiensi melalui kerja sama antarunit usaha. Strategi ST menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghadapi ancaman, seperti meningkatkan keamanan data, meningkatkan daya saing teknologi, dan menjalin hubungan baik dengan regulator. Namun demikian, strategi WT bersifat defensif dengan menekankan efisiensi operasional, penyederhanaan organisasi bisnis, dan diversifikasi sumber pendapatan untuk menghindari bergantung pada satu layanan.

#### **D. Peran Analisis SWOT dalam Pengambilan Keputusan Strategis GoTo**

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) sangat penting untuk pengambilan keputusan strategis GoTo karena membantu perusahaan memahami kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi bisnisnya. GoTo dapat mengidentifikasi komponen internal, seperti kekuatan dan kelemahan, dan komponen eksternal, seperti peluang dan ancaman, dengan menggunakan analisis ini. Dengan pemahaman ini, manajemen dapat melihat elemen mana yang dapat digunakan dan diantisipasi dalam pembuatan strategi bisnis. Hasil analisis SWOT juga digunakan sebagai dasar untuk membuat berbagai strategi. Hal ini termasuk strategi SO (*Strength-Opportunity*) yang menggunakan kekuatan untuk mendapatkan peluang, strategi WO (*Weakness-Opportunity*) yang mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada, strategi ST (*Strength-Threats*) yang menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman, dan strategi WT (*Weakness-Threats*) yang bertujuan untuk mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman.

Selain itu, analisis SWOT memungkinkan GoTo untuk mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki dan memperbaiki area yang lemah agar tidak menghalangi pertumbuhan perusahaan. Dengan mengidentifikasi berbagai ancaman dari luar, perusahaan juga dapat lebih proaktif mengantisipasi risiko seperti persaingan ketat, kejahatan siber, atau perubahan ekonomi. Karena SWOT didasarkan pada data dan fakta, bukan hanya intuisi, hal tersebut membantu pengambilan keputusan yang lebih terarah, terstruktur dan terukur. Hal ini penting untuk menetapkan prioritas tindakan, mengatur alokasi anggaran, dan mengembangkan barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Analisis SWOT membantu GoTo beradaptasi dengan tren teknologi, regulasi, dan perilaku konsumen, sehingga strategi yang dipilih tetap relevan dan kompetitif di tengah dinamika pasar digital yang cepat berubah. Secara umum, analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) adalah alat penting bagi manajemen dan bisnis untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT). Analisis ini memungkinkan perusahaan untuk membuat strategi yang tepat, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengatasi tantangan dan dinamika pasar. Secara keseluruhan, SWOT berfungsi sebagai alat strategis yang membantu GoTo dalam membuat keputusan bisnis yang efektif, efisien, dan berkelanjutan.

#### **E. Penggunaan SWOT dalam Strategi Jangka Pendek dan Panjang GoTo**

Sebagai perusahaan teknologi berbasis platform digital, GoTo memanfaatkan analisis SWOT dalam merancang strategi bisnis jangka pendek dan jangka panjang secara bersamaan. Dalam strategi jangka pendek, perusahaan berfokus pada optimalisasi

kekuatan internal seperti luasnya jangkauan layanan, basis pengguna yang besar, dan kepercayaan masyarakat terhadap platformnya. Hal ini digunakan untuk menangkap peluang dari meningkatnya penggunaan internet dan tren gaya hidup digital di Indonesia. Strategi seperti kampanye promosi berkala dan integrasi layanan dalam satu ekosistem merupakan implementasi nyata dari kombinasi *Strength-Opportunity* (SO) (Palgunadi, 2023).

Sedangkan untuk jangka panjang, GoTo memadukan kelemahan internal dan ancaman eksternal melalui strategi *Weakness-Threats* (WT). Tantangan seperti tingginya biaya operasional, kompleksitas regulasi, hingga ancaman keamanan siber ditanggapi dengan penguatan sistem teknologi, penyediaan fitur pengembalian dana, dan pengembangan sistem *blacklist* pengguna. Strategi ini tidak hanya berfungsi sebagai mitigasi risiko tetapi juga menjadi bagian dari transformasi digital yang berkelanjutan. Analisis SWOT memberikan dasar bagi perusahaan untuk menetapkan arah strategi berdasarkan kekuatan dan peluang yang dimiliki serta mengantisipasi kelemahan dan ancaman di masa depan.

