

Analisis SWOT pada Teknologi Digital Pembangunan Berkelanjutan (Studi pada Aplikasi Rekosistem)

Winda Amalia^{1✉}, Ana Kuswanti², Radita Gora Tayibnapis³

^{1, 2, 3} Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Indonesia

Informasi Artikel

Riwayat Artikel

Diserahkan : 17-06-2024

Direvisi : 23-06-2024

Diterima : 30-06-2024

Kata Kunci:

Rekosistem, SDG's,
SWOT

Keywords:

Rekosistem, SDG's,
SWOT

ABSTRAK

Rekosistem merupakan program digitalisasi untuk mendukung pembangunan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan agar memahami cara kerja dari aplikasi Rekosistem dan mengetahui kekuatan serta kelemahannya sebagai suatu teknologi yang eksis di zaman ini. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, penelitian ini menjelaskan dengan mendeskripsikan data yang diambil dari studi literatur. Adapun teori yang digunakan adalah Teori Difusi Inovasi, dikarenakan aplikasi Rekosistem merupakan gagasan baru untuk mengubah perilaku ramah lingkungan. Melalui analisis SWOT, hasil dari penelitian yaitu ditemukannya identifikasi internal dan eksternal. Selain itu ditemukan pula Strategi S-O yaitu terkait pembangunan fitur dan publikasi; Strategi S-T yakni untuk memproteksi privasi pelanggan dan memiliki inovasi yang khas; Strategi W-O untuk menjalin relasi pelayanan pelanggan yang responsif; lalu Strategi W-T untuk membandingkan dengan aplikasi lain serta memberikan layanan bersifat responsif dan reaktif.

ABSTRACT

Rekosistem is a digitalization program to support sustainable development. This research aims to understand how the Rekosistem application works and find out its strengths and weaknesses as a technology that exists in this era. Using qualitative descriptive methods, this study elucidates the findings through data obtained from literature reviews. The theoretical framework utilized is the Diffusion of Innovation Theory, given that Rekosistem represents a novel approach to promoting environmentally friendly behavior. Through SWOT analysis, the research uncovered both internal and external factors. Additionally, several strategic approaches were identified: S-O strategies focused on feature enhancement and visibility; S-T strategy aimed at safeguarding customer privacy and fostering unique innovations; W-O strategy aimed at cultivating responsive customer service relationships; and finally, the W-T strategy aimed at benchmarking against other applications and providing agile and adaptive services.

Corresponding Author:

Winda Amalia

Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Indonesia

Jalan RS Fatmawati Raya, Pondok Labu, Cilandak, Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12450

Email: 2310422006@mahasiswa.upnvj.ac.id

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki kendala yang cukup besar dari kesadaran masyarakat bahwa perlunya pengelolaan pembuangan sampah. Kurangnya kesadaran peduli lingkungan, di mana masyarakat masih gemar membuang sampah sembarangan tanpa memikirkan masa depan generasi selanjutnya. Banyaknya populasi penduduk juga menjadi alasan terjadinya banyak masyarakat yang membuang sampah sembarangan (Amasuomo & Baird, 2016). Adapun permasalahan lain dari pencemaran sampah di Indonesia adalah rendahnya tingkat pengelolaan sampah yang sebenarnya dapat didaur ulang, kurangnya fasilitas pengelolaan sampah, persepsi dan perilaku dari masyarakat yang tidak mencerminkan ramah lingkungan serta kurangnya partisipasi dari berbagai lapisan masyarakat (Prabawati et al., 2023).

Sebagai negara peringkat keempat dengan penduduk terbanyak di tahun 2023 (Annur, 2023), Indonesia menjadi salah satu dari 10 negara penghasil sampah terbanyak. Selain Indonesia, ada pula negara lain seperti Tiongkok, Amerika Serikat, India dan Brasil yang menduduki peringkat di atas Indonesia. Informasi tersebut menunjukkan bahwa penyebab dari penumpukan sampah pada suatu negara bukan dari pendapatan perkapita yang besar, namun dikarenakan gaya hidup dan kesadaran akan pentingnya merawat lingkungan.

Tabel 1. 10 Negara Penyumbang Sampah Terbanyak di Dunia pada Tahun 2023

No.	Negara	Jumlah Sampah (Per Ton)
1	Tiongkok	395.081.376
2	Amerika Serikat	265.224.528
3	India	189.750.000
4	Brasil	79.069.584
5	Indonesia	65.200.000
6	Rusia	60.000.000
7	Meksiko	53.100.000
8	Jerman	50.627.876
9	Jepang	42.720.000
10	Prancis	36.748.820

Sumber: Ahdiat, 2023

Berdasarkan tabel di atas bahwa 10 negara tersebut memiliki masalah penumpukan sampah yang tercatat dari puluhan hingga ratusan ton, sehingga menyebabkan pemanasan global. Maka untuk meminimalisir penumpukan sampah di Indonesia, ada baiknya untuk menerapkan metode 3R, yaitu *reduce*, *reuse* dan *recycle* (Herningrum, 2022). *Reduce* yang dimaksud adalah mengurangi sampah dengan cara mengurangi pemakaian yang mengakibatkan penumpukan. Sebagai contoh, masyarakat dapat mengganti penggunaan plastik dengan barang lainnya agar dapat meminimalisir pembuangan. *Reuse* merupakan penggunaan kembali kemasan yang masih layak pakai. Sedangkan *recycle* merupakan tindakan untuk mendaur ulang sampah untuk digunakan menjadi barang lain. Dengan pengelolaan sampah yang efektif, maka akan berpotensi baik karena bahan yang terbuat dari sampah tersebut tidak berakhir di pembuangan akhir (Budiono et al., 2023).

