

Tugas CRM Meeting 29 September 2025

NIM : 24.N1.0004

Nama : Marcella Adelia Putri

1. Analisis SWOT

- SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) merupakan sebuah alat perencanaan strategis yang digunakan untuk mengenali kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*) internal, serta peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dari lingkungan eksternal yang dihadapi oleh suatu organisasi atau individu. Analisis ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai posisi saat ini sehingga individu atau organisasi dapat merancang strategi yang tepat dan efektif untuk mencapai pertumbuhan serta tujuan yang diinginkan.

Sumber : <https://dealls.com/pengembangan-karir/contoh-analisis-swot-usaha>

- Prosesnya meliputi:

- 1) *Strengths* (apa yang membuat sebuah bisnis menjadi spesial?) : mengidentifikasi kekuatan meliputi menilai keunggulan internal bisnis, misalnya kualitas produk, tim layanan yang ramah dan responsif, atau pengelolaan data pelanggan yang baik dengan teknologi yang canggih.
- 2) *Weaknesses* (apa yang dapat diperbaiki?) : mengidentifikasi kelemahan seperti meninjau hal-hal yang perlu diperbaiki agar suatu bisnis terus berkembang dan meningkat, seperti keterbatasan modal, ketergantungan pada pemasok tertentu, atau reputasi yang masih kurang maksimal.
- 3) *Opportunities* (solusi untuk pertumbuhan bisnis) : mengevaluasi peluang seperti melihat faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk pertumbuhan, contohnya mengikuti perkembangan tren, aktivitas pesaing, dan mencari peluang baru.
- 4) *Threats* (tantangan yang perlu diwaspadai) : mengevaluasi ancaman seperti mengidentifikasi risiko eksternal yang bisa mempengaruhi kinerja, contohnya persaingan yang ketat atau perubahan regulasi.

Lalu bila semua faktor telah dikumpulkan, hasilnya biasanya dirangkum menjadi satu dalam sebuah matriks, misalnya memanfaatkan kekuatan untuk peluang, memperbaiki kelemahan agar tidak kehilangan kesempatan, dan menyiapkan langkah antisipatif terhadap ancaman.

Sumber:

<https://www.ppmschool.ac.id/analisis-swot-dalam-bisnis/#:~:text=Analisis%20SWOT%20adalah%20teknik%20yang,memaksimalkan%20potensi%20dan%20mengatasi%20tantangan.>

- Contoh Analisis SWOT :

Misalnya, Starbucks memiliki beberapa kekuatan (*Strengths*), seperti reputasi global, jaringan luas, layanan pelanggan yang kuat, dan kualitas kopi konsisten. Strategi SO dari kekuatan ini adalah memperluas layanan digital dan mempromosikan produk berkelanjutan. Namun, perusahaan Starbucks juga memiliki kelemahan (*Weaknesses*),

yaitu harga kopi relatif tinggi dibanding kedai lokal, sehingga strategi WO yang tepat adalah menawarkan paket promo atau harga lebih terjangkau tanpa menurunkan kualitas. Di sisi peluang (Opportunities), seperti meningkatnya kesadaran konsumen akan kopi etis dan ramah lingkungan serta potensi layanan digital membuka kesempatan bagi pertumbuhan, dan untuk ancaman (Threats) dari perusahaan ini berupa persaingan ketat dan tren kopi organik/*homemade* yang dapat diantisipasi dengan strategi ST menggunakan *brand* dan layanan premium untuk bersaing, serta strategi WT melalui inovasi produk dan edukasi kopi agar tetap relevan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Dengan pendekatan ini, Starbucks dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, menutup kelemahan, dan menghadapi ancaman secara efektif.

Sumber:

<https://www.ppmschool.ac.id/analisis-swot-dalam-bisnis/#:~:text=Analisis%20SWOT%20adalah%20teknik%20yang,memaksimalkan%20potensi%20dan%20mengatasi%20tantangan.>

2. Analisis PESTEL

- Analisis PESTLE membantu perusahaan memahami faktor eksternal yang dapat memengaruhi bisnis, sehingga dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman serta menyesuaikan strategi. Berikut beberapa faktor dari analisis :

1) Political (Politik):

- Meliputi kebijakan pemerintah, stabilitas politik, regulasi, dan perpajakan.
- Membantu perusahaan menyesuaikan operasional sesuai kebijakan dan mengurangi risiko politik.

