

Perencanaan Strategi Perusahaan Dalam Menghaapi Persaingan Bisnis

Budiman Budiman

Universitas Pancasila

Zulkifli Zulkifli

Universitas Pancasila

Derriawan Derriawan

Universitas Pancasila

Alamat: Jl. Lenteng Agung Raya No.56, RT.1/RW.3, Srengseng Sawah, Kec. Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12630

Korespondensi penulis: ssi.budiman@gmail.com

Abstract. *This research is a qualitative research that aims to formulate and plan a strategy for PT Swadharma Sarana Informatika and also to formulate and determine the selection of a business strategy at PT Swadharma Sarana Informatika. The results of the research are expected to provide guidelines for strategic planning for companies that can be used as procedures for writing a scientific research. The results of the research are formulating strategies that are obtained are market penetration strategies and product development strategies and also alternative strategies, namely Education and Training.*

Keywords: *Strategic Planning, Strategic Management, Swadharma Sarana Informatika*

Abstrak. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bertujuan untuk merumuskan dan membuat perencanaan strategi PT Swadharma Sarana Informatika dan juga merumuskan dan menentukan pemilihan strategi bisnis pada PT Swadharma Sarana Informatika. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pedoman bagi perencanaan strategis bagi perusahaan yang dapat dijadikan sebagai tata cara penulisan suatu penelitian ilmiah. Hasil penelitian yaitu merumuskan strategi yang diperoleh adalah strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk dan juga strategi alternatif yaitu Pendidikan dan Pelatihan.

Kata kunci: Perencanaan Strategi, Manajemen Stratejik, Swadharma Sarana Informatika.

PENDAHULUAN

Berbisnis dengan menerapkan teknologi informasi membuat peluang pasar terbuka lebih luas. Berbisnis lewat internet akan mempermudah mempromosikan produk, mencari konsumen, pelanggan. Terdapat faktor yang mempengaruhi perkembangan bisnis yaitu: kompleksitas bisnis yang semakin meningkat yang dipengaruhi oleh pengaruh ekonomi internasional, kompetisi bisnis global, perkembangan dan pertumbuhan TI, pendayagunaan waktu, pertimbangan sosial dan kapasitas teknologi informasi yang dipengaruhi oleh: kapasitas pelayanan kebutuhan informasi, kapasitas interaksi dalam jaringan komputer, kapasitas kecepatan akses data (Arafat, Sani, Wiliani, & Budiyantra, 2020; Ramadhan & Wahyuningsih, 2023).

Di bidang bisnis baik perdagangan barang maupun jasa komputer peranan teknologi informasi akan sangat penting untuk kegiatan transaksi baik rutin, periodik, maupun insidental dan menyediakan banyak informasi dengan cepat dan tepat. Pengaruh dan peranan TI terhadap perkembangan bisnis online di antaranya adalah koneksi internet yang semakin mudah dan terjangkau akibat kemajuan TI juga menyebabkan kemakmuran di bisnis online (Husain & Sani, 2020). Perkembangan sistem pembayaran yang berbasis teknologi dalam beberapa tahun terakhir ini telah mengubah secara signifikan sistem pembayaran konvensional yang mengandalkan fisik uang sebagai instrumen pembayaran. Meski fisik uang sampai saat ini masih banyak digunakan masyarakat umum sebagai alat pembayaran, namun sejalan dengan perkembangan teknologi sistem pembayaran yang pesat, pola pembayaran tunai secara berangsur beralih menuju pembayaran elektronik atau non tunai. Setidaknya terdapat tiga instrumen pembayaran non tunai, antara lain: *paper-based*: cek- bilyet giro dan nota debit, *card-based*: kartu kredit-kartu debit dan kartu ATM, *electronic-based*: *e-commerce*, *e-money*, *internet banking* dan *mobile banking*. Perkembangan menuju *less cash society* merupakan tren yang tidak dapat dihindari, perubahan tersebut antara lain didukung oleh perkembangan infrastruktur dan teknologi sistem pembayaran misalnya seperti kartu 'chip' (Arafat et al., 2020; Sani, Pusparini, Budiyantera, & Supit, 2023).

