

Strategi *Sustainability* Bisnis UMKM Industri Kreatif *Event Organizer* di Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Analisis SWOT-QSPM: Studi Kasus *Event Organizer* Prasasti Selaras di Bekasi

Dwi Irwati^{1*}

Ali Mustofa²

Prismawinda Anifanindi³

^{1,3}Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

²Universitas Pramita Indonesia, Indonesia

*Korespondensi penulis: dwi.irwati@pelitabangsa.ac.id

Abstract. *This study aims to identify business strategies that the creative industry (event organizer) Prasasti Selaras must follow to maintain business stability amid significant challenges during the COVID-19 pandemic, such as market weakening and resource constraints. This research method was carried out through observation, interviews, and brainstorming with the Prasasti Selaras expert to identify the internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats) affecting the Prasasti Selaras event organizer business. The SWOT analysis approach and the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) are used to identify strategies for maximizing opportunities and minimizing weaknesses to anticipate threats. The results of the study show that the position of the Prasasti Selaras is in Cell IV, which means the organization is in a good position to grow and develop. Several strategic priorities that can be used as alternative strategies for Prasasti Selaras to maintain business stability are innovating new products, creating online events as an alternative, and collaborating with external HR with an open management system.*

Keywords: *Business sustainability; Event Organizer; Prasasti Selaras; QSPM; SWOT analysis.*

Abstrak. Kajian ini bertujuan untuk mencari strategi bisnis yang harus ditempuh industri kreatif (*event organizer*) Prasasti Selaras untuk menjaga stabilitas bisnis di tengah tingginya tantangan bisnis di masa pandemi Covid-19, seperti hilangnya pasar, keterbatasan sumber daya, dan lain-lain). Metode penelitian ini dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan *brainstorming* dengan *expert person* Prasasti Selaras untuk mengetahui faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi bisnis *event organizer* Prasasti Selaras. Pendekatan analisis SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) digunakan untuk mengetahui strategi memaksimalkan peluang untuk menangkap peluang serta meminimalkan kele-

mahan untuk mengantisipasi ancaman. Hasil riset menunjukkan bahwa posisi Prasasti Selaras berada pada Sel IV, yang berarti organisasi berada pada posisi yang baik untuk tumbuh dan berkembang. Beberapa strategi prioritas yang bisa dijadikan alternatif untuk Prasasti Selaras guna menjaga stabilitas bisnisnya yaitu membuat inovasi produk baru, membuat event online sebagai alternatif, dan berkolaborasi dengan eksternal SDM melalui sistem *open management*.

Kata kunci: *Event Organizer*; Prasasti Selaras; QSPM; SWOT.

Article Info:

Received: October 2, 2022

Accepted: March 17, 2026

Available online: June 30, 2026

DOI: <http://dx.doi.org/10.30588/jmp.v15i2.1232>

LATAR BELAKANG

Pandemi Covid-19 yang terjadi di Indonesia selama 2 tahun terakhir memiliki dampak yang sangat besar bagi industri, baik industri manufaktur maupun industri jasa. Kabupaten Bekasi yang memiliki kawasan industri terbesar di Asia Tenggara pun tidak luput dari dampak pandemi Covid-19. Kondisi ini menuntut organisasi untuk terus mengevaluasi strategi bisnis agar keberlangsungan bisnis tetap terjaga. UMKM Industri Kreatif merupakan sektor industri yang sangat terdampak pandemi Covid-19 (Abdi & Febriyanti, 2020; Bahtiar, 2021; Utami, 2021). Penelitian Saleh et al. (2021) mengungkapkan bahwa beberapa UMKM tidak mampu bertahan dalam kondisi pandemi Covid-19. Beberapa UMKM menghadapi berbagai kendala selama masa pandemi Covid-19, seperti masalah permodalan, terganggunya distribusi bahan, menurunnya permintaan dan lainnya (Wibowo et al., 2021).

