



DOI: <https://doi.org/10.38035/jstl.v1i2>

Received: 15 Juni 2023, Revised: 04 Agustus 2023, Publish: 20 Agustus 2023

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Membangun Ketahanan Bisnis dengan Analisis SWOT yang Proaktif

Muhammad Adityn Musyafa<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, email: [adityn22@gmail.com](mailto:adityn22@gmail.com)<sup>1</sup>

Corresponding Author: [adityn22@gmail.com](mailto:adityn22@gmail.com)

**Abstract:** This study emphasizes the importance of conducting proactive SWOT analysis to build business resilience in the face of constantly changing market dynamics. By involving various stakeholders within the organization, identifying internal strengths and weaknesses, as well as external opportunities and threats, companies can develop more effective and adaptive strategies. Collecting relevant data and continuously monitoring the business environment ensure that the implemented strategies remain relevant and can be quickly adjusted to changes. The formation of a dedicated team responsible for evaluation and providing improvement recommendations ensures that the company remains prepared to face challenges and maintain its competitive edge. This approach helps companies enhance their competitiveness, operational efficiency, and long-term business sustainability. The findings from this research provide practical insights for other companies seeking to implement proactive SWOT analysis and improve their strategic decision-making processes.

**Keyword:** SWOT analysis, business resilience, strategic management

**Abstrak:** Penelitian ini menegaskan pentingnya melakukan analisis SWOT secara proaktif untuk membangun ketahanan bisnis dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah. Dengan melibatkan berbagai pihak dalam organisasi, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif dan adaptif. Pengumpulan data yang relevan dan pemantauan lingkungan bisnis secara berkala memastikan bahwa strategi yang diterapkan selalu relevan dan dapat disesuaikan dengan cepat terhadap perubahan. Pembentukan tim khusus yang bertanggung jawab untuk evaluasi dan pemberian rekomendasi perbaikan juga memastikan bahwa perusahaan tetap siap menghadapi tantangan dan menjaga keunggulan kompetitifnya. Pendekatan ini membantu perusahaan meningkatkan daya saing, efisiensi operasional, dan keberlanjutan bisnis jangka panjang. Temuan dari penelitian ini memberikan wawasan praktis bagi perusahaan lain yang ingin menerapkan analisis SWOT secara proaktif dan meningkatkan proses pengambilan keputusan strategis mereka.

**Kata kunci:** analisis SWOT, ketahanan bisnis, manajemen strategis

## PENDAHULUAN

Ketahanan bisnis merupakan elemen krusial dalam menghadapi persaingan yang ketat dan dinamis di era modern ini (Sastradinata, 2024). Ketahanan bisnis memungkinkan perusahaan untuk tetap bertahan dan berkembang meskipun menghadapi berbagai tekanan dan perubahan eksternal (Dwiastanti & Mustapa, 2020). Dengan kemampuan untuk beradaptasi terhadap perubahan, perusahaan dapat terus memberikan nilai kepada pelanggan dan mempertahankan posisi kompetitif di pasar. Selain itu, ketahanan bisnis juga mencakup kemampuan perusahaan untuk mengelola risiko, mengantisipasi gangguan, dan memulihkan diri dari krisis dengan cepat, sehingga memastikan kelangsungan operasional dalam jangka panjang.

Perusahaan saat ini menghadapi berbagai tantangan yang dapat mengancam stabilitas dan keberlanjutan bisnis. Perubahan tren pasar yang cepat memaksa perusahaan untuk selalu mengikuti kebutuhan dan preferensi konsumen yang terus berkembang (Alichia et al., 2024). Perkembangan teknologi juga menuntut perusahaan untuk terus berinovasi dan mengadopsi teknologi terbaru agar tidak tertinggal dari pesaing. Selain itu, peraturan baru yang diterapkan oleh pemerintah atau otoritas terkait dapat mempengaruhi operasional dan strategi bisnis. Tindakan kompetitif dari pesaing, seperti peluncuran produk baru atau kampanye pemasaran yang agresif, juga menambah kompleksitas dalam menjalankan bisnis.

