



UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Fakultas Teknologi Informasi • Program Studi Sistem Informasi

# Implementasi Proses Bisnis dengan Analisis SWOT

SATRIAMART

Manufaktur Dekorasi & Aksesoris Akrilik

Mata Kuliah

Proses Bisnis TI

Kode

192 • 3 SKS • Sem 7

Dosen Pengampu

EDHI PRAYITNO, M.KOM

📅 Desember 2025



# SATRIAMART

Manufaktur Dekorasi & Aksesoris Akrilik

## Lokasi

Jl. Usman Dehir No.54, Limo, Depok

## Visi

Menjadi penyedia solusi dekorasi akrilik terdepan di Indonesia

## Produk Utama

- Nomor Rumah
- Papan Nama
- Papan Tanda
- Dekorasi Custom

## Nilai Perusahaan

Kualitas Premium    Inovasi    Kepuasan

**15-20**

Proyek/Bulan

**40%**

Repeat Customer

**12-15**

Karyawan



## Latar Belakang

Konteks penelitian

- 1** SATRIAMART merupakan perusahaan manufaktur dekorasi dan aksesoris akrilik yang melayani berbagai segmen pasar dengan fokus pada produk kustom berkualitas tinggi.
- 2** Sebagian besar proses bisnis masih dilakukan secara manual, mulai dari penerimaan pertanyaan pelanggan, pembuatan penawaran harga, hingga manajemen produksi.
- 3** Kondisi ini menyebabkan berbagai kendala seperti lamanya waktu respons, kesulitan pelacakan status pesanan, dan koordinasi antar departemen yang kurang optimal.
- 4** Analisis SWOT diperlukan untuk mengidentifikasi posisi strategis perusahaan dan merumuskan strategi optimalisasi proses bisnis melalui integrasi teknologi informasi.



## Rumusan Masalah

Pertanyaan penelitian

- 1 Bagaimana proses bisnis yang sedang berjalan di SATRIAMART saat ini?
- 2 Apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi SATRIAMART?
- 3 Apa saja kendala dan hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan proses bisnis?
- 4 Bagaimana solusi yang dapat diimplementasikan untuk mengatasi kendala dan mengoptimalkan proses bisnis?



# Tujuan Penelitian

Target yang ingin dicapai

## ★ TUJUAN UMUM

Menganalisis proses bisnis yang berjalan di SATRIAMART dan merumuskan strategi optimalisasi melalui analisis SWOT untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing perusahaan.

## ☒ TUJUAN KHUSUS

1 Memetakan dan mendokumentasikan proses bisnis yang sedang berjalan

2 Melakukan analisis SWOT terhadap SATRIAMART

3 Mengidentifikasi kendala dan hambatan dalam proses bisnis

4 Merumuskan solusi dan rekomendasi strategis

5 Memberikan roadmap implementasi untuk perbaikan proses bisnis



# Manfaat Penelitian

Kontribusi untuk berbagai pihak



## Manfaat Akademis

- ✓ Pengembangan ilmu pengetahuan
- ✓ Referensi penelitian selanjutnya
- ✓ Aplikasi teori dalam praktik



## Bagi SATRIAMART

- ✓ Blueprint optimalisasi proses bisnis
- ✓ Rekomendasi strategis implementatif
- ✓ Roadmap transformasi digital



## Bagi Industri

- ✓ Benchmark dan best practice
- ✓ Insight tantangan dan solusi
- ✓ Inspirasi transformasi digital



## Bagi Mahasiswa

- ✓ Pemahaman penerapan konsep
- ✓ Kemampuan analisis & problem-solving
- ✓ Pengalaman praktis analisis bisnis



# Metode Penelitian

Pendekatan pengumpulan data



## Observasi Langsung

Pengamatan proses bisnis yang berjalan di  
SATRIAMART



## Wawancara

Diskusi dengan tim manajemen dan operasional



## Studi Dokumentasi

Analisis dokumen dan data operasional perusahaan



### Pendekatan Triangulasi

Kombinasi ketiga metode untuk memastikan validitas dan reliabilitas data yang dikumpulkan dalam penelitian ini.



