

# Analisis *Digital Marketing Start-up Hompimpaa.id* Menggunakan Metode Analisis SWOT, *Value Proposition Canvas*, dan *Competitive Five Force*

Zanuar Rifa'i, S.Kom., M.MSI.,<sup>1</sup>, Dwiki Agung Witriantino<sup>\*2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Amikom Purwokerto

<sup>2</sup>Universitas Amikom Purwokerto

Email: <sup>1</sup>zanuar.rifai@amikompurwokerto.ac.id, <sup>2</sup>witriantino@gmail.com

## Abstrak

Hompimpaa.id merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Jasa yang ditawarkan berupa jasa bimbingan parenting untuk orang tua dan anak-anak usia 3-9 tahun. Hompimpaa.id menggunakan aplikasi berbasis website untuk melakukan pemasaran dan mengenalkan produknya mulai dari e-book, buku parenting dan video permainan dan pembelajaran untuk anak. Cara pemasaran yang digunakan oleh hompimpaa.id dalam mengenalkan jasanya ke masyarakat luas yaitu dengan cara pemasaran secara digital atau digital marketing. Masalah yang dihadapi oleh hompimpaa.id adalah belum adanya patokan dalam untuk membuat konten yang nantinya akan dipasarkan di sosial media. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga metode yang berbeda yang bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi start-up hompimpaa.id dan membuat strategi digital marketing untuk hompimpaa.id. Metode yang digunakan adalah analisa SWOT, Value Proposition Canvas, dan Competitive Five Force. Hasil dari analisis penelitian ini yaitu berupa strategi digital marketing berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan.

**Kata kunci:** *Hompimpaa.id, Digital Marketing, Anilisa SWOT, Value Proposition Canvas, Competitive Five Force*

## Abstract

*Hompimpaa.id is a company engaged in the service sector. The services offered are parenting guidance services for parents and children aged 3-9 years. Hompimpaa.id uses a website-based application to do marketing and introduce products ranging from e-books, parenting books and video games and learning for children. The marketing method used by hompimpaa.id in introducing its services to the wider community is by means of digital marketing or digital marketing. The problem faced by hompimpaa.id is that there is no benchmark in creating content that will later be marketed on social media. In this study, researchers used three different methods aimed at analyzing internal and external factors that affect hompimpaa.id start-ups and creating digital marketing strategies for hompimpaa.id. The method used is SWOT analysis, Value Proposition Canvas, and Competitive Five Forces. The results of the analysis of this research are in the form of a digital marketing strategy based on the results of the analysis that has been done.*

**Keywords:** *Hompimpaa.id, Digital Marketing, SWOT Analysis, Value Proposition Canvas, Competitive Five Force*

## 1. PENDAHULUAN

Digital marketing adalah media yang banyak diminati oleh masyarakat saat ini. Digital marketing juga digunakan sebagai sarana pendukung kegiatan sehari-hari. Karena teknologi yang semakin berkembang, masyarakat mulai meninggalkan cara pemasaran yang konvensional dan beralih menggunakan digital marketing. Digital marketing sendiri berarti memasarkan produk secara digital atau melalui internet dengan tujuan menjangkau pasar yang lebih luas mulai dari luar daerah sampai luar negeri. Menurut Didin Hadi Saputra, dkk dalam buku "Digital Marketing : Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah", dituliskan bahwa (Parsons, Zeisser dan Waitman, 1998) percaya penjual bisa mencapai kesuksesan dalam pemasaran digital dengan cara membuat model baru yang berisi lima elemen penting di lingkungan media yang baru.