Untuk menghadapi tantangan tersebut, perusahaan perlu secara proaktif mengidentifikasi dan merespons peluang serta ancaman dengan tepat dan cepat. Salah satu alat strategis yang penting dalam menilai situasi bisnis secara menyeluruh adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Dengan melakukan analisis SWOT, perusahaan dapat memahami kekuatan dan kelemahan internal mereka, serta mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal. Informasi ini memungkinkan perusahaan untuk merumuskan strategi yang efektif dalam memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan, mengejar peluang, dan melindungi diri dari ancaman. Dengan demikian, analisis SWOT membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan strategis yang lebih baik dan meningkatkan ketahanan bisnis dalam menghadapi dinamika pasar (Fauzia et al., 2023).

Kekuatan dan kelemahan adalah faktor internal yang secara langsung mempengaruhi kinerja bisnis (Siswanti, 2020). Kekuatan mencakup sumber daya, kapabilitas, dan keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan, seperti reputasi merek yang kuat, inovasi produk yang berkelanjutan, atau jaringan distribusi yang luas. Sebaliknya, kelemahan adalah aspek-aspek internal yang menghambat kinerja bisnis, seperti keterbatasan finansial, kurangnya inovasi, atau ketidakmampuan dalam manajemen sumber daya manusia. Mengidentifikasi dan memahami kekuatan dan kelemahan ini sangat penting bagi perusahaan agar dapat memperkuat area yang sudah baik dan memperbaiki atau mengatasi area yang lemah.

Peluang dan ancaman adalah faktor eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja bisnis dan sering kali berada di luar kendali langsung perusahaan. Peluang mencakup kondisi atau tren yang dapat dimanfaatkan untuk keuntungan perusahaan, seperti perkembangan pasar baru, perubahan preferensi konsumen, atau kemajuan teknologi yang dapat diadopsi. Di sisi lain, ancaman adalah situasi eksternal yang dapat merugikan perusahaan, seperti persaingan yang semakin ketat, perubahan regulasi yang tidak menguntungkan, atau krisis ekonomi. Menilai peluang dan ancaman eksternal ini memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan strategi yang tepat guna memanfaatkan peluang dan mengurangi dampak dari ancaman.

Pentingnya pendekatan proaktif dalam analisis SWOT tidak dapat diremehkan. Dengan melakukan analisis SWOT secara proaktif, perusahaan dapat mengantisipasi dan merespons perubahan dengan cepat sebelum masalah muncul atau kesempatan terlewatkan. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk selalu siap menghadapi dinamika pasar dan lingkungan bisnis yang berubah-ubah. Manfaat dari analisis SWOT yang proaktif adalah terciptanya ketahanan bisnis yang lebih baik dan kemampuan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. Dengan strategi yang didasarkan pada analisis SWOT yang mendalam, perusahaan

dapat lebih adaptif, responsif, dan tangguh dalam menghadapi tantangan serta memanfaatkan peluang, sehingga memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan jangka panjang.

Rumusan masalah mencakup aspek-aspek penting dalam melakukan analisis SWOT yang proaktif, yaitu identifikasi dan pemanfaatan kekuatan serta peluang bisnis secara optimal melalui analisis SWOT yang proaktif, adopsi strategi untuk mengatasi kelemahan internal dan ancaman eksternal yang teridentifikasi melalui analisis SWOT yang proaktif, keterlibatan seluruh pihak dalam organisasi dan pengumpulan data yang relevan untuk melakukan analisis SWOT yang proaktif dan mencapai hasil yang akurat, serta langkah-langkah spesifik yang perlu diambil oleh perusahaan untuk memastikan analisis SWOT yang dilakukan bersifat proaktif dan berkelanjutan, sehingga dapat menjaga ketahanan bisnis dalam menghadapi perubahan lingkungan yang dinamis. Poin-poin ini menekankan pentingnya memanfaatkan kekuatan dan peluang, mengatasi kelemahan dan ancaman, melibatkan seluruh pihak dalam organisasi, mengumpulkan data yang relevan, serta memastikan analisis yang berkelanjutan untuk menjaga ketahanan bisnis.

