

Perumusan Strategi Bisnis pada PT SimpleFi Teknologi Indonesia (AwanTunai) dalam Menghadapi Persaingan Bisnis P2P Lending dengan Menggunakan Metode Analisis SWOT

Zefania Mikha Manurung¹, Sonja Andarini²

^{1,2} Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN
"Veteran" Jawa Timur

zefaniamikha@gmail.com¹, sonja_andarini.adbis@upnjatim.ac.id²

ABSTRACT

Financial technology or Fintech is one of the effects of technological advances in the financial sector, and one of them is P2P Lending. P2P lending is a joint funding fintech that provides financial services to bring together lenders and borrowers online. One of the companies that is operating in this business is AwanTunai. The P2P lending business has recently grown rapidly because it is in great demand by the public to get funding needs easily and instantly. Therefore, the purpose of this study is to formulate appropriate business strategy recommendations for AwanTunai in dealing with P2P lending business competition using the SWOT analysis method. The results obtained from this research indicate that the Strength-Opportunities (SO) strategy is the dominant SWOT strategy for AwanTunai, and the recommended strategy is to maintain low administrative costs at AwanTempo to continue being the preferred choice for customers amidst the increasing interest in online lending in Indonesian society.

Keywords: *Fintech, P2P Lending, AwanTunai, SWOT, Strategy*

ABSTRAK

Financial technology atau Fintech merupakan salah satu dampak dari kemajuan teknologi di sektor keuangan, dan salah satunya berjenis P2P Lending. P2P lending merupakan fintech pendanaan bersama yang memberikan layanan jasa keuangan untuk mempertemukan pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman secara online. Adapun salah satu perusahaan yang bergerak pada bisnis ini adalah AwanTunai. Bisnis P2P lending akhir-akhir ini berkembang pesat karena sangat diminati oleh masyarakat untuk mendapatkan kebutuhan pendanaan secara mudah dan instan. Maka dari itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan rekomendasi strategi bisnis yang tepat bagi AwanTunai dalam menghadapi persaingan bisnis P2P lending dengan menggunakan metode analisis SWOT. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa strategi strength-opportunities (SO) menjadi strategi SWOT dengan score terbesar untuk AwanTunai, dan strategi yang dapat diterapkan yaitu dengan mempertahankan biaya admin yang rendah pada AwanTempo agar bisa terus menjadi pilihan pelanggan di tengah-tengah tingginya minat online lending pada masyarakat Indonesia.

Kata Kunci: *Fintech, P2P Lending, AwanTunai, SWOT, Strategi*

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, kemajuan teknologi, terutama internet, telah membawa perubahan signifikan di berbagai sektor kehidupan manusia. Berdasarkan hasil laporan We Are Social disebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia telah mencapai 213 juta orang pada Januari 2023, atau artinya mencapai sama dengan 77% dari total populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 276,4 juta orang per awal tahun ini (Databoks, 2023).

Kemajuan teknologi telah memicu berbagai inovasi, terutama di sektor keuangan, salah satunya yaitu dengan munculnya *Financial Technology (Fintech)*. *Financial Technology* atau yang biasa disingkat sebagai *Fintech* merupakan produk atau layanan yang dihasilkan dari penggabungan teknologi dan sistem finansial yang diinovasikan demi menciptakan solusi pada layanan keuangan secara lebih efisien, praktis, dan lebih mudah dijangkau oleh banyak konsumen karena aktivitas yang dilakukan adalah berbasis *online*.

Inovasi *fintech* sering kali bertujuan untuk memberikan solusi keuangan atau pendanaan secara lebih cepat, murah, dan mudah diakses dibandingkan dengan metode tradisional. *Fintech* mencakup berbagai jenis teknologi solusi keuangan, salah satunya yaitu layanan pinjaman daring (*peer-to-peer lending*).