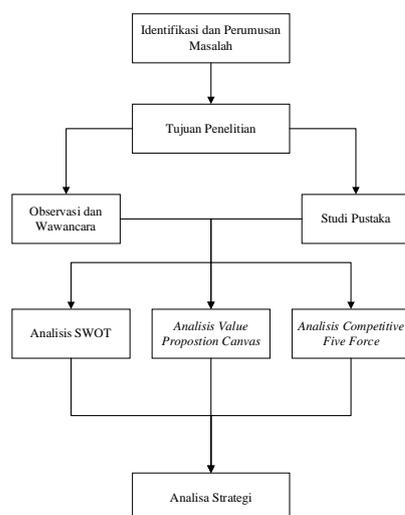
Menurut Andreas Agung (2021) dalam bukunya "The Fundamental of Digital Marketing" mengatakan bahwa "Digital Marketing adalah segala bentuk aktivitas pemasaran produk maupun jasa yang dilakukan secara virtual dengan menggunakan media digital atau internet". Sebelum melakukan pemasaran secara digital, perusahaan harus mempunyai strategi pemasaran agar pemasaran bisa berjalan dengan baik. Perusahaan bisa menggunakan analisis lingkungan untuk menghasilkan sesuatu strategi dan data yang diambil bisa digunakan untuk mengevaluasi strategi yang akan dilakukan kedepannya. Ada beberapa metode yang bisa digunakan yaitu analisis SWOT, *Value Proposition Canvas*, dan *Competitive Five Force*.

Menurut Pearce dan Robinson SWOT adalah singkatan dari kekuatan (Strength) dan kelemahan (Weakness) internal perusahaan serta peluang (Opportunities) dan ancaman (Threat) lingkungan yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik untuk perusahaan. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman. *Value Proposition Canvas* (VPC) adalah sebuah metode analisa yang digunakan untuk menjabarkan dan menciptakan value atau manfaat untuk konsumen. Dengan adanya VPC, perusahaan bisa tahu apa saja manfaat yang bisa didapatkan oleh konsumen ketika membeli produk atau menggunakan jasa yang dijual oleh perusahaan. Berdasarkan jurnal yang ditulis oleh Brillyanes Sanwiri (2017), *Value Proposition Canvas* terdiri dari dua blok *Business Model Canvas*, yaitu *Value Proposition* dan *Customer Segment*. Tujuannya adalah untuk membantu dalam membuat sketsa yang baik secara lebih rinci dan sederhana serta terstruktur. *Competitive Five Force* pertama kali dikenalkan oleh Michael Eugene Porter di tahun 2007. *Competitive Five Force* adalah suatu metode yang bisa digunakan untuk menganalisis keadaan lingkungan atau pasar yang mempengaruhi pemasaran produk. Keadaan pasar dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap pemasaran produk. Semakin besar nilai pembelian, maka akan semakin banyak juga pilihan yang disediakan oleh perusahaan untuk pembeli. Manfaat utama dari metode *Competitive Five Force* adalah mengetahui keadaan pasar yang mempengaruhi pemasaran produk dan menganalisa hal yang bisa membawa dampak yang signifikan ke perusahaan. *Competitive Five Force* juga bisa membantu perusahaan dalam mengidentifikasi potensi peluang dan ancaman dari luar perusahaan. Hompimpaa.id adalah platform *Learning Management System* (LMS) dengan penilaian minat dan potensi anak berbasis STEAM (*Science, Teknologi, Teknik, Seni, Matematika*) dan metode Pembelajaran Berbasis Proyek. Hompimpaa.id membantu orang tua milenial untuk mengidentifikasi dan memperkuat minat anak-anak mereka dan potensi melalui berbagai *project based learning* yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun.

Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah apa saja yang bisa menjadi kelebihan dan kekurangan hompimpaa.id dalam menjalankan bisnisnya, dan strategi apa saja yang bisa digunakan untuk mengatasi kelemahan dan ancaman bagi hompimpaa.id. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kelebihan dan kekurangan dari hompimpaa.id dan membuat strategi untuk mengembangkan dan mengatasi kedua hal tersebut agar hompimpaa.id bisa terus berkembang dengan memanfaatkan semua sumber daya yang dimiliki oleh hompimpaa.id.