Penelitian ini memberikan pemahaman tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan, mendukung pengambilan keputusan strategis yang tepat. Ini membantu perusahaan secara proaktif mengidentifikasi peluang dan mengatasi ancaman, meningkatkan daya saing dengan memaksimalkan kekuatan dan mengurangi kelemahan. Penelitian juga memfasilitasi strategi bisnis yang selaras dengan pasar, meningkatkan keterlibatan organisasi, dan memperkuat ketahanan bisnis dalam menghadapi perubahan. Selain itu, penelitian ini menyediakan dasar kuat untuk alokasi sumber daya dan prioritas investasi, serta memungkinkan evaluasi dan penyesuaian strategi yang berkelanjutan.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk memahami bagaimana analisis SWOT proaktif dapat membangun ketahanan bisnis. Subjek penelitian adalah perusahaan manufaktur skala menengah di industri otomotif yang berhasil menerapkan analisis SWOT secara proaktif. Prosedur penelitian mencakup studi literatur, pengajuan izin penelitian, wawancara dan observasi proses analisis SWOT, pengumpulan dan analisis dokumen perusahaan, serta triangulasi data untuk memastikan validitas dan reliabilitas temuan. Data dianalisis dengan teknik analisis data kualitatif, meliputi kodifikasi, kategorisasi, dan identifikasi tema utama secara iteratif. Metode ini dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam tentang praktik analisis SWOT proaktif dan dampaknya terhadap ketahanan bisnis, serta menghasilkan rekomendasi praktis bagi perusahaan lain.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Mengidentifikasi dan Memanfaatkan Kekuatan serta Peluang Bisnis**

Perusahaan dapat mengidentifikasi dan memanfaatkan kekuatan serta peluang bisnis mereka secara optimal dengan melakukan analisis SWOT yang proaktif dengan cara berikut:

1. **Melibatkan Berbagai Pihak:** Melibatkan berbagai pihak dalam analisis SWOT, seperti manajemen, karyawan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya, sangat penting untuk mencapai hasil yang komprehensif dan akurat (Ardiansyah et al., 2024). Keragaman perspektif dari berbagai pihak ini membantu dalam mengidentifikasi kekuatan dan peluang dengan lebih efektif, karena masing-masing pihak memiliki wawasan unik tentang aspek-aspek berbeda dari bisnis. Manajemen mungkin memiliki pandangan strategis yang luas, sementara karyawan dapat memberikan informasi praktis tentang operasi sehari-hari. Pelanggan menawarkan perspektif tentang kebutuhan dan kepuasan pasar, sedangkan pemangku kepentingan lainnya bisa memberikan pandangan eksternal yang berharga. Dengan menggabungkan semua perspektif ini, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang lebih menyeluruh dan tepat sasaran untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta mengatasi kelemahan dan ancaman dengan lebih efektif.