# Proses Bisnis Berjalan

Alur kerja saat ini

1

## 👤 Manajemen Pelanggan

WhatsApp, Email, Media Sosial

4-8 jam

2

## 💻 Penjualan & Quotation

Pembuatan penawaran manual (Excel)

1-3 hari

3

## ⌚ Desain & Approval

Adobe Illustrator, CorelDRAW

1-2 revisi

4

## ⚙️ Produksi & Quality Control

CNC, Laser Cutting, Finishing

5-7 hari

5

## ✉️ Pengiriman & After-Sales

Pengiriman lokal & kurir

6-12 bulan garansi

# Analisis SWOT

Pemetaan strategis SATRIAMART



## Strengths

- ✓ Kualitas produk premium
- ✓ Kemampuan kustomisasi tinggi
- ✓ Hubungan pelanggan kuat (40%)
- ✓ Kelincahan organisasi



## Weaknesses

- ✗ Infrastruktur teknologi terbatas
- ✗ Manajemen data lemah
- ✗ Standarisasi tidak konsisten
- ✗ Visibilitas pasar terbatas



## Opportunities

- ↑ Pertumbuhan pasar 25-30%/tahun
- ↑ Tren transformasi digital
- ↑ Ekspansi segmen korporat (B2B)
- ↑ Adopsi Industri 4.0



## Threats

- ▲ Peningkatan kompetisi
- ▲ Disrupsi teknologi
- ▲ Ketidakpastian ekonomi
- ▲ Risiko rantai pasokan



# Strengths (Kekuatan)

Faktor internal positif SATRIAMART



## Kualitas Produk Premium

- ✓ Material akrilik premium dengan seleksi ketat dari pemasok terpercaya
- ✓ Tim produksi berpengalaman dengan perhatian detail tinggi
- ✓ Tingkat cacat rendah: 3,2% (rata-rata industri 5-7%)



## Kemampuan Kustomisasi Tinggi

- ✓ Fleksibilitas desain tanpa batasan kreativitas
- ✓ Proses manufaktur adaptif untuk kebutuhan unik
- ✓ Kolaborasi intensif dengan pelanggan dalam proses desain



## Hubungan Pelanggan Kuat

- ✓ Tingkat pelanggan berulang tinggi: ~40%
- ✓ Rujukan dari mulut ke mulut yang kuat
- ✓ Layanan personal dengan komunikasi langsung



## Kelincahan Organisasi

- ✓ Pengambilan keputusan cepat dengan hierarki datar
- ✓ Adaptasi cepat terhadap tren dan kebutuhan pasar
- ✓ Struktur biaya kompetitif dan efisien



# Weaknesses (Kelemahan)

Faktor internal yang perlu diperbaiki



## Infrastruktur Teknologi Terbatas

- ✗ Mayoritas proses masih manual dan rentan kesalahan
- ✗ Data tersebar di berbagai platform (Excel, WhatsApp, Drive)
- ✗ Tidak ada sistem terintegrasi untuk berbagi informasi



## Manajemen Data Lemah

- ✗ Data pelanggan dan produksi tidak terpusat
- ✗ Tidak ada alat intelijen bisnis untuk analisis
- ✗ Risiko kehilangan data tinggi tanpa backup sistematis



## Standarisasi Tidak Konsisten

- ✗ Tidak ada SOP terdokumentasi untuk proses bisnis
- ✗ Variasi eksekusi proses antar individu
- ✗ Tidak ada pelacakan KPI sistematis



## Visibilitas Pasar Terbatas

- ✗ Pengenalan merek terbatas di luar basis pelanggan
- ✗ Tidak ada strategi pemasaran sistematis
- ✗ Kehadiran digital dan e-commerce yang minimal



# Opportunities (Peluang)

Faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan



## Pertumbuhan Pasar Desain Interior

- ↑ Ukuran pasar tumbuh 25-30% per tahun
- ↑ Kelas menengah berkembang dengan daya beli meningkat
- ↑ Ekspansi properti komersial dan pembangunan infrastruktur



## Tren Transformasi Digital

- ↑ Pertumbuhan e-commerce dan adopsi pembayaran digital
- ↑ Solusi berbasis cloud terjangkau untuk UKM
- ↑ Efektivitas pemasaran digital dan media sosial



## Ekspansi Segmen Korporat (B2B)

- ↑ Fokus meningkat pada estetika tempat kerja pasca-pandemi
- ↑ Kemitraan dengan desainer interior dan pengembang properti
- ↑ Kontrak bernilai lebih tinggi dengan pendapatan dapat diprediksi



## Adopsi Industri 4.0

- ↑ Teknologi CNC dan otomasi lebih terjangkau untuk UKM
- ↑ IoT untuk pemantauan produksi dan pemeliharaan prediktif
- ↑ Peningkatan produktivitas dan konsistensi kualitas signifikan



# Threats (Ancaman)

Faktor eksternal yang perlu diantisipasi



## Peningkatan Kompetisi

- ▲ Hambatan masuk rendah memudahkan pendatang baru
- ▲ Pesaing online dengan overhead lebih rendah
- ▲ Tekanan harga dan risiko erosi margin



