JURNAL JIHAPENMAS
Jurnal Hilirisasi Pengabdian Masyarakat

Vol. 2, No. 1 - Februari 2025, Hal. 31-37
DOI: doi.org/10.29062/jihapenmas.v2i1.1148

Pengembangan *E-Business* Pada Organisasi Nirlaba Vanili Indonesia Dengan Analisa SWOT Dan Pestel

Lindra Dwi Pramudya*[1], Emmywati[2], Mochamad Fatchurrohman3, Damarsari Ratnasahara Elisabeth[4]
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya
*e-mail: lindradwi21@gmail.com

Nomor Telepon Author: 08993410208

Received:	Revised:	Accepted:	Available online:
07.01.2025	20.01.2025	13.02.2025	28.02.2025

Abstract: *This research aims to investigate the development of e-business within Vanili Indonesia, with a focus on SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) and PESTEL (Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal) analysis. Through a qualitative approach, data was collected through in-depth interviews with key stakeholders from the organization, as well as document analysis. The results of the research indicate that the adoption of e-business Vanili Indonesia faces several challenges, including limited technological infrastructure, lack of understanding of e-business benefits, and data security challenges. However, the research also identifies significant opportunities in the use of technology to expand marketing networks, improve operational efficiency, and enhance access to global markets. SWOT and PESTEL analysis enable researchers to holistically understand the organization's position in a dynamic business environment and provide strategic recommendations to optimize their e-business development in the future. The result of this research is the development of e-business within the organization of Vanili Indonesia, which includes the enhancement of Instagram social media presence and the development of Vanili Indonesia's official website. This is achieved by maximizing the utilization of social media and the official website with attractive and informative designs. The aim is to enable Vanili Indonesia's partners and stakeholders to easily access and understand various provided information.*

Keywords*: E-business development, Vanili Indonesia, SWOT analysis, PESTEL*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengembangan e-bisnis di dalam organisasi vanili Indonesia, dengan fokus pada analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dan PESTEL (Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal). Melalui pendekatan kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan kunci dari organisasi tersebut, serta analisis dokumen terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi e-bisnis oleh organisasi vanili Indonesia menghadapi sejumlah tantangan, termasuk infrastruktur teknologi yang terbatas, kurangnya pemahaman tentang keuntungan e-bisnis, dan tantangan keamanan data. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi peluang signifikan dalam penggunaan teknologi untuk memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan akses pasar global. Analisis SWOT dan PESTEL memungkinkan peneliti untuk memahami secara holistik posisi organisasi dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan memberikan rekomendasi strategis untuk mengoptimalkan pengembangan e-bisnis mereka di masa mendatang. Hasil dari penelitian ini adalah pengembangan e-bisnis yang ada didalam organisasi Vanili Indonesia yaitu pengembangan sosail media Instagram dan pengembangan Website resmi Vanili Indnonesia dengan memaksimalkan penggunaan media sosial dan website resmi menggunakan desain yang menarik dan informatif agar mitra Vanili Indonesia dan Mitra mudah mengakses dan memhami berbagai informasi yang diberikan.

Kata kunci: Pengembangan e-bisnis, Organisasi vanili Indonesia, Analisis SWOT, PESTEL

Vol. 2, No. 1 - Februari 2025, Hal. 31-37
DOI: doi.org/10.29062/jihapenmas.v2i1.1148

1. PENDAHULUAN

E-Business, atau bisnis elektronik, merupakan konsep yang melibatkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk melakukan berbagai kegiatan bisnis. Berbagai ahli telah memberikan pemahaman dan pandangan mereka mengenai konsep e-business ini, (Peter Drucker, 2005) menyatakan bahwa e-business mengubah paradigma bisnis tradisional dengan memanfaatkan teknologi digital untuk mengubah cara perusahaan berinteraksi dengan pelanggan, mitra, dan pemasok. Menurut Drucker, e-business bukan hanya tentang penjualan online, tetapi juga tentang menciptakan nilai tambah melalui integrasi yang lebih baik dalam rantai pasokan dan hubungan pelanggan. (Michael Porter,1985) menyoroti pentingnya e-business dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Menurutnya, e-business memungkinkan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah melalui efisiensi operasional, diferensiasi produk, dan fokus pada kepuasan pelanggan. (Don Tapscott,2006) Tapscott menekankan konsep kolaborasi dan transparansi dalam e-business. Menurutnya, e-business tidak hanya tentang menjalankan bisnis secara digital, tetapi juga tentang membangun komunitas dan jaringan yang memungkinkan kolaborasi yang lebih efektif antara perusahaan, pelanggan, dan mitra bisnis.