Di sisi lain, peran UMKM sangat penting dalam perekonomian. Hal ini dikarenakan UMKM menjadi motor penggerak wirausaha, pembangunan ekonomi, dan penciptaan lapangan kerja (Munthe & Rahadi, 2021). Kholik et al. (2021) menyatakan bahwa peluang dalam kegiatan event khusus bisa dijadikan sebagai wadah pengenalan terhadap keragaman budaya, pelatihan kreativitas, sarana hiburan, dengan memanfaatkan momen, tema, dan euforia yang ada saat momen-momen tertentu. Saleh et al. (2021) menyatakan bahwa inovasi dan kreativitas merupakan faktor penting untuk keberlangsungan industri. Inovasi bisa dilakukan dengan memanfaatkan *platform* digital dalam pemasaran produk. Jodi et al. (2019) menyebutkan bahwa dalam sektor industri kreatif diperlukan peran serta tenaga kerja guna meningkatkan kinerja dan kualitas untuk menciptakan ide-ide kreatif. Hal ini dikarenakan kreativitas merupakan pendorong utama sektor industri kreatif. Sektor ini dapat memberikan kontribusi yang cukup besar untuk meningkatkan pertumbuhan dan kemakmuran sebuah negara (Lestariningsih et al., 2018).

Prasasti Selaras merupakan sebuah UMKM yang bergerak dalam bisnis *event organizer*. Usahanya tersebut menyediakan jasa layanan *corporate gathering*. Berlokasi di Kota Bekasi, Prasasti Selaras telah dipercaya oleh puluhan perusahaan di kawasan industri di Bekasi. Upaya mengurangi penyebaran virus dilakukan dengan pembatasan aktivitas sosial secara menyeluruh. Hal tersebut tentunya memberikan dampak yang sangat signifikan, khususnya bagi industri *event organizer* yang kegiatan utamanya mengumpulkan banyak orang dalam suatu kegiatan, seperti gathering, konser, rapat, dan semacamnya. Data penurunan penjualan Prasasti Selaras sebesar 44,94% terjadi pada

kuartal 1 tahun 2020 dan semakin menurun hingga 72,62% pada kuartal 2 tahun 2020. Kondisi ini menuntut Prasasti Selaras berupaya mengevaluasi strategi bisnis perusahaan dan mencari alternatif strategi yang bisa diterapkan agar *sustainability* organisasi tetap terjaga.

Widodo (2020) menyatakan bahwa selama pandemi Covid-19, banyak *event organizer* memilih menonaktifkan kantor dan menunggu pandemi berakhir untuk beraktivitas kembali. Namun, Prasasti Selaras memilih untuk mencoba bertahan dan terus berinovasi, di antaranya dengan terus menggali potensi bisnis, membuat perencanaan produksi dan usaha, serta mengatur dan melakukan strategi pemasaran yang sesuai. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi bisnis, serta menganalisis alternatif faktor strategi bisnis Prasasti Selaras, kemudian menentukan strategi prioritas yang dipilih organisasi untuk menjaga *sustainability* bisnis menggunakan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

KAJIAN TEORITIS

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*)

Banyak industri menggunakan metode SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal perusahaan (peluang dan ancaman) untuk mengetahui posisi organisasinya di dalam sebuah persaingan bisnis. Pendekatan SWOT memaksimalkan kekuatan dan peluang, dan pada waktu yang sama digunakan untuk meminimalkan kelemahan dan ancaman (Sumiarsih *et al.*, 2018). SWOT metode yang digunakan untuk menganalisis kondisi organisasi secara menyeluruh, sangat memungkinkan diimplementasikan di berbagai industri baik manufaktur maupun jasa (Alexandri *et al.*, 2019; Sumiarsih *et al.*, 2018; Prayudi & Yulistria, 2020; Widodo & Indrasari, 2020)

Matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) merupakan alat yang sangat baik untuk mengasimilasi dan memprioritaskan informasi internal, eksternal, dan kompetitif utama yang diperlukan untuk menyusun rencana strategis yang efektif (Widodo & Indrasari, 2020). Selain Widodo dan Indrasari (2020), banyak peneliti yang sepakat bahwa QSPM adalah alat yang tepat dalam menentukan keputusan dalam pemilihan strategi terbaik. Prayudi dan Yulistria (2020), kombinasi metode SWOT dan QSPM mampu mengidentifikasi strategi penting organisasi. QSPM menentukan strategi berdasarkan sejauh mana strategi tersebut dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang, memperbaiki kelemahan dan menghindari ancaman (Sumiarsih *et al.*, 2018).