Konsep dari *P2P lending* ialah mempertemukan antara *lender* dengan *borrower* secara *online*. Bisnis *P2P lending* ini umumnya tersedia melalui situs web atau dalam bentuk aplikasi. *P2P lending* mampu memberikan manfaat bagi masyarakat dalam sistem perkreditan, di mana berbeda dengan mekanisme dari sistem pinjaman konvensional, *P2P lending* tidak mensyaratkan keanggotaan terhadap calon *borrower* sehingga lebih cepat dan sederhana untuk prosesnya, dan satu-satunya data pribadi yang diperlukan yaitu *KTP borrower*.

Tingginya minat masyarakat Indonesia terhadap *P2P lending* ini kemudian membuat banyak perusahaan akhirnya terjun pada bisnis ini. Hal ini tak jarang membuat adanya oknum-oknum tak terpuji yang mendirikan bisnis *P2P lending* ilegal. Maka dari itu, sebagai langkah dasar, maka masyarakat bisa melakukan cek legalitas perusahaan *P2P lending* melalui situs resmi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI).

Pada situs resmi Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI), telah terdaftar 89 anggota aktif perusahaan *P2P lending* dan salah satunya adalah AwanTunai. PT SimpleFi Teknologi Indonesia atau yang dikenal dengan nama AwanTunai memiliki visi misi yang berfokus pada tujuan untuk memajukan UMKM-FMCG di Indonesia melalui layanan pinjaman pendanaan usaha bagi para pemilik warung atau kelontong.

Konsistensi AwanTunai dalam segmentasi pasar bisnisnya yaitu terhadap para pemilik usaha warung atau toko kelontong ini menjadi alasan dari dilakukannya penelitian ini dengan tujuan untuk bisa merumuskan strategi bisnis yang tepat bagi AwanTunai dalam menghadapi persaingan bisnis *P2P lending* yang semakin menjamur dengan menggunakan metode analisis SWOT.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini disusun dengan menggunakan Metode Analisis SWOT dan juga Studi Literatur. SWOT sendiri merupakan akronim dari kata: kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Metode analisis SWOT ini digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi kesuksesan perusahaan. Dengan menggunakan metode analisis SWOT ini dapat membantu perusahaan mendapatkan rekomendasi strategi bisnis yang tepat dalam menentukan tindakan yang perlu disiapkan dan dijalankan untuk memperkuat posisi perusahaan dalam menghadapi persaingan di pasar. Dalam Mujito (2023) dijabarkan beberapa langkah yang harus dilakukan dalam menggunakan analisis SWOT untuk perumusan strategi bisnis:

1. Identifikasi faktor internal
2. Identifikasi faktor eksternal
3. Membuat matriks SWOT
4. Menganalisis hasil
5. Merancang strategi

Adapun penentuan variabel dalam analisis SWOT (identifikasi faktor internal dan eksternal) menurut penelitian Utsalina, D, S dan Primandarani, L, A. (2020) adalah sebagai berikut:

- a. Buat daftar faktor SWOT ke dalam bentuk tabel
- b. Tentukan bobot dari setiap faktor mulai dari 0 (tidak penting) sampai dengan 1 (sangat penting)
- c. Tentukan *rating* setiap faktor dari 1 (buruk) sampai dengan 5 (sangat bagus)
- d. Bobot dan *rating* dikalikan
- e. Buat *score* tertimbang per faktor untuk menghasilkan total *score*

Selain penggunaan metode analisis SWOT, penelitian ini juga menggunakan metode studi literatur yang dilakukan dengan membaca, mencatat, dan mengumpulkan data dari buku, jurnal, serta bahan penelitian lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Terhadap Lingkungan Internal (Matriks IFE)

Matriks IFE atau lingkungan internal perusahaan terdiri dari faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan yakni elemen-elemen di dalam perusahaan seperti struktur, budaya, dan sumber daya perusahaan yang menjadi kompetensi utama dalam meraih keunggulan bersaing.

Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)

No.	Faktor-faktor Internal	Bobot	Rating	Score (B X R)
Kekuatan (Strength)				
1	Perusahaan sudah memiliki izin dan terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK)	0,100	5	0,50
2	Perusahaan sudah resmi tergabung dalam Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI)	0,100	5	0,50
3	Perusahaan memiliki aplikasi bernama AwanToko yang telah diunduh lebih dari 500 ribu <i>download</i> di Google Play Store	0,077	3,5	0,27
4	Perusahaan memiliki segmen pasar tertentu dan jelas yaitu para pemilik usaha warung dan toko kelontong	0,090	4,8	0,43
5	Perusahaan menyediakan layanan <i>Customer Service</i> sebagai kontak pengaduan bagi pelanggan	0,083	4,5	0,38
6	Memiliki karyawan-karyawan yang kompeten	0,077	3,7	0,28
7	AwanTempo menawarkan pinjaman dengan biaya admin yang rendah	0,083	4,5	0,38
TOTAL KEKUATAN (STRENGTH)		0,610		2,73

No.	Faktor-faktor Internal	Bobot	Rating	Score (B X R)
Kelemahan (Weakness)				
1	Wilayah operasional perusahaan belum menjangkau seluruh Indonesia	0,077	1,7	0,13
2	Aplikasi AwanToko perusahaan sering mengalami <i>error login</i> pada <i>handphone</i> pengguna	0,090	1	0,09
3	Promosi tidak begitu gencar dilakukan	0,073	1,5	0,11
4	Target pasar berada di range usia 40 tahun ke atas, sehingga sulit paham dengan alur pengajuan AwanTempo	0,067	2	0,13
5	Segmen pasar berada pada sektor bisnis yang memiliki laba usaha yang cukup rendah	0,083	1,8	0,15
TOTAL KELEMAHAN (WEAKNESS)		0,390		0,61
TOTAL MATRIKS IFE		1,00		3,35

Analisis Terhadap Lingkungan Eksternal (Matriks EFE)

Lingkungan eksternal perusahaan terdiri dari peluang dan ancaman yakni elemen-elemen di dalam perusahaan seperti kompetisi pasar, sosial budaya, peraturan yang berlaku, dan lainnya yang membentuk dasar dari peluang dan ancaman yang dihadapi oleh suatu perusahaan dalam lingkungan kompetitifnya.

Matriks External Factor Evaluation (EFE)

No.	Faktor-faktor Eksternal	Bobot	Rating	Score (B X R)
Peluang (Opportunities)				
1	Adanya dukungan dari pemerintah untuk menyediakan fasilitas berbentuk Kredit Usaha Rakyat (KUR) dalam rangka memperkuat rantai pasok perusahaan nasional dalam menaikkan Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN)	0,102	4,5	0,46
2	Perusahaan didukung oleh investor-investor ternama berupa lembaga keuangan dan Bank resmi	0,105	4,7	0,49
3	Tingginya minat masyarakat Indonesia terhadap <i>online lending</i>	0,113	4,8	0,54
4	Perubahan sistem belanja grosir menjadi <i>online</i>	0,094	3,5	0,33
5	Target <i>market</i> berupa usaha warung dan toko sembako adalah usaha yang jenisnya relatif tahap dan adaptif dalam setiap zaman	0,098	3,7	0,36
TOTAL PELUANG (OPPORTUNITIES)		0,511		2,18

No.	Faktor-faktor Eksternal	Bobot	Rating	Score (B X R)
Ancaman (Threats)				
1	Semakin banyak muncul kompetitor sejenis	0,10	1,6	0,16
2	Banyak komplain dari pelanggan terkait ketidakjelasan proses verifikasi setelah mengirimkan data yang diminta untuk keperluan pengajuan AwanTempo	0,09	1,7	0,15
3	Adanya kebocoran data penting perusahaan	0,10	1,2	0,12
4	Adanya penipuan yang mengatasnamakan AwanTunai	0,10	1,6	0,16
5	Kompetitor menawarkan pinjaman dengan bunga atau biaya admin lebih rendah	0,10	2	0,20
TOTAL ANCAMAN (THREATS)		0,489		0,79
TOTAL MATRIKS EFE		1,00		2,97