Penggunaan instrument pembayaran (*non-cash payment*) seperti *card-based* dan *electronic-based* dari sisi konsumen saat ini sudah menjadi suatu kebutuhan karena transaksi dapat dilakukan dengan praktis, cepat dan nyaman. Kartu ATM yang banyak dipakai oleh masyarakat merupakan bagian integral dari sistem pembayaran elektronik. Penggunaan alat pembayaran ini memberikan manfaat yang sangat besar bagi berbagai sektor perekonomian. Kemudian muncul sebuah inovasi layanan e-wallet yang sangat berkembang pesat sebagai pengganti alat tukar mata uang dengan dompet digital. Perusahaan pengembang e-wallet seperti GO-PAY, OvO , DANA dan Link Aja merupakan inovasi digital yang menjadikan pembayaran fisik yang sudah tidak dilakukan lagi (de Sena Abrahão, Moriguchi, & Andrade, 2016).

Adanya penurunan laba bersih, maka perusahaan memiliki suatu rencana strategi bisnis untuk dalam menginovasikan layanan pada perusahaan yaitu sebagai perusahaan jasa perbankan PT. Swadharma Sarana Informatika juga menyediakan layanan jasa di bidang Teknologi informasi. Dengan adanya program e-wallet seperti Link Aja yang notabnya merupakan layanan e-wallet yang di kembangkan BUMN yaitu PT Fintek Karya Nusantara tentunya menjadikan wadah atau peluang bisnis PT. Swadharma Sarana Informatika untuk bekerja sama dalam menjual jasa perawatan jaringan atau network yang dikelola oleh

PT.Swadharma Sarana Informatika untuk menghandel permasalahan jaringan pada data center milik Link Aja atau PT Fintek Karya Nusantara. Dari sini merupakan peluang besar untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan karena melihat perbankan serta perusahaan e-wallet lainnya menggunakan jasa layanan perawatan jaringan pada data center oleh pihak kedua. Maka dengan adanya peluang tersebut maka peneliti mengetahui rencana strategi yang akan dilakukan dengan adanya pengembangan bisnis lain yang dilakukan oleh perusahaan. Kemudian mengoptimalkan perencanaan bisnis yang matang merupakan jaminan keberhasilan dalam peta persaingan bisnis dan juga keberhasilan jangka panjang perusahaan kedepan. Dengan perencanaan strategis perusahaan yang baik akan dapat memberikan arah bagi tujuan perusahaan, menentukan target yang ingin diraih, serta mengantisipasi berbagai kemungkinan buruk yang dapat terjadi di kemudian hari.

Sebagai sebuah Perseroan yang bergerak dalam jasa pengelolaan dan pengembangan sarana teknologi informasi bagi perbankan, maka kapabilitas teknologi memainkan peran sentral dalam mendukung aktivitas usaha SSI. Kehandalan pengelolaan sistem TI akan menentukan keberhasilan SSI dalam menyediakan informasi yang lengkap, akurat, terkini, utuh, aman, konsisten, tepat waktu dan relevan yang dapat mendukung proses pengambilan keputusan dan operasional Perseroan. Untuk itu Divisi TI harus dikelola secara efektif guna memaksimalkan efektivitas penggunaannya agar risiko terkait dari teknologi yang diimplementasikan dapat dimitigasi. Mengingat bahwa TI merupakan aset penting dalam operasional yang dapat meningkatkan nilai tambah serta daya saing SSI dan sementara dalam penyelenggaraannya mengandung berbagai risiko, maka SSI perlu meningkatkan penerapan tata kelola TI.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan dan membuat Perencanaan Strategi Bisnis PT. Swadharma Sarana Informatika serta merumuskan dan menentukan Pemilihan Strategi Bisnis PT. Swadharma Sarana Informatika. Sedangkan manfaat penelitian adalah dapat dijadikan sebagai salah satu pedoman dalam menentukan arah kebijakan dan grand desain proses transformasi visi perusahaan kedalam langkah strategis agar perusahaan mampu mencapai tujuan jangka panjang yang diharapkan oleh para pemangku kepengitngan (*Stakeholders*). Dukungan gagasan / ide untuk memperbaiki dan penyempurnakan sistem kinerja stratejik perusahaan