Pada zaman modern ini, banyak digitalisasi program yang terbentuk dengan tujuan pembangunan berkelanjutan. Digitalisasi program untuk pembangunan berkelanjutan ditujukan agar masyarakat dapat menerapkan kehidupan yang lebih baik untuk generasi selanjutnya. Melalui digitalisasi program, diharapkan masyarakat dapat dengan mudahnya ikut berpartisipasi dalam pembangunan berkelanjutan. Dengan ide dan inovasinya, masyarakat dapat tertarik dengan program yang ada pada suatu wadah dari digitalisasi program tersebut.

Melalui digitalisasi program yang dimaksud maka dapat menjadi wadah untuk memberikan inspirasi bagi khalayak umum untuk mewujudkan keberlangsungan program yang ada. Dengan adanya digitalisasi program, maka suatu isu atau permasalahan yang sedang terjadi seperti isu penumpukan sampah dapat sedikit demi sedikit teratasi berkat fasilitas yang diberikan

dari program tersebut. Digitalisasi dibantu pula dengan adanya teknologi untuk membangun programnya. Teknologi sendiri merupakan suatu hal yang dapat dipengaruhi dan bahkan mempengaruhi manusia (Muqsith, 2022).

Salah satu digitalisasi program berbasis pembangunan berkelanjutan terkait isu penumpukan sampah adalah adanya aplikasi Rekosistem. Rekosistem merupakan aplikasi berbasis pembangunan berkelanjutan yang mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam rangka sadar akan pengelolaan sampah demi menjaga lingkungan untuk generasi selanjutnya. Aplikasi tersebut merupakan wadah dimana masyarakat dapat mengurangi potensi penumpukan sampah setiap harinya. Rekosistem sebagai perusahaan *start-up* didirikan pada tahun 2019 oleh Ernest Layman dan Joshua Valentino (Fachrizal, 2022) Pada awalnya, Rekosistem memiliki nama Kahiji atau Khazanah Hijau Indonesia yang masih dalam bentuk UMKM. Sebagai B2B dan B2C, Rekosistem melayani pelanggan berbasis bisnis atau *customer* sesuai dengan kebutuhannya. Rekosistem menjadi bukti dari komitmen dalam berinteraksi untuk pengelolaan sampah yang benar dan dapat bertanggung jawab dari sampah itu sendiri.

Melalui aplikasi yang disediakan di AppStore dan Google App, Rekosistem hadir untuk individual atau komunitas menyediakan layanan *drop-in* untuk menemukan tempat pembuangan sampah, klaster pengambilan kembali dari sampah yang telah didaur ulang, dan layanan kompos untuk mendaur ulang ember bekas yang dapat dijual di marketplace. Sedangkan layanan untuk pelaku bisnis, Rekosistem melayani bisnis penjemputan, penjualan sampah ke Rekosistem sehingga Rekosistem yang membayar sampah yang telah dipilah, pengambilan minyak goreng bekas bagi pengusaha restoran dan menyediakan stasiun pembuangan untuk pebisnis yang ingin memberikan sampah anorganik yang telah dipilah ke Rekosistem.

Rekosistem memiliki misi untuk berkontribusi dalam penggunaan kembali sampah daur ulang guna mengubah perilaku masyarakat menjadi lebih ramah lingkungan (Siagian, 2022). Rekosistem juga bekerja sama dengan aplikasi berbasis *food delivery* untuk mengelola sampah yang dihasilkan dari restoran di daerah Jakarta (Kurniawati & Ardini, 2023). Dengan adanya Rekosistem, maka diharapkan agar masyarakat dapat lebih mudah untuk mengalokasikan pembuangan sampah yang telah dipilah maupun yang belum dipilah. Adapun keuntungan lainnya yaitu Rekosistem dapat membeli sampah yang masyarakat miliki. Apabila masyarakat tidak memilah sampahnya dan tidak dapat didaur ulang, Rekosistem tetap bisa menampung sampah tersebut namun Rekosistem mengenakan biaya untuk sampah yang tidak dipilah.