Dari beberapa referensi penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa QSPM merupakan salah satu alat yang dapat menentukan prioritas dari strategi alternatif. Untuk itu, peneliti bermaksud untuk memformulasikan strategi alternatif pada Prasasti Selaras dengan menggunakan QSPM untuk menjawab pertanyaan tentang strategi prioritas apa yang perlu dilakukan Prasasti Selaras untuk mencapai tujuannya. Setelah mengembangkan sejumlah alternatif strategi, perusahaan harus mampu mengevaluasi dan kemudian memilih strategi yang terbaik yang paling cocok dengan kondisi internal perusahaan serta lingkungan eksternal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi kasus terhadap usaha jasa penyelenggaraan acara *corporate gathering* UMKM Prasasti Selaras yang berlokasi di Kota Bekasi, Jawa Barat. Data yang digunakan meliputi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan *expert person* Prasasti Selaras. Selanjutnya, observasi langsung dilakukan untuk mengamati proses layanan penyelenggaraan acara oleh Prasasti Selaras. Pengolahan dan penyajian data dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman usaha ini pada masa pandemi Covid-19.

Kegiatan penelitian difokuskan pada kajian kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terhadap industri ini pada masa pandemi Covid-19 serta analisis internal dan eksternal faktor yang memengaruhi industri menggunakan analisis SWOT. Tahap berikutnya adalah menyusun kombinasi strategi dari faktor internal dan eksternal sebagai berikut: strategi S-O (*Strength-Opportunity*), yakni penyesuaian antara kekuatan internal dan peluang eksternal; strategi W-O (*Weakness-Opportunity*), yakni pencocokan antara kelemahan internal dengan peluang eksternal; strategi S-T (*Strength-Threat*), yakni penyesuaian antara kekuatan internal dan ancaman eksternal; dan strategi W-T (*Weakness-Threat*), yakni pencocokan antara kelemahan internal dengan ancaman eksternal. Tiga tahap pelaksanaan analisis data pada penyusunan strategi SWOT dan QSPM menurut Ginting (2006) sebagai berikut:

1. *Input Stage*

Dalam tahap input digunakan analisis matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*). Dalam matriks ini dilakukan identifikasi faktor internal dan eksternal, kemudian dibuat pemeringkatannya untuk mengukur seberapa besar keefektifan strategi pemasaran perusahaan saat ini dalam merespons faktor strategis yang ada.

Nilai 3 = perusahaan mempunyai kemampuan yang baik untuk meraih faktor peluang, dan faktor ancaman yang memberikan pengaruh lemah terhadap perusahaan.

Nilai 2 = Perusahaan mempunyai kemampuan yang cukup baik untuk meraih faktor peluang dan faktor ancaman yang memberikan pengaruh kuat terhadap perusahaan.

Nilai 1 = Perusahaan mempunyai kemampuan tidak baik dalam meraih faktor peluang, dan faktor ancaman yang memberikan pengaruh yang kuat terhadap perusahaan.

2. *Matching Stage*

Matriks Internal Eksternal (IE) penting untuk memposisikan perusahaan ke dalam matriks yang terdiri atas sembilan sel seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1. Matriks IE terdiri atas dua dimensi, yaitu total skor matriks IFE pada sumbu X dan matriks EFE pada sumbu Y. Matriks ini dikelompokkan menjadi tiga strategi (Tabel 1), yaitu *Grow and Build* (Tumbuh dan Kembang) berada dalam sel I, II, atau IV; *Hold and Maintain* (Bertahan dan Pelihara) mencakup sel III, V, atau VII; dan *Harvest and Divest* (Hasil atau Divestasi) yang mencakup sel VI, VIII, atau IX.

Tabel 1. Matriks Strategi Internal-Eksternal (IE)

	<i>Strong</i>	<i>Average</i>	<i>Weak</i>
<i>High</i>	I	II	III
<i>Medium</i>	IV	V	VI
<i>Low</i>	VII	VIII	IX

Sumber: Ginting (2006).

3. *Decision Stage*

Matriks yang digunakan dalam keputusan ini adalah QSPM. Analisis QSPM digunakan untuk mengevaluasi strategi secara objektif berdasarkan faktor-faktor sukses utama internal-eksternal yang telah diidentifikasi pada tahap sebelumnya. Langkah penyusunannya berupa membuat daftar peluang/ancaman eksternal dan kekuatan/kelemahan internal, memberikan bobot, mengevaluasi matriks, menentukan nilai daya tarik dan memberikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Perusahaan