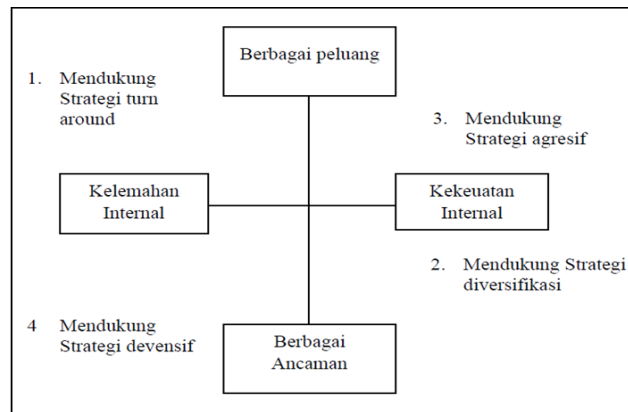
KAJIAN TEORITIS

Manajemen strategi dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya (David & David, 2015). Atau definisi lainnya serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran organisasi tersebut (Siagian, 2005)

Manajemen strategik terdiri atas tiga proses, yaitu formulasi/pembuatan strategi, yang diawali penetapan visi, misi dan tujuan jangka panjang, analisis peluang dan ancaman dari luar serta kekuatan dan kelemahan organisasi, pengembangan alternatif-alternatif strategik dan pemilihan alternatif strategik yang sesuai untuk diadopsi. Yang kedua implementasi/penerapan strategi meliputi sasaran-sasaran operasional tahunan, kebijakan organisasi, memotivasi sumber daya manusia dan mengalokasikan sumber-sumber daya lainnya agar strategi yang telah ditetapkan dapat diimplimentasikan dan yang ketiga pengendalian dan evaluasi strategi, mencakup usaha-usaha untuk mengontrol seluruh hasil dari penerapan strategi termasuk mengukur kinerja individu dan organisasi serta mengambil langkah-langkah perbaikan.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan faktor internal dan eksternal usahawan dalam memulai usahanya. SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi (Mashuri & Nurjannah, 2020). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).

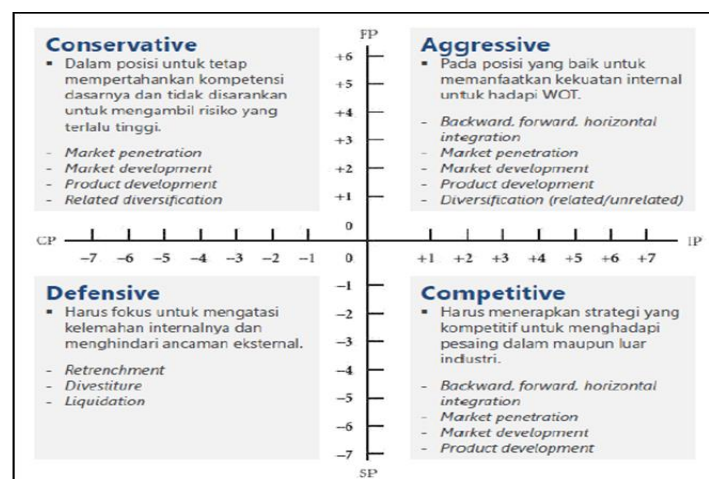
Proses pengambilan keputusan selalu berkaitan dengan suatu usaha. Dengan demikian perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Menurut David (Fred R. David, 2008,8), Semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan/kelemahan internal, digabungkan dengan peluang/ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan (Fred R. David, 2008,8). Hal ini disebut dengan Analisis Situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah Analisis SWOT.