Penelitian sebelumnya terkait aplikasi bank sampah masih minim, namun terdapat penelitian dengan promosi SDG's dari pola konsumsi dan produksinya, yaitu penelitian dari Capah et al. (2023). Penelitian dari implementasi tujuan pembangunan keberlanjutan tersebut mengaitkan dengan program CSR. Dengan banyaknya limbah yang diproduksi oleh wilayah CSR tersebut beroperasi, penelitiannya melakukan analisis dari program pengembangan komunitas untuk pengelolaan limbah. Selain itu juga pada objek penelitiannya, dimana penelitian tersebut meneliti terkait implementasi SDG's-12 melalui program CSR, sedangkan penelitian kali ini meneliti terkait aplikasi yang ikut serta mengimplementasikan SDG's pada poin ke-12.

Pada penelitian ini akan dilakukan analisis SWOT terhadap pelaksanaan pencapaian Rekosistem sebagai aplikasi pembangunan berkelanjutan. Namun terkait aplikasi yang berbasis pembangunan berkelanjutan masih minim, sehingga penelitian sebelumnya yang dapat menjadi referensi adalah penelitian dari Yuliantari (2017) yang menganalisis *start-up* melalui SWOT untuk mengetahui strategi pemasarannya. Dengan penelitian kualitatif melalui observasi dan wawancara, penelitiannya mendapatkan data sehingga mengetahui strategi dalam lingkup internal dan eksternalnya. Penelitian tersebut menghasilkan informasi bahwa terdapat empat *set* alternatif yang strategis dari manajer perusahaan yang diteliti dalam menghadapi persaingan dari perusahaan lain.

Pembeda pada penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah pembaharuan bahasan di mana objek aplikasi bernama Rekosistem yang mendukung SDGs untuk mengelola sampah. Selain itu Rekosistem juga dapat dikatakan sebagai program yang

didigitalisasi dari suatu ide dan menghasilkan inovasi. Dengan adanya suatu inovasi tersebut, maka peneliti mengaitkannya dengan Teori Difusi Inovasi di mana Rekosistem sendiri merupakan ide baru yang dapat dalam bentuk teknologi aplikasi. Kemudian peneliti juga membuat Matriks SWOT sebagai alat untuk menganalisis apa yang sekiranya dimiliki Rekosistem sebagai teknologi aplikasi penunjang pembangunan berkelanjutan agar dapat terus eksis sebagai pendukung *zero waste* dan pemilahan sampah di Indonesia. Manfaat penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi lebih lanjut bahwa terdapat suatu teknologi aplikasi berbasis pembangunan berkelanjutan di Indonesia dengan menganalisisnya pula melalui analisis SWOT agar dapat mengetahui dampak internal dan eksternal yang dimiliki Rekosistem.

METODE PENELITIAN

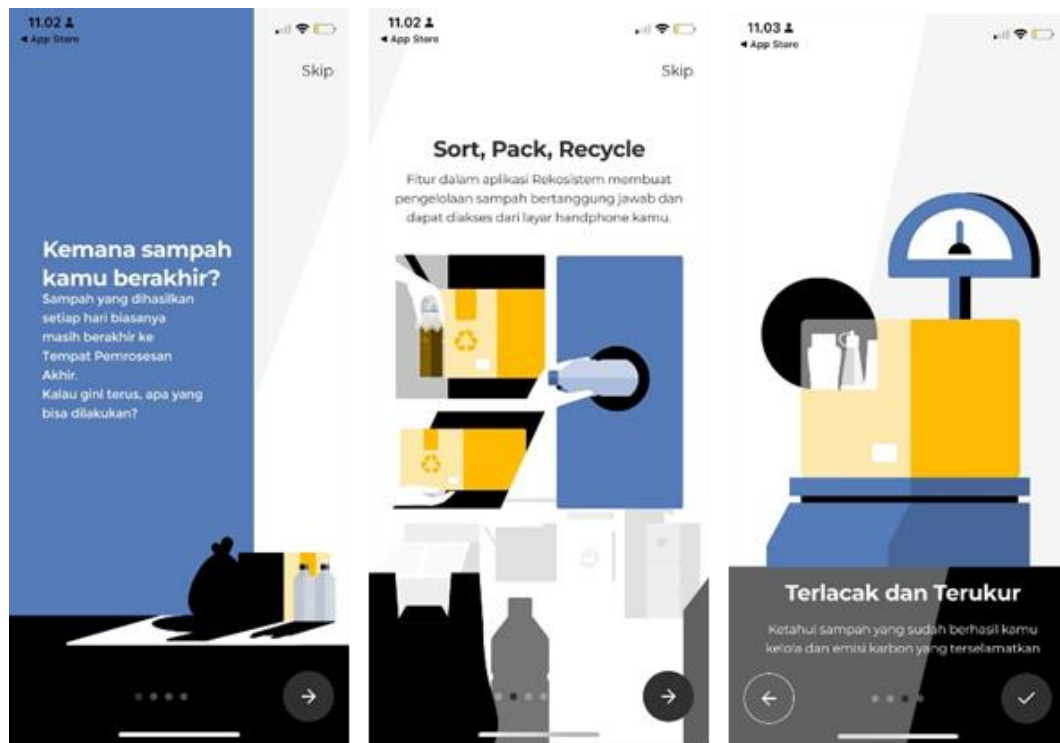
Penelitian ini menggunakan studi literatur yang berasal dari jurnal, buku dan website pada internet. Kemudian melakukan pengamatan pula pada aplikasi Rekosistem yang telah diunduh melalui AppStore berbasis iOS. Menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menginformasikan secara menyeluruh dari data yang telah dikumpulkan (Febriani & Samudra, 2023). Sehingga deskriptif kualitatif yang dimaksud merupakan penguraian tanggapan dari situasi atau peristiwa (Ilham, 2017).

