

STRATEGI PENGEMBANGAN E-BISNIS PADA STARTUP HYPLAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN SWOT ANALYSIS

**Nurjamiyah¹, Ferdi Rizaldi², Fauzan Aznan Bintang³, Muhammad Ganang Hidayat⁴, M
Fakhri Dzil Ikram⁵, Adrian Nuh Kaban⁶**
Universitas Harapan Medan

E-mail: nurjamiyah7@gmail.com¹, ferdirizaldi098@gmail.com², bfauzan214@gmail.com³,
gananghidayat02@gmail.com⁴, m.fakhrizilikram32@gmail.com⁵, adriannuhk@gmail.com⁶

Abstrak

Perkembangan teknologi digital mendorong munculnya berbagai startup berbasis aplikasi yang menawarkan solusi praktis dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu startup tersebut adalah Hyplan, sebuah platform digital yang menyediakan layanan pengaturan jadwal, perencanaan perjalanan, serta pengingat waktu secara terintegrasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model bisnis Hyplan serta merumuskan strategi pengembangan e-bisnis yang tepat menggunakan pendekatan analisis SWOT. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik studi kasus. Data diperoleh melalui studi literatur, observasi terhadap fitur aplikasi, serta analisis dokumen pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hyplan memiliki model bisnis berbasis layanan digital dengan potensi pasar yang luas, namun masih menghadapi tantangan berupa persaingan ketat dan rendahnya tingkat pengenalan merek. Berdasarkan analisis SWOT, strategi pengembangan yang direkomendasikan meliputi penguatan diferensiasi layanan, peningkatan keamanan data, serta perluasan kerja sama strategis untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis.

Kata Kunci: E-bisnis, Startup Digital, Model Bisnis, SWOT Analysis, Hyplan.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam dunia bisnis, khususnya melalui pemanfaatan platform digital sebagai sarana penyediaan layanan. Model bisnis konvensional kini mulai bergeser ke arah e-bisnis yang mengandalkan teknologi untuk menciptakan nilai tambah bagi pengguna (Laudon & Traver, 2022). Kondisi ini mendorong munculnya berbagai startup digital yang menawarkan solusi inovatif untuk memenuhi kebutuhan masyarakat modern.

Startup digital pada umumnya memiliki karakteristik inovatif, berbasis teknologi, serta beroperasi dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan kompetitif. Oleh karena itu, perumusan model bisnis yang tepat menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan dan keberlanjutan sebuah startup. Model bisnis tidak hanya menggambarkan bagaimana perusahaan menciptakan nilai, tetapi juga bagaimana nilai tersebut disampaikan kepada pelanggan dan menghasilkan pendapatan (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Hyplan merupakan salah satu startup digital yang hadir sebagai solusi dalam pengelolaan jadwal dan perencanaan perjalanan. Aplikasi ini dirancang untuk membantu pengguna mengatur aktivitas, perjalanan, dan waktu secara lebih efisien melalui sistem pengingat dan integrasi layanan. Meskipun memiliki konsep yang relevan dengan kebutuhan masyarakat saat ini, Hyplan tetap menghadapi tantangan berupa persaingan dengan aplikasi serupa serta tuntutan terhadap keamanan data dan kualitas layanan.

Untuk menghadapi tantangan tersebut, diperlukan analisis strategis yang mampu

mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal perusahaan. Analisis SWOT merupakan metode yang umum digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu bisnis sebagai dasar dalam penyusunan strategi pengembangan (Rangkuti, 2016). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model bisnis Hyplan serta merumuskan strategi pengembangan e-bisnis menggunakan analisis SWOT.

2. METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan tersebut digunakan untuk memberikan gambaran secara mendalam mengenai kondisi dan penerapan e-bisnis pada startup Hyplan. Fokus penelitian diarahkan pada pengkajian model bisnis serta perumusan strategi pengembangan e-bisnis melalui analisis SWOT, tanpa melibatkan pengolahan data kuantitatif atau perhitungan statistik.