## 2. METODE PENELITIAN

### a. Tahapan Penelitian



Gambar 1. Tahapan Penelitian

1) Observasi dan Wawancara

Observasi dilakukan dengan melakukan pengumpulan data dan informasi yang dibutuhkan dengan cara pengamatan langsung website [hompimpaa.id](http://hompimpaa.id) yang menjadi objek penelitian. Metode wawancara dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan langsung kepada salah satu developer dari [hompimpaa.id](http://hompimpaa.id) mengenai profil dan layanan yang ada di website [hompimpaa.id](http://hompimpaa.id).

2) Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan cara mengkaji informasi melalui media cetak seperti jurnal, buku, koran, dan internet. Kajian informasi tersebut disesuaikan dengan objek penelitian untuk mendukung kelengkapan informasi.

b. Analisis SWOT

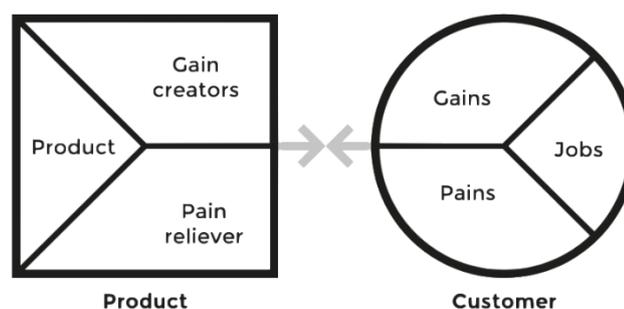
Menurut Pearce dan Robinson SWOT adalah singkatan dari kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) internal perusahaan serta peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threat*) lingkungan yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik untuk perusahaan. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang sangat besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil. Analisis SWOT secara logis dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan berkaitan dengan visi dan misi perusahaan serta tujuan perusahaan. Sehingga analisis SWOT dapat digunakan sebagai alat efektif untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan, sebagai proses pengambilan keputusan untuk menentukan strategi.

	<i>Internal</i>	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
		-Tentukan faktor-faktor kekuatan Internal	-Tentukan faktor-faktor kelemahan Internal
<i>Eksternal</i>		<i>Strategi S-O</i>	<i>Strategi W-O</i>
<i>Opportunities (O)</i>		-Tentukan faktor-faktor kekuatan Eksternal	-Tentukan faktor-faktor kelemahan Eksternal
		-Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	-Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Threats (T)</i>		<i>Strategi S-O</i>	<i>Strategi S-O</i>
		-Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	-Tentukan faktor-faktor ancaman
		-Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	-Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 2. Matriks SWOT

c. Value Propostion Canvas

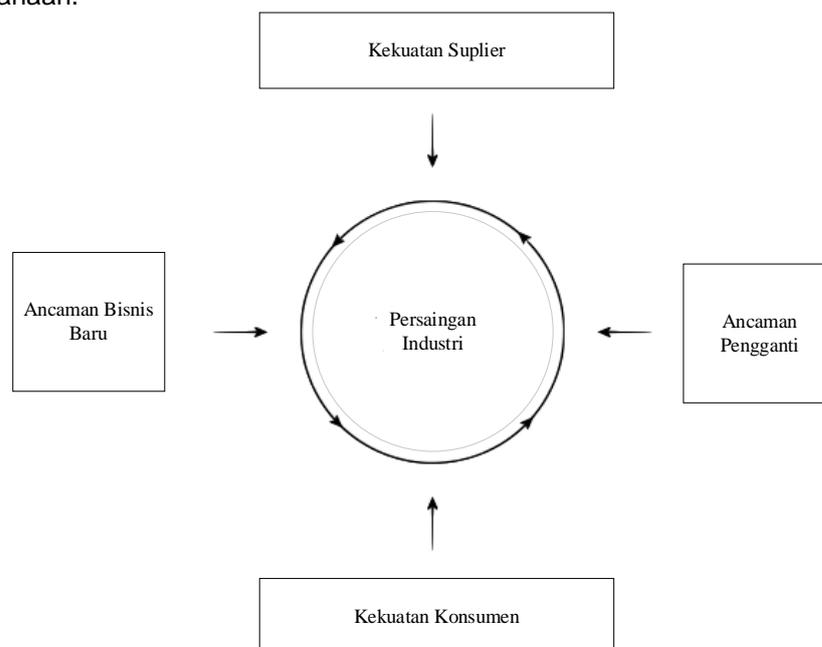
Value Proposition Canvas (VPC) adalah sebuah metode analisa yang digunakan untuk menjabarkan dan menciptakan value atau manfaat untuk konsumen. Dengan adanya VPC, perusahaan bisa tahu apa saja manfaat yang bisa didapatkan oleh konsumen ketika membeli produk atau menggunakan jasa yang dijual oleh perusahaan. Berdasarkan jurnal yang ditulis oleh Brillyanes Sanwiri (2017), Value Proposition Canvas terdiri dari dua blok Business Model Canvas, yaitu Value Proposition dan Customer Segment. Tujuannya adalah untuk membantu dalam membuat sketsa yang baik secara lebih rinci dan sederhana serta terstruktur.