#### **F. Contoh Penerapan SWOT dalam Unit Layanan GoTo**

Setiap lini layanan di bawah ekosistem GoTo yakni Gojek, Tokopedia, dan GoTo Financial mengimplementasikan SWOT dalam pengambilan keputusan strategis sesuai karakteristik unit masing-masing. Gojek, misalnya, memanfaatkan kekuatan berupa basis pengguna loyal dan persepsi positif terhadap layanan transportasi daring untuk menjalankan strategi SO melalui fitur-fitur seperti GoClub, GoFood Festival, serta promosi berbasis lokasi dan waktu. Hal ini sekaligus menjawab peluang dari tren urbanisasi dan mobilitas tinggi masyarakat Indonesia.

Sementara itu, Tokopedia menghadapi tantangan berupa keterbatasan logistik dan persaingan harga. Dengan menganalisis kelemahan tersebut, perusahaan menerapkan strategi WO melalui kolaborasi strategis dengan mitra logistik lokal, peningkatan fitur pencarian produk, serta integrasi pembayaran melalui GoPay dan layanan cicilan. Di sisi lain, GoTo Financial merespons meningkatnya ancaman penipuan digital dan kebocoran data pengguna dengan strategi ST dan WT seperti penguatan sistem keamanan transaksi, peningkatan otentikasi dua langkah, dan edukasi pengguna melalui konten keuangan inklusif.

#### **G. Kelebihan dan Keterbatasan SWOT dalam Konteks *Start-Up* Teknologi**

Analisis SWOT memiliki kelebihan sebagai alat perumusan strategi yang sederhana, mudah dipahami, dan mampu menjadi panduan awal dalam mengenali posisi strategis perusahaan. Dalam kasus GoTo, pendekatan ini membantu mengidentifikasi kekuatan seperti integrasi layanan super app, serta peluang dari infrastruktur digital nasional yang terus berkembang. SWOT juga memfasilitasi proses perencanaan kolaboratif antara divisi bisnis, teknologi, dan operasional dalam ekosistem *start-up* yang kompleks.

Namun, SWOT memiliki keterbatasan ketika diterapkan dalam konteks bisnis digital yang cepat berubah. Pertama, SWOT bersifat statis dan tidak menangkap dinamika pasar

secara *real time*, sehingga kurang akurat untuk merespons perubahan algoritma, tren pengguna, atau gangguan teknologi secara mendadak. Kedua, metode ini bersifat deskriptif dan subjektif karena lebih banyak bergantung pada persepsi manajemen dibandingkan data kuantitatif. Oleh sebab itu, dalam praktiknya GoTo melengkapi SWOT dengan alat analisis lanjutan seperti IFAS–EFAS, *data analytics*, serta *Grand Strategy Matrix* untuk memberikan gambaran yang lebih menyeluruh terhadap arah strategi perusahaan. Analisis SWOT bersifat diagnostik awal, namun perlu dikombinasikan dengan metode kuantitatif untuk efektivitas strategi jangka Panjang.

### Simpulan

Berdasarkan hasil kajian teoritis dan konteks kasus GOTO, dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT merupakan pendekatan sistematis yang sangat relevan untuk membantu perusahaan dalam merancang strategi bisnis yang adaptif dan berdaya saing. SWOT bukan hanya alat diagnosis internal-eksternal, melainkan juga fondasi strategis dalam menyusun peta jalan pertumbuhan perusahaan secara menyeluruh. Keberadaan SWOT memperkuat proses evaluasi, memperjelas arah kebijakan, serta mendukung sinergi antar unit bisnis yang berada dalam satu ekosistem.

GOTO, sebagai perusahaan teknologi yang menjadi pionir dalam integrasi platform digital di Indonesia, dapat memanfaatkan hasil analisis SWOT sebagai acuan untuk memperkuat identitasnya di pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memosisikan diri sebagai solusi digital unggulan di tengah perubahan zaman.

Sebagai langkah lanjutan, GOTO disarankan untuk menjadikan analisis SWOT sebagai proses berkelanjutan, bukan hanya sebagai kegiatan periodik yang bersifat administratif. Setiap unit bisnis dalam ekosistemnya perlu dilibatkan dalam pengumpulan data dan evaluasi SWOT agar strategi yang dihasilkan bersifat holistik dan inklusif.