2. **Identifikasi Kekuatan Utama:** Identifikasi kekuatan utama perusahaan, seperti merek yang kuat, jaringan distribusi yang luas, dan sumber daya manusia yang terampil, sangat penting untuk membangun fondasi strategi bisnis yang efektif. Merek yang kuat memberikan keunggulan kompetitif dalam menarik dan mempertahankan pelanggan, sementara jaringan distribusi yang luas memastikan produk atau layanan dapat menjangkau pasar dengan efisien (Ghani et al., 2024). Sumber daya manusia yang terampil memberikan perusahaan kemampuan untuk berinovasi dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar. Dengan memanfaatkan kekuatan-kekuatan ini secara optimal, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang memperkuat posisi pasar mereka, meningkatkan efisiensi operasional, dan mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan.
3. **Identifikasi Peluang Bisnis Baru:** Identifikasi peluang bisnis baru, seperti ekspansi ke pasar baru, pengembangan produk inovatif, dan kemitraan strategis, merupakan aspek penting dari analisis SWOT (Putri et al., 2023). Dengan mengidentifikasi dan mengeksplorasi peluang-peluang ini secara efektif, perusahaan dapat memperluas pangsa pasar mereka, memperkenalkan produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berkembang, dan membentuk aliansi yang memperkuat posisi kompetitif mereka. Analisis SWOT membantu perusahaan mengantisipasi peluang ini dengan memberikan kerangka kerja yang sistematis untuk mengevaluasi kondisi pasar dan tren industri, sehingga memungkinkan pengembangan strategi yang tepat untuk memanfaatkan peluang dan mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.
4. **Mengoptimalkan Operasional:** Mengoptimalkan operasional perusahaan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada merupakan langkah penting dalam meningkatkan efisiensi bisnis (Kus Indrani Listyoningrum et al., 2023). Analisis SWOT membantu perusahaan mengidentifikasi area di mana mereka memiliki keunggulan kompetitif dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk memperbaiki proses operasional. Dengan memahami kekuatan seperti sumber daya manusia yang terampil atau teknologi canggih, serta peluang seperti tren pasar yang menguntungkan atau kemitraan strategis, perusahaan dapat mengembangkan strategi untuk mengurangi biaya, meningkatkan produktivitas, dan mempercepat inovasi. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga memperkuat posisi perusahaan di pasar dan mendukung pertumbuhan jangka panjang.
5. **Mengantisipasi Ancaman:** Mengantisipasi ancaman bisnis dengan memahami ancaman-ancaman yang terkait dengan persaingan bisnis atau perencanaan proyek adalah langkah krusial untuk menjaga keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan (Maharani et al., 2024). Analisis SWOT membantu perusahaan mengidentifikasi ancaman potensial, seperti perubahan regulasi, kemunculan pesaing baru, atau fluktuasi pasar, dan mengembangkan strategi untuk mengatasinya. Dengan mengetahui dan mempersiapkan diri terhadap ancaman-ancaman ini, perusahaan dapat meningkatkan kemampuan kompetitif mereka, misalnya dengan diversifikasi produk, peningkatan layanan pelanggan, atau inovasi teknologi. Langkah ini tidak hanya melindungi bisnis dari risiko yang dapat merugikan, tetapi juga memperkuat posisi mereka di pasar, memastikan mereka tetap tangguh dan adaptif dalam menghadapi tantangan yang terus berkembang.

### **Mengatasi Kelemahan Internal dan Ancaman Eksternal**

Analisis SWOT yang proaktif membantu perusahaan mengidentifikasi kelemahan internal, seperti efisiensi operasional yang rendah dan biaya produksi yang tinggi (Nasrulsyah et al., 2020). Untuk mengatasi kelemahan tersebut, perusahaan dapat mengembangkan strategi seperti:

1. **Program Perbaikan Proses:** Program perbaikan proses memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional dengan mengoptimalkan proses bisnis, mengurangi biaya, dan meningkatkan kualitas produk atau layanan. Melalui analisis menyeluruh

terhadap alur kerja dan pengenalan praktik terbaik, perusahaan dapat mengidentifikasi dan menghilangkan pemborosan, menyederhanakan prosedur, dan memperkenalkan teknologi atau metode baru yang lebih efisien. Dengan demikian, program perbaikan proses tidak hanya membantu perusahaan dalam mengurangi biaya operasional tetapi juga meningkatkan kepuasan pelanggan melalui produk atau layanan yang lebih berkualitas dan konsisten.

2. **Pengendalian Biaya yang Ketat:** Pengendalian biaya yang ketat memungkinkan perusahaan mengoptimalkan penggunaan sumber daya, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan efisiensi. Dengan menerapkan strategi yang fokus pada pemantauan dan pengelolaan pengeluaran, perusahaan dapat memastikan bahwa setiap aspek operasional berjalan dengan seefisien mungkin. Langkah-langkah ini dapat mencakup negosiasi ulang kontrak dengan pemasok, mengadopsi teknologi hemat biaya, dan mengimplementasikan praktik manajemen inventaris yang lebih baik. Hasilnya, perusahaan tidak hanya mampu menekan biaya tetapi juga meningkatkan margin keuntungan dan daya saing di pasar.

Selain itu, analisis SWOT juga membantu perusahaan mengidentifikasi ancaman eksternal, seperti persaingan yang semakin meningkat dan perubahan preferensi konsumen (Nasrulsyah et al., 2020). Untuk mengatasi ancaman tersebut, perusahaan dapat mengembangkan strategi seperti:

1. **Produk yang Lebih Inovatif:** Mengembangkan produk yang lebih inovatif dan relevan dengan kebutuhan pasar memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan daya saing dan menghadapi persaingan yang semakin meningkat. Dengan terus melakukan riset dan berinovasi, perusahaan dapat menciptakan solusi baru yang memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pelanggan. Pendekatan ini tidak hanya membantu dalam menarik dan mempertahankan pelanggan, tetapi juga memungkinkan perusahaan untuk memposisikan diri sebagai pemimpin industri yang adaptif dan visioner. Inovasi produk yang berkelanjutan menjadi kunci untuk merespons dinamika pasar yang cepat berubah dan memastikan pertumbuhan bisnis jangka panjang.
2. **Meningkatkan Layanan Pelanggan:** Meningkatkan layanan pelanggan adalah langkah strategis yang dapat dilakukan perusahaan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan, memperbaiki interaksi dengan pelanggan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan memberikan pelatihan yang tepat kepada karyawan, perusahaan dapat memastikan bahwa setiap interaksi dengan pelanggan dilakukan dengan profesionalisme dan empati. Mengadopsi teknologi terbaru untuk layanan pelanggan, seperti chatbots atau sistem CRM, juga dapat mempercepat respons dan meningkatkan personalisasi layanan. Selain itu, mendengarkan umpan balik pelanggan dan menindaklanjutinya dengan perbaikan konkret dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya memperkuat reputasi dan daya saing perusahaan di pasar.
3. **Kampanye Pemasaran yang Efektif:** Perusahaan dapat melakukan kampanye pemasaran yang efektif dengan meningkatkan visibilitas merek, kesadaran merek, dan penjualan. Meningkatkan visibilitas merek dapat dicapai melalui berbagai saluran pemasaran, termasuk media sosial, iklan digital, dan partisipasi dalam acara industri. Untuk meningkatkan kesadaran merek, perusahaan dapat mengembangkan konten yang menarik dan relevan, serta bekerja sama dengan influencer atau media untuk mencapai audiens yang lebih luas. Dengan pendekatan yang terintegrasi dan data-driven, kampanye pemasaran dapat dirancang untuk menargetkan segmen pasar yang tepat, memaksimalkan ROI, dan secara signifikan meningkatkan penjualan produk atau layanan perusahaan.

Dengan mengembangkan strategi-strategi tersebut, perusahaan dapat mengatasi kelemahan internal dan ancaman eksternal yang teridentifikasi melalui analisis SWOT yang proaktif, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan keberhasilan bisnis.

### **Melibatkan Seluruh Pihak dalam Organisasi dan Mengumpulkan Data yang Relevan**

Perusahaan dapat melibatkan seluruh pihak dalam organisasi dan mengumpulkan data yang relevan untuk melakukan analisis SWOT yang proaktif dan mencapai hasil yang akurat (Adi Wibowo, 2022) dengan cara berikut:

1. **Bentuk Tim yang Tepat:** Bentuk tim yang terdiri dari anggota yang memiliki pengetahuan dan pemahaman yang relevan tentang organisasi dan lingkungan bisnisnya. Pastikan tim tersebut mencakup beragam perspektif dan pengalaman untuk mendapatkan sudut pandang yang komprehensif. Keberagaman dalam tim, baik dari segi latar belakang, keahlian, maupun pandangan, akan memperkaya diskusi dan memungkinkan identifikasi masalah serta solusi yang lebih inovatif dan efektif. Dengan demikian, tim dapat bekerja secara sinergis untuk mengembangkan strategi yang lebih baik dan lebih adaptif terhadap perubahan serta tantangan di lingkungan bisnis.
2. **Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan Internal:** Analisis SWOT dimulai dengan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal organisasi. Pertimbangkan faktor-faktor seperti sumber daya manusia, infrastruktur, reputasi merek, kapabilitas operasional, dan aset lainnya yang dapat memengaruhi kinerja organisasi. Kekuatan internal dapat mencakup hal-hal seperti tim yang berbakat dan berpengalaman, teknologi canggih, serta proses operasional yang efisien. Sementara itu, kelemahan mungkin meliputi keterbatasan sumber daya, inefisiensi operasional, atau reputasi merek yang lemah. Memahami kekuatan dan kelemahan ini adalah langkah pertama yang krusial untuk membangun strategi yang memaksimalkan potensi internal dan mengatasi hambatan yang ada.
3. **Identifikasi Peluang dan Ancaman Eksternal:** Setelah mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, fokuslah pada peluang dan ancaman eksternal yang dapat mempengaruhi organisasi. Tinjau tren pasar, perubahan regulasi, persaingan industri, perkembangan teknologi, dan faktor-faktor lain yang dapat memberikan peluang atau menimbulkan ancaman bagi organisasi. Peluang eksternal mungkin termasuk pertumbuhan pasar baru, teknologi inovatif, atau kemitraan strategis potensial. Di sisi lain, ancaman eksternal bisa berupa perubahan regulasi yang merugikan, peningkatan persaingan, atau fluktuasi ekonomi. Dengan memahami dan menganalisis peluang dan ancaman ini, organisasi dapat mengembangkan strategi yang proaktif dan adaptif untuk memanfaatkan peluang dan mengurangi risiko dari ancaman yang ada.
4. **Keterlibatan Seluruh Pihak:** Melibatkan seluruh pihak dalam organisasi, dari manajemen puncak hingga karyawan level bawah, dalam proses analisis SWOT yang proaktif sangat penting. Keterlibatan ini memastikan bahwa perspektif yang beragam dipertimbangkan, yang dapat mengungkapkan wawasan unik dan mendalam mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mungkin tidak terlihat dari satu sudut pandang saja. Selain itu, partisipasi aktif dari semua level organisasi meningkatkan rasa kepemilikan dan komitmen terhadap strategi yang dihasilkan, karena setiap anggota merasa dihargai dan dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan. Hasilnya adalah strategi yang lebih komprehensif dan solid, yang didukung oleh seluruh tim untuk pelaksanaan yang lebih efektif.
5. **Mengumpulkan Data yang Relevan:** Perusahaan mengumpulkan data yang relevan dari berbagai sumber, seperti survei pelanggan, laporan pasar, umpan balik karyawan, dan analisis pesaing. Data ini dianalisis secara mendalam untuk memberikan pemahaman yang akurat tentang situasi bisnis perusahaan. Dengan mengintegrasikan informasi dari berbagai perspektif, perusahaan dapat mengidentifikasi tren, kebutuhan, dan tantangan yang signifikan. Analisis yang komprehensif ini memungkinkan perusahaan untuk membuat keputusan yang lebih informasi dan strategis, serta mengembangkan rencana yang lebih efektif dalam memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman yang dihadapi.

Dengan mengikuti langkah-langkah ini, perusahaan dapat melakukan analisis SWOT yang proaktif dan mencapai hasil yang akurat dengan melibatkan seluruh pihak dalam organisasi dan mengumpulkan data yang relevan.

### **Memastikan Analisis SWOT yang Berkelanjutan untuk Menjaga Ketahanan Bisnis**

Langkah-langkah spesifik yang perlu diambil oleh perusahaan untuk memastikan analisis SWOT yang dilakukan bersifat proaktif dan berkelanjutan (Nurjannah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Bengkulu, 2020), sehingga dapat menjaga ketahanan bisnis dalam menghadapi perubahan lingkungan yang dinamis (Yaqin, 2021) adalah sebagai berikut:

1. **Pemantauan Berkala:** Pemantauan berkala terhadap analisis SWOT sangat penting dan harus dilakukan secara berkelanjutan, bukan hanya sebagai kegiatan insidental. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk secara proaktif menyesuaikan strategi mereka sesuai dengan perubahan lingkungan bisnis. Dengan melakukan evaluasi rutin, perusahaan dapat mengidentifikasi tren baru, mengatasi masalah yang muncul, dan memanfaatkan peluang dengan lebih cepat dan efisien. Ini memastikan bahwa strategi perusahaan selalu relevan dan efektif dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah, serta membantu menjaga keunggulan kompetitif dan ketahanan bisnis dalam jangka panjang.
2. **Pemantauan Lingkungan Bisnis:** Perusahaan memantau terus-menerus lingkungan bisnis dan perubahan yang terjadi, memungkinkan mereka untuk menyesuaikan strategi secara tepat waktu. Pemantauan ini mencakup pengamatan terhadap tren pasar, perkembangan teknologi, kebijakan regulasi, dan aktivitas pesaing. Dengan selalu memperbarui informasi dan memahami dinamika yang berlangsung, perusahaan dapat merespons perubahan dengan cepat dan efektif. Ini memastikan bahwa strategi bisnis tetap relevan dan adaptif, membantu perusahaan mempertahankan keunggulan kompetitif dan mengelola risiko dengan lebih baik.
3. **Tim Khusus:** Perusahaan membentuk tim khusus yang bertanggung jawab untuk memantau dan mengevaluasi implementasi strategi, serta memberikan rekomendasi perbaikan jika diperlukan. Tim ini terdiri dari anggota yang memiliki keahlian dan pemahaman mendalam tentang berbagai aspek bisnis, sehingga dapat melakukan analisis yang komprehensif dan objektif. Dengan adanya tim khusus ini, perusahaan dapat memastikan bahwa strategi yang telah dirumuskan dijalankan dengan efektif, dan setiap hambatan atau perubahan kondisi dapat direspons dengan cepat dan tepat. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga memastikan bahwa perusahaan dapat terus beradaptasi dan berkembang di tengah perubahan lingkungan bisnis.
4. **Rekomendasi Perbaikan:** Tim khusus memberikan rekomendasi perbaikan jika diperlukan, memastikan bahwa perusahaan selalu siap menghadapi perubahan dan dapat mempertahankan ketahanan bisnisnya dalam jangka panjang. Dengan melakukan evaluasi rutin dan mendalam terhadap implementasi strategi, tim ini dapat mengidentifikasi area yang memerlukan penyesuaian atau peningkatan. Rekomendasi yang diberikan memungkinkan perusahaan untuk secara proaktif mengatasi tantangan, memperbaiki kelemahan, dan memanfaatkan peluang baru. Hal ini membantu menjaga kelangsungan bisnis, meningkatkan efisiensi operasional, dan memastikan bahwa perusahaan tetap kompetitif dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah.

### **KESIMPULAN**

Penelitian ini menegaskan pentingnya melakukan analisis SWOT secara proaktif untuk membangun ketahanan bisnis dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah. Dengan melibatkan berbagai pihak dalam organisasi, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif dan adaptif. Melalui pengumpulan data yang relevan dan pemantauan lingkungan bisnis secara berkala, perusahaan dapat memastikan bahwa strategi yang diterapkan selalu relevan dan dapat disesuaikan dengan cepat terhadap perubahan. Pembentukan tim khusus yang bertanggung jawab untuk evaluasi dan rekomendasi perbaikan juga memastikan bahwa perusahaan tetap siap menghadapi tantangan dan menjaga keunggulan kompetitifnya. Dengan

pendekatan ini, perusahaan dapat meningkatkan daya saing, efisiensi operasional, dan keberlanjutan bisnis jangka panjang.

## REFERENSI

- Adi Wibbowo, L. (2022). Analisis IFAS dan EFAS Menggunakan Metode SWOT Pada Perguruan Tinggi Swasta. In *Jurnal Wahana Informatika (JWI)* (Vol. 1, Issue 2).
- Alichia, W. N., Khoirunnisa, M., Al-Madani, B. Z., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). STRATEGI INOVASI BISNIS UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DAN PERTUMBUHAN ORGANISASI DI ERA DIGITAL. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 50–59.
- Ardiansyah, Nur Afifah, & Mustaruddin. (2024). Kajian Literatur: Pemetaan Lanskap Pemangku Kepentingan untuk Membangun Autentisitas dan Kepercayaan Konsumen dalam Pemasaran Berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi STIEP*, 9(1), 1–15. <https://doi.org/10.54526/jes.v9i1.272>
- Dwiastanti, A., & Mustapa, G. (2020). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Lingkungan Eksternal dan Strategi Bertahan Umkm dalam Menjaga Keberlangsungan Usaha di Musim Pandemi Covid 19. *Business and Accounting Education Journal*, 1(3), 228–240. <https://doi.org/10.15294/baej.v1i3.42740>
- Fauzia, R., Fadel Dinero, M., Yaqhzan, M., & Ainun Habibi, A. (2023). ANALISIS STRATEGI PENJUALAN DALAM MENGHADAPI KONDISI GLOBAL DI PT. UNILEVER INDONESIA TAHUN 2021-2022. In *Southeast Asia Journal of Business, Accounting, and Entrepreneurship (SAINS)* (Vol. 1, Issue 1).
- Ghani, \*, Rahman, A., Rahman, G. A., Chandra, A., Saleh, M. Z., Cendrawasih, J., Blok B7/P, R., Jaya, B., Baru, S., Selatan, T., & Indonesia, B. (2024). Strategi Pemasaran Dan Harga Mobil Honda Dalam Mencapai Kesuksesan Di Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(2), 235–248. <https://doi.org/10.54066/jurma.v2i2.1891>
- Kus Indrani Listyoningrum, Danise Yunaini Fenida, & Nurhasan Hamidi. (2023). Inovasi Berkelanjutan dalam Bisnis: Manfaatkan Flowchart untuk Mengoptimalkan Nilai Limbah Perusahaan. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 100–112. <https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v1i4.552>
- Maharani, A. P., Said, R. F., Ramadhani, A. K., Nurkamila, R., Lufenia, A. E., Sarim Anita Kartika, & Fitrianty, R. (2024). Maksimalkan Kelezatan Dan Khasiat: Perencanaan Strategis Pemasaran Minuman Aloevera Dengan Pendekatan SWOT. *JIHAPENMAS : Jurnal Hilirisasi Penelitian Masyarakat*, 1(1), 40–49.
- Nasrulsyah, C., Asyura, F., Hasan, K., & Sofia, M. (2020). ANALISIS SWOT DALAM MENGATASI KELEMAHAN DAN KEKURANGAN RUMAH SAKIT SILOAM. *Majalah Kesehatan Masyarakat Aceh (MaKMA)*, 3(3), 295–305. <http://ojs.serambimekkah.ac.id/index.php/makma>
- Nurjannah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Bengkulu, D. (2020). ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). In *Jurnal Perbankan Syariah* (Vol. 1, Issue 1). <https://ejournal.stiesyariahbengkalis.ac.id/index.php/jps>
- Putri, N. M., Syaridwan, A., Ningrum, D. A., Putri, I. A., Putri, S. A., & Jumawan, J. (2023). ANALISIS SWOT PENGEMBANGAN UMKM TELUR GULUNG. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(7), 2472–2479. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i7.1147>
- ’Sastradinata, Prof. Dr. B. L. N. (2024). *Strategi UMKM dan Bisnis Kreatif* (Ismail & K. Ahmad, Eds.; 1st ed.). Sinar Grafika Offset.
- Siswanti, T. (2020). ANALISIS PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM). In *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Unsuraya* (Vol. 5, Issue 2).



Yaqin, A. A. (2021). *ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERUPUK RUMAHAN DI UD. SUMBER ABADI TANGGULANGIN*. 4(2), 81–87.