

Analisis Kelayakan Bisnis UMKM Jasa Konten Kreator Selaras Studio dengan Metode SWOT

Yohanes Okta Dwi Prastyo^{1*}

Antonius Ian Sheva²

Agrienta Bellanov³

¹²³Fakultas Teknik, Program Studi Teknik Industri, Universitas Katolik Darma Cendika

*Email: yohanes.prastyo@ukdc.ac.id

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan ekonomi digital menjadikan pemasaran konten sebagai faktor krusial bagi keberhasilan UMKM, namun keterbatasan literasi digital dan biaya produksi seringkali menjadi penghambat. Selaras Studio hadir sebagai penyedia jasa konten kreatif untuk mendukung digitalisasi UMKM tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis Selaras Studio menggunakan kerangka kerja SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, yang kemudian diolah menggunakan matriks IFAS dan EFAS. Hasil penelitian menunjukkan total skor IFAS sebesar 3,7 dan skor EFAS sebesar 3,5. Berdasarkan diagram kartesius, posisi bisnis berada pada Kuadran I (Agresif) dengan titik koordinat (0,3; 0,6). Hasil ini selaras dengan penelitian terdahulu pada sektor UMKM lainnya yang menunjukkan bahwa kekuatan internal perusahaan mampu merespon peluang pasar secara optimal. Strategi yang direkomendasikan adalah strategi pertumbuhan melalui ekspansi pasar, personalisasi konten, dan edukasi literasi digital bagi klien untuk mempertahankan keberlanjutan bisnis.

Kata Kunci: Analisis kelayakan, UMKM, SWOT, Industri kreatif, Strategi agresif.

ABSTRACT

The rapid development of the digital economy has made content marketing a crucial factor for MSME success, yet limited digital literacy and production costs often act as barriers. Selaras Studio provides creative content services to support MSME digitalization. This study aims to analyze the business feasibility of Selaras Studio using the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) framework. The research method employed is descriptive quantitative, with data collected through in-depth interviews and processed using IFAS and EFAS matrices. The results show a total IFAS score of 3.7 and an EFAS score of 3.5. Based on the Cartesian diagram, the business position is in Quadrant I (Aggressive) with coordinate points (0.3; 0.6). These findings are consistent with previous studies in other MSME sectors, indicating that the company's internal strengths can optimally respond to market opportunities. The recommended strategy is a growth strategy through market expansion, content personalization, and digital literacy education for clients to maintain business sustainability.

Keywords: Feasibility analysis, MSMEs, SWOT, Creative Industry, Aggressive Strategy.

1. Pendahuluan

Di tengah pesatnya perkembangan ekonomi digital saat ini, kehadiran jaringan pemasaran berbasis *online* telah semakin strategis dan menarik. Hal tersebut tentunya telah menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan bagi setiap pelaku bisnis usaha untuk terus semakin mengembangkan usahanya, terlebih lagi bagi sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Disatu sisi, dengan adanya kesadaran bahwa pentingnya jaringan pemasaran berbasis *online* bagi setiap pelaku usaha, tidak jarang jika banyak pelaku UMKM dihadapkan dengan adanya kendala seperti, mahalnya biaya produksi

konten, keterbatasan literasi digital, kurangnya pemahaman strategi branding, dan konsistensi dalam melakukan pengelolaannya (Wardan, 2025). Sehingga, keterbatasan inilah yang sering kali menjadi faktor penghambat dari potensi pertumbuhan UMKM di pasar digital yang semakin kompetitif saat ini.

Sebagai langkah dalam merespon kebutuhan UMKM maupun arah minat tren konsumen, Selaras studio hadir sebagai solusi. Selaras studio merupakan sebuah jasa tim kreatif yang berfokus dalam menyediakan kebutuhan pembuatan konten profesional seperti, *digital marketing* dan dokumenter momen dalam sebuah *event*. Dilandasi oleh pertumbuhan pasar digital yang semakin kompetitif dan keterbatasan UMKM dalam membangun citra *branding*, Selaras studio berkomitmen untuk dapat memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan dan pemberdayaan ekonomi lokal.