Objek Penelitian

Objek yang dikaji dalam penelitian ini adalah startup Hyplan, yaitu sebuah platform digital yang menyediakan layanan pengelolaan jadwal, perencanaan perjalanan, serta pengingat waktu perjalanan berbasis aplikasi. Penelitian difokuskan pada pola model bisnis yang diterapkan, pemanfaatan teknologi e-bisnis, serta upaya pengembangan strategi bisnis digital yang dilakukan oleh Hyplan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Studi literatur, dengan menelaah berbagai sumber pustaka seperti buku teks, artikel ilmiah, dan jurnal yang membahas e-bisnis, model bisnis digital, serta analisis SWOT.
2. Observasi, dilakukan dengan mengamati langsung fitur, layanan, serta alur penggunaan aplikasi Hyplan, termasuk membandingkannya dengan platform digital sejenis.
3. Dokumentasi, berupa pengumpulan data pendukung seperti profil startup, deskripsi layanan aplikasi, serta informasi terkait pengembangan dan aktivitas bisnis Hyplan.

Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan karakteristik e-bisnis dan model bisnis Hyplan secara sistematis, sedangkan analisis SWOT dimanfaatkan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja bisnis, sehingga dapat dirumuskan strategi pengembangan e-bisnis yang sesuai.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan karakteristik layanan serta pola interaksi antara penyedia layanan dan pengguna, Hyplan menerapkan model bisnis Business to Consumer (B2C). Dalam model ini, perusahaan menyediakan layanan digital secara langsung kepada pengguna akhir melalui aplikasi tanpa melibatkan perantara. Layanan yang ditawarkan meliputi pengelolaan jadwal, perencanaan perjalanan, serta pengingat waktu perjalanan yang dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan pribadi maupun profesional.

Model bisnis Hyplan berfokus pada penciptaan nilai melalui efisiensi pengelolaan waktu dan mobilitas pengguna. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan integrasi berbagai fitur dalam satu platform, sehingga pengguna dapat mengakses layanan secara praktis dan terstruktur. Pendekatan ini sejalan dengan kebutuhan masyarakat modern yang mengutamakan kemudahan dan kecepatan dalam mengatur aktivitas sehari-hari.

Gambaran Usaha Raa's Little Box

Hyplan merupakan startup digital yang bergerak di bidang layanan pengelolaan jadwal dan perencanaan perjalanan berbasis aplikasi. Platform ini dirancang untuk

membantu pengguna dalam mengatur aktivitas dan perjalanan secara lebih sistematis. Keunggulan layanan Hyplan terletak pada kemampuannya mengintegrasikan berbagai kebutuhan pengguna dalam satu sistem yang mudah digunakan.

Pada tahap awal pengembangan, Hyplan memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan pengguna. Meskipun strategi ini cukup efektif dalam memperkenalkan layanan, pengelolaan sistem dan pengembangan fitur masih menghadapi beberapa keterbatasan, terutama dalam hal optimalisasi layanan dan perluasan jangkauan pengguna.

Analisis SWOT Raa's Little Box

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja serta pengembangan suatu usaha. Metode ini mencakup analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sebagai dasar dalam perumusan strategi bisnis (Rangkuti, 2016). Dalam penelitian ini, analisis SWOT diterapkan untuk mengevaluasi kondisi e-bisnis Hyplan.

Berdasarkan hasil observasi, studi dokumentasi, dan kajian terhadap praktik bisnis startup digital sejenis, diperoleh sejumlah faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap pengembangan Hyplan (Shidik et al., 2025). Faktor-faktor tersebut disajikan pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1. Faktor Internal

Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
1. Layanan digital terintegrasi berbasis aplikasi modern	1. Tingkat pengenalan merek masih terbatas di pasar
2. Aplikasi mudah digunakan oleh berbagai kalangan pengguna	2. Pengembangan fitur lanjutan belum optimal
3. Relevan dengan kebutuhan manajemen waktu pengguna aktif	3. JKetergantungan tinggi pada stabilitas teknologi
4. Potensi personalisasi layanan berbasis preferensi pengguna	4. Keterbatasan sumber daya manusia dan teknis

