

**STRATEGI PENGEMBANGAN E-BUSINESS GIFT BOX PADA
RAA'S LITTLE BOX MENGGUNAKAN PENDEKATAN SWOT
ANALYSIS**

**Nurjamiyah¹, Dini Napila², Yolanda B Herdianto³, Syafira Dhita Ramadhana⁴, Mutiara
Sabrina Aulia⁵, Adriana Royanti⁶**

Universitas Harapan Medan

E-mail: nurjamiyah7@gmail.com¹, dininapila@gmail.com², yolandabilbina206@gmail.com³,
syafiradrita.adu@gmail.com⁴, mutiarasabrinaaulia45@gmail.com⁵, adrianaroyanti2@gmail.com⁶

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menyusun strategi pengembangan e-bisnis gift box pada Raa's Little Box dengan menggunakan metode SWOT Analysis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan kondisi serta proses bisnis yang sedang berlangsung secara nyata. Objek penelitian adalah bisnis gift box Raa's Little Box yang menerapkan konsep e-bisnis berbasis digital. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara studi literatur, observasi, dan perekaman dokumen. Analisis data dilakukan dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi bisnis melalui pendekatan SWOT, yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Raa's Little Box memiliki peluang besar dalam mengembangkan bisnis e-gift box melalui pemanfaatan website sebagai media promosi dan pemesanan produk. Berdasarkan hasil analisis SWOT, beberapa strategi pengembangan e-bisnis diformulasikan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing dan kinerja bisnis Raa's Little Box di masa digital.

Kata Kunci — E-bisnis, Gift Box, Analisis SWOT.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan internet telah mendorong terjadinya transformasi dalam berbagai bidang, termasuk dalam aktivitas bisnis. Penerapan e-bisnis memungkinkan pelaku usaha untuk menjalankan proses bisnis secara lebih efektif dan efisien melalui pemanfaatan teknologi digital. Dengan adanya e-bisnis, batasan ruang dan waktu dalam kegiatan pemasaran serta transaksi dapat diminimalkan, sehingga peluang pasar menjadi semakin luas (Putri, R., & Fasa, M, 2025).

Salah satu jenis usaha yang memiliki potensi besar dalam penerapan e-bisnis adalah bisnis gift box. Produk gift box memiliki nilai emosional yang tinggi karena sering digunakan pada momen-momen khusus seperti ulang tahun, wisuda, pernikahan, dan hari perayaan lainnya. Seiring dengan meningkatnya tren belanja online, konsumen cenderung mencari produk hadiah yang praktis, menarik, dan dapat dipesan secara digital.

Raa's Little Box merupakan usaha gift box yang sebelumnya memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran. Meskipun media sosial cukup efektif dalam memperkenalkan produk, sistem tersebut masih memiliki keterbatasan, terutama dalam proses pemesanan, pencatatan transaksi, dan pengelolaan data pelanggan. Proses bisnis yang masih bersifat manual berpotensi menimbulkan ketidakefisienan serta kesulitan dalam pengembangan usaha.

Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi bisnis. Melalui analisis SWOT, pelaku usaha dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi, sehingga strategi pengembangan e-bisnis dapat dirumuskan secara lebih terarah. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan merumuskan strategi pengembangan e-bisnis gift box pada Raa's Little Box menggunakan pendekatan SWOT Analysis. (Putri et al., 2025).



Gambar 1. Produk Raa's Little Box

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis kondisi e-bisnis pada usaha gift box Raa's Little Box secara sistematis dan faktual. Penelitian difokuskan pada analisis strategi pengembangan e-bisnis tanpa melibatkan perhitungan statistik.

Objek Penelitian

Objek penelitian dalam jurnal ini adalah usaha gift box Raa's Little Box, yang bergerak di bidang penjualan produk gift box. Penelitian difokuskan pada proses bisnis, penerapan e-bisnis, serta pengembangan strategi bisnis berbasis website.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Studi literatur : Pengumpulan data melalui buku, jurnal ilmiah, dan artikel yang berkaitan dengan e-bisnis dan analisis SWOT.
2. Observasi : Pengamatan terhadap aktivitas bisnis Raa's Little Box serta praktik bisnis gift box sejenis.
3. Dokumentasi : Mendukung temuan dengan bukti dokumen seperti foto dan informasi perusahaan

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan kondisi e-bisnis dan peran website, sedangkan analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal usaha guna merumuskan strategi pengembangan e-bisnis yang tepat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan karakteristik usaha dan pola interaksi dengan pelanggan, Raa's Little Box menerapkan model bisnis Business to Consumer (B2C). Pada model ini, Raa's Little Box berperan sebagai pelaku usaha yang secara langsung menawarkan dan menjual produk gift box kepada konsumen akhir tanpa melalui perantara. Konsumen dapat memesan gift box sesuai kebutuhan pribadi, seperti untuk ulang tahun, wisuda, pernikahan, maupun momen spesial lainnya.

Gambaran Usaha Raa's Little Box

Raa's Little Box adalah sebuah usaha yang berfokus pada penyediaan produk kotak hadiah untuk berbagai keperluan seperti perayaan ulang tahun, wisuda, dan momen istimewa lainnya. Kotak hadiah yang ditawarkan memiliki ciri khas dalam desain kemasan dan kemampuan untuk menyesuaikan isi sesuai dengan keinginan konsumen.

Sebelum pengembangan e-bisnis yang berbasis website, Raa's Little Box mengandalkan media sosial sebagai kanal utama untuk pemasaran dan berinteraksi dengan pelanggan. Meskipun media sosial cukup berhasil dalam memperkenalkan produk, proses pemesanan dan pencatatan transaksi masih dilaksanakan secara konvensional, yang dapat menimbulkan potensi masalah efisiensi dalam pengelolaan usaha.