Menurut Umar (dalam Rusdiansyah, 2016) disebutkan bahwa jika total skor pembobotan IFE (*Internal Factor Evaluation*) adalah 3,0-4,0 artinya kondisi internal perusahaan tinggi atau kuat, kemudian jika skornya 2,0-2,99 artinya kondisi internal perusahaan rata-rata atau sedang, dan jika 1,0-1,99 maka artinya kondisi internal perusahaan rendah atau lemah. Sedangkan untuk pembobotan EFE (*External Factor Evaluation*) adalah 3,0-4,0 artinya perusahaan merespons kuat terhadap peluang dan ancaman yang mempengaruhi perusahaan, kemudian jika 2,0-2,99 artinya perusahaan merespons sedang terhadap peluang dan ancaman yang ada, dan jika 1,0-1,99 maka artinya perusahaan tidak dapat merespons peluang dan ancaman yang ada.

Jika melihat dari hasil perhitungan pada tabel Matriks IFE yang memiliki *score* sebesar **3,35** maka artinya kondisi internal dari AwanTunai adalah dalam posisi tinggi atau kuat dalam memanfaatkan kekuatan secara maksimal dan mampu mengatasi kelemahan yang ada.

Sedangkan untuk hasil perhitungan pada tabel Matriks EFE memiliki *score* sebesar **2,97** maka artinya kondisi eksternal dari AwanTunai adalah sedang, atau artinya AwanTunai saat ini memiliki respons yang moderat terhadap peluang dan ancaman yang ada.

Analisis Matriks Internal-Eksternal (IE)

Setelah melakukan perhitungan bobot dan *rating* pada faktor Internal dan Eksternal, maka akan diperoleh total skor akhir dari kedua matriks tersebut, dan selanjutnya adalah tahap memasukkannya ke dalam matriks IE.

Menurut David (dalam Zulfa, J. F & Rachmawati, I., 2021), matriks IE merupakan gabungan dari total skor bobot IFE pada sumbu x dan total skor bobot EFE pada sumbu y. Matriks IE dapat dibagi menjadi tiga bagian yang memiliki alternatif strategi yang berbeda, yaitu:

1. Pada kuadran I, II, dan IV digambarkan sebagai pertumbuhan dan pembangunan. Strategi yang cocok adalah pasar penetrasi, pengembangan pasar, dan pengembangan produk, integrasi ke belakang, ke depan integrasi, dan integrasi horizontal.
2. Pada kuadran III, V, dan VII digambarkan sebagai tahan dan pelihara. Strategi yang cocok adalah pasar penetrasi dan pengembangan produk.
3. Pada kuadran VI, VIII, dan XI digambarkan sebagai panen dan divestasi. Strategi yang cocok adalah *retrenchment* dan divestasi.

Matriks IE

		Total Skor IFE			
		4,0 Tinggi	3,0 Rata-rata	2,0 Lemah	1,0
Total Skor EFE	Tinggi 4,0	I	II	III	
	Sedang 3,0	IV	V	VI	
	Rendah 2,0	VII	VIII	IX	

Sumber: Hardiansyah, A *et al.* (2015).

Jika dimasukkan total skor akhir dari perhitungan matriks IFE (**3,35**) dan matriks EFE (**2,97**) dari AwanTunai, maka diperoleh seperti berikut:

		Total Skor IFE			
		4,0 Tinggi	3,0 Rata-rata	2,0 Lemah	1,0
Total Skor EFE	Tinggi 4,0	I	II	III	
	Sedang 3,0	IV	V	VI	
	Rendah 2,0	VII	VIII	IX	

Hasil menunjukkan bahwa AwanTunai berada di kuadran IV. Berdasarkan teori matriks IE dinyatakan bahwa perusahaan yang berada pada daerah kuadran I, II, dan IV digambarkan sebagai pertumbuhan dan pembangunan. Strategi yang cocok adalah strategi intensif (pasar penetrasi, pengembangan pasar, dan pengembangan produk), atau strategi integratif (integrasi ke belakang, ke depan integrasi, dan integrasi horizontal).

