



Analisis SWOT dalam Merebut Pasar pada Dinasti Publisher

Farhan Saputra¹, Hapzi Ali²

¹Alumni Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, farhansaputra121@gmail.com

²Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, hapzi.ali@gmail.com

Corresponding Author: farhansaputra121@gmail.com¹

Abstract: Transformasi digital telah mengganggu model bisnis penerbitan konvensional, namun studi strategis berbasis SWOT dalam konteks penerbit lokal masih jarang dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada Dinasti Publisher serta merumuskan strategi bersaing yang adaptif. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan data yang dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Analisis dilakukan menggunakan matriks SWOT yang menghasilkan strategi kuadran agresif (SO). Temuan menunjukkan bahwa reputasi dan jaringan distribusi yang kuat belum diimbangi dengan digitalisasi dan inovasi konten. Peluang pasar digital dan insentif kebijakan pemerintah menjadi kekuatan eksternal utama, sedangkan persaingan dari penerbit digital menjadi ancaman signifikan. Strategi yang direkomendasikan mencakup pengembangan platform digital dan kolaborasi komunitas literasi. Studi ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kerangka adaptasi strategis dalam industri kreatif serta menyarankan implementasi strategi SWOT pada UKM penerbitan nasional.

Keywords: SWOT, Merebut Pasar, Dinasti Publisher

INTRODUCTION

Industri penerbitan global sedang mengalami gangguan besar yang didorong oleh transformasi digital, perubahan preferensi konsumen, dan persaingan yang meningkat dari platform online. Karena model penerbitan tradisional menghadapi tantangan dari digitalisasi, termasuk penerbitan mandiri dan layanan berlangganan, penerbit harus menyesuaikan strategi mereka agar tetap berjalan (Kalmykov, 2024). Pandemi COVID-19 semakin mempercepat pergeseran ini, mengungkapkan kerentanan dalam rantai pasokan cetak dan memerlukan poros menuju konten digital, yang telah menjadi pusat operasi bisnis (Brinton, 2021). Selain itu, integrasi kecerdasan buatan menghadirkan peluang dan resistensi, karena pemangku kepentingan bergulat dengan teknofobia sambil mengenali potensi AI untuk meningkatkan inovasi dan efisiensi (Sytnyk, 2024). Studi empiris menyoroti bahwa transformasi digital yang sukses bergantung pada alokasi sumber daya yang efektif, praktik manajemen, dan kualitas konten, yang sangat penting untuk meningkatkan kinerja organisasi dan daya saing di pasar yang jenuh (Zhan, 2024).

Dinasti Publisher menghadapi tantangan yang signifikan dalam memperluas pangsa pasarnya, terutama karena diferensiasi produk yang lemah dan penetrasi digital yang tidak memadai. Transisi ke platform digital telah secara fundamental mengubah alur kerja penerbitan tradisional, mengharuskan pergeseran dari atribut produk fisik ke nonfisik untuk mempertahankan keunggulan kompetitif (Miller & Wang, 2024). Penerbit semakin dituntut untuk meningkatkan efisiensi operasional dan keterlibatan pelanggan melalui teknologi digital, yang dapat meningkatkan kualitas publikasi dan jangkauan pasar. Namun, tantangan struktural dan sumber daya, seperti biaya investasi yang tinggi dan kekurangan bakat, menghambat transformasi ini (Xu & Fronda, 2023). Selain itu, munculnya layanan self-publishing dan langganan mengintensifkan persaingan, memaksa penerbit tradisional untuk berinovasi dan menyesuaikan strategi pemasaran mereka untuk mengidentifikasi peluang dan ceruk baru di pasar yang berkembang pesat (Kalmykov, 2024). Dengan demikian, mengatasi tantangan multifaset ini sangat penting bagi pertumbuhan dan keberlanjutan Dinasty Publisher di era digital.

