

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis strategi bisnis Fortus Media, agensi digital marketing di Kota Bandung, untuk mencapai keunggulan kompetitif di tengah persaingan ketat dan adopsi digital UKM yang pesat. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, data dikumpulkan melalui Focus Group Discussion (FGD), wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen. Analisis komprehensif dilakukan dengan kerangka PESTEL, Porter's Five Forces, Value Chain, Analisis SWOT (didukung EFAS, IFAS, SFAS), Matriks TOWS, dan Grand Strategy Matrix.

Fortus Media teridentifikasi memiliki kekuatan tim kreatif dan sistem pelaporan real-time, namun terbatas pada sumber daya keuangan dan kapasitas karyawan. Peluang besar datang dari adopsi digital UKM dan dukungan pemerintah, sementara ancaman meliputi persaingan ketat dan regulasi data. Analisis menunjukkan posisi eksternal kuat (skor EFAS 2.56) dan internal cukup kuat (skor IFAS 2.52). Namun, skor SFAS 2.38 menempatkan Fortus Media pada posisi strategis yang rentan dan tidak stabil. Meskipun demikian, posisi ini berada di Kuadran 1 Grand Strategy Matrix (posisi kuat, pasar tumbuh cepat), yang menandakan perlunya strategi pertumbuhan agresif yang dibarengi dengan mitigasi kelemahan.

Matriks TOWS merumuskan strategi agresif (ekspansi UMKM, inovasi AI), perbaikan internal (kemitraan, standardisasi sistem), serta adaptasi (diferensiasi, kepatuhan). Kesimpulannya, Fortus Media memiliki potensi besar untuk mencapai keunggulan kompetitif di Bandung, namun harus fokus pada perbaikan kelemahan dan mitigasi ancaman agar dapat memaksimalkan potensi pertumbuhan yang ada.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, Keunggulan Kompetitif, Digital Marketing, Fortus Media, Analisis SWOT.