Analisis SWOT Raa's Little Box

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan terhadap pemilik usaha Raa's Little Box, diperoleh sejumlah faktor internal dan faktor eksternal yang memengaruhi pengembangan e-bisnis usaha gift box tersebut. Faktor internal meliputi kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses), sedangkan faktor eksternal mencakup peluang (opportunities) dan ancaman (threats). (Shidik et al., 2025) Hasil identifikasi faktor internal dan eksternal disajikan dalam Tabel 1 dan Tabel 2 berikut.

Tabel 1. Faktor Internal

Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
1. Produk gift box memiliki nilai emosional tinggi dan diminati pada berbagai momen tertentu.	1. Belum memiliki website resmi sebagai media pemesanan
2. Produk gift box dapat dikustomisasi sesuai permintaan pelanggan	2. Proses pemesanan masih manual melalui media sosial
3. Harga relatif terjangkau dengan kualitas yang kompetitif	3. Jangkauan pemasaran masih terbatas
4. Fleksibilitas isi gift box (snack, aksesoris, produk personal)	4. Ketergantungan pada komunikasi chat untuk transaksi

Tabel 2. Faktor Eksternal

Opportunity (Peluang)	Threat (Ancaman)
1. Meningkatnya minat masyarakat terhadap produk hadiah custom	1. Persaingan bisnis gift box yang semakin ketat
2. Potensi pemasaran melalui website dan digital marketing	2. Perubahan tren hadiah yang cepat
3. Peluang menjangkau pasar yang lebih luas secara online	3. Harga bahan baku yang fluktuatif
4. Perkembangan teknologi digital dan meningkatnya minat belanja online.	4. Risiko keterlambatan pengiriman oleh pihak ekspedisi.

Strategi Pengembangan E-bisnis

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan, diperoleh beberapa strategi pengembangan e-bisnis yang dapat diterapkan pada Raa's Little Box. Strategi ini dirumuskan dengan mengombinasikan faktor internal dan eksternal usaha ke dalam strategi SO, WO, ST, dan WT.

Tabel 3. Matriks SWOT

Internal	Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
	<ol style="list-style-type: none"> Produk gift box memiliki nilai emosional tinggi dan diminati pada berbagai momen tertentu. Produk gift box dapat dikustomisasi sesuai permintaan pelanggan Harga relatif terjangkau dengan kualitas yang kompetitif Fleksibilitas isi gift box(snack, aksesoris, produk personal) 	<ol style="list-style-type: none"> Belum memiliki website resmi sebagai media pemesanan Proses pemesanan masih manual melalui media sosial Jangkauan pemasaran masih terbatas Ketergantungan pada komunikasi chat untuk transaksi
Eksternal	Opportunity (Peluang)	Strategi SO
	<ol style="list-style-type: none"> Meningkatnya minat masyarakat terhadap produk hadiah custom Potensi pemasaran melalui website dan digital marketing Peluang menjangkau pasar yang lebih luas secara online Perkembangan teknologi digital dan meningkatnya minat belanja online. 	Strategi WO <ol style="list-style-type: none"> Memanfaatkan keunikan gift box custom dan kualitas produk untuk dipasarkan melalui website guna menjangkau pasar yang lebih luas Mengintegrasikan website dengan media sosial untuk meningkatkan efektivitas promosi digital
Threat (Ancaman)	Strategi ST	Strategi WT
	<ol style="list-style-type: none"> Persaingan bisnis gift box yang semakin ketat Perubahan tren hadiah yang cepat Harga bahan baku yang fluktuatif Risiko keterlambatan pengiriman oleh pihak ekspedisi. 	<ol style="list-style-type: none"> Menjaga kualitas produk dan layanan pelanggan untuk mempertahankan loyalitas konsumen Menawarkan layanan custom yang sulit ditiru oleh pesaing

Implementasi Website

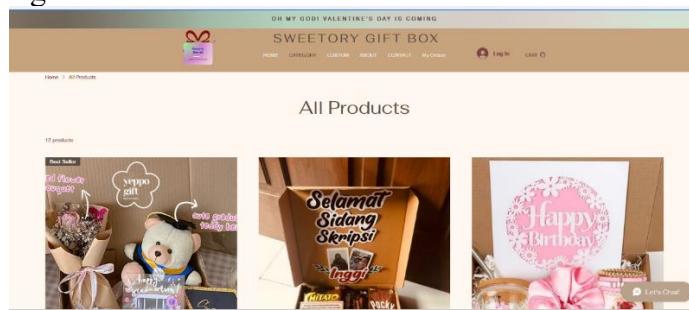
Pengembangan website dilakukan sebagai bentuk implementasi dari strategi e-bisnis yang telah dirumuskan berdasarkan analisis SWOT. Website ini dirancang untuk menjadi media pendukung pemasaran dan pemesanan produk gift box Raa's Little Box secara online. Sebelumnya, Raa's Little Box hanya memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan pelanggan, sehingga proses pemesanan dan pencatatan transaksi masih dilakukan secara manual.

a. Halaman Beranda



Gambar 2. Tampilan Halaman Home Raa's Little Box

b. Halaman Katalog Produk



Gambar 3. Tampilan Halaman Katalog Produk

c. Halaman Custom



Gambar 4. Tampilan Halaman Custom

Tampilan halaman web Raa's Little Box yang disajikan pada Gambar 2 hingga Gambar 4 menunjukkan implementasi website sebagai media e-bisnis yang mendukung pemasaran dan pemesanan produk. Halaman beranda menampilkan identitas usaha serta informasi singkat mengenai produk gift box untuk menarik perhatian pengunjung. Halaman katalog produk menyajikan daftar gift box beserta deskripsi dan opsi kustomisasi sehingga memudahkan konsumen dalam memilih