Gambar 1. Diagram analisis SWOT

Matriks Posisi Strategis dan Evaluasi Tindakan (Strategic Position and Action Evaluation — SPACE) memiliki kerangka empat kuadran untuk mengindikasikan apakah strategi yang agresif, konservatif, defensif atau kompetitif yang paling sesuai. Perpotongan pada Matriks SPACE merepresentasikan dua dimensi internal [posisi keuangan (*financial position*—FP) dan posisi kompetitif (*competitive position*—CP)] serta dua dimensi eksternal [posisi stabilitas (*stability position*—PS) dan posisi industri (*industry position*—IP)].

PS mengacu pada volatilitas laba dan pendapatan untuk perusahaan dalam industri tertentu. Volatilitas PS (posisi stabilitas) adalah berdasarkan dampak yang diharapkan atas perubahan faktor eksternal kunci, seperti teknologi, ekonomi, demografi, musim, dan sebagainya. Semakin tinggi frekuensi dan magnitudo perubahan, semakin tidak stabil PS. Industri dapat menjadi stabil atau tidak stabil pada PS dan tumbuh tinggi pada IP, sementara industri minuman berkarbonasi akan stabil pada PS, namun tumbuh rendah pada IP.



Gambar 2. Kuadran Matriks SPACE

Matrik BCG hasil kreasi Boston Consulting Group (BCG) ini mempunyai beberapa tujuan untuk mengembangkan strategi pangsa pasar untuk portofolio produk berdasarkan karakteristik cash-flownya, serta untuk memutuskan apakah perusahaan akan terus berinvestasi

untuk produk yang sebetulnya sudah tidak menguntungkan. Matriks BGC juga dapat digunakan untuk mengukur kinerja manajemen berdasarkan kinerja produk di pasaran. Prinsip dasar dari matriks BCG adalah membagi sebuah daerah dengan dua garis yaitu garis vertikal dan horizontal menjadi empat daerah kuadran. Garis horizontal menggambarkan posisi relatif dari pangsa pasar yang dikuasai perusahaan, sedangkan garis vertikal menggambarkan tingkat pertumbuhan pangsa pasar.



Gambar 3. Kuadran Matrix Boston Consulting Group

METODE PENELITIAN

Paper ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Di dalam melakukan metodologi penelitian dilakukan beberapa tahapan pelaksanaan studi yaitu pengumpulan data sekunder terdahulu, penyusunan data, pekerjaan analisis dan pelaporan. Data kualitatif akan dianalisis menggunakan Matriks EFE dan IFE, CPM, matriks TOWS, BCG, Grand Strategi, SPACE dan QSPM. Peneliti mempelajari literatur yang ada di perpustakaan yang berkaitan dengan skripsi ini. Penelitian kepustakaan dapat berupa pemahaman mengenai buku-buku yang mempunyai kaitan langsung dengan skripsi yang disusun maupun dari sumber-sumber lain. Peneliti juga melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian, dengan maksud untuk memperoleh data primer yang erat hubungannya dengan masalah yang dibahas dan untuk mengetahui kondisi sebenarnya. Dalam melakukan wawancara, peneliti membuat daftar pertanyaan dan dijabarkan secara kongkrit dalam kalimat tanya dan juga disesuaikan dengan konteks aktual saat wawancara berlangsung. Peneliti menganalisis data-data yang diperoleh dari informan, hasil pencatatan yang dilakukan peneliti. Dengan teknik ini peneliti juga membutuhkan data tertulis dari PT. Swadharma Sarana Informatika. Data yang diperlukan antara lain profil Perusahaan, struktur organisasi, dan data lain yang dapat menyempurnakan data penelitian. Dengan melibatkan tokoh-tokoh masyarakat, praktisi wisata syariah dan aparat pemerintah setempat, teknik FGD adalah juga untuk memberi masukan atas performulasi strategi yang di rencanakan oleh perusahaan, dimana peneliti akan berinteraksi langsung dalam