Gambar 3. Kerangka Value Propostion Canvas

**d. Competitive Five Force**

*Competitive Five Force* pertama kali dikenalkan oleh Michael Eugene Porter di tahun 2007. *Competitive Five Force* adalah suatu metode yang bisa digunakan untuk menganalisis keadaan lingkungan atau pasar yang mempengaruhi pemasaran produk. Keadaan pasar dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap pemasaran produk. Semakin besar nilai pembelian, maka akan semakin banyak juga pilihan yang disediakan oleh perusahaan untuk pembeli. Manfaat utama dari metode *Competitive Five Force* adalah mengetahui keadaan pasar yang mempengaruhi pemasaran produk dan menganalisa hal yang bisa membawa dampak yang signifikan ke perusahaan. *Competitive Five Force* juga bisa membantu perusahaan dalam mengidentifikasi potensi peluang dan ancaman dari luar perusahaan.



Gambar 4. Kerangka *Competitive Five Force*

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**a. Analisis SWOT**

1) *Strength*

*Strength* merupakan kondisi dari dalam perusahaan yang menjadi kekuatan daya saing terhadap kompetitor. Kekuatan yang dimiliki oleh website *hompimpaa.id* antara lain:

- a) Pendaftaran yang mudah dan tidak terlalu banyak persyaratan.
- b) Harga paket yang cukup terjangkau bagi masyarakat.
- c) Akses kelas *online* gratis untuk anak.
- d) *Website* yang *user friendly* atau mudah digunakan oleh pengguna baru.
- e) Banyak pilihan buku untuk anak agar anak tidak mudah bosan.
- f) Pembelajaran bisa dilakukan secara daring menggunakan aplikasi zoom.

2) *Weakness*

*Weakness* merupakan kondisi dari dalam perusahaan yang berupa kelemahan atau kekurangan dari perusahaan. Kelemahan yang dimiliki oleh website *hompimpaa.id* antara lain:

- a) Kelas parenting yang masih kurang banyak dibandingkan dengan kompetitor.
- b) Kelas daring menggunakan zoom meeting yang memakan cukup banyak kuota
- c) Belum ada kontak *customer service* yang bisa dihubungi apabila ada keluhan dari user.
- d) Belum ada versi aplikasi *mobile*.

3) *Opportunity*

*Opportunity* merupakan kondisi dari luar yang menguntungkan bagi perusahaan dan membuat perusahaan menjadi lebih cepat berkembang. Berikut hasil analisis peluang bagi website *hompimpaa.id*:

- a) Banyak orang yang mencari kelas parenting agar bisa mendidik anaknya dengan lebih baik lagi.

- b) Solusi bagi orang tua agar anak tidak kecanduan bermain gadget dan memilih bermain bersama orang tua.
- c) Menambah pengetahuan tentang parenting untuk orang tua.