Selain itu, rendahnya kesadaran pelaku usaha akan kebutuhan *digital marketing* saat ini tentunya menjadi tantangan bagi para pelaku industri kreatif. Guna menghadapi hal tersebut, Selaras studio memiliki strategi tersendiri dengan mengedepankan inovasi tren dan kualitas produksi tinggi, namun tetap menawarkan harga yang kompetitif bagi para pelaku usaha. Nilai jual yang cukup kompetitif inilah yang menjadi keunggulan Selaras studio jika dibandingkan dengan kompetitor studio lain. Hal tersebut jugalah yang tentunya menjadi landasan utama penulis dalam melakukan analisis mendalam, mengenai layak atau tidaknya bisnis usaha Selaras studio agar dapat bersaing dan tumbuh di tengah industri kreatif saat ini. Menurut Khaeru et al. (2025), studi kelayakan usaha merupakan sebuah tahapan analisis dalam menilai potensi usaha yang sedang dijalankan, sehingga dapat dikatakan layak atau tidaknya bisnis tersebut secara finansial maupun non finansialnya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisa SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) sebagai kerangka kerja utama.

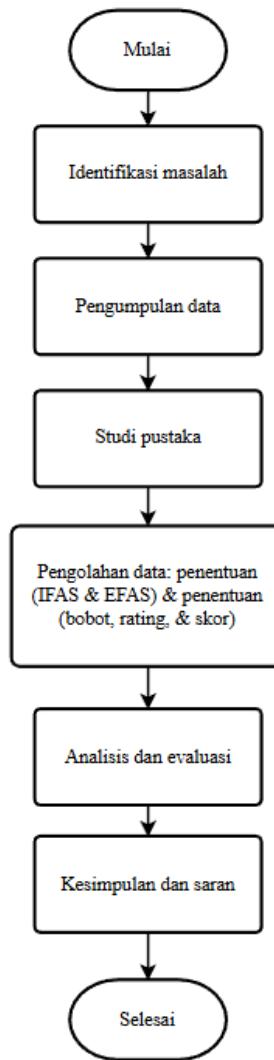
Menurut Haydar & Indarwati (2024) metode SWOT merupakan sebuah metode yang dilakukan dengan menilai suatu usaha berdasarkan faktor kondisi internalnya seperti kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), serta kondisi eksternal yang mencangkup peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*). Dengan melakukan pengimplementasian metode SWOT pada suatu bisnis usaha, tentunya dapat menjadi sebuah dasar perbaikan dalam menentukan arah strategi dan pengambilan keputusan yang tepat bagi pelaku usaha dalam mengembangkan bisnisnya (Sugengriadi and Prabowo, 2024). Pernyataan tersebut juga sesuai dengan pernyataan yang diberikan oleh Alfera and Arif (2024) pada jurnalnya, bahwa matriks SWOT menggambarkan sebuah strategi alternatif pengembangan yang didasarkan pada penggabungan faktor internal dan eksternalnya.

Namun, adapun menurut Ramadhan et al. (2025) menyatakan bahwa metode SWOT memiliki keterbatasan yang sangat mencolok seperti, kurangnya prioritas faktor, subjektif terhadap pemilihan faktor, kecenderungan oversimplifikasi dan berhenti pada daftar tanpa tindakan strategis yang konkret. Oleh karena itu, dengan melakukan analisis kelayakan usaha pada Selaras studio dengan mengimplementasikan metode SWOT, hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memvalidasi secara teoritis tetapi juga dapat memberikan strategi aplikatif dalam menghadapi persaingan industri kreatif saat ini.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode analisis berbasis SWOT sebagai kerangka kerja utama dalam membuktikan kelayakan usaha Selaras studio. Analisis ini dilakukan dengan mengevaluasi secara sistematis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberlangsungan usaha Selaras Studio. Pengumpulan data penelitian ini diperoleh penulis berdasarkan hasil wawancara secara

langsung kepada salah satu kru anggota dari Selaras Studio. Selanjutnya data primer ini kemudian diolah kedalam matriks IFAS (*internal factor analysis summary*) dan EFAS (*external factor analysis summary*). Sehingga tahapan analisis SWOT pada penelitian ini akan digambarkan pada gambar berikut.



Gambar 1. Diagram alur penelitian

Proses penelitian ini diawali dengan tahap pengidentifikasi masalah dan pengumpulan data. Pada tahap pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara kepada kru Selaras Studio. Informasi yang digali mencangkup aspek internal seperti, sistem operasional, keunggulan hasil, dan kualitas layanan. Serta tidak lupa juga dalam aspek eksternal seperti, tren pasar digital dan kondisi kompetitor.