Sejarah berdirinya Prasasti Selaras tak lepas dari peran penting *founder* dan *co-founder*, Bu Dita dan Bu Ayi. Memiliki *background* yang berbeda, yakni keuangan dan *marketing* (*event organizer*), menciptakan kolaborasi yang luar biasa. Prasasti Selaras didirikan pada 16 Agustus 2006, berawal dari jasa *event organizer* untuk sekolah-sekolah. Saat ini, Prasasti Selaras sudah semakin berkembang. Selain melayani *event* untuk klien perusahaan, Prasasti Selaras sudah mulai bekerja sama dengan beberapa lembaga pemerintahan. Selain hubungan dengan klien, hubungan dengan *supplier* pun sangat baik. Terbukti saat ini Prasasti Selaras sudah bekerja sama dengan dua tempat wisata terbesar di Indonesia, yakni Taman Impian Jaya Ancol (Dufan) dan Taman Safari Indonesia. Di Dufan, Prasasti Selaras memiliki program *Amazing Race Dufan*, yakni program andalan yang sangat solutif bagi perusahaan dalam melakukan *outing* karyawan, sedangkan di Taman Safari Indonesia, Prasasti Selaras sudah terpilih sebagai agen tiket resmi rombongan sejak tahun 2009. Harga yang kompetitif tentunya menjadi nilai tambah tersendiri dalam pemilihan *event organizer* untuk sebuah acara. Hal tersebut tentunya tidak terlepas dari kerja sama yang baik di antara Prasasti Selaras dan *supplier* tempat wisata. Hal itu merupakan bentuk komitmen yang diberikan *supplier* atas kinerja Prasasti Selaras. Hal ini senada dengan penelitian Sutawidjaya dan Nawangsari (2018) yang menyatakan bahwa komitmen *supplier* berpengaruh langsung terhadap kinerja *event organizer*.

Analisis Data

Setelah pengumpulan data dengan mewawancarai *expert person* Prasasti Selaras, tahapan berikutnya adalah melakukan *brainstorming* pembobotan faktor internal dan faktor eksternal. Hal ini ditujukan untuk mengetahui posisi Prasasti Selaras dalam matriks internal dan eksternal. Skor IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*) didapatkan dengan mengalikan bobot dan *rating*.

a. Analisis Internal

Dalam analisis internal diuraikan kekuatan dan kelemahan Prasasti Selaras yang diambil dari hasil wawancara dengan *expert person* Prasasti Selaras. Tabel 2 menun-

jukkan variabel yang digunakan untuk mengukur kekuatan dan kelemahan masing-masing faktor internal dan pembobotannya.

b. Analisis Eksternal

Dalam analisis eksternal diuraikan peluang dan ancaman perusahaan Prasasti Selaras yang diambil dari hasil wawancara dengan *expert person* Prasasti Selaras. Tabel 3 menunjukkan variabel yang digunakan untuk mengukur peluang dan ancaman masing-masing faktor eksternal dan pembobotannya.

Tabel 2. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor Bobot
<i>Strength</i>				
1	Lokasi dekat dengan kawasan industri	0,03	4	0,12
2	Memiliki beragam layanan yang tersedia	0,05	4	0,20
3	Mampu menyediakan yang klien butuhkan	0,06	4	0,24
4	Biaya dapat disesuaikan oleh klien dan memiliki perincian biaya yang jelas	0,03	4	0,12
5	Memiliki karyawan yang profesional	0,05	4	0,20
6	Mampu menyelesaikan project tepat waktu	0,04	4	0,16
7	Memiliki <i>vendor connection</i> yang bagus	0,07	4	0,28
8	Memiliki tim <i>digital marketing</i> yang kuat	0,09	4	0,36
9	Memiliki link pendanaan modal kerja yang baik	0,08	4	0,32
Jumlah Strength		0,50		2,00
<i>Weakness</i>				
1	Keterbatasan tenaga kerja design grafis	0,34	4	1,36
2	Belum memiliki tim keuangan yang kuat	0,16	4	0,64
Jumlah Weakness		0,50		2,00
Total IFE				4,00

Tabel 3. Skor EFE (*External Factor Evaluation*)

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor Bobot
<i>Opportunity</i>				
1	Semakin berkembangnya aktivitas masyarakat (<i>event corporate</i>)	0,08	4	0,32
2	Penggunaan teknologi yang semakin berkembang	0,08	4	0,32
3	Peluang inovasi produk baru (sebagai EO pameran dlsb)	0,11	4	0,44
4	Kemudahan promosi melalui media sosial	0,09	4	0,36
5	Kolaborasi dengan SDM external management dengan sistem open management	0,10	4	0,40
6	Penggunaan sistem/program management terintegrasi untuk mempermudah pencatatan transaksi	0,04	4	0,16
Jumlah Opportunity		0,50		2,00
<i>Threat</i>				
1	Pandemi yang membatasi interaksi sosial	0,14	4	0,56
2	<i>Loss market/</i> menurunnya permintaan	0,14	1	0,14
3	Karyawan mudah kelelahan karena banyaknya <i>event</i>	0,15	3	0,45
4	Kondisi external yang mempengaruhi jalannya <i>event</i> (sperti kemacetan yang tidak bisa diprediksi)	0,07	3	0,21
Jumlah Threat		0,50		1,36
Total EFE				3,36