Analisis SWOT

Pada tahap analisis SWOT ini akan ada batasan dalam diagram SWOT yaitu terdiri dari dua sumbu, yakni sumbu horizontal (x) yang merupakan variabel faktor kekuatan dan kelemahan, dan sumbu vertikal (y) berupa variabel faktor peluang dan ancaman.

Telah diketahui sebelumnya bahwa dari perhitungan matriks IFE AwanTunai adalah **3,35** dan matriks EFE AwanTunai adalah **2,97**. Maka untuk menentukan titik koordinat pada diagram SWOT, terlebih dahulu dilakukan perhitungan dengan cara sebagai berikut:

- a. Koordinat Analisis Internal (Horizontal)

$$= (\text{skor total strength} - \text{skor total weakness}) / 2$$

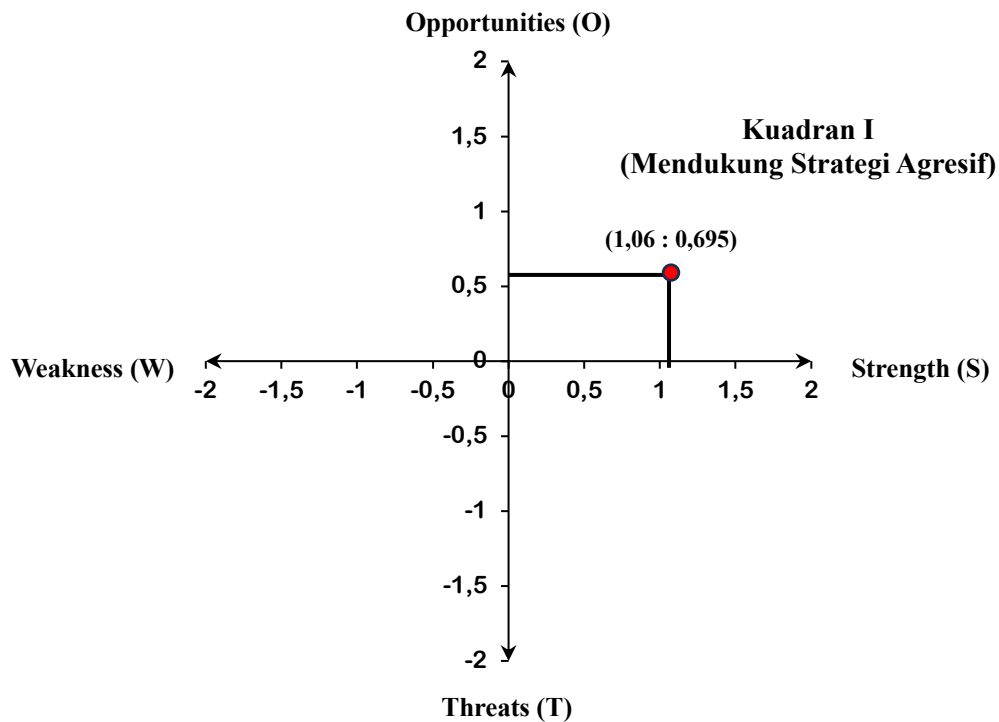
$$= (2,73 - 0,61) / 2$$

$$= 2,12 / 2$$

$$= 1,06$$

- b. Koordinat Analisis Eksternal (Vertikal)
- $$= (\text{skor total } opportunities - \text{skor total } threats) / 2$$
- $$= (2,18 - 0,79) / 2$$
- $$= 1,39 / 2$$
- $$= 0,695$$

Diagram SWOT



Dari hasil diagram SWOT di atas terlihat bahwa AwanTunai berada pada kuadran I yang artinya mendukung strategi agresif. Posisi ini menandakan bahwa AwanTunai berada pada situasi yang menguntungkan, di mana AwanTunai memiliki kekuatan dan kekuatan tersebut dapat mendukung perusahaan dalam memanfaatkan peluang-peluang yang ada menjadi keuntungan bagi AwanTunai. Strategi yang tepat berdasarkan hasil diagram SWOT memiliki korelasi dengan perhitungan pada matriks IE, yaitu *Growth Oriented Strategy* (GOS) atau strategi pertumbuhan.