Masuk pada tahap pengolahan data, data kualitatif tersebut diolah menjadi sebuah variabel kuantitatif dengan menggunakan matriks IFAS dan EFAS. Dalam penggunaan matriks IFAS dan EFAS perlu dilakukan penentuan bobot, rating dan nilai skor. Penentuan bobot didapat dengan membandingkan tingkat kepentingan antar variabel 1 dengan variabel lainnya, sehingga total nilai keseluruhan variabel bobot yaitu 1.00. Sedangkan jika dalam pemberian rating, dilakukan menggunakan skala 1 (dibawah rata-rata) sampai 4 (sangat baik). Dan untuk

menentukan nilai skor, diperoleh dari perkalian bobot dan rating dari masing masing variabel, yang kemudian dipetakan ke dalam sebuah diagram kartesius untuk menentukan posisi strategis bisnis tersebut.

3. Hasil Dan Pembahasan

Berisi hasil-hasil temuan penelitian dan pembahasannya secara ilmiah. Tuliskan temuan-temuan ilmiah (*scientific finding*) yang diperoleh dari hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan tetapi harus ditunjang oleh data-data yang memadai. Temuan ilmiah yang dimaksud di sini adalah bukan data-data hasil penelitian yang diperoleh. Temuan-temuan ilmiah tersebut harus dijelaskan secara saintifik meliputi: Apakah temuan ilmiah yang diperoleh? Mengapa hal itu bisa terjadi? Mengapa *trend* variabel seperti itu? Semua pertanyaan tersebut harus dijelaskan secara saintifik, tidak hanya deskriptif, bila perlu ditunjang oleh fenomena-fenomena dasar ilmiah yang memadai. Selain itu, harus dijelaskan juga perbandingannya dengan hasil-hasil para peneliti lain yang hampir sama topiknya. Hasil-hasil penelitian dan temuan harus bisa menjawab hipotesis penelitian di bagian pendahuluan.

Pada bagian ini penulis akan menjabarkan terkait analisis data yang telah didapat. Dalam melakukan tahap analisis awal, penulis melakukan pengelompokan faktor-faktor atau variabel yang mempengaruhi kelayakan usaha selaras studio, baik secara internal maupun eksternalnya. Sehingga pengelompokan akan dijabarkan sebagai berikut:

Berikut merupakan faktor yang mempengaruhi kelayakan usaha selaras studio secara internal;

- Kekuatan (*Strength*):
 1. Harga yang ekonomis/terjangkau untuk seluruh kalangan
 2. Kualitas hasil bersaing
 3. Fleksibilitas dan personalitas
- Kelemahan (*Weaknesses*):
 1. Keterbatasan sumberdaya/kru yang terbatas
 2. Masih belum terlalu dikenal luas
 3. Kondisi keuangan masih belum stabil

Berikut merupakan faktor yang mempengaruhi kelayakan usaha selaras studio secara eksternal;

- Peluang (*Opportunity*):
 1. Pertumbuhan digitalisasi umkm
 2. Dukungan stakeholder/umkm
 3. Kurangnya opsi studio yang fokus terhadap umkm
- Ancaman (*Threats*):
 1. Persaingan harga *freelancer*/studio kecil
 2. Kurangnya pemahaman umkm terhadap digital marketing
 3. Algoritma platform yang berubah ubah

Berdasarkan penjabaran faktor-faktor internal dan eksternal diatas, maka seluruh variabel yang mempengaruhi kelayakan bisnis usaha selaras studio dapat diringkas ke dalam tabel identifikasi SWOT berikut:

Tabel 1. Identifikasi SWOT

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
1. Harga yang ekonomis/terjangkau untuk seluruh kalangan	1. Keterbatasan sumber daya/kru yang terbatas

2. Kualitas hasil bersaing	2. Masih belum terlalu dikenal luas
3. Fleksibilitas dan personalitas	3. kondisi keuangan masih belum stabil