(Andrew McAfee dan Erik Brynjolfsson, 2016) Dalam karyanya tentang "Second Machine Age", McAfee dan Brynjolfsson menggambarkan bagaimana e-business, bersama dengan teknologi lain seperti kecerdasan buatan dan analisis data, sedang mengubah fundamental cara kita bekerja dan berbisnis. Mereka menyoroti pentingnya adaptasi terhadap teknologi digital dalam menjaga daya saing dan relevansi di pasar global yang terus berubah.

Vanili Indonesia merupakan organisasi nirlaba yang memberikan informasi teraktual terkait dengan vanili. Selain membagikan informasi terkait teknis budidaya, pengolahan dan pemasaran, kami juga siap memfasilitasi pelaku vanili yang ingin berjejaring dengan stakeholder lainnya. Kami juga menyelenggarakan pelatihan, pembinaan dan pembuatan materi informasi untuk memberikan wawasan terkait bisnis vanili. Sekretariat vanili Indonesia berada di Bogor Jawa Barat yang menginduk ke Gamal Institute.

Penelitian terhadap Organisasi Vanili Indonesia apabila dilihat dari website resmi, masih belum memanfaatkan penuh teknologi informasi. Maka diperlukan sebuah pengembangan E-Business untuk memudahkan mitra mencari informasi dan menjalin komunikasi yang baik dengan mitra dan pelanggan demi terciptanya loyallitas pelanggan. Dari latar belakang yang telah dijabarkan diatas, penelitian dengan judul “Pengembangan E-Business Pada Organisasi Vanili Indonesia” sangat menarik untuk dikaji dan layak untuk diangkat sebagai penelitian.

2. METODE

Penelitian Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang permasalahan yang dihadapi oleh organisasi vanili Indonesia dalam mengembangkan e-business. Pendekatan kualitatif memungkinkan untuk eksplorasi yang lebih mendalam terhadap pandangan dan pengalaman pemangku kepentingan.

Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh organisasi vanili Indonesia dalam konteks pengembangan e-business. Ini melibatkan identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kemampuan organisasi untuk berhasil dalam mengadopsi strategi e-business.

Analisis PESTEL untuk memahami faktor-faktor lingkungan eksternal yang dapat mempengaruhi keputusan strategis organisasi dalam mengembangkan e-business. Ini termasuk faktor politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum yang mungkin memengaruhi lingkungan operasional organisasi.

Vol. 2, No. 1 - Februari 2025, Hal. 31-37
DOI: doi.org/10.29062/jihapenmas.v2i1.1148

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT adalah sebuah metode strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang dihadapi oleh suatu organisasi, proyek, atau ide bisnis. Ini adalah alat yang sering digunakan dalam perencanaan strategis untuk membantu organisasi memahami posisi mereka di pasar dan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat memengaruhi kesuksesan tersebut. Berikut ini tabel dari matriks SWOT:

Tabel 1.
Matriks SWOT

	Strenght (S) Menentukan 1-10 faktor-faktor kekuatan internal	**Strategi W-T** Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman
Opportunities (O) Menentukan 1-10 faktor-faktor peluang eksternal	**Strategi S-O Menciptakan** strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	**Strategi W-O** Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Menentukan 1-10 faktor-faktor ancaman eksternal	**Strategi S-T** Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	**Strategi W-T** Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti (2021)

Tabel 2.
Identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman

Faktor Internal	**Kekuatan**	**Kelemahan**
Kondisi keuangan	Modal besar	-
SDM	a. Ketersediaan pekerja lapangan / petani b. Ketersediaan pekerja administrasi c. Membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar dan masyarakat luas.	d. Kurangnya produksi vanili karena ketersediaan vanili terbatas e. Banyak petami memanen muda f. Kurangnya modal
Pemasaran	a. Memiliki pembeli tetap b. Produk memiliki kualitas ekspor	a. Belum memiliki sertifikat
Produksi	c. Kualitas menyesuaikan permintaan pembeli d. Menyediakan berbagai macam grade	a. Produk terbatas b. Hanya menyediakan bibit, vanili kering patah dan kering lentur.
Manajemen	-	
Faktor Eksternal	**Peluang**	**Ancaman**
Kondisi Perekonomian	a. Kemampuan petani untuk melakukan pembibitan sendiri	-