suatu kegiatan *Fokus Group Discussion / FGD* di PT. Swadharma Sarana Informatika Bersama jajaran pimpinan perusahaan (Aisyah, Cakranegara, & Sani, 2022).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu analisis kualitatif. Data – data internal dan eksternal objek penelitian dianalisa agar dapat memberikan gambaran yang cukup jelas atas objek yang diteliti. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Analisis data ini adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, sampai membuat kesimpulan yang bisa dipahami oleh peneliti sendiri dan orang lain (Suhartini, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil Matriks IFE dan EFE di bawah, diketahui bahwa faktor internal PT. Swadharma Sarana Informatika mempunyai nilai 3,47. Menurut David (2009), berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam Matriks IFE, total nilai rata-rata tertimbang berkisar antara yang terendah 1,0 dan tertinggi 4,0, dengan rata-rata 2,5. Total nilai yang jauh di bawah 2,5 merupakan ciri organisasi yang lemah secara internal, sedangkan total nilai yang berada di atas 2,5 menunjukkan ciri organisasi yang kuat secara internal PT. Swadharma Sarana Informatika dengan total nilai rata-rata tertimbang 3,47 menunjukkan kondisi perusahaan dan objek penelitian dalam memanfaatkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan berada di atas rata-rata dan kondisi internal perusahaan sangat kuat. Nilai faktor eksternal PT. Swadharma Sarana Informatika juga di atas rata-rata 2,5, PT. Swadharma Sarana Informatika harus tetap berupaya maksimal untuk memanfaatkan peluang eksternal yang ada dan menghindari ancaman yang dapat mempengaruhi perusahaan. PT SSI Skor IFE sebesar 3,47 dan skor EFE sebesar 3,07

Tabel 1. Matriks IFE

Faktor Internal (IFE)		Bobot	Skala (1-4)	IFE Skor
Kekuatan (Strength)				
1	Kebutuhan pendidikan dan pelatihan yang dilakukan oleh SSI untuk karyawan	0,12	4	0,48
2	Meningkatkan kapabilitas karyawan SSI baik dalam hal teknis, kemampuan manajerial, maupun sertifikasi.	0,10	4	0,48
3	Karyawan merasa puas dari fasilitas pelatihan PT SSI yang diberikan	0,09	3	0,27

4	Memiliki kantor cabang PT SSI di berbagai daerah	0,08	3	0,24
5	Pengembangan teknologi dan perbaikan budaya karyawan	0,11	4	0,44
Total		0,5		1,83
Kelemahan (Weakness)				
1	Karyawan tidak memiliki kejelasan jenjang karier untuk karyawan kontrak.	0,15	2	0,30
2	Moratorium penambahan mesin ATM bank-bank BUMN dan kebijakan cost efisiensi seluruh Lembaga Perbankan	0,08	2	0,16
3	Lingkungan kerja yang kurang mendukung bagi karyawan	0,10	1	0,10
4	Jumlah karyawan ternyata masih sangat sedikit yang telah mengikuti program pelatihan	0,08	1	0,08
5	Komunikasi yang kurang efektif dalam organisasi yang menyebabkan Penalty/ denda dari pemberi kerja cukup besar	0,09	2	0,18
Total		0,5		1,64
Total Skor IFE		1		3,47
Faktor Internal (IFE)		Bobot	Skala (1-4)	IFE Skor
Peluang (Opportunity)				
1	Mengembangkan teknologi berkelanjutan yang menjadi kunci untuk bertahan di tengah persaingan.	0,09	4	0,36
2	Meningkatkan mitra kerja dengan berbagai bank di berbagai daerah	0,09	3	0,27
3	Meningkatkan kompetensi SDM Unggul karyawan PT SSI	0,09	2	0,18
4	Pertumbuhan kualitas teknologi di industri pengelolaan mesin ATM	0,11	3	0,33
5	Pendidikan dan pelatihan di setiap Divisi dan sesuai Jabatan	0,12	4	0,48
Total		0,5		1,62
Ancaman (Threat)				
1	Kebijakan <i>cost</i> efisiensi yang diterapkan para Mitra Kerja.	0,13	4	0,52
2	Pemerintah untuk menerapkan <i>Cashless Society</i>	0,10	3	0,30
3	Kebijakan pembayaran tol dengan <i>Electronic Card</i>	0,09	3	0,27
4	Pengaturan beban kerja yang lebih proporsional atau ideal dengan kondisi kebutuhan di lapangan	0,08	2	0,16
5	Sarana dan Prasarana pelatihan kurang memadai	0,10	2	0,20
Total		0,05		1,45
Total Skor EFE		1		3,07