Untuk analisis yang digunakan adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dikarenakan adanya sebuah inovasi dalam bentuk aplikasi, maka akan dilakukan analisis dari kekuatannya, kelemahannya, peluang dan ancamannya sebagai media agar masyarakat ikut berpartisipasi dalam pembangunan berkelanjutan. Analisis SWOT adalah metode di mana dapat mengidentifikasi sisi internal yang dilihat dari kelebihan dan kekurangannya, serta identifikasi dari sisi eksternal yang dapat diramalkan sebagai peluang dan ancamannya (Mardiana et al., 2024). Analisis SWOT memiliki empat komponen, yakni kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Adapun untuk menganalisis secara SWOT, maka diperlukan *matching tool* yang bernama Matriks SWOT untuk mengembangkan strategi. Strategi yang dimaksud adalah: 1) Strategi S-O yang berarti *Strength-Opportunity*. Merupakan strategi internal dalam meraih peluang; 2) Strategi W-O yang berarti *Weakness Opportunity*. Merupakan strategi guna meminimalisir kelemahan dari sisi internal; 3) Strategi S-T yang berarti *Strength-Threat*, yakni upaya untuk memaksimalkan kekuatan untuk mengurangi atau bahkan menghindari dari ancaman yang datang dari faktor eksternal; 4) Strategi W-T atau *Weakness-Threat*. Strategi yang dirancang agar dapat meminimalisir dan dapat menghindari bahaya atau ancaman (Sari et al., 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Suatu aplikasi yang dapat dikatakan sebagai digitalisasi program, salah satunya adalah Rekosistem. Rekosistem merupakan aplikasi berbasis pembangunan berkelanjutan yang menawarkan layanan untuk pengelolaan dan daur ulang sampah. Memiliki tujuan untuk mengoptimalkan nilai limbah menjadi barang yang berharga. Rekosistem merupakan gabungan dari dua kata, yaitu “re” dan “ekosistem”. Rekosistem sendiri mempunyai misi untuk mengubah perilaku masyarakat menjadi komunitas ramah lingkungan. Rekosistem melayani individu atau suatu komunitas dan juga melayani untuk bisnis.

Aplikasi Rekosistem pada perangkat iOS dan Android menyuguhkan tampilan yang unik dari segi desain dan pewarnaan. Didominasi dengan warna biru, Rekosistem memuat informasi tentang tanggung jawab dari penggunaan barang sebelum menjadi sampah. Setelah mengunduh aplikasi dari AppStore dan membukanya, Rekosistem menginformasikan fiturnya untuk mengelola sampah dan bahkan dapat melacak sampah yang telah disetorkan. Sehingga penggunaanya dapat mengetahui menjadi apakah sampah yang disetorkan ke Rekosistem.



Gambar 1. Tampilan Aplikasi Rekosistem

Kemudian pada tampilan selanjutnya yaitu tampilan Dasbor, terdapat kolom fitur Reko Drop-in dan Reko Challenges. Reko Drop-in merupakan titik tempat pengumpulan sampah dari Rekosistem. Dengan mencari titik terdekat dari posisi saat ini, dalam fitur tersebut memberikan daftar *drop point* stasiun pembuangan. Sedangkan Reko Challenge merupakan tantangan-tantangan dari Rekosistem untuk penggunaanya agar bisa mengumpulkan sampah atau limbah yang telah dipilah dengan besaran sesuai dengan ketentuannya. Setelah tantangannya berhasil dicapai, penggunaanya akan mendapatkan reward berupa Rekopoint yang dapat ditukar dengan saldo Go-Pay atau voucher diskon. Apabila penggunaanya mengalami kendala, Rekosistem juga menyediakan fitur *How it Works* dengan menginformasikan bantuan-bantuan untuk menggunakan fitur-fitur yang tersedia atau untuk mengetahui lebih dalam terkait Rekosistem. Rekosistem saat ini pun menerima setor minyak goreng bekas pakai yang nantinya akan dijemput oleh RekoTeam dan bahkan dibeli oleh Rekosistem. Dengan adanya berbagai layanan yang diberikan, seharusnya tidak lagi menjadi hambatan masyarakat dalam mengolah sampahnya untuk menjadi yang berguna dan bahkan bisa mendapatkan *fee*.