Opportunities

1. Pertumbuhan digitalisasi UMKM

2. Dukungan *stakeholder*/UMKM

3. Kurangnya opsi studio yang fokus terhadap UMKM

Threats

1. Persaingan Harga *freelancer/studio* kecil

2. Kurangnya pemahaman UMKM terhadap *digital marketing*

3. algoritma platform yang sering berubah ubah

Setelah melakukan identifikasi terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kelayakan usaha selaras studio baik secara internal maupun eksternal, tahap selanjutnya yaitu dilakukan analisis kuantitatif dengan memberikan nilai bobot dan rating pada tiap faktor melalui matriks IFAS dan EFAS. Menurut Utsalina and Primandari (2020), dalam pengimplementasian metode SWOT, penentuan nilai bobot dihitung dari 0.0 (tidak penting) sampai 1.0 (sangat penting). Saat didapatkan nilai bobot, jumlah nilai bobot antara variabel kekuatan dan variabel kelemahan yaitu wajib 1.00. Pada langkah selanjutnya dalam menentukan nilai rating, yaitu dimulai dari skala 1 hingga 4 yang lebih jelasnya sebagai berikut; 1 (dibawah rata-rata), 2 (rata-rata), 3 (diatas rata-rata), dan 4 (sangat baik). Sehingga hasil pembobotan dan rating internal dan eksternal selaras studio akan ditampilkan pada tabel sebagai berikut.

Tabel 2. Pembobotan & nilai rating IFAS kelayakan usaha selaras studio

	Faktor	Bobot	Rating	Skor	Total Bobot	Skor Faktor
Strength	1. Harga yang ekonomis dan terjangkau untuk seluruh kalangan	0,15	4	0,6	0,5	2
	2. Kualitas hasil bersaing	0,25	4	1		
	3. Fleksibilitas dan personalitas	0,10	4	0,4		
Weakness	1. Keterbatasan sumber daya/	0,20	4	0,8	0,5	1,7
	2. Masih belum terlalu dikenal luas	0,15	3	0,45		
	3. Kondisi keuangan masih belum stabil	0,15	3	0,45		
Total		1		3,7		

Berdasarkan pada Tabel 2 pengolahan data IFAS (*internal factor analysis summary*), diperoleh total hasil pembobotan tiap faktor internal diantaranya yaitu *strength* sebesar 0.5 dan *weaknesses* sebesar 0.5. Hal tersebut tentunya menunjukkan bahwa bobot antara kekuatan dan kelemahan pada usaha selaras studio seimbang. Selanjutnya, diperoleh juga nilai total skor *strength* yaitu 2 dan total skor *weaknesses* yaitu sebanyak 1.7. ini menunjukkan bahwa kelayakan usaha selaras studio berada pada posisi internal yang cukup solid.

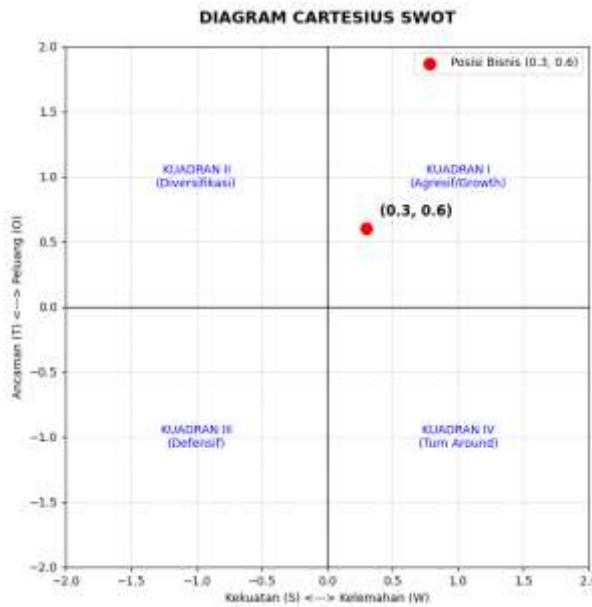
Dan setelah dilakukan pemetaan faktor bobot dan rating skor pada kondisi internal, langkah selanjutnya yaitu melakukan analisis yang sama namun pada faktor eksternalnya. Untuk penyajian tabel data EFAS akan dijabarkan sebagai berikut.