#### 4) *Threats*

*Threats* merupakan kondisi dari luar perusahaan yang bisa menjadi ancaman bagi perusahaan untuk berkembang. Berikut hasil analisis ancaman yang bisa mempengaruhi perkembangan website [hompimpaa.id](http://hompimpaa.id):

- a) Akses internet yang kurang maksimal karena tidak semua orang memiliki kecepatan internet yang sama.
- b) Paket parenting yang berbayar beresiko kurang diminati oleh pengguna.
- c) Banyak aplikasi parenting yang lain yang lebih diminati masyarakat.
- d) Kurangnya perhatian orang tua dalam memaksimalkan penggunaan gadget oleh anak menjadikan anak lebih suka bermain gadget daripada bermain bersama keluarga.

### b. *Value Proposition Canvas*

#### 1) *Value Proposition*

##### a) *Product and Service*

[Hompimpaa.id](http://hompimpaa.id) merupakan website yang bergerak di bidang jasa parenting. [Hompimpaa.id](http://hompimpaa.id) menawarkan jasa parenting untuk orang tua yang membutuhkan solusi terkait parenting dan ingin belajar tentang parenting lebih jauh. Selain kelas parenting, [hompimpaa.id](http://hompimpaa.id) juga memberi kelas untuk anak untuk melatih cara berkomunikasi anak dengan permainan dan video.

##### b) *Pain Reliever*

Pain reliever yang diberikan [hompimpaa.id](http://hompimpaa.id) untuk konsumen yang memiliki masalah dalam parenting dan masih merasa ragu, antara lain:

- i. Ide aktivitas baru dengan anak. Konsumen akan diberikan ide aktivitas yang menarik agar aktivitas dengan anak tidak monoton dan anak tidak merasa bosan dengan aktivitas yang dilakukan.
- ii. Melatih anak untuk berkomunikasi dengan orang tua. Saat beraktivitas, orang tua dan anak bisa saling berkomunikasi dengan topik pembicaraan yang santai. Membicarakan topik yang disukai oleh anak akan membuat anak lebih tertarik ke dalam pembicaraan.
- iii. Menambah rasa percaya diri anak. Anak yang percaya diri akan lebih aktif dalam beraktivitas dan tidak malu untuk berkomunikasi dan berdiskusi dengan orang tua. Rasa percaya diri ini bisa tumbuh karena lingkungan yang mendukungnya untuk tidak malu mengekspresikan dirinya.

##### c) *Gain Reliever*

*Gain reliever* yang bisa didapat oleh konsumen [hompimpaa.id](http://hompimpaa.id), antara lain:

- i. Adanya akses kelas gratis untuk anak. akses kelas ini diperuntukan bagi anak berusia 3-9 tahun untuk melatih keterampilan anak. Konsumen juga bisa mendapatkan salinan material dan sertifikat setelah menyelesaikan kelas.
- ii. Harga yang cukup terjangkau. Harga paket parenting yang ditawarkan oleh [hompimpaa.id](http://hompimpaa.id) bisa dikatakan cukup terjangkau. Hanya dengan Rp. 150.000,- konsumen sudah bisa mendapat paket parenting yang berisi 4 buku.
- iii. Mengunduh buku panduan. [Hompimpaa.id](http://hompimpaa.id) menyediakan beberapa e-book yang bisa di unduh secara gratis oleh konsumen. E-book ini berisi tentang ide bermain dengan anak, aktivitas bersama keluarga, dan lain-lain.

#### 2) *Customer Segment*

##### a) *Customer Jobs*

- i. Menyediakan internet untuk akses kelas. Koneksi internet dibutuhkan karena kelas bimbingan akan dilakukan secara daring menggunakan zoom meeting.
- ii. Membeli paket parenting. Konsumen bisa membeli paket buku yang bisa digunakan untuk melatih keterampilan anak dan menambah wawasan anak.
- iii. Membimbing anak. Konsumen harus tetap membimbing anaknya agar tidak cepat merasa bosan saat mengikuti kelas daring.