Dengan menyediakan *waste station* di berbagai wilayah, maka Rekosistem seharusnya dapat digapai oleh masyarakat di berbagai lokasi. Dalam rangka pembangunan berkelanjutan, Rekosistem bekerja sama pula dengan lembaga dan perusahaan perbankan serta dompet elektronik untuk memberikan imbalan bagi masyarakat yang menyetorkan sampahnya ke Rekosistem. Dengan imbalan berupa Rekopoint, Rekosistem memberikan Rp. 800/kg untuk masyarakat yang menyetorkan sampah dan Rp. 3,000/kg bagi masyarakat yang menyetorkan minyak jelantah (KTH-Humas UNPAR, 2024). Dari Rekopoint yang diperoleh dapat ditukarkan menjadi uang elektronik atau dapat pula untuk disumbangkan bagi pekerja pemilah sampah. Penawaran yang menarik tersebut selayaknya bisa membantu permasalahan pembuangan sampah.

Rekosistem tidak hanya ditujukan untuk perorangan saja, namun sesuai yang diinformasikan sebelumnya bahwa terdapat layanan B2B di mana jenis perusahaan dapat menjadi pengguna Rekosistem juga. Melalui layanan secara B2B, Rekosistem juga dapat membeli limbah yang diproduksi oleh suatu perusahaan. Rekosistem menilai harga sesuai dengan tingkat limbah yang mereka terima namun dalam golongan limbah anorganik. Begitu pun dengan limbah minyak

goreng bekas yang biasanya berasal dari bisnis makanan. Rekosistem menerima dan menghargai limbah tersebut.

Apabila Rekosistem dikaitkan dengan 17 tujuan pembangunan berkelanjutan, maka aplikasi tersebut termasuk pada kategori ke-12 yaitu Konsumsi dan Produksi Bertanggung Jawab. Adapun yang dimaksud dari Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab adalah upaya dalam memanfaatkan kembali barang untuk kehidupan yang lebih baik guna memperkecil penggunaan sumber daya alam, bahan yang berbahaya dan residu siklus kehidupan agar nantinya tidak membahayakan generasi selanjutnya (Capah et al., 2023). SDG's lahir saat Konferensi terkait Pembangunan Berkelanjutan di Rio Janeiro pada 2012 dan dilaksanakan oleh PBB. Demi mewujudkan tujuan bersama yang universal dan dapat memelihara keseimbangan lingkungan, sosial serta ekonomi. Terdapat pondasi penting yakni manusia, planet, kesejahteraan, perdamaian dan kemitraan untuk mengatasi kemiskinan, mencapai kesetaraan dan mengurangi perubahan iklim di tahun 2030 nanti (Febriani & Samudra, 2023). Melalui Rekosistem, maka poin ke-12 terkait Konsumsi dan Produksi Bertanggung Jawab dapat terealisasi. Sebagai contoh, dengan penggunaan Rekosistem maka pemakaian suatu barang dapat dipertanggungjawabkan dengan tidak sembarang membuang barang. Dikarenakan Rekosistem akan melakukan berbagai cara agar sampah yang diterima bisa dijadikan barang yang dapat digunakan kembali sehingga dapat menerapkan sikap *zero waste*.

Rekosistem merupakan suatu media aplikasi yang berawal dari ide yang dimunculkan oleh pendirinya. Sebagai perusahaan yang berinovasi dalam rangka pembangunan berkelanjutan, peneliti menggunakan Teori Difusi Inovasi dimana teori tersebut sesuai dengan keberadaan Rekosistem di Indonesia. Adapun tujuan dari Teori Difusi Inovasi adalah untuk memiliki perubahan sosial karena adanya pembaharuan. Menurut Rogers, difusi inovasi merupakan proses sosial yang memberikan informasi terkait ide baru yang muncul sebagai hal yang subjektif (Gadja, 2020). Teori Difusi Inovasi menjelaskan bagaimana suatu inovasi dapat dikenalkan ke khalayak dan diadopsi dari komunitas (Tayibnapis, 2020). Difusi sendiri adalah proses dari penyampaian atau berkomunikasi secara subjektif. Difusi dapat dikatakan sebagai proses komunikasi inovasi melalui media tertentu. Dengan kata lain difusi inovasi berarti gagasan, ide, praktik atau sesuatu yang baru yang dikomunikasikan melalui media. Teori Difusi Inovasi yang digagaskan Everett Rogers membahas terkait adanya inovasi gagasan untuk mengubah perilaku, sama halnya seperti misi dari Rekosistem. Rekosistem memiliki inovasi dalam program yang telah didigitalisasikan melalui aplikasi dengan tujuan ingin mengubah perilaku masyarakat menjadi komunitas yang ramah lingkungan dengan memilah dan mendaur ulang sampah.