Tabel 3. Pembobotan & nilai rating EFAS kelayakan usaha selaras studio

	Faktor	Bobot	Rating	Skor	Total Bobot	Skor Faktor
Opportunities	1. Pertumbuhan digitalisasi UMKM	0,25	4	1		
	2. Dukungan stakeholder/UMKM	0,15	3	0,45	0,55	
	3. Kurangnya opsi studio uang fokus terhadap UMKM	0,15	4	0,6		2,05
Threats	1. Persaingan harga freelancer/ studio kecil	0,20	4	0,8		
	2. Kurangnya permahaman UMKM terhadap digital marketing	0,15	3	0,45	0,45	
	3. Algoritma platform yang sering berubah ubah	0,10	2	0,20		1,45
Total		1		3,5		

Selanjutnya pada Tabel 3 pengolahan data EFAS (*external factor analysis summary*), menunjukkan bahwa total bobot pada peluang (*opportunity*) yaitu sebesar 0,55 dan pada faktor ancaman (*threats*) yaitu sebesar 0,45. Hal ini mengindikasikan bahwa peluang eksternal yang ada memiliki pengaruh dan kepentingan yang lebih besar bagi keberlangsungan usaha selaras studio jika dibandingkan dengan ancaman yang ada. Adapun untuk bagian perolehan total skor, pada faktor peluang (*opportunity*) meraih nilai sebesar yaitu 2,05 dan total skor ancaman (*threats*) yaitu 1,45. Dalam hal ini, tentunya menunjukkan bahwa selaras studio memiliki kemampuan yang sangat baik dalam merespon dan memanfaatkan peluang faktor eksternal yang ada.

Pada tahap selanjutnya, setelah dilakukan pembobotan dan pemberian nilai rating pada tiap faktor internal (IFAS) dan eksternal (EFAS), penulis menguji kelayakan usaha selaras studio dengan membuat diagram cartesius. Untuk pembuatan diagram cartesius ini penulis buat dengan menggunakan bantuan website, yaitu *google colab* yang akan ditampilkan sebagai berikut.



Gambar 2. Diagram Cartesius SWOT

Berdasarkan gambar diagram cartesius, menunjukkan bahwa posisi kelayakan usaha Selaras studio berada pada kuadran 1 (*agresif*). Hal tersebut tentunya dipengaruhi oleh nilai positif sumbu x yaitu *strength* dan *weakness* berada pada titik koordinat 0.3, dan sumbu y yaitu *opportunities* dan *Threats* berada pada titik koordinat 0.6. Sehingga, ini menunjukkan bahwa kekuatan internal selaras studio mampu untuk meminimalisir kelemahannya. Sedangkan untuk peluang eksternal dari selaras studio menjadi lebih dominan jika dibandingkan dengan ancaman yang ada.

Selanjutnya, Guna mempertahankan capaian pada bisnis usaha selaras studio, pada langkah berikutnya dilakukan penyusunan strategi pada matriks SWOT. Sehingga menghasilkan beberapa alternatif strategi yang akan dijabarkan pada tabel berikut.

Tabel 3. Matriks alternatif strategi SWOT

SO	WO
Memanfaatkan harga ekonomis dan kualitas tinggi untuk melakukan penetrasi pasar besar-besaran pada sektor UMKM yang mulai go-digital.	Meningkatkan <i>brand awareness</i> melalui kolaborasi dengan komunitas UMKM untuk menutupi kekurangan publikasi perusahaan.
ST	WT
Menggunakan fleksibilitas layanan untuk membangun kerjasama jangka panjang dengan para <i>stakeholder</i> .	Mencari investor atau kemitraan strategis untuk menstabilkan kondisi keuangan guna menangkap peluang pasar yang ada.
Menonjolkan keunggulan kualitas dan personalitas layanan sebagai nilai tambah yang tidak dimiliki oleh kompetitor harga murah lainnya.	Melakukan efisiensi biaya operasional agar tetap kompetitif terhadap harga pasar tanpa mengorbankan kualitas.
Memberikan edukasi/konsultasi gratis sebagai bagian dari layanan untuk membedakan diri dari studio lain.	Melakukan pelatihan internal atau rekrutmen kru tambahan secara berkala untuk menghadapi perubahan algoritma platform.