Strategi pertumbuhan merupakan strategi dengan tujuan perencanaan peningkatan ukuran dan nilai sebuah bisnis, dan yang termasuk ke dalam strategi pertumbuhan adalah strategi Penetrasi Pasar (*Market Penetration*), strategi Pengembangan Produk (*Product Development*), dan strategi Pengembangan Pasar (*Market Development*).

MATRIKS SWOT

	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perusahaan sudah memiliki izin dan terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) 2. Perusahaan sudah resmi tergabung dalam Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI) 3. Perusahaan memiliki aplikasi bernama AwanToko yang telah diunduh lebih dari 500 ribu <i>download</i> di Google Play Store 4. Perusahaan memiliki segmen pasar tertentu dan jelas yaitu para pemilik usaha warung dan toko kelontong 5. Perusahaan menyediakan layanan <i>Customer Service</i> sebagai kontak pengaduan bagi pelanggan 6. Memiliki karyawan-karyawan yang kompeten 7. AwanTempo menawarkan pinjaman dengan biaya admin yang rendah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wilayah operasional perusahaan belum menjangkau seluruh Indonesia 2. Aplikasi AwanToko perusahaan sering mengalami <i>error</i> login pada <i>handphone</i> pengguna 3. Promosi tidak begitu gencar dilakukan 4. Target pasar berada di <i>range</i> usia 40 tahun ke atas, sehingga sulit paham dengan alur pengajuan AwanTempo 5. Segmen pasar berada pada sektor bisnis yang memiliki laba usaha yang cukup rendah
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya dukungan dari pemerintah untuk menyediakan fasilitas berbentuk Kredit Usaha Rakyat (KUR) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan biaya admin yang rendah pada AwanTempo agar bisa terus menjadi pilihan pelanggan di 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengekspansi wilayah operasional perusahaan ke seluruh daerah di Indonesia untuk

<p>dalam rangka memperkuat rantai pasok perusahaan nasional dalam menaikkan Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN)</p> <p>2. Perusahaan didukung oleh investor-investor ternama berupa lembaga keuangan dan Bank resmi</p> <p>3. Tingginya minat masyarakat Indonesia terhadap <i>online lending</i></p> <p>4. Perubahan sistem belanja grosir menjadi <i>online</i></p> <p>5. Target <i>market</i> berupa usaha warung dan toko sembako adalah usaha yang jenisnya relatif tahap dan adaptif dalam setiap zaman</p>	<p>tengah-tengah tingginya minat <i>online lending</i> pada masyarakat Indonesia (S7-O3).</p>	<p>memanfaatkan peluang tingginya minat <i>online lending</i> pada masyarakat dan transformasi sistem belanja grosir menuju <i>online</i>. (W1-O3-O4)</p> <p>2. Meningkatkan promosi pemasaran dengan turut andil dalam berbagai <i>event</i> keuangan nasional yang diadakan pemerintah sehingga mampu memperkuat <i>branding</i> pada masyarakat. (W3-O1)</p>
<p>THREATS (T)</p> <p>1. Semakin banyak muncul kompetitor sejenis</p> <p>2. Banyak komplain dari pelanggan terkait ketidakjelasan proses verifikasi setelah mengirimkan data yang diminta untuk keperluan pengajuan AwanTempo</p> <p>3. Adanya kebocoran data penting perusahaan</p>	<p>STRATEGI ST</p> <p>1. Meningkatkan kualitas layanan <i>Customer Service</i> untuk mengatasi berbagai komplain dari pelanggan, dan membantu meluruskan segala informasi negatif seperti <i>hoax</i> atau penipuan yang mengatasnamakan AwanTunai. (S5-T2-T4).</p>	<p>STRATEGI WT</p> <p>1. Mengekspansi wilayah operasional perusahaan agar mampu menjadi nilai plus dalam menghadapi kemunculan kompetitor sejenis. (W1-T1-T5)</p>