##### b) *Customer Gain*

- i. Pembelajaran yang menarik. Pembelajaran kelas daring untuk anak di [hompimpaa.id](http://hompimpaa.id) dibimbing oleh pembimbing profesional. Para pembimbing punya caranya tersendiri untuk menjadikan anak tidak mudah bosan saat mengikuti kelas daring.
    - ii. Melatih komunikasi anak. Bimbingan kelas yang dilakukan secara daring akan memudahkan pembimbing untuk bisa berkomunikasi dengan anak bimbingnya. Di saat ini, pembimbing melatih anak berkomunikasi dan memupuk rasa percaya diri anak.
  - c) *Customer Pain*
    - i. Aktivitas dengan anak yang monoton. Orang tua diharuskan untuk membangun suasana rumah yang ceria dengan mencari permainan atau aktivitas yang bisa dimainkan bersama dengan anak. Jika orang tua tidak mau mencari ide aktivitas yang baru, anak akan merasa bosan karena aktivitas yang monoton
    - ii. Tidak ada bahan obrolan dengan anak. Orang tua terkadang memilih untuk mengobrol dengan orang yang satu frekuensi agar obrolan mereka terasa lebih “nyambung”. Sedangkan anak juga terkadang ingin mengobrol dengan orang tua tetapi mereka takut topik yang diberikan tidak “nyambung” dengan obrolan orang tua
    - iii. Tidak ada ide aktivitas baru dengan anak. Pekerjaan orang tua menjadikan mereka bisa bekerja sampai larut malam dan tidak memiliki waktu bersama keluarga. Dan di akhir pekan, mereka lebih memilih istirahat daripada bepergian.
    - iv. Anak merasa bosan dengan aktivitas. Anak di umur 3-9 tahun sangat suka mengeksplor dunia mereka. Semakin luas jangkauannya, maka akan semakin banyak yang mereka dapat. Jika area bermain anak tersebut kecil dan orang tuanya enggan untuk mengajak mereka bermain diluar area tersebut, maka anak akan merasa bosan.
- c. **Competitive Five Force**
  - 1) **Perusahaan Pesaing**

[Hompimpaa.id](http://hompimpaa.id) bukan satu-satunya aplikasi atau website penyedia kelas parenting di Indonesia. Masih ada website dan aplikasi lain yang menyediakan jasa kelas parenting yang bisa menjadi opsi masyarakat. Website dan aplikasi pesaingnya antara lain:

    - a) Website Parenting
      - i. [bidanku.com](http://bidanku.com)
      - ii. [id.theasianparent.com](http://id.theasianparent.com)
      - iii. [klinikbayi.com](http://klinikbayi.com)
      - iv. [rumahinspirasi.com](http://rumahinspirasi.com)
      - v. [www.familyguideindonesia.com](http://www.familyguideindonesia.com)
    - b) Aplikasi Parenting
      - i. Teman Bumil
      - ii. PrimaKu
      - iii. Baby Care Plus
  - 2) **Ancaman Pesaing Baru**

Teknologi yang semakin maju membuat banyak perusahaan baru yang membuat jasa atau produk yang berbasis website dan aplikasi. Salah satunya adalah jasa kelas parenting. Berdasarkan analisis SWOT yang sudah dilakukan, [hompimpaa.id](http://hompimpaa.id) masih memiliki beberapa kelemahan. Kelemahan ini bisa dimanfaatkan oleh para pesaing dan perusahaan baru yang akan membuka perusahaannya. Berikut ancaman dari para pesaing baru, antara lain:

    - a) Aplikasi parenting berbasis mobile. Saat ini banyak orang yang menggunakan smartphone dalam kehidupan sehari-hari hingga menjadi kebutuhan primer. Hal ini menjadikan aplikasi berbasis mobile lebih banyak diminati oleh masyarakat.
    - b) Kelas parenting offline yang membuat aplikasi parenting. Perusahaan baru dan lama juga memanfaatkan teknologi dengan semaksimal mungkin agar dapat bersaing dan menjangkau pasar yang lebih luas
    - c) Harga paket parenting yang lebih terjangkau. Harga juga menentukan bagaimana respon masyarakat terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Harga yang murah bisa dijadikan senjata utama bagi para perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan lain.
  - 3) **Ancaman Produk Baru**