Analisis SWOT pada Aplikasi Rekosistem

Analisis SWOT dapat mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dan merumuskan strategi yang dapat dijalankan suatu perusahaan yang didasarkan dari adanya hubungan antara unsur internal serta eksternal (Nurlaela et al., 2022). Melalui analisis SWOT, maka ditujukan agar mengetahui bagaimana Rekosistem sebagai aplikasi dari digitalisasi program dapat bertahan hingga waktu yang lama sebagai wadah untuk mengajak masyarakat berpartisipasi dalam mengelola sampah. Melalui analisis SWOT maka didasarkan pada logika untuk memaksimalkan kekuatan serta kesempatan, namun juga dapat memperkecil faktor kelemahan dan ancaman dari program tersebut (Rizki & Mubarak, 2023).

Tabel 2. Analisis Matriks SWOT

Faktor Internal	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
	• Pelayanan dan fasilitas yang maksimal • Cara mengakses mudah dan gratis • Tidak memungut biaya untuk sampah yang sudah dipilah • Pelanggan dapat menjual limbah bekas.	• Aplikasi sering error • Fitur RekoChallenge yang sedang kosong seperti tidak berjalan • Temuan jam operasional yang tidak komitmen • Potensi kesenjangan digital.
Faktor Eksternal	STRATEGI S-O	STRATEGI W-O
PELUANG (O) • Berpotensi untuk berkolaborasi dengan banyak pihak • Mudah karena melalui online • Penyebaran internet bagi khalayak • Penggunaan media sosial untuk mempublikasikan Rekosistem.	• Mengembangkan kembali fasilitas (S1-O1) • Memperbanyak publikasi dengan bekerja sama dengan tokoh masyarakat (S2-O4)	• Menjalin relasi dengan perusahaan lain, untuk tetap memberikan sponsor agar dapat mengembangkan fitur (W2-O1) • Mengembangkan <i>Customer Care</i> untuk menampung segala keluhan pelanggan (W1-W3-W4 O2-O3)
	STRATEGI S-T	STRATEGI W-T
ANCAMAN (T) • Ancaman privasi dan keamanan data penggunaanya • Potensi penipuan oleh oknum tidak bertanggung jawab • Persaingan dengan aplikasi lain • Potensi perubahan regulasi untuk aplikasi.	• Memberikan proteksi tinggi terhadap akun-akun yang terdaftar (S1-T1) • Memiliki inovasi yang khas demi mempertahankan perusahaan (S1-T3)	• Merefleksikan kekurangan pada aplikasi dengan aplikasi kompetitor lain, bandingkan, pelajari (W1-T3) • Memberikan layanan bersifat responsif dan reaktif, sehingga meningkatkan kepuasan (W1-W3-T2)

Melalui identifikasi internal dan eksternal dari SWOT, maka dilakukan analisis kembali dengan membuat Matriks SWOT. Adapun yang dilakukan adalah memasukkan identifikasi internal dan eksternal didapatkan dari berbagai sumber seperti aplikasinya, media sosial, Google dan AppStore review. Dengan memasukkan identifikasinya, maka dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Strategi S-O (*Strength-Opportunity*)

Strategi S-O merupakan strategi yang berasal dari kekuatan objek penelitian dengan memanfaatkan seluruh peluang yang ada. Dengan hasil Matriks SWOT di atas, maka dapat diinformasikan bahwa Rekosistem dapat mengembangkan kembali fasilitas yang belum ada, misal dengan menyediakan pengolahan sampah organik melalui kerja sama dengan pihak terkait. Rekosistem bisa saja bekerja sama dengan perusahaan pembuat pupuk kompos yang di mana dapat menghasilkan pupuk yang berasal dari sampah organik. Dengan memberdayakan fasilitas yang ada dengan mengembangkan kembali peluang, maka Rekosistem nampaknya bisa sukses dalam hal bisnis dan pembangunan berkelanjutan. Kemudian memperbanyak publikasi dengan bekerja sama dengan tokoh masyarakat. Tidak bisa dipungkiri bahwa artis di Indonesia sukses menjadi influencer untuk mempengaruhi gaya hidup masyarakat. Contohnya seperti salah satu artis yang menggunakan suatu barang atau mengkonsumsi suatu makanan, maka tidak butuh waktu lama agar apa yang dikonsumsi tersebut ikut terkenal dengan adanya pengaruh dari

influencer. Maka diharapkan agar Rekosistem dapat bekerja sama dengan artis atau *influencer* untuk menuju pembangunan berkelanjutan. Dengan adanya kerja sama tersebut, Rekosistem dapat dikenal oleh masyarakat dan dapat mengubah perilaku ramah lingkungan bagi seluruh lapisan masyarakat berkat kerja sama dengan artis atau *influencer*.