<p>4. Adanya penipuan yang mengatasnamakan AwanTunai</p> <p>5. Kompetitor menawarkan pinjaman dengan bunga atau biaya admin lebih rendah</p>		
--	--	--

Rumusan Kombinasi Strategi Matriks SWOT

<p>IFAS EFAS</p>	<p>STRENGTH (S)</p>	<p>WEAKNESS (W)</p>
<p>OPPORTUNITIES (O)</p>	<p>STRATEGI SO $= S + O$ $= 2,73 + 2,18$ $= 4,91$</p>	<p>STRATEGI WO $= W + O$ $= 0,61 + 2,18$ $= 2,79$</p>
<p>THREATS (T)</p>	<p>STRATEGI ST $= S + T$ $= 2,73 + 0,79$ $= 3,52$</p>	<p>STRATEGI WT $= W + T$ $= 0,61 + 0,79$ $= 1,4$</p>

Berdasarkan perhitungan pada rumusan kombinasi strategi matriks SWOT di atas menunjukkan bahwa skor nilai terbesar yaitu pada strategi *Strength-Opportunities* (SO) yaitu sebesar **4,91** lalu disusul dengan strategi ST sebesar 3,52, strategi WO sebesar 2,79, dan strategi WT sebesar 1,4.

Rekomendasi Strategi SWOT

1. Strategi SO (*Strength-Opportunities*)

Strategi SO adalah strategi yang dibuat dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk memanfaatkan segala peluang yang ada. Adapun berdasarkan matriks SWOT yang telah dibuat, maka rekomendasi strategi SO yang dapat dilakukan oleh AwanTunai adalah dengan mempertahankan biaya admin yang rendah pada AwanTempo agar bisa terus menjadi pilihan pelanggan di tengah-tengah tingginya minat *online lending* pada masyarakat Indonesia.

2. Strategi ST (*Strength-Threats*)

Strategi ST adalah strategi yang dibuat dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman bagi

perusahaan. Adapun berdasarkan matriks SWOT yang telah dibuat, maka rekomendasi strategi ST yang dapat dilakukan oleh AwanTunai adalah dengan meningkatkan kualitas layanan *Customer Service* untuk mengatasi berbagai komplain dari pelanggan, dan membantu meluruskan segala informasi negatif seperti hoax atau penipuan yang mengatasnamakan AwanTunai.

3. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*)

Strategi WO adalah strategi yang dibuat dengan memanfaatkan peluang untuk mengatasi dan meminimalkan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Adapun berdasarkan matriks SWOT yang telah dibuat, maka rekomendasi strategi WO yang dapat dilakukan oleh AwanTunai adalah dengan mengekspansi wilayah operasional perusahaan ke seluruh daerah di Indonesia untuk memanfaatkan peluang tingginya minat *online lending* pada masyarakat dan transformasi sistem belanja grosir menuju *online* dan meningkatkan promosi pemasaran dengan turut andil dalam berbagai *event* keuangan nasional yang diadakan pemerintah sehingga mampu memperkuat *branding* pada masyarakat.

4. Strategi WT (*Weakness-Threats*)

Strategi WT adalah strategi defensif yang dibuat untuk tujuan meminimalkan kelemahan yang dimiliki perusahaan dan meminimalkan pengaruh dari segala ancaman yang ada bagi perusahaan. Adapun berdasarkan matriks SWOT yang telah dibuat, maka rekomendasi strategi WT yang dapat dilakukan oleh AwanTunai adalah dengan mengekspansi wilayah operasional perusahaan agar mampu menjadi nilai plus dalam menghadapi kemunculan kompetitor sejenis