Kedua, hasil SWOT perlu diintegrasikan secara aktif dalam perencanaan bisnis jangka pendek dan jangka panjang. Misalnya, kekuatan dalam logistik dan jaringan mitra dapat diarahkan untuk membuka peluang ekspansi regional, sementara kelemahan dalam segmentasi pasar tertentu dapat dijadikan fokus perbaikan melalui riset pasar yang lebih mendalam. Peluang seperti peningkatan inklusi keuangan digital juga harus ditangkap secara strategis melalui sinergi antar produk dan layanan.

Ketiga, penting bagi manajemen GOTO untuk mengembangkan sistem monitoring terhadap dinamika eksternal yang dapat memunculkan ancaman baru—seperti regulasi yang ketat, perubahan pola konsumsi digital, atau potensi disrupsi teknologi dari kompetitor global.

Dengan memperkuat budaya pengambilan keputusan berbasis SWOT, GOTO berpotensi menjadi perusahaan yang tidak hanya responsif, tetapi juga visioner. Dalam menghadapi masa depan yang tidak pasti, kekuatan sejati perusahaan terletak pada kemampuannya membaca peluang dari tantangan dan membentuk strategi yang relevan, fleksibel, dan berorientasi pada masa depan. SWOT, dalam hal ini, bukan sekadar alat analisis, melainkan fondasi strategis menuju keberlanjutan.

### Daftar Pustaka

- Abdulwase R, Ahmed F, Nasr F, et al. The role of business strategy to create a competitive advantage in the organization. *Open Access J Sci.* 2020;4(4):135–138. DOI: 10.15406/oajs.2020.04.00162
- Arif, M. E., & Anggraeni, R. (2023). *Strategi Bisnis*. UB Press.
- Bygrave, W. D., & Zacharakis, A. (2010). *Entrepreneurship*, 2nd ed. Amerika Serikat: John Wiley & Sons, Incorporated.
- Cholistiana, N. (2024). Peran Analisis Swot Dalam Perumusan Strategi Bisnis Untuk Ukm Dalam Menghadapi Persaingan Global. *Jurnal Inovasi Global*, 2(7), 751-764.
- Darmawan, D. (2024). *Perencanaan Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jannah, M., Faizah, A. N., Indraputri, A. J., Puspita, V. E., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Pentingnya Analisis Swot dalam Suatu Perencanaan dan Pengembangan Bisnis. *IJESPG (International Journal of Engineering, Economic, Social Politic and Government)*, 2(2), 9-17.
- Maulida, E., Djuanda, G., Silalahi, I. V., Yasa, N. N. K., Rahmayanti, P. L. D., Tasrim, Wardhana, A., Widagda, I. G. N. J. A., Aprilia, H. D., Yusiana, E., Atika, & Ismail, R. S. (2021). *Manajemen strategik* (H. F. Ningrum, Ed.). Media Sains Indonesia.
- Nazhiifah, N. & Sutabri, T. (2024). Pengembangan Bisnis Startup Menggunakan Metode SWOT pada Platform Aplikasi Goto Gojek Tokopedia. *Router: Jurnal Teknik Informatika dan Terapan*, 2(4), 168-176
- Palguandi, 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.
- Sagala, P. M., Tarigan, K. M. B., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). Analisis Pentingnya Perencanaan dan Pengembangan Bisnis dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 150–159.
- Shobirin, M., & Ali, H. (2019). Infrastructure Development Strategy in Improving Passenger Services at Soekarno Hatta Cengkareng International Airport. *Journal of Information Systems Management Economics*, 1(2), 155-168.
- Surveyandini, M. (2022). The Results of the SWOT Analysis Approach in Formulating Company Strategy at the American English Course Purwokerto. *ProBisnis: Jurnal Manajemen*, 13(1), 7-14.
- Wardhana, A., Nugroho, D. T., & Sari, M. P. (2024). *Evaluasi strategi dan kebijakan bisnis: Teori dan praktik dalam dunia usaha*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Zainuri, R., & Setiadi, P. B. (2023). Tinjauan Literatur Sistematis: Analisis Swot Dalam Manajemen Keuangan Perusahaan. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 12(1), 22-28.