Produk baru akan muncul jika perusahaan baru juga muncul. Ancaman produk baru bagi *hompimpaa.id* antara lain:

- a) Kelas parenting offline. Kelas parenting yang berbasis offline bisa jadi ancaman bagi *hompimpaa.id*. Karena kelas parenting offline bisa mempertemukan konsumen dengan pembimbing secara langsung dan menjadikan kelas parenting akan lebih efisien.
  - b) Website parenting baru. Kelas offline juga akan membuka website parenting yang bisa mempertemukan konsumen dan pembimbing secara online dan untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
- 4) Kekuatan Pemasok  
*Hompimpaa.id* belum memiliki pemasok dari luar perusahaan. Hal ini menjadikan variabel "kekuatan pemasok" tidak digunakan di dalam penelitian ini.
- 5) Kekuatan Konsumen  
Jumlah konsumen yang tinggi dan sesuai target bisa menjadi kekuatan perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lain. *Hompimpaa.id* juga mempunyai target konsumen yang dapat dijadikan kekuatan dalam bersaing dengan jasa parenting lain, kekuatan konsumen yang dimiliki antara lain:
- a) Pasangan yang baru menikah. Pasangan yang baru menikah rata-rata usianya 23-27 tahun. Kelas parenting bisa menjadi salah satu program yang bisa mereka ambil untuk membekali diri mereka apabila nantinya sudah memiliki anak.
  - b) Pasangan yang mempunyai balita atau anak kecil. Parenting memang disarankan bagi para pasangan yang belum memiliki pengalaman dalam mengurus anak secara mandiri agar dimasa depan bisa mendidik anaknya secara benar.
  - c) Anak usia 3-9 tahun. Selain untuk orang tua, *hompimpaa.id* juga menyediakan kelas untuk anak-anak. Isi kelasnya berupa permainan yang mendidik anak agar mempunyai kecerdasan mental yang baik. Dari kelas ini orang tua bisa mengetahui kecerdasan, minat, dan bakat dari anaknya.

#### 4. KESIMPULAN

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, *hompimpaa.id* masih memiliki beberapa sisi kelemahan dan adanya ancaman dari sisi eksternal perusahaan. Untuk mengatasi hal tersebut, *hompimpaa.id* harus membuat strategi yang bisa digunakan di masa sekarang dan masa depan. Karena ketiga metode tersebut saling berkaitan, *hompimpaa.id* bisa membuat strategi berdasarkan analisa SWOT. Strategi yang dibuat oleh *hompimpaa.id*, yaitu:

1. Membuat konten ringan di sosial media *hompimpaa.id* yang berhubungan dengan *parenting* untuk meningkatkan *awareness* atau perhatian masyarakat terhadap *parenting*.
2. Memanfaatkan jasa iklan di internet agar *hompimpaa.id* lebih dikenal di masyarakat.
3. Membuat konten tutorial pendaftaran, dan pembayaran kelas *parenting* agar lebih mudah dipahami *user* baru.
4. Menunjukkan produk yang bisa diakses secara gratis kepada *user* agar *user* baru tertarik untuk mencoba dan menggunakan produk dari *hompimpaa.id*.
5. Memberi opsi kepada *user* untuk menentukan waktu pembelajaran daring agar *user* dapat belajar mengenai *parenting* di waktu yang diinginkan.
6. Menunjukkan keunikan yang hanya dimiliki oleh *hompimpaa.id* salah satunya dengan mengenalkan produk yang detail dan menunjukan keunggulan dan perbedaan dengan aplikasi yang lain.
7. Membuat konten ringan tentang pengaruh *parenting* terhadap perilaku anak di media sosial.
8. Membuat konten tentang pengaruh gawai terhadap perilaku anak di media sosial.
9. Memberi peringatan bahwa harus ada koneksi internet untuk mengakses kelas di *website* *hompimpaa.id*.
10. Memberi opsi pembelajaran dengan menggunakan media yang *user* suka. Selain menggunakan zoom, aplikasi lain yang diminati masyarakat adalah google meet dan whatsapp.
11. Memberikan kontak *customer service* yang lengkap agar *user* dapat menghubungi pihak *hompimpaa.id* apabila terjadi kendala saat *user* mengakses *website*.
12. Menambah kelas *parenting* yang bisa diakses secara gratis untuk menarik perhatian masyarakat.