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode analisis SWOT, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE), keadaan internal AwanTunai berada pada posisi yang tinggi atau kuat dalam memanfaatkan kekuatan secara maksimal dan mampu mengatasi kelemahan yang ada.
2. Berdasarkan hasil perhitungan matriks *External Factor Evaluation* (EFE), keadaan eksternal AwanTunai berada adalah sedang dan artinya AwanTunai saat ini memiliki respons yang moderat terhadap peluang dan ancaman yang ada.
3. Dari hasil perhitungan pada diagram SWOT diperoleh hasil bahwa AwanTunai berada pada kuadran I artinya berada pada posisi strategi agresif. Pada posisi ini menggambarkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan dan kekuatan tersebut dapat mendukung perusahaan dalam memanfaatkan peluang-peluang yang ada menjadi keuntungan. Strategi yang cocok diterapkan bagi perusahaan pada kuadran I yaitu *Growth Oriented Strategy* (GOS) dengan rekomendasi beberapa jenis strategi bisnis berupa strategi Penetrasi Pasar

(*Market Penetration*), strategi Pengembangan Produk (*Product Development*), dan strategi Pengembangan Pasar (*Market Development*).

4. Penulis merumuskan beberapa rumusan strategi bisnis, namun berdasarkan hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa AwanTunai memiliki skor nilai terbesar pada strategi SO (*Strength-Opportunities*), sehingga hal yang dapat diutamakan oleh AwanTunai untuk menghadapi persaingan bisnis P2P *lending* ini yaitu mempertahankan biaya admin yang rendah pada AwanTempo agar bisa terus menjadi pilihan pelanggan di tengah-tengah tingginya minat *online lending* pada masyarakat Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisty, T., & Nugroho, R. H. (2023). *Strategi Optimalisasi Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Pada Bisnis Bakery*. Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2(1), 97-109.
- Afpi.or.id. (2021). *Begini Cara Kerja Peer To Peer Lending yang Harus Dipahami Lebih Dulu*. Diakses pada 27 Desember 2023, dari <https://afpi.or.id/articles/detail/cara-kerja-peer-to-peer-lending>
- Afpi.or.id. (2021). *Yuk, Pahami Aturan OJK tentang Bisnis P2P Lending*. Diakses pada 27 Desember 2023, dari <https://afpi.or.id/articles/detail/aturan-ojk-tentang-bisnis-p2p-lending>
- Annur, C. M. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023*. Diakses pada 28 Desember 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>
- AwanTunai. (2023). *Apa itu AwanTunai?*. Diakses pada 27 Desember 2023, dari <https://awantunai.co.id/tentang-kami/>
- Hardiyansyah, A., Ikhwana, A., & Kurniawati, R. (2015). *Analisis strategi pemasaran usaha mie basah (studi kasus di PD. Lugina-Garut)*. Jurnal Kalibrasi, 13(1).
- Inayati, T., Evianah, E., & Prasetya, H. (2018). *Perumusan Strategi Dengan Analisis Swot Pada Usaha Mikro Kecil Menengah*. UNEJ e-Proceeding.
- Mujito. (2023) *MANAJEMEN STRATEGIK : Dengan Pendekatan Analisis SWOT*. Banyumas: Wawasan Ilmu.
- OCBC NISP. (2023). *Apa itu P2P Lending? Pengertian, Manfaat dan Cara Kerjanya*. Diakses pada 27 Desember 2023, dari <https://www.ocbc.id/id/article/2021/07/12/peer-to-peer-lending>
- Pearce & Robinson. 2007. *Manajemen Strategis - Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian, Edisi 10*. (Bachtiar & Christine, Terjemahan). Jakarta: Salemba Empat.
- Rusdiansyah, R. (2016). *Analisis strategi aplikasi penagihan dengan Metode SWOT*. Bina Insani ICT Journal, 3(1), 145-153.
- Utsalina, D. S., & 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), 51-60.

Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 6 Nomor 6 (2024) 2742 - 2755 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691

DOI: 10.47476/reslaj.v6i6.1710

Zulfa, J. F., & Rachmawati, I. (2021). *The Analysis Of SWOT And IE Matrix Toward Marketing Strategy PT Bumi Mulia Seed*. eProceedings of Management, 8(5).