Analisis SWOT berfungsi sebagai alat strategis penting bagi perusahaan untuk menilai posisi kompetitif mereka dengan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal secara sistematis di samping peluang dan ancaman eksternal. Metode ini tidak hanya membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi kinerja bisnis tetapi juga memfasilitasi desain solusi kontekstual yang selaras dengan dinamika pasar dan kemampuan internal (Widyaningrum et al., 2024). Dengan mengenali kekuatan dan peluang yang relevan, organisasi dapat merumuskan strategi efektif yang meningkatkan daya saing, terutama dalam menghadapi tantangan yang ditimbulkan oleh globalisasi dan kemajuan teknologi. Selanjutnya, penerapan analisis SWOT memungkinkan bisnis untuk membuat keputusan berdasarkan informasi, memastikan bahwa strategi disesuaikan dengan keadaan unik dan kondisi pasar mereka, sehingga mendorong pertumbuhan dan kemampuan beradaptasi yang berkelanjutan (Erpurini, 2021).

Penerapan analisis SWOT dalam industri penerbitan nasional, terutama untuk perusahaan menengah seperti Dinasti Penerbit, masih belum dieksplorasi meskipun digunakan secara luas di berbagai sektor. Penelitian menunjukkan bahwa SWOT dapat secara efektif mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal di samping peluang dan ancaman eksternal, sehingga memandu pengambilan keputusan strategis dan posisi kompetitif (Saputra & Lestari, 2021). Penelitian tentang kebijakan strategis untuk industri penerbitan sangat penting karena membahas kebutuhan akan kerangka kerja adaptif dalam menanggapi perubahan cepat yang didorong oleh transformasi digital dan dinamika pasar. Industri kreatif, khususnya penerbitan, memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional, dicontohkan oleh nilai pasar sektor Eropa €36—40 miliar dan angka pekerjaan yang substansial (Rosa et al., 2022).

Namun, tantangan seperti defisit infrastruktur dan perlunya model bisnis inovatif lebih banyak digunakan. Integrasi prosumer ke dalam rantai nilai disorot sebagai pendekatan transformatif, memungkinkan pengalaman yang berpusat pada pengguna yang dapat membentuk kembali model pendapatan (Wahyudi et al., 2024). Selain itu, pentingnya dukungan pemerintah dalam mendorong penyesuaian strategis dan meningkatkan kemampuan digital ditekankan, terutama dalam konteks pemulihan pasca-krisis (Su & Zhuang, 2021). Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menginformasikan perumusan kebijakan tetapi juga memperkaya literatur manajemen strategis dalam sektor kreatif nasional.

Tujuan dari penulisan artikel SWOT ini yaitu untuk: 1) Menganalisis Lingkungan Internal (IFAS) dan Lingkungan Eksternal (EFAS); 2) Menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SOW) serta strategi SO, ST, WO, WT yang dihadapi Dinasti Publisher.

METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan dan menganalisis kondisi internal dan eksternal Dinasti Publisher dalam upaya merebut pasar

di industri penerbitan nasional. Pendekatan SWOT digunakan sebagai alat utama dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan, serta menyusun strategi yang sesuai berdasarkan hasil identifikasi tersebut. Objek penelitian adalah Dinasti Publisher, yang bergerak di sektor penerbitan buku pendidikan dan umum, dengan fokus pada strategi pemasaran, keunggulan bersaing, manajemen produk, dan respons terhadap dinamika eksternal industri. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan tiga informan kunci (Direktur Utama, Manajer Pemasaran, dan Kepala Produksi), observasi langsung terhadap aktivitas promosi dan distribusi, serta dokumentasi internal seperti laporan penjualan dan profil pesaing.

Proses analisis dilakukan menggunakan matriks SWOT untuk menyusun alternatif strategi berdasarkan kombinasi faktor internal dan eksternal (SO, WO, ST, dan WT). Faktor lingkungan bisnis seperti perkembangan teknologi digital, tren pasar, dan kebijakan pemerintah juga dipertimbangkan dalam penyusunan strategi. Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi sumber dan metode, dengan memverifikasi hasil wawancara melalui observasi lapangan dan dokumentasi pendukung. Teknik ini dipilih untuk memastikan konsistensi dan meningkatkan kredibilitas hasil analisis terhadap kondisi strategis Dinasti Publisher.