Analisis matriks IFE merupakan hasil identifikasi faktor-faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan yang memengaruhi Prasasti Selaras. Hasil perkalian antara rata-

rata pembobotan dan *rating* akan menghasilkan total skor faktor internal yang ditunjukkan pada Tabel 2. Berdasarkan analisis pada Tabel 2, aspek kekuatan dan kelemahan pada analisis internal berada di posisi 4. Merujuk pada Tabel 5, posisi ini terletak pada rentang 3,66–5 atau pada area yang sangat baik. Aspek kekuatan Prasasti Selaras berada pada angka 2 dengan skor tertinggi 0,36, yaitu Prasasti Selaras memiliki tim *digital marketing* yang kuat. Dikutip dari Prasasti Selaras (2022), selain *platform digital* berbasis *web* sebagai media pemasaran, Prasasti Selaras juga menggunakan *social media*, seperti *Facebook*, *Instagram*, *YouTube* dan *Whatsapp*. Febriyantoro dan Arisandi (2018) dalam penelitiannya mengungkapkan tingginya potensi penggunaan *platform digital* sebagai media pemasaran UMKM. Hal ini dikarenakan *platform digital* mudah diakses oleh masyarakat luas serta biayanya relatif terjangkau.

Selain media promosi, media sosial juga meningkatkan komunikasi dengan klien dan supplier. Hal ini dikarenakan *update* informasi dapat disampaikan secara *real time* (Gumilang, 2019). Gumilang (2019) dalam penelitiannya juga menyebutkan bahwa penggunaan media sosial sebagai media promosi bisa meningkatkan volume penjualan. Pembobotan dan skor terendah berada pada poin 0,12, yakni lokasi perusahaan yang dekat dengan kawasan industri dan biaya penyelenggaraan acara yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan klien. Aspek kelemahan Prasasti Selaras berada pada angka 2,00 dengan pembobotan dan skor tertinggi berada pada poin 1,36, yaitu Prasasti Selaras memiliki keterbatasan pada tenaga kerja desain grafis. Hal ini dikarenakan sumber daya untuk desain grafis sangat sulit ditemui dan didapatkan, sedangkan untuk pembobotan dan skor terendah berada pada poin 0,64, yakni Prasasti Selaras belum memiliki tim keuangan yang kuat. Pentingnya sumber daya manusia dalam sebuah bisnis diungkapkan oleh Arohmi (2019) dalam penelitiannya bahwa sumber daya manusia merupakan aset tak berwujud yang menjadi salah satu faktor penunjang terciptanya pengelolaan yang optimal.

Analisis matriks EFE merupakan hasil identifikasi faktor-faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang memengaruhi Prasasti Selaras. Hasil perkalian antara rata-rata pembobotan dan *rating* akan menghasilkan total skor faktor eksternal yang ditunjukkan pada Tabel 3. Berdasarkan analisis pada Tabel 3, aspek peluang dan ancaman pada analisis eksternal berada di posisi 3,36. Merujuk pada Tabel 5, posisi ini terletak pada rentang 2,3–3,6 atau pada area medium. Aspek peluang Prasasti Selaras berada pada angka 2 dengan skor tertinggi 0,44, yaitu Prasasti Selaras memiliki peluang untuk inovasi produk/segmentasi pasar baru, sedangkan pembobotan dan skor terendah berada pada poin 0,16, yakni peluang Prasasti Selaras untuk menggunakan sistem/program manajemen yang terintegrasi sangat diperlukan untuk mempermudah pencatatan transaksi. Dalam penelitiannya, Yudiyana *et al.* (2018) menyatakan bahwa implementasi manajemen sistem dalam sebuah *event organizer* memberikan keuntungan bagi bisnis itu sendiri dalam berbagai aspek seperti meningkatkan performa internal, kemudahan mengakses informasi, kemudahan pengelolaan administrasi, kemudahan pengontrolan data, dan meningkatkan efisiensi.

