

ABSTRAK

Digital start-up company bertumbuh pesat, kompetisi antar *digital start-up company* pun sangat kompetitif. *Digital start-up company* harus memiliki strategi yang tepat untuk dapat bertahan dan berkompetisi, sehingga *digital start-up company* dapat terus berkembang, dan berkontribusi besar untuk masyarakat Indonesia. PT Ferbe Berkat Teknologi (Ferbetech) adalah *start-up company* yang bergerak dalam bidang barang dan jasa IT (*Information Technology*) terutama dibidang *IT Security Consultant*. PT Ferbetech berdiri di tahun 2019 dan berdomisili di Jakarta Barat, dengan jumlah karyawan 10 orang. Dalam perjalanannya PT Ferbetech mengalami beberapa tantangan dalam pengembangan bisnisnya, seperti saat ini PT Ferbetech sedang mengalami beberapa kendala, antara lain terkait adanya penurunan penjualan di tahun 2021 jika dibandingkan dengan penjualan di tahun 2020, yang mana berakibat pada laporan keuangan di tahun 2021 yang mengalami penurunan atau bahkan minus. Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk menganalisa permasalahan apa saja yang ada di PT Ferbe Berkat Teknologi terkait kondisi *internal* dan *eksternal* perusahaan dan menyusun beberapa formulasi alternatif `tantangan *internal* maupun *eksternal* sehingga PT Ferbetech dapat bertumbuh pesat di tahun 2030. Beberapa metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif studi kasus dengan pendekatan *SWOT*, analisa internal dan eksternal, pengembangan strategi alternatif, dan pemilihan strategi. Narasumber dari penelitian ini adalah internal team/karyawan dari PT Ferbe Berkat Teknologi, distributor(PTI), dan *principle* ZKteco. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa alternatif pilihan strategi yang paling tepat untuk dapat diterapkan di PT Ferbetech dengan mempertimbangkan kondisi *internal* dan *eksternal* yang ada saat ini, antara lain; Pendekatan market dengan *digital marketing*, membangun *team IT professional* untuk mendukung kebutuhan *customer*, membuat strategi CRM dan *campaign* untuk mengenalkan *service aftersales*, dan melakukan penjualan B2C dengan memanfaatkan e-commerce. Berdasarkan analisa QSPM strategi yang diutamakan adalah pendekatan *market* dengan *digital marketing*.

Kata kunci : SWOT, Stategy start-up company, Strategi , Analisis, Business, Process.