Vol. 2, No. 1 - Februari 2025, Hal. 31-37
DOI: doi.org/10.29062/jihapenmas.v2i1.1148

	b. Ketersediaan pupuk kandang	
Sosial dan Budaya	a. Hubungan yang dekat dan baik (pertani dan konsumen) b. Jaringan yang luas c. Pemasok vanili tetap	-
Politik dan Hukum	a. Ketersediaan koperasi b. Berbadan hukum	a. Belum meimiki sertifikat organik
Teknologi	a. Teknologi pengeringan vanili dengan teknologi oven	-
Persaingan	-	a. Adanya pesaing

Analisis Pastel

Analisis PESTEL untuk memahami faktor-faktor lingkungan eksternal yang dapat mempengaruhi keputusan strategis organisasi dalam mengembangkan e-business. Ini termasuk faktor politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum yang mungkin memengaruhi lingkungan operasional organisasi, dilakukan dengan cara mengumpulkan dan menggambarkan informasi tentang faktor eksternal yang dalam proses pengembangan bisnis. Dari proses Analisa tersebut memberikan hasil analisis PESTEL pada "Pengembangan E-Business pada Organisasi Vanili Indonesia."

1. Politik
   Vanili Indonesia adalah Organisasi Nirlaba yang tergerak dalam bidang pengembangan dan pelatihan untuk petani. Sesuai dengan PP No. 7 Tahun 2021 yang memuat beragam regulasi kebijakan pada aspek kemudahan pendirian usaha, perizinan, fasilitasi, akses pembiayaan, akses ke rantai pasok, sampai akses pasar bagi koperasi dan UMKM dengan modal usaha mulai dari 1 miliar hingga 10 miliar dengan hasil penjualan tahunan sebesar 2 miliar – 50 miliar.
2. Ekonomi
   Faktor ekonomi memberi pengaruh terhadap kegiatan pada Organisasi Vanili Indonesia. Mitra dan konsumen yang menggunakan jasa pelatihan dan pengembangan kebun vanili bisa membantu menopang ekonomi di Organisasi Vanili Indonesia.
3. Sosial
   Vanili Indonesia adalah Organisasi Nirlaba yang tergerak dalam bidang pengembangan dan pelatihan untuk petani. Hal inI membantu membuka lapangan pekerjaan untuk lingkungan sekitar organisasi bahkan membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat luas.
4. Teknologi
   Teknologi yang terus berkembang di zaman sekarang ini mampu memudahkan para tenaga kerja untuk melakukan berbagai kegiatan baik untuk tim pelatihan atau para petani denga teknologi oven penegring vanili.
5. Lingkungan
   Organisasi Vanili Indonesia yang bergerak di bidang pelatihan dan pengembangan vanili mampu menciptakan hubungan yang baik antar mitra atau petani di setiap daerah.
6. Hukum
   Tim tenaga kerja yang ada di dalam lingkungan organisasi merupakan bagian penting dalam berbagai kegiatan,disesuaikan dengan peraturan upah tenaga kerja yang telah diatur dalam PP No. 36 Tahun 2021 tentang Pengupahan.

Vol. 2, No. 1 - Februari 2025, Hal. 31-37
DOI: doi.org/10.29062/jihapenmas.v2i1.1148

Dari hasil Analisa PESTEL yang dilaklukan dengan cara mengumpulkan informasi faktor eksternal, . Berikut ini hasil analisis PESTEL "Pengembangan *E-Business* Pada Organisasi Vanili Indonesia".

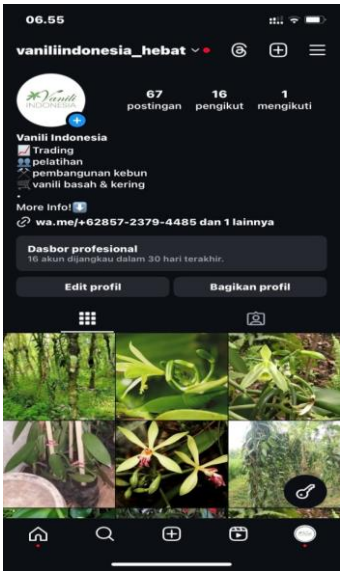
Tabel 3.
Analisis Pastel

Faktor Politik	**Faktor Ekonomi**
a. Kestabilan politik b. Kebijakan perdangan internasional c. Kebijakan pemerintah d. Regulasi industri e. Hubungan internasional f. Pembatasan penggunaan bahan g. Standar kualitas	a. Pertumbuhan eknomi b. Inflasi dan kurs mata uang c. Kebijakan fiskal dan moneter d. Tingat pengangguran dan upah minimum e. Inventasi dan pendanaan
Faktor Sosial Budaya	**Faktor Teknologi**
a. Gaya hidup dan tren konsumen b. Nilai-nilai sosial c. Tingkah lakukonsumen, mitra dan opininya d. Keanekaragaman etnis dan budaya e. Pendidikan dan kesadaran masyarakat	a. Teknologi terkait b. Mekanisme teknologi c. Lisensi d. Perundang-undangan tentang teknologi e. Kematangan teknologi
Faktor Lingkungan	**Hukum**
a. Perubahan iklim b. Kebijakan lingkungan c. Perlindungan habitat alam d. Kesadaran lingkungan masyarakat	a. Hukum kesehatan dan keselamatan b. Hak cipta c. Regulasi pertanian d. Undang-undang perdangan dalam negeri