Aspek ancaman Prasasti Selaras berada pada angka 1,36 dengan pembobotan dan skor tertinggi berada pada poin 0,56, yaitu pandemi Covid-19 yang terjadi membuat pemerintah melakukan pembatasan interaksi sosial masyarakat. Hal ini tentunya sangat memengaruhi *demand* penyelenggaraan *event*. Pandemi Covid-19 mungkin memberikan dampak yang signifikan terhadap bisnis, tetap fokus terhadap usaha, terus memantau kondisi bisnis, dan kemampuan beradaptasi terhadap kondisi yang terjadi menjadi kunci

untuk mempertahankan eksistensi usaha (Rasyid *et al.*, 2021), sedangkan untuk pembobotan dan skor terendah berada pada poin 0,14, yakni menurunnya permintaan klien.

Matriks IE (Internal-Eksternal) merupakan hasil analisis matriks IFE dan EFE yang dikolaborasikan. Nilai IFE sebesar 4,00 dan EFE sebesar 3,36. Nilai tersebut menunjukkan posisi pada sel IV, yakni menunjukkan bahwa strategi perusahaan yang diperlukan saat ini adalah *growth and build strategy*. Prasasti Selaras membutuhkan strategi untuk dapat mengembangkan perusahaan menjadi lebih baik. Prasasti Selaras perlu mengevaluasi potensi untuk memimpin pasar melalui segmentasi pasar, menentukan kelemahan serta membangun kekuatan.

SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)

Dari analisis SWOT, tahap selanjutnya adalah *brainstorming* dengan *expert person* Prasasti Selaras untuk mendapatkan beberapa faktor strategi Prasasti Selaras yang bisa dilakukan dengan mengombinasikan faktor internal dan eksternal, yakni strategi S-O (*Strength-Opportunity*) merupakan strategi memaksimalkan kekuatan untuk menangkap peluang, strategi W-O (*Weakness-Opportunity*) merupakan strategi mengantisipasi kelemahan untuk menangkap peluang, strategi S-T (*Strength-Threat*) merupakan strategi memaksimalkan kekuatan untuk mengatasi ancaman dan strategi W-T (*Weakness-Threat*) merupakan strategi meminimalkan kelemahan untuk mengatasi ancaman. Hasil *brainstorming* penentuan strategi ditunjukkan dengan matriks SWOT pada Tabel 4.

Tabel 4. Matriks SWOT Faktor Strategi Prasasti Selaras

Strategi S-O		Strategi W-O	
1	Membuat inovasi produk baru.	1	Berkolaborasi dengan eksternal SDM dengan sistem <i>open management</i> .
2	Meningkatkan mutu pelayanan dan profesionalitas kerja di perusahaan.	2	Menggunakan <i>ERP system</i> untuk mendukung proses operasional perusahaan.
3	Meningkatkan metode promosi melalui media sosial.		
Strategi S-T		Strategi W-T	
1	Membuat program/event <i>online</i> sebagai alternatif.	1	Meningkatkan <i>skill</i> karyawan.
2	Menyelenggarakan <i>event</i> sesuai dengan prosedur kesehatan di masa pandemi.		
3	Merencanakan setiap <i>event</i> dengan baik serta meningkatkan koordinasi internal dengan seluruh pihak yang terlibat dalam <i>event</i> .		

Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

QSPM merupakan hasil keputusan strategis setelah menilai skor kemenarikan (*Attractiveness Score/AS*) setiap faktor strategis, baik faktor internal maupun eksternal. Pada tahap ini, matriks QSPM didapat melalui *brainstorming* dengan *expert person* Prasasti Selaras. Dari hasil skor pembobotan yang dikalikan dengan tingkat kemenarikan, diperoleh skor kemenarikan total (*Total Attractiveness Score/TAS*) yang disajikan dalam Tabel 5.

Hasil dari perhitungan tingkat kemenarikan total (TAS) menunjukkan beberapa alternatif strategi yang paling menarik untuk diimplementasikan oleh Prasasti Selaras. Tiga strategi paling menarik untuk diimplementasikan yaitu membuat inovasi produk

baru, membuat event *online* sebagai alternatif, dan berkolaborasi dengan SDM eksternal dengan sistem *open management*. Inovasi produk baru dan membuat event *online* sangat perlu dipertimbangkan mengingat saat Prasasti Selaras perlu mengevaluasi potensi bisnisnya dengan segmentasi dan penetrasi pasar. Budiono (2017) menyatakan bahwa perusahaan dapat melakukan strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk atau strategi integratif seperti integrasi ke belakang, integrasi ke depan dan integrasi horisontal.