Strategi S-T (*Strength-Threat*)

Merupakan strategi yang memiliki kekuatan untuk melawan ancaman. Dari hasil Matrix SWOT di atas, maka dapat dikatakan bahwa Rekosistem dapat memiliki strategi untuk memberikan proteksi tinggi terhadap akun-akun yang terdaftar. Bagaimana pun kepuasan pelanggan adalah yang utama, sehingga menjaga privasi pelanggan juga sangat dibutuhkan. Di era digital ini sudah banyak isu menyebarnya data di suatu platform daring. Maka Rekosistem sebagai aplikasi teknologi wajib untuk melindungi pelanggannya. Kemudian Rekosistem dapat memiliki inovasi yang khas demi mempertahankan perusahaan, sebagai contoh Rekosistem dapat melihat apa saja fitur atau program yang tidak ada dalam aplikasi lain sebagai acuan untuk menjadi perusahaan berbasis pembangunan berkelanjutan terbaik.

Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunity*)

Dengan memanfaatkan seluruh peluang dengan memperkecil tingkat kelemahan, maka Rekosistem dapat menjalin relasi dengan perusahaan lain untuk tetap memberikan sponsor agar dapat mengembangkan fitur. Sebagai contoh, Rekosistem dapat melakukan kerja sama dengan perusahaan pusat perbelanjaan, sehingga Rekosistem mengembangkan fitur baru yang melayani sampah yang berasal dari pusat perbelanjaannya. Kemudian Rekosistem seharusnya memiliki pekerja Customer Care yang responsif untuk menampung segala keluhan pelanggan, sehingga penggunaannya merasa dilayani dengan baik dan berujung pemberian nilai yang bagus, *rating* tinggi dan *review* yang baik.

Strategi W-T (*Weaknesses-Threat*)

Berdasarkan kegiatan dengan tujuan defensif agar terhindar dari ancaman bahaya serta kelemahan yang ada, maka Rekosistem sebaiknya dapat merefleksikan kekurangan pada aplikasi dengan aplikasi kompetitor lain, bandingkan, pelajari. Maksudnya adalah tidak ada salahnya untuk mempelajari apa kelebihan yang dimiliki aplikasi kompetitor lain demi mempertahankan perusahaan. Kemudian Rekosistem dapat memberikan layanan bersifat responsif dan reaktif, sehingga meningkatkan kepuasan. Seperti misalnya selalu melakukan pengecekan pada *review* atau *rating* di aplikasi, ada baiknya Rekosistem langsung bertindak ketika terdapat keluhan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Rekosistem merupakan teknologi aplikasi dari perwujudan program digitalisasi berbasis SDG's. Rekosistem merupakan inovasi di mana menjadi wadah untuk masyarakat agar dapat ikut berpartisipasi dalam pengelolaan sampah dan mewujudkan *zero waste*. Melalui partisipasi pengelolaan sampah di Rekosistem, pengguna aplikasinya dapat memonitoring sampah yang telah diberikan ke Rekosistem, menjadi apakah sampah tersebut setelah didaur ulang. Dampak dari adanya Rekosistem maka dapat ditandai dari adanya perubahan perilaku yang mencakup peningkatan adaptasi dan adopsi dari penggunaan aplikasi Rekosistem akan sadarnya pembangunan berkelanjutan. Kedua, terdapat unsur efisien dan lebih produktif terhadap penggunaan aplikasi tersebut dikarenakan dapat mengurangi permasalahan penumpukan sampah yang tidak dipilah. Dampak yang terakhir, yaitu meningkatnya kesadaran teknologi masyarakat dikarenakan dengan adanya penggunaan Rekosistem maka pemikiran masyarakat akan lebih luas terkait inovasi teknologi.

Melalui analisis dengan pembentukan Matriks SWOT, maka dapat disimpulkan bahwa Rekosistem dapat menghasilkan Strategi S-O yakni dapat mengembangkan kembali fasilitas dan dapat memperbanyak publikasi dengan bekerja sama dengan tokoh masyarakat. Selain itu

Rekosistem juga menghasilkan Strategi S-T di mana Rekosistem dapat memiliki strategi memproteksi tinggi privasi pelanggan dan juga dapat memiliki inovasi yang khas demi mempertahankan perusahaan. Sedangkan untuk Strategi W-O, Rekosistem dapat menjalin relasi dengan perusahaan lain dan dapat memiliki Customer Care yang responsif. Kemudian yang terakhir adalah Strategi W-T dimana Rekosistem dapat membandingkan aplikasinya dengan aplikasi lain, untuk mempelajari apa saja kelebihan dari aplikasi lain tersebut. Lalu Rekosistem sebaiknya dapat memberikan layanan bersifat responsif dan reaktif agar aplikasi Rekosistem dapat terus berkembang dan membantu masyarakat untuk berpartisipasi dalam rangka peduli lingkungan.

Saran

Saran dari penelitian ini agar semua perusahaan dapat melakukan analisis terlebih dahulu untuk meminimalisir dampak negatif yang sekiranya akan terjadi pada perusahaan baru dan perusahaan yang masih minim penggunaannya atau audiensnya. Sehingga dengan melakukan analisis, maka tidak hanya meminimalisir dampak negatif saja namun juga dapat membangun kekuatan yang sudah ada dan peluang yang akan datang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih untuk orang tua dan teman-teman serta para dosen UPN Veteran Jakarta yang terlibat atas bantuan dan masukannya terhadap pembuatan penelitian ini.