Tabel 2. Faktor Eksternal

Opportunity (Peluang)	Threat (Ancaman)
1. Meningkatnya kebutuhan manajemen waktu digital masyarakat	1. Persaingan dengan aplikasi sejenis yang mapan
2. Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat	2. Risiko keamanan data dan privasi pengguna
3. Peluang ekspansi pasar melalui platform online	3. Perubahan regulasi di bidang teknologi
4. Tren penggunaan aplikasi digital di kalangan profesional	4. Perubahan preferensi dan perilaku pengguna

Strategi Pengembangan E-bisnis

Berdasarkan hasil analisis SWOT, dirumuskan beberapa strategi pengembangan e-bisnis yang dapat diterapkan oleh Hyplan. Strategi tersebut disusun dengan mengombinasikan kondisi internal dan eksternal perusahaan ke dalam strategi SO, WO, ST, dan WT sebagaimana disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Matriks SWOT

Internal Eksternal	Strengths (Kekuatan) 1. Layanan digital terintegrasi berbasis aplikasi modern 2. Aplikasi mudah digunakan oleh berbagai kalangan pengguna 3. Relevan dengan manajemen waktu pengguna aktif 4. Potensi personalisasi layanan berbasis preferensi pengguna	Weaknesses (Kelemahan) 1. Tingkat pengenalan merek masih terbatas di pasar 2. Pengembangan fitur lanjutan belum optimal 3. JKetergantungan tinggi pada stabilitas teknologi 4. Keterbatasan sumber daya manusia dan teknis
Opportunity (Peluang) 1. Meningkatnya kebutuhan manajemen waktu digital masyarakat 2. Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat 3. Peluang ekspansi pasar melalui platform online 4. Tren penggunaan aplikasi digital di kalangan profesional	Strategi SO 1. Memanfaatkan keunikan produk gift box custom yang bernilai emosional tinggi untuk dipasarkan melalui website resmi guna menjangkau pasar yang lebih luas. 2. Mengintegrasikan website dengan media sosial sebagai sarana promosi digital untuk meningkatkan visibilitas produk. 3. Mengoptimalkan fleksibilitas isi gift box sebagai daya tarik utama dalam memenuhi tren hadiah personal.	Strategi WO 1. Mengembangkan website e-bisnis sebagai media pemesanan dan promosi guna mengatasi keterbatasan proses manual. 2. Memanfaatkan peluang digital marketing untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan brand awareness.
Threat (Ancaman) 1. Persaingan dengan aplikasi sejenis yang mapan 2. Risiko keamanan data dan privasi pengguna 3. Perubahan regulasi di bidang teknologi 4. Perubahan preferensi dan perilaku pengguna	Strategi ST 1. Menjaga kualitas produk serta konsistensi layanan pelanggan untuk mempertahankan loyalitas konsumen di tengah persaingan. 2. Menjaga kualitas produk serta konsistensi layanan pelanggan untuk mempertahankan loyalitas konsumen di	Strategi WT 1. Mengoptimalkan sistem website untuk meminimalkan kesalahan pemesanan dan mengurangi ketergantungan pada komunikasi chat. 2. Memilih mitra pengiriman yang terpercaya guna menekan risiko keterlambatan

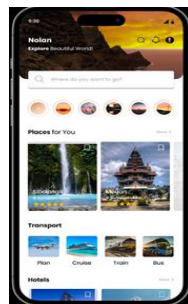
	tengah persaingan.	distribusi produk. 3. Menyusun prosedur operasional sederhana untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan pesanan.
--	--------------------	--

Implementasi Aplikasi

Pengembangan aplikasi dilakukan sebagai bentuk implementasi dari strategi e-bisnis yang telah dirumuskan berdasarkan hasil analisis SWOT pada startup Hyplan. Aplikasi Hyplan dirancang sebagai platform digital berbasis mobile yang menyediakan layanan perencanaan perjalanan, pengaturan jadwal, serta pemesanan tiket secara terintegrasi. Implementasi aplikasi ini bertujuan untuk meningkatkan kemudahan akses layanan, efisiensi perencanaan perjalanan, serta pengalaman pengguna dalam mengelola aktivitas perjalanan secara digital.