Tabel 5. Total Attractive Score (TAS) Faktor Strategi Prasasti Selaras

No.	Faktor Strategi	TAS
1	Membuat inovasi produk baru (SO-1)	5,70
2	Membuat program/ event <i>online</i> sebagai alternatif (ST-1)	5,31
3	Berkolaborasi dengan <i>external</i> SDM dengan dengan sistem <i>open management</i> (WO-1)	5,03
4	Meningkatkan <i>skill</i> karyawan (WT-1)	4,53
5	Meningkatkan metode promosi melalui media sosial (SO-2)	4,50
6	Menyelenggarakan event sesuai dengan Prosedur Kesehatan di masa pandemi (ST-2)	4,41
7	Merencanakan setiap event dengan baik serta meningkatkan koordinasi internal dengan seluruh pihak yang terlibat dalam event (ST-3)	4,41
8	Meningkatkan mutu pelayanan dan meningkatkan profesionalitas kerja di perusahaan (SO-3)	4,36
9	Menggunakan ERP <i>System</i> untuk mendukung proses operasionalisasi perusahaan (WO-2)	2,88

Diversifikasi layanan *event organizer*, seperti halnya *special event*, membuka peluang bagi Prasasti Selaras untuk segmentasi dan penetrasi pasar baru. Sektor industri *special event* (seperti acara olahraga, acara pribadi/publik, pameran dan festival) biasanya bertujuan untuk perayaan tertentu, tujuan pemasaran, periklanan, promosi, dan penjualan (Kholik *et al.*, 2021). Di sisi lain, kondisi pandemi Covid-19 membuka peluang inovasi produk baru seperti *event online*. *Event online* menjadi salah satu upaya yang bisa dilakukan para pelaku industri kreatif untuk mempertahankan eksistensi bisnisnya di masa pandemi Covid-19 (Isyak & Wijaksono, 2021).

Dalam penelitian, Sasmita (2020) menyatakan bahwa partisipasi masyarakat dalam kegiatan *online event* cukup besar, yang didominasi oleh generasi milenial. Berkolaborasi/bermitra dengan eksternal SDM dengan sistem *open management* juga bisa dijadikan solusi mengingat keterbatasan sumber daya yang dimiliki Prasasti Selaras serta untuk menangkap peluang event di berbagai wilayah di Indonesia. Hal ini selaras dengan penelitian Abdi dan Febriyanti (2020), bahwa salah satu faktor pendukung wirausaha pada sektor industri kreatif adalah kemitraan. Dengan kemitraan yang kuat, organisasi dapat dilakukan dengan lebih efektif dan efisien.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari analisis matriks IFE dan EFE dapat ditarik kesimpulan bahwa posisi Prasasti Selaras berada pada Sel IV, yang berarti organisasi berada pada posisi yang baik untuk tumbuh dan berkembang, sedangkan dari hasil analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) didapatkan beberapa alternatif strategi yang paling menarik untuk diimplementasikan oleh Prasasti Selaras untuk menjaga *sustainability* organisasi. Tiga

alternatif strategi yang paling menarik untuk diimplementasikan yaitu membuat inovasi produk baru, membuat *event online* sebagai alternatif, dan berkolaborasi dengan SDM eksternal dengan sistem *open management*. Penelitian ini juga masih memiliki banyak keterbatasan, sehingga masih diperlukan penelitian lanjutan guna menilai sejauh mana efektivitas strategi perusahaan yang diambil memengaruhi *sustainability* organisasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian ini, EO Prasasti Selaras (Ibu Dita dan Ibu Ayi), LPPM Universitas Pelita Bangsa, serta seluruh pihak yang mendukung terlaksananya penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Abdi, M. K., & Febriyanti, N. (2020). Penyusunan Strategi Pemasaran Islam dalam Berwirausaha di Sektor Ekonomi Kreatif pada Masa Pandemi Covid-19. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business*, 10(2), 161–178.
- Alexandri, M. B., Zultaqawa, Z., & Aulia, M. D. (2019). Creative industries: Strategy and challenges in the Craft Sub-sector. *Review Integrative Business and Economics Research*, 8(4), 255–263.
- Arohmi, Y. S. F. (2019). Peran Modal Intelektual Sumber Daya Manusia dalam Pengelolaan Festival yang Berkelanjutan. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 5, 19–28.
- Bahtiar, R. A. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Serta Solusinya. *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 13(10), 19–24.
- Budiono, G. L. (2017). Mapping and selecting company's competitive strategy. *European Research Studies Journal*, XX(4A), 696–706.
- Febriyantoro, M.T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), 62–76.
- Ginting, A. (2006). Perumusan Strategi Perusahaan PT X Menggunakan Matriks Evaluasi Faktor. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 7(1), 1–5.
- Gumilang, R. R. (2019). Implementasi Digital Marketing terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14.
- Isyak, F. M., & Wijaksono, D. S. (2021). Proses Manajemen *Virtual Event* di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus the 43rd Jazz Goes to Campus Virtual Festival Universitas Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 8(6), 8956–8970.
- Jodi, N. S., Sudjadi, A., & Anggraeni, I. A. (2019). The role of creativity in forming innovative behaviours of creative industrial workers. *International Journal Innovation, creativity and Change*, 11(9), 166–178.
- Kholik, A., Ramadhani, A. N., Patuananggi, A., Wibowo, A. A. C. (2021). Special Event Management: Implementasi Penyelenggaraan Event di Sektor Sosial, Pendidikan, dan Bisnis. *Jurnal British*, 1(2), 1–10.