Dapat dilihat pada table Matrik Internal External, PT dengan skor IFE (3.47) dan EFE (3.07) berada pada kuadran I bagian atas. Tabel referensi ini menjelaskan bahwa PT SSI saat

ini berada pada posisi *growth and build*. Perusahaan yang berada di posisi ini mempunyai strategi umum yaitu Strategi Intensif (penetrasi pasar pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau strategi integratif (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal) merupakan strategi yang tepat untuk wilayah ini.

Dari Analisa CPM terlihat posisi PT SSI di urutan pertama sebesar 3,35, skor nya di atas UG yang memiliki skor 3,04, dan di atas BG yang memiliki 2,90. Dari faktor-faktor kunci di konteks persaingan jasa keuangan ini PT SSI dapat bersaing dengan sangat baik dari segala faktor, dan untuk di factor pendekatan dengan masyarakat lokal cukup baik mungkin perlu ada peningkatan di faktor ini nantinya. Hal ini karena SSI memiliki struktur organisasi yang bagus yang sudah terkoordinasi di seluruh Indonesia sehingga mempunyai kemampuan mengatasi operasional lapangan yang sangat baik. Sedikit kekurangan PT SSI yaitu dalam pendekatan kemasyarakat lokal. Hal ini kemudian dapat dijadikan masukan untuk membuat strategi ke depan nya agar bisa lebih berkelanjutan.

Hasil analisis SWOT yang terdiri dari strategi *Strengths Opprtunities* (SO) adalah Peningkatan kinerja karyawan, Memperluas jaringan mitra kerja dan Pengembangan teknologi. *Weakness Opprtunities* (WO) terdiri dari strategi Kebijakan kinerja perusahaan dengan mitra kerja, Mengembangkan pelatihan karyawan dan Meningkatkan kepuasan kerja. *Strengths Threats* (ST) terdiri dari strategi Peningkatan kebijakan kerja sama. Perkembangan budaya organisasi dan Pengembangan kapabilitas teknologi. *Weakness Threats* (WT) terdiri dari strategi Peningkatan sosialisasi program pelatihan dan pendidikan, Meningkatkan kreatifitas kinerja perusahaan dan Perkembangan regulasi perusahaan. Maka hasil penelitian dari analisis SWOT menghasilkan strategi yaitu :