## Disrupsi Teknologi

- ▲ Pencetakan 3D dan material canggih bersaing dengan akrilik
- ▲ Platform e-commerce mengubah ekspektasi pelanggan
- ▲ Kesenjangan teknologi berisiko merugikan kompetitif



## Ketidakpastian Ekonomi

- ▲ Perlambatan ekonomi mempengaruhi sektor konstruksi
- ▲ Inflasi dan fluktuasi mata uang berdampak pada biaya
- ▲ Volatilitas pasar dan pola permintaan tidak dapat diprediksi



## Risiko Rantai Pasokan

- ▲ Ketergantungan pada basis pemasok terbatas
- ▲ Peningkatan biaya transportasi dan tantangan logistik
- ▲ Gangguan dari bencana alam dan dampak pandemi

# Matriks Strategi SWOT

Strategi berdasarkan analisis SWOT



## Strategi SO

Manfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang

- ✓ **Posisi Premium Digital:** Kualitas + Transformasi Digital
- ✓ **Ekspansi Korporat:** Kustomisasi + Segmen B2B
- ✓ **Skala Teknologi:** Keahlian + Industri 4.0



## Strategi ST

Gunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman

- ✓ **Diferensiasi Kompetitif:** Fokus segmen premium
- ✓ **Program Loyalitas:** Pertahankan pelanggan
- ✓ **Kepemimpinan Inovasi:** R&D produk baru



## Strategi WO

Atasi kelemahan dengan manfaatkan peluang

- ✓ **Infrastruktur Digital:** Sistem terintegrasi cloud
- ✓ **Standardisasi Proses:** SOP + Otomasi
- ✓ **Pembangunan Merek:** Pemasaran digital



## Strategi WT

Minimalkan kelemahan dan hindari ancaman

- ✓ **Mitigasi Risiko:** Diversifikasi pemasok
- ✓ **Kejar Teknologi:** Modernisasi TI dipercepat
- ✓ **Kemitraan Strategis:** Pertahanan pasar



### Prioritas Implementasi

Fokus utama: **Strategi WO** untuk mengatasi kelemahan teknologi dengan memanfaatkan peluang transformasi digital, diikuti dengan **Strategi SO** untuk ekspansi pasar korporat.



# Kendala yang Dihadapi

Hambatan dalam proses bisnis

1

## ⌚ Kendala Operasional

Waktu Respons

Lambat: 4-8 jam

Proses Quotation

Lama: 1-3 hari

Koordinasi

Tidak optimal

2

## ☒ Kendala Teknologi

Data Tersebar

Excel, WhatsApp, Drive

Tracking

Tidak real-time

Inventaris

Manual & rentan error

3

## ↗ Kendala Manajemen

SOP

Belum terdokumentasi

Visibilitas

Kinerja terbatas

Skalabilitas

Sulit berkembang



# Solusi yang Diusulkan

Roadmap transformasi digital



## Jangka Pendek

0-6 bulan

CRM Sederhana  
Manajemen pelanggan

Template & SOP  
Standardisasi proses

WhatsApp Business  
Optimalisasi komunikasi



## Jangka Menengah

6-18 bulan

Sistem ERP  
Integrasi proses bisnis

E-Commerce  
Platform penjualan online

Tracking Real-time  
Monitoring produksi



## Jangka Panjang

18-36 bulan

Industri 4.0  
Otomasi produksi

IoT Integration  
Smart manufacturing

Ekspansi Digital  
Pasar korporat & regional



# Kesimpulan & Saran

Rangkuman dan rekomendasi



## Kesimpulan

SATRIAMART memiliki **fondasi bisnis yang kuat** dengan kualitas produk premium dan hubungan pelanggan yang baik, namun menghadapi tantangan dalam efisiensi operasional akibat keterbatasan infrastruktur teknologi.

**Peluang pertumbuhan pasar yang besar** (25-30% per tahun) dapat dimanfaatkan melalui transformasi digital dan optimalisasi proses bisnis yang sistematis.



## Saran

1 Prioritaskan implementasi sistem CRM dan standardisasi SOP

2 Lakukan transformasi digital bertahap sesuai roadmap

3 Investasi pada pelatihan SDM untuk adopsi teknologi

4 Fokus pada ekspansi segmen korporat (B2B)



# Terima Kasih



## Pertanyaan & Diskusi



Silakan ajukan pertanyaan



Universitas Nusa Mandiri  
FTI - Sistem Informasi



Dosen Pengampu  
EDHI PRAYITNO, M.KOM



Desember 2025  
Semester 7