**REFERENSI**

- Ekarini, F. (2016). Analisis competitive forces and competitive strategy pada sistem informasi "Zalora. co. id". *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*, 1(2), 104-108.
- Fatimah, N. D. F. (2016). *Teknik analisis SWOT*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia
- Irnawati, J., (2021). *Technopreneurship: wirausaha berbasis digital*. Bandung: Media Sains Indonesia dan Penulis
- Jati, W., dan Yuliansyah, H. (2017). Pengaruh strategi pemasaran online (online marketing strategy) terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(1), 127
- Nandagiri, V., dan Philip, L. (2018). Impact of influencers from Instagram and YouTube on their followers. *International Journal of Multidisciplinary Research and Modern Education*, 4(1), 61-65.
- Novianto, A. D., Ishaq, A., Kholil, I., Sumbaryadi, A., dan Iriadi, N. (2021). Analisis strategi sistem persediaan bahan baku pada restoran seafood asap cendrawasih dengan metode SWOT. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 7(1), 10-16.
- Novitasari, W., dan Khotimah, N. (2016). Dampak penggunaan gadget terhadap interaksi sosial anak usia 5-6 tahun. *Jurnal PAUD Teratai*, 5(3), 1-4
- Panjaitan, N. Q., Yetti, E., dan Nurani, Y. (2020). Pengaruh media pembelajaran digital animasi dan kepercayaan diri terhadap hasil belajar pendidikan agama islam anak. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 4(2), 588-596.
- Pebriana, P. H. (2017). Analisis penggunaan gadget terhadap kemampuan interaksi sosial pada anak usia dini. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 1(1), 1-11.
- Saputra, D. H. (2020). *Digital marketing: komunikasi bisnis menjadi lebih mudah*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Rahma, A. N., dan Pradhanawati, A. (2018). strategi bersaing produk ukm lunpia dengan menggunakan analisis five forces porter dan SWOT (kasus pada UKM lunpia kings semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(2), 171-185.
- Ritonga, H. M., Setiawan, N., El Fikri, M., Pramono, C., Ritonga, M., Hakim, T., dan Nasution, M. D. T. P. (2018). Rural Tourism Marketing Strategy And Swot Analysis: A Case Study Of Bandar PasirMandoge Sub-District In North Sumatera. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 9(9), 1617-1631
- Rizqullah, E. R., Hasun, F., dan Sagita, B. H. (2019). Evaluasi model bisnis angelina zanisa leatherworks dengan menggunakan kerangka business model canvas. *eProceedings of Engineering*, 6(2). 6307-6315
- Taufik, A., Apendi, T., Saidi, S., dan Istiarsono, Z. (2019). Parental perspectives on the excellence of computer learning media in early childhood education. *Jurnal Pendidikan Usia Dini*, 13(2), 356-370.
- Witarsa, R., Hadi, R. S. M., Nurhananik, N., dan Haerani, N. R. (2018). Pengaruh penggunaan gadget terhadap kemampuan interaksi sosial siswa sekolah dasar. *Pedagogik (Jurnal Pendidikan Sekolah Dasar)*, 6(1), 9-20.
- Yudhanto, Y. (2018). *Information technology business start-up*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Zaini, M., & Soenarto, S. (2019). Persepsi orangtua terhadap hadirnya era teknologi digital di kalangan anak usia dini. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 3(1), 254-264.