Jenis Pengembangan E-Business Pada Organisasi Vanili Indonesia

Berdasarkan hasil analisa diatas, maka hasil yang diperoleh adalah pengembangan website dan media sosial lainnya yang merupakan salah satu penerapan E-Business pada Organisasi Vanili Indonesia. Hasil analisa tersebut telah disesuaikan dengan kebutuhan organisasi untuk mencapai keberhasilan dan berkembangnya organisasi.

Vol. 2, No. 1 - Februari 2025, Hal. 31-37
DOI: doi.org/10.29062/jihapenmas.v2i1.1148



Gambar 1. Halaman Instagram

Hasil Pengembangan *E-Business* pada Organisasi Vanili Indonesia

Hasil pengembanagan e-business pada Organisasi Vanili Indonesia ini berupa Website resmi Vanili Indoesia yang Informatif. Desain dibuat secara menarik dan sederhana agar memudahkan mitra dan konsumen mencarari informasi terkait vanili.



Gambar 2. Halaman Instagram

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan dalam penelitian ini, maka dapat ditari kesimpulan dari “Pengembangan-business pada Organisasi Vanili Indonesia” sebagai berikut. 1. Telah dibuat solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh Vanili Indoensia ini dalam penyampaian materi

Vol. 2, No. 1 - Februari 2025, Hal. 31-37
DOI: doi.org/10.29062/jihapenmas.v2i1.1148

dan pelatihan. 2. Telah dibuat pengembangan ebusiness untuk mendukung proses bisnis pada Vanili Indonesia sesuai kebutuhan dari Analisa SWOT serta Analisa PESTEL 3.Membangun komunikasi yang lebih baik lagi antara mitra dan petani atau para pekerj adi dalam organisasi 4. Strategi bisnis dalam bentuk hasil pengembanagn e-business akan lebih baik lagi apabila ditindaklanjuti dengan mengimplementasikan pembuatan aplikasi

DAFTAR PUSTAKA

Hidayat, R., & Kusumawati, D. (2018). "Pengaruh Pengembangan E-Business terhadap Perubahan Organisasi dan Inovasi Bisnis: Studi Kasus pada Industri Kreatif di Indonesia." Jurnal Inovasi Bisnis, 6(1), 23-35.

Putra, A., & Permadi, A. (2019). "Dampak Pengembangan E-Business terhadap Perubahan Struktur Pasar: Studi Kasus pada Industri Perdagangan Ritel di Indonesia." Jurnal Ilmu Manajemen, 15(2), 78-91.

Rahayu, A., & Nugroho, A. (2018). "Pengaruh Pengembangan E-Business terhadap Kinerja Bisnis UMKM: Studi Kasus di Yogyakarta." Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 22(3), 213-228.

Rasetyo, B., & Wibowo, A. (2019). "Pengaruh Pengembangan E-Business terhadap Kinerja Organisasi: Studi Kasus pada Industri Ritel di Indonesia." Jurnal Manajemen Teknologi, 18(2), 134-149.

Santoso, A., & Sutanto, W. (2020). "Strategi Pengembangan E-Business dalam Meningkatkan Daya Saing Industri Kecil dan Menengah di Indonesia." Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan, 12(1), 45-58.

Soesanto, A., & Kurniawan, D. (2019). "Pengaruh Pengembangan E-Business terhadap Strategi Pemasaran dan Keunggulan Bersaing: Studi Kasus pada Industri Makanan dan Minuman di Indonesia." Jurnal Manajemen Pemasaran, 17(1), 56-68.

Susilo, H., & Haryanto, D. (2020). "Strategi Pengembangan E-Business untuk Meningkatkan Efisiensi Operasional: Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia." Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi Bisnis, 8(2), 89-104.

Wijaya, B., & Santoso, H. (2020). "Strategi Pengembangan E-Business dalam Menghadapi Persaingan Global: Studi Kasus pada Industri Teknologi Informasi di Indonesia." Jurnal Manajemen Strategi Bisnis, 10(1), 34-47.