RESULTS AND DISCUSSION

Hasil

Berdasarkan tujuan dari penulisan artikel ini, maka pembahasan pada penelitian ini adalah:

1. Analisis Lingkungan Eksternal (IFAS) dan Lingkungan Eksternal (EFAS)

Tabel 1. Analisis IFAS dan EFAS

Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weakness)	Peluang (Opportunities)	Ancaman (Threats)
1. Tim editorial berpengalaman 2. Portofolio penulis dan karya cukup luas 3. Reputasi baik di kalangan akademisi 4. Layanan lengkap (editor, desain, cetak)	1. Jaringan distribusi masih terbatas 2. Promosi digital belum optimal 3. Belum memiliki platform digital sendiri 4. Kekurangan SDM di bidang pemasaran	1. Tren digitalisasi dan e-book meningkat 2. Dukungan pemerintah terhadap industri kreatif 3. Meningkatnya minat self-publishing 4. Kemajuan teknologi (percetakan dan <i>artificial intelligence</i>)	1. Persaingan ketat antar publisher digital 2. Kebiasaan membaca masyarakat rendah 3. Perubahan algoritma social

Analisis lingkungan internal dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) yang dimiliki oleh Dinasti Publisher dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan manajemen puncak, serta dokumen internal perusahaan, ditemukan sejumlah kekuatan utama yang menjadi pondasi strategis perusahaan. Di antaranya adalah (1) reputasi perusahaan sebagai penerbit buku pendidikan yang kredibel, (2) keberadaan tim editorial yang berpengalaman dan memiliki jaringan luas di dunia akademik, (3) kerjasama distribusi dengan berbagai toko buku nasional, dan (4) sertifikasi perizinan penerbitan nasional yang lengkap.

Namun demikian, terdapat pula beberapa kelemahan yang menjadi tantangan internal, seperti (1) keterbatasan dalam memanfaatkan platform digital sebagai media pemasaran dan distribusi, (2) ketergantungan terhadap sistem penjualan konvensional (offline), (3) ketiadaan sistem informasi manajemen konten yang adaptif terhadap data pasar, dan (4) lambatnya proses inovasi produk berbasis kebutuhan pembaca modern. Faktor-faktor ini menjadi indikator bahwa, meskipun memiliki modal sosial dan reputasi yang kuat, perusahaan belum sepenuhnya memanfaatkan peluang digitalisasi.

Faktor eksternal dianalisis untuk menggambarkan peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang dihadapi Dinasti Publisher dalam konteks persaingan pasar. Peluang utama yang teridentifikasi adalah (1) meningkatnya kebutuhan akan konten edukatif di tengah reformasi pendidikan nasional, (2) berkembangnya tren literasi digital di kalangan pelajar dan mahasiswa, dan (3) terbukanya kanal distribusi daring melalui marketplace dan platform e-book. Selain itu, adanya dukungan dari lembaga-lembaga pemerintah dalam hal pengadaan buku pendidikan menjadi momentum strategis untuk ekspansi pasar.

Di sisi lain, perusahaan juga menghadapi berbagai ancaman, antara lain (1) meningkatnya jumlah penerbit digital yang lebih lincah dan adaptif, (2) perubahan pola konsumsi masyarakat yang cenderung mengarah pada konten daring interaktif, dan (3) fluktuasi harga bahan baku kertas dan biaya produksi pascapandemi yang berdampak pada efisiensi operasional.