- Lestariningsih, E., Maharani, K., & Lestari, T.K. (2018). Measuring creative economy in Indonesia: Issues and challenges in data collection. *Asia-Pacific Sustainable Development Journal*, 25(2), 99–114.
- Munthe, R. T. J., & Rahadi, D. R. (2021). Inovasi dan Kreatifitas UMKM di Masa Pandemi (Studi Kasus di Kabupaten Bekasi). *Jurnal Magisma*, 9(1), 44–52.
- Prayudi, D., & Yulistria, R. (2020). Penggunaan Matriks SWOT dan Metode QSPM pada Strategi Pemasaran Jasa Wedding Organizer: Studi Kasus pada UMKM Gosimplywedding Sukabumi. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi dan Entrepreneurship*, 9(2), 224–240. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.516>
- Prasasti Selaras (2022). Who are we? Diakses 24 November 2022: <https://prasastiselaras.com/>
- Rasyid, M. F. A., Azzahra, S., Rizki, M. H., & Mustakim, M. (2021). Eksistensi Wedding Organizer di Tengah Pandemi Covid-19. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1–7.
- Saleh, K., Novalia, N., Dekasari, Y., & Khoiriyansyah, M. N. (2021). Inovasi dan Kreatifitas UMKM di Masa Pandemi (Studi Kasus UMKM di Kabupaten Pringsewu). *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis ke-1*, 45–53.
- Sasmitha, M. T. (2020). Analisis Pasar Virtual Event di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Kepariwisata*, 19(1), 9–18. <https://doi.org/10.52352/jpar.v19i1.405>
- Sumiarsih, N. M., Legono, D., & Kodoatie, R. J. (2018). Strategic Sustainable Management for Water Transmission System: A SWOT-QSPM Analysis. *Journal of the Civil Engineering Forum*, 4(1), 29–40.
- Sutawidjaya, A. H., & Nawangsari, L. C. (2018). Green Supply Chain Event Organizer (GSCEO): Strategy Event Organizer Business in Jakarta. *International Journal of Scientific and Research Publication*, 8(7), 207–218. <http://dx.doi.org/10.29322/IJSRP.8.7.2018.p7934>
- Utami, B. S. A. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Sektor UMKM di Indonesia. *Ekonomie*, 3(1), 1–7.
- Wibowo, S., Wiriawan, O., Hamdani, H., Kaharina, A., & Fitroni, H. (2021). Masker Kain sebagai Upaya Mengatasi Penyebaran COVID-19 dan Perekonomian UMKM di Sidoarjo. *Abimanyu: Journal of Community Engagement*, 2(2), 1–8.
- Widodo, D. (2020). Inovasi di Tengah Pandemi. Diakses tanggal 24 November: <https://www.kompasiana.com/dita.widodo/5f671447097f36162d152932/inovasi-di-era-pandemi?page=all#sectionall>
- Widodo, S. R., & Indrasari, L. D. (2020). The Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Applied to a Snail Chips in PT X. *Asian Journal of Social Science and Management Technology*, 2(6), 63–72.
- Yudiyana, I. M. G., Sumichan, A., & Ariyani, N. W. S. (2018). Management Information System of Event Organizer. *International Journal of Engineering and Emerging Technology*, 3(2), 116–122.