1. *Strengths Opprtunities* (SO) terdiri dari Peningkatan kinerja karyawan, Memperluas jaringan mitra kerja dan Pengembangan teknologi
2. *Weakness Opprtunities* (WO) terdiri dari dari strategi Kebijakan kinerja perusahaan dengan mitra kerja, Mengembangkan pelatihan karyawan dan Meningkatkan kepuasan kerja.
3. *Strengths Threats* (ST) terdiri dari strategi Peningkatan kebijakan kerja sama, Perkembangan budaya organisasi dan Pengembangan kapabilitas teknologi.
4. *Weakness Threats* (WT) terdiri dari Peningkatan sosialisasi program pelatihan dan pendidikan, Meningkatkan kreatifitas kinerja perusahaan dan Perkembangan regulasi perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian analisa strategi melaui tahapan strategi input stage dengan IFE dan EFE, CPM, matching stage dengan SWOT, SPACE, maka dapat disimpulkan strategi yang digunakan dari hasil QSPM adalah strategi alternatif pendidikan dan pelatihan. Maka perusahaan harus melakukan pendidikan dan pelatihan yang dapat memberikan rasa puas dalam bekerja yang akan menciptakan hasil kinerja karyawan dalam meningkatkan kinerja perusahaan oleh pelatihan, budaya organisasi perusahaan dan kapabilitas teknologi disetiap kegiatan kerja karyawan yang dalam menciptakan kinerja perusahaan yang akan tercemin kinerja karyawan yang baik.

Hasil Penelitian menggunakan matriks TOWS, Strategi PT Swadharma Sarana Informatika yaitu : *Strengths Opportunities* (SO) terdiri dari Peningkatan kinerja karyawan, Memperluas jaringan mitra kerja dan Pengembangan teknologi. *Weakness Opportunities* (WO) terdiri dari dari strategi Kebijakan kinerja perusahaan dengan mitra kerja, Mengembangkan pelatihan karyawan dan Meningkatkan kepuasan kerja. *Strengths Threats* (ST) terdiri dari strategi Peningkatan kebijakan kerja sama, Perkembangan budaya organisasi dan Pengembangan kapabilitas teknologi. *Weakness Threats* (WT) terdiri dari Peningkatan sosialisasi program pelatihan dan pendidikan, Meningkatkan kreatifitas kinerja perusahaan dan Perkembangan regulasi perusahaan.

DAFTAR REFERENSI

- Aisyah, S., Cakranegara, P. A., & Sani, A. (2022). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Insentif Terhadap Kinerja Karyawan PT. Capella Medan. REMIK: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer, 6(4), 864-874.
- Arafat, F., Sani, A., Wiliani, N., & Budiyantra, A. (2020). Optimalisasi Jaringan Wireless Dengan Metode Wireless Distribution System (WDS). BRITech, Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer, Sains dan Teknologi Terapan, 1(2), 11-16.
- David, F. R., & David, F. R. (2015). Manajemen Strategik, Edisi Kelima Belas. Jakarta: Salemba Empat.
- de Sena Abrahão, R., Moriguchi, S. N., & Andrade, D. F. (2016). Intention of adoption of mobile payment: An analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). RAI Revista de administracao e Inovacao, 13(3), 221-230.
- Husain, T., & Sani, A. (2020). Kepuasan Pelanggan Toko Online Yang Dipengaruhi Kualitas Produk Dan Layanan. JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer), 5(2), 291-296.

- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. JPS (Jurnal Perbankan Syariah), 1(1), 97-112.
- Ramadhan, M. F., & Wahyuningsih, R. T. (2023). Analisis Kecepatan Transmisi Data terhadap Redaman pada Teknologi Gpon Adtran dan Raisecom PT Applikanusa Lintasarta. SIBERNETIK: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran, 1(1), 138-145.
- Sani, A., Pusparini, N. N., Budiyantera, A., & Supit, M. I. (2023). Pengembangan Model Unified Theory of Acceptance and Use Technology untuk Penggunaan Adopsi Mobile Payment. Infotech: Journal of Technology Information, 9(1), 59-66.
- Siagian, S. P. (2005). Fungsi-fungsi manajerial.
- Suhartini, S. (2018). Analisa Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan. MATRIK: Jurnal Manajemen Dan Teknik Industri Produksi, 12(2), 82-87.