2. Analisis Strategi SO, ST, WO, WT

Tabel 2. Matriks SWOT 4 Kuadran – Strategi Turunan

IFAS EFAS	Opportunities (Peluang)	Threats (Ancaman)
	Strengths (S)	Weakness (W)
	SO Strategy (Memanfaatkan kekuatan untuk peluang): - Mengembangkan e-book dan layanan self-publishing berbasis tim editor yang solid - Menggunakan reputasi untuk menjalin kerja sama dengan pemerintah dan kampus	ST Strategy (Menggunakan kekuatan untuk atasi ancaman): - Meningkatkan branding akademik untuk hadapi persaingan digital - Menawarkan layanan premium/ editorial eksklusif
	WO Strategy (Mengatasi kelemahan, raih peluang): - Membangun platform digital penerbitan - Merekrut atau melatih SDM pemasaran digital - Kerja sama dengan startup teknologi penerbitan	WT Strategy (Meminimalkan kelemahan dan hindari ancaman): - Memperbaiki promosi media sosial agar tak tergantung algoritma - Diversifikasi layanan agar tidak hanya mengandalkan pasar baca buku

Hasil pengolahan faktor internal dan eksternal dirumuskan dalam bentuk matriks SWOT. Matriks ini menunjukkan bahwa posisi strategis Dinasti Publisher berada dalam kuadran I, yaitu situasi di mana perusahaan memiliki kekuatan internal yang tinggi dan dapat memanfaatkan peluang pasar secara signifikan. Dengan demikian, strategi dominan yang direkomendasikan adalah strategi agresif (SO), yakni memaksimalkan kekuatan untuk mengejar peluang.

A) Analisis SWOT

Berdasarkan hasil pemetaan SWOT, dirumuskan strategi-strategi alternatif sebagai berikut:

- Strategi SO (Strengths-Opportunities):** Mengembangkan platform digital berbasis kekuatan SDM internal dan jaringan distribusi untuk memperluas pasar daring; mengintegrasikan promosi konten dengan kampus dan komunitas literasi.
- Strategi WO (Weaknesses-Opportunities):** Melatih staf pemasaran dan produksi untuk menguasai strategi digital marketing; menjalin kemitraan strategis dengan platform marketplace buku online.

- 3) **Strategi ST (Strengths-Threats):** Menyesuaikan lini produksi dengan inovasi konten interaktif dan tematik sesuai tren pembaca digital; memperkuat branding perusahaan berbasis nilai historis dan akademis.
- 4) **Strategi WT (Weaknesses-Threats):** Menerapkan efisiensi produksi melalui digitalisasi alur kerja; menyusun roadmap inovasi konten untuk diversifikasi produk secara bertahap.

B) Formulasi dan Pemilihan Strategi

Saya memilih strategi SO karena Dinasti Publisher memiliki kekuatan utama seperti Tim editorial berpengalaman, Portofolio penulis dan karya cukup luas, Reputasi baik di kalangan akademisi, Layanan lengkap (editor, desain, cetak) untuk memanfaatkan peluang eksternal, seperti Tren digitalisasi dan e-book meningkat, Dukungan pemerintah terhadap industri kreatif, Meningkatnya minat self-publishing, Kemajuan teknologi (percetakan dan artificial intelligence); dengan cara ini, perusahaan dapat meluncurkan produk baru sesuai tren, memperluas penetrasi pasar, serta memperkuat jaringan distribusi secara efektif.

Temuan ini menegaskan pentingnya penggunaan pendekatan analisis SWOT secara kontekstual dalam sektor penerbitan. Dinasti Publisher, meski memiliki aset sosial dan reputasi kuat, akan kesulitan bersaing tanpa strategi digital yang jelas. Oleh karena itu, integrasi antara kekuatan tradisional (konten berkualitas, jaringan distribusi) dan transformasi digital menjadi fondasi penting dalam merebut pasar yang dinamis.

Dari sisi akademik, studi ini berkontribusi pada literatur manajemen strategis berbasis SWOT yang diterapkan secara mikro di sektor kreatif lokal. Selain itu, pendekatan ini juga menunjukkan bahwa strategi agresif tidak selalu berarti ekspansi besar-besaran, tetapi juga bisa diwujudkan melalui konvergensi digital, pemanfaatan kekuatan relasional, serta penguatan orientasi pasar.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas, maka kesimpulan pada penelitian ini yaitu:

1. Lingkungan Internal (IFAS) dan Lingkungan Eksternal (EFAS) saat ini dalam keadaan stabil dan cenderung reaktif. Dinasti Publisher memiliki potensi internal yang kuat, terutama dari segi reputasi, kredibilitas tim editorial, dan jaringan distribusi yang luas, namun belum sepenuhnya mampu mengoptimalkan peluang eksternal akibat keterbatasan dalam digitalisasi dan inovasi produk
2. Dari strategi SO, ST, WO, WT yang di analisis, maka strategi SO menjadi strategi yang lebih dominan. Melalui pendekatan analisis SWOT, ditemukan bahwa strategi paling relevan untuk merebut pasar adalah strategi agresif (SO), yang memanfaatkan kekuatan internal untuk mengkapitalisasi peluang seperti meningkatnya tren literasi digital dan dukungan kebijakan pemerintah terhadap industri kreatif. Strategi tambahan seperti WO dan ST juga penting dalam mengantisipasi kelemahan dan ancaman, khususnya dari persaingan penerbit digital dan perubahan perilaku konsumen.

REFERENCES

- Brinton, J. (2021). The impact of COVID-19 on the UK publishing industry: Findings and opportunity. *Learned Publishing*, 34(1), 43–48. <https://doi.org/10.1002/LEAP.1363>
- Erpurini, W. (2021). *SWOT Analysis As A Strategy To Improve Competitiveness In PT Trans Antar Nusabird (Cititrans Travel)*. 4(4), 2416–2426. <https://doi.org/10.35335/MANTIK.VOL4.2021.1173.PP2416-2426>
- Kalmykov, A. (2024). Transforming the publishing industry in the digital age: challenges and opportunities. *ASEJ Scientific Journal of Bielsko-Biala School of Finance and Law*, 28(3), 92–99. <https://doi.org/https://doi.org/10.19192/wsfp.sj3.2024.12>
- Miller, C. D., & Wang, R. D. (2024). Product digitization and differentiation strategy change: Evidence from the book publishing industry. *Strategic Management Journal*.

- <https://doi.org/10.1002/smj.3586>
- Rosa, S. De, Jennes, I., den Broeck, W. Van, Dam, T. Van, Cardenas, P. C., & Nicolai, A. (2022). The Role of Prosumer in Reshaping the Publishing Industry: Preliminary Findings from the Möbius Project. *Publishing Research Quarterly*, 38(1), 18–27. <https://doi.org/10.1007/s12109-022-09861-w>
- Saputra, A. D., & Lestari, P. (2021). Pengembangan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Terintegrasi Analytic Hierarchy Process. *Optimal*, 1(3), 15–20. <https://doi.org/10.55606/optimal.v1i3.4147>
- Su, J., & Zhuang, T. (2021). *Strategy Adjustment and Strategy Research of Chinese Publishing in the Post-crisis Ear*. <https://doi.org/10.3969/j.issn.1009-5101.2010.05.002>
- Sytnyk, O. (2024). Artificial intelligence in the publishing industry: overcoming technophobia and unlocking the potential of innovation. *Grail of Science*, 41, 291–293. <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.05.07.2024.046>
- Wahyudi, A., Anwar, G., Kamila, O. N., & Silviana, D. R. (2024). Strategi Pengembangan Sektor Industri Kreatif Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional. *Cemerlang*, 4(3), 274–288. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i3.3064>
- Widyaningrum, A. A., Andini, D. F., Wulandari, D., Afiyah, J. N., Prastiwi, L., & Azizah, R. N. (2024). *Analisis SWOT sebagai Alat Pengambilan Keputusan Bisnis di Era Digital dan Globalisasi*. 1(2), 53–69. <https://doi.org/10.61132/jumaket.v1i2.153>
- Xu, Y., & Fronda, J. (2023). *Traditional Publishing Enterprises Shift to Digitalization: Basis for Strategic Plan*. <https://doi.org/10.60008/thequest.v2i3.147>
- Zhan, Q. (2024). Unraveling the Impact of Digital Transformation on Book Publishing: Organizational Performance and Content Quality Insights. *International Journal of Science and Business*, 39(1), 60–81. <https://doi.org/10.58970/ijsb.2424>