Setelah memperoleh hasil analisis strategi alternatif berdaarkan kombinasi antara variabel-variabel internal dan eksternal, penulis juga perlu mengaitkan hasil analisis ini dengan

jurnal-jurnal terdahulu. Berdasarkan pada jurnal Sugengriadi et al. (2024) mengenai depot air minum aquadam, menyatakan bahwa posisi bisnis yang berada pada kuadran 1 (agresif) dengan koordinat (0,35; 0,18) menunjukkan bahwa kekuatan internal perusahaan mampu menangkap peluang secara optimal. Hal ini juga selaras dengan temuan Wardana et al. (2019) pada analisa rumah makan ayam jingkrak yang juga menempatkan usaha tersebut pada posisi kuadran 1. Dalam jurnalnya menyatakan bahwa strategi ekspansi dan pengembangan pasar menjadi prioritas utama untuk meningkatkan omzet dan keberlanjutan sebuah bisnis.

Hasil pengaitan jurnal terdahulu dengan hasil penelitian ini tentunya sangat sesuai, di mana Selaras Studio berada pada koordinat (0,3; 0,6). Temuan ini tentunya memperkuat teori bahwa UMKM dibidang jasa kreatif memiliki potensi pertumbuhan yang serupa dengan sektor kuliner ataupun manufaktur. Walaupun adanya perbedaan yang cukup signifikan pada strategi maupun karakteristik industri, posisi ini memungkinkan bagi suatu usaha untuk tumbuh secara agresif melalui hubungan kekuatan dan peluang eksternal yang ada. Maka penelitian ini telah sampailah pada pembahasan kesimpulan dan saran.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis kelayakan usaha Selaras Studio, dapat disimpulkan bahwa Selaras Studio memiliki potensi yang sangat besar untuk dapat berkembang di industri kreatif ini. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil pengolahan matriks IFAS menunjukkan total skor sebesar 3,7, sedangkan pada matriks EFAS menghasilkan skor 3,5. Dalam hal ini, posisi Selaras Studio dalam diagram cartesius menunjukkan berada pada kuadran 1 (agresif) dengan koordinat (0,3; 0,6). Posisi ini menandakan bahwa selaras studio berada dalam kondisi yang menguntungkan karena memiliki kekuatan internal yang solid untuk memanfaatkan peluang eksternal secara maksimal.

5. Daftar Pustaka

Alfera, M. and Arif, M. (2024) "Implementasi Strategi Pemasaran dengan Metode SWOT dan *Quantitative Strategy Planning Matrix* (Studi Kasus: UMKM Bagelen Laksmana Dumai) Implementasi Strategi Pemasaran dengan Metode SWOT dan *Quantitative Strategy Planning Matrix* (Studi Kasus: Bagelen Laksmana Dumai)," 19(1).

Haydar Farras, D. and Indarwati, T.A. (2024) *Analisis SWOT untuk Mengetahui Kelayakan Bisnis ditinjau dari Aspek Pemasaran pada Wisata Petik Jambu (Studi Kasus BUMDes Kebaron di Sidoarjo)*.

Khaeru Fathurrohman, M., Hadi, A. and Faisal Aziz, M. (2025) "Studi Kelayakan Usaha Dan Analisis Swot Sebagai Upaya Dalam Mengembangkan Umkm Tempe Ucup Di Kota Serang," 5(2).

Ramadhani, N. et al. (2025) "Mengatasi Keterbatasan SWOT Permukaan melalui Model SWOT-Iceberg: Pendekatan Analisis Struktur Tersembunyi untuk Formulasi Strategi Organisasi yang Berkelanjutan," *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(3). Available at: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17432427>.

Sugengriadi, R.M., Arfan, M.M. and Prabowo, R.A. (2024) *Analisis Kelayakan Bisnis Umkm Depot Air Minum "Aquadam" dengan Metode SWOT, Payback Period, NPV dan IRR Ditinjau Dari Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan Usaha*.

Utsalina, D.S. and Primandari, L.A. (2020) "Analisis Swot Dalam Penentuan Bobot Kriteria Pada Pemilihan Strategi Pemasaran Menggunakan *Analytic Network Process*

,” *Antivirus: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika*, 14(1), pp. 51–60. Available at: <https://doi.org/10.35457/antivirus.v14i1.889>.

Wardan (2025) “Persepsi Pelaku UMKM Terhadap Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran,” *JURNAL ECONOMICA*, 4, pp. 9–17. Available at: <https://doi.org/10.55681/economina.v473.1523>.