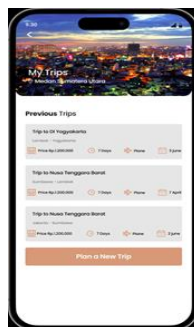
Sebelum pengembangan aplikasi secara terstruktur, perencanaan perjalanan umumnya dilakukan secara terpisah melalui berbagai aplikasi dan platform yang berbeda. Oleh karena itu, Hyplan hadir sebagai solusi terintegrasi yang menggabungkan berbagai kebutuhan perjalanan dalam satu aplikasi.

a. Halaman Beranda



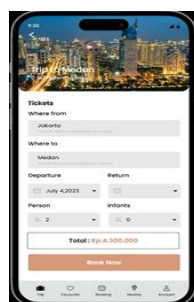
Gambar 2. Tampilan Halaman Beranda Hyplan

b. Halaman Pengatur Jadwal



Gambar 3. Tampilan Halaman Pengatur Jadwal

c. Halaman Pemesanan Tiket



Gambar 4. Tampilan Halaman Pemesanan Tiket

Secara keseluruhan, implementasi aplikasi Hyplan sebagaimana ditunjukkan pada

Gambar 2 hingga Gambar 4 menunjukkan penerapan konsep e-bisnis berbasis aplikasi mobile yang mendukung perencanaan dan pengelolaan perjalanan. Aplikasi ini diharapkan mampu meningkatkan efektivitas layanan, memberikan kemudahan bagi pengguna, serta memperkuat posisi Hyplan sebagai startup di bidang layanan perjalanan digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa startup Hyplan memiliki potensi yang kuat sebagai aplikasi perencanaan perjalanan berbasis e-bisnis. Penerapan model bisnis Business to Consumer (B2C) memungkinkan Hyplan menjangkau pengguna secara langsung dengan menyediakan layanan pengaturan jadwal, perencanaan perjalanan, dan pemesanan tiket dalam satu aplikasi terintegrasi.

Analisis Business Model Canvas menunjukkan bahwa Hyplan memiliki value proposition yang relevan dengan kebutuhan pengguna, khususnya dalam hal efisiensi manajemen waktu dan kemudahan perencanaan perjalanan. Sementara itu, hasil analisis SWOT mengidentifikasi bahwa kekuatan utama Hyplan terletak pada integrasi fitur dan kemudahan penggunaan aplikasi, meskipun masih terdapat beberapa kelemahan seperti keterbatasan pengembangan fitur dan tingkat kesadaran merek yang belum optimal.

Strategi pengembangan e-bisnis yang dirumuskan melalui matriks SWOT menekankan pentingnya pemanfaatan teknologi digital, peningkatan kualitas layanan, serta penguatan kemitraan strategis untuk menghadapi persaingan dan perubahan tren industri perjalanan. Implementasi aplikasi Hyplan sebagai media e-bisnis diharapkan mampu meningkatkan efektivitas layanan, memperluas jangkauan pengguna, serta mendukung pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

Dengan demikian, pengembangan dan penerapan strategi e-bisnis yang tepat dapat menjadi faktor kunci bagi Hyplan dalam meningkatkan daya saing dan eksistensinya di tengah pesatnya perkembangan layanan perjalanan berbasis aplikasi.

REFERENCES

- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-Commerce: Business, Technology, Society* (17th ed.). New York: Pearson Education.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., & Papadacos, T. (2020). *Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Rangkuti, F. (2020). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Edisi Revisi). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Shidik, B. A. A., Nurhayati, S., & Pratama, R. A. (2023). Analisis strategi pengembangan e-bisnis menggunakan metode SWOT pada usaha berbasis digital. *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi*, 6(2), 155–164.
- Putri, L. T., Sari, M., & Hidayat, R. (2022). Analisis pengembangan model bisnis startup berbasis aplikasi menggunakan Business Model Canvas. *Jurnal Sistem Informasi dan E-Bisnis*, 4(1), 30–39.
- Susanti, E., & Pratama, A. R. (2021). Penerapan e-business pada usaha digital untuk meningkatkan daya saing. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), 87–96.
- Utami, N. P., & Rahman, A. (2024). Strategi pengembangan startup digital berbasis aplikasi melalui analisis SWOT. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis Digital*, 5(1), 12–21.