2) Economic (Ekonomi):

- Mencakup kondisi ekonomi, inflasi, suku bunga, pertumbuhan ekonomi, pengangguran, dan daya beli konsumen.
- Membantu perusahaan menyesuaikan strategi harga, promosi, dan perencanaan bisnis.

3) Social (Sosial):

- Meninjau demografi, budaya, nilai masyarakat, tren gaya hidup, dan kebiasaan konsumen.
- Perubahan preferensi masyarakat dapat memengaruhi permintaan produk atau layanan.

4) Technological (Teknologi):

- Meliputi inovasi, otomatisasi, riset dan pengembangan (R&D), serta teknologi digital.
- Menentukan efisiensi operasional dan kemampuan bersaing perusahaan.

5) Legal (Hukum):

- Termasuk regulasi ketenagakerjaan, hak kekayaan intelektual, keamanan produk, dan perlindungan konsumen.
- Membantu perusahaan tetap patuh hukum dan menghindari masalah legal.

6) Environmental (Lingkungan):

- Berkaitan dengan keberlanjutan, perubahan iklim, dan praktik ramah lingkungan.
- Penting karena konsumen kini semakin peduli terhadap dampak lingkungan dari bisnis.

Sumber : <https://itbtuban.ac.id/pestle-analysis-definisi-metode-analisis-dan-contoh/>

● Contoh Analisis PESTLE pada Apple :

1) Politik :

- Regulasi ketat tentang data dan privasi, misalnya GDPR dan CCPA.
- Ketegangan perdagangan, terutama AS-Tiongkok, memengaruhi rantai pasokan dan biaya produksi.
- Tekanan reformasi pajak global menuntut penyesuaian praktik perpajakan.

2) Ekonomi :

- Fluktuasi nilai tukar yang berdampak pada pendapatan internasional.
- Kondisi ekonomi global mempengaruhi belanja konsumen.
- Persaingan pasar teknologi yang tinggi dapat mempengaruhi pangsa pasar dan harga.

3) Sosial :

- Pergeseran konsumen ke praktik sosial dan lingkungan yang lebih bertanggung jawab.
- Integrasi media sosial dan teknologi kesehatan semakin penting dalam produk.
- Tekanan masyarakat terhadap keragaman dan inklusi semakin meningkat.

4) Teknologi :

- Perkembangan teknologi cepat menuntut inovasi berkelanjutan.
- Ancaman keamanan siber menekankan pentingnya perlindungan data.
- Kecerdasan buatan dan pembelajaran mesin menjadi keunggulan kompetitif.

5) Hukum :

- Hukum paten dan kekayaan intelektual memengaruhi pengembangan produk baru.
- Regulasi standar keamanan elektronik harus dipenuhi.
- Proses pengadilan dapat berdampak pada finansial dan reputasi perusahaan.

6) Lingkungan :

- Tekanan untuk mengurangi jejak karbon dan meningkatkan keberlanjutan produk.
- Pengelolaan limbah elektronik dan program daur ulang.
- Penggunaan bahan ramah lingkungan dan tidak beracun dalam produksi.

Sumber:

<https://blog.waalaxy.com/id/analisis-pestel/#:~:text=Contoh%20Faktor%20Politik%20PESTLE,mengatur%20pasar%20di%20tingkat%20internasional.>