REFERENSI

- Ahdiat, A. (2023, June 26). *10 Negara Penghasil Sampah Terbesar di Dunia, Ada Indonesia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/26/10-negara-penghasil-sampah-terbesar-di-dunia-ada-indonesia#:~:text=Indonesia%20adalah%20negara%20penghasil%20sampah,65%2C2%20juta%20ton%20sampah>.
- Amasuomo, E., & Baird, J. (2016). The Concept of Waste and Waste Management. *Journal of Management and Sustainability*, 6(4), 88. <https://doi.org/10.5539/jms.v6n4p88>
- Annur, C. M. (2023, July 28). *10 Negara dengan Jumlah Penduduk Terbanyak di Dunia Pertengahan 2023*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/28/10-negara-dengan-jumlah-penduduk-terbanyak-di-dunia-pertengahan-2023>
- Budiono, T. M., Widodo, F., Kinandana, I. M. R. S., Candra, V., & Dinata, L. R. S. (2023). Creation of the Short Documentary “Sampah Siapa? Siapa Sampah?” for Waste Management Awareness and Sustainable Development in Surabaya. *VCD Journal of Visual Communication Design*, 08(02). <https://doi.org/10.37715/vcd.v8i2.4199>
- Capah, B. M., Rachim, H. A., & Raharjo, S. T. (2023). *Implementasi SDG's-12 Melalui Pengembangan Komunitas dalam Program CSR*. <https://doi.org/10.45814/share.v13i1.46502>
- Fachrizal, R. (2022). Rekosistem: Bantu Korporasi dan Rumah Tangga dalam Mengelola Sampah. *Info Komputer*. <https://infokomputer.grid.id/read/123310800/rekosistem-bantu-korporasi-dan-rumah-tangga-dalam-mengelola-sampah?page=all>
- Febriani, R., & Samudra, S. (2023). *Implementasi Sustainable Development Goals (SDGs) Desa Sebagai Upaya Menuju Kemandirian Desa Kotarindau*. <https://doi.org/10.33603/publika.v11i1.8518>

- Gadja, Y. K. M. D. (2020). Peran Perusahaan Dalam Kontribusi Sustainable Development Goal's Di Bidang Pendidikan dan Lingkungan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 6(2), 77. <https://doi.org/10.23887/jiis.v6i2.28008>
- Ilham, M. (2017). Implementasi Analisis SWOT dalam Start Up Fintech Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jimmu: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2). <https://doi.org/10.33474/jimmu.v2i2.6934>
- Kurniawati, E., & Ardini, L. (2023). *Green HRM: A Study Of Environmentally-Friendly HRM Practices*. <https://doi.org/10.24034/icobuss.v3i1.400>
- Mardiana, N. A., Kurniawan, D., Widigdyo, A., & Putra, A. W. (2024). Strategi Inovatif dalam Pengembangan Bisnis: Kombinasi Business Model Canvas (BMC) dan Analisis SWOT pada PT MBA Blitar. *G-Tech: Jurnal Teknologi Terapan*, 8(2), 742–748. <https://doi.org/10.33379/gtech.v8i2.4005>
- Muqsith, M. A. (2022). Apakah Teknologi Media Baru Netral? *Adalah*, 6(3). <https://doi.org/10.15408/adalah.v6i1.26572>
- Nurlaela, L., S, U., & Sutrisno. (2022). Penerapan Analisa SWOT dalam Rancang Bangun Aplikasi Penjualan Toko Mainan Anak Berbasis Web. *Jurnal Rekayasa Informasi Swadharma*, 2(1). <https://doi.org/10.56486/jris.vol2no1.121>
- Prabawati, A., Frimawaty, E., & Haryanto, J. T. (2023). Strengthening Stakeholder Partnership in Plastics Waste Management Based on Circular Economy Paradigm. *Sustainability (Switzerland)*, 15(5). <https://doi.org/10.3390/su15054278>
- Rizki, A., & Mubarak, A. (2023). Analisis Swot Pada Penerapan Aplikasi Smartdukcapil di Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kab. Lima Puluh Kota. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 7(1), 2598–9944. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4647/http>
- Sari, R. P., Mariam, I., & Sinaga, M. O. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Matriks SWOT pada Startup MakananHalal.id. *Journal of Management and Business Review*, 18(3), 630–639. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v18i3.219>
- Siagian, K. (2022). *Strategi Rekosistem Menjadi Startup Berdampak yang Berkelanjutan*. <https://dailysocial.id/post/strategi-rekosistem-menjadi-startup-berdampak-yang-berkelanjutan>
- Tayibnapis, R. G. (2020). The Effect of Diffusion of Fintech Information through Social Media on Changes in Payment Transaction Patterns among Young People in Jakarta. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(9), 81. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v7i9.1924>
- Yuliantari, K. (2017). *SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran pada PT Gojek Indonesia*. 1. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v1i1.1643>