3. Analisis Lima Kekuatan

- Porter's Five Forces adalah model yang dikembangkan oleh Michael E. Porter pada tahun 1979 untuk menganalisis tingkat persaingan dalam suatu industri dan bagaimana kekuatan-kekuatan tersebut mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Model ini menekankan lima kekuatan utama: ancaman pendatang baru, kekuatan tawar-menawar pemasok, kekuatan tawar-menawar pelanggan, ancaman produk pengganti, dan intensitas persaingan antar perusahaan dalam industri. Proses analisis melibatkan identifikasi dan evaluasi setiap kekuatan untuk menilai risiko dan peluang yang ada, sehingga perusahaan dapat merumuskan strategi bisnis yang tepat. (Sumber: <https://itbtuban.ac.id/porters-five-forces-definisi-metode-analisis-dan-contoh/>)
- Selain itu, dalam analisis ini juga perlu dipahami konsep integrasi vertikal dan horizontal. Integrasi vertikal terjadi ketika perusahaan mengendalikan atau mengakuisisi pemasok (hulu) atau distributor/pengecer (hilir), sehingga mengurangi ketergantungan pada pihak lain dan meningkatkan kontrol terhadap rantai nilai. Sementara itu, integrasi horizontal terjadi ketika perusahaan mengakuisisi atau bergabung dengan pesaing di tingkat yang sama dalam industri untuk memperluas pangsa pasar dan mengurangi persaingan langsung. Strategi integrasi ini dapat digunakan perusahaan untuk memperkuat posisi terhadap lima kekuatan Porter, baik dengan mengurangi ancaman maupun meningkatkan daya tawar. (Sumber: <https://itbtuban.ac.id/porters-five-forces-definisi-metode-analisis-dan-contoh/>)
- Contoh penerapan:
Dalam industri makanan cepat saji, McDonald's menghadapi ancaman pendatang baru yang rendah karena tingginya biaya investasi dan kebutuhan lokasi strategis. Kekuatan tawar-menawar pelanggan cukup tinggi karena banyaknya pilihan restoran, sementara ancaman produk pengganti seperti layanan pengiriman makanan meningkat. Intensitas persaingan juga tinggi dengan banyaknya pemain besar dan kecil. McDonald's dapat melakukan integrasi vertikal dengan bekerja sama lebih dekat dengan pemasok bahan baku untuk memastikan kualitas dan harga stabil, atau integrasi horizontal dengan membuka lebih banyak cabang di lokasi strategis untuk memperkuat pangsa pasar. (Sumber: <https://itbtuban.ac.id/porters-five-forces-definisi-metode-analisis-dan-contoh/>)

4. Analisis Matrik Portofolio Pelanggan

- Analisis Matriks Portofolio Pelanggan pada dasarnya merupakan cara perusahaan memetakan dan mengelompokkan pelanggan berdasarkan nilai, kontribusi, atau potensi yang mereka berikan terhadap bisnis. Tujuannya adalah agar perusahaan dapat memahami mana pelanggan yang layak dipertahankan, mana yang perlu dikembangkan, dan mana yang mungkin justru membebani sumber daya.

Sumber :

Ramadhan, Rifky., Aprilani, Deddy., & Supriyanto. (2021). *Analisis Portofolio Menggunakan Matriks Boston Consulting Group (Studi Kasus Pada PT. Asuransi Umum Lampung)*. Jurnal Kompetitif Bisnis, 1(6), 312–319. E-ISSN 2775-7781.

- Prosesnya biasanya melibatkan pengumpulan data tentang perilaku pelanggan, seperti tingkat pembelian, loyalitas, atau profitabilitas, kemudian dikelompokkan ke dalam empat kategori tertentu menggunakan matriks yang menyerupai model BCG. 4 kategori tertentu tersebut :
 - 1) *Star*, yaitu pelanggan atau produk dengan pertumbuhan tinggi dan pangsa pasar besar yang membutuhkan investasi agar posisi dominannya tetap terjaga.
 - 2) *Cash Cows*, yaitu yang berada di pasar matang dengan pangsa besar, sehingga mampu menghasilkan arus kas stabil tanpa perlu ekspansi besar.
 - 3) *Question Mark*, yaitu yang berada pada pasar dengan pertumbuhan tinggi tetapi pangsa pasarnya kecil, sehingga perusahaan perlu menimbang apakah layak diberikan investasi lebih lanjut.
 - 4) *Dogs*, yaitu yang pertumbuhannya rendah dan pangsa pasarnya kecil, sehingga sering kali dianggap tidak menguntungkan dan sebaiknya dipertimbangkan untuk divestasi. Dengan kerangka ini, perusahaan bisa lebih mudah menentukan strategi yang tepat untuk mengelola pelanggan maupun produknya secara efektif.

Sumber : https://diema.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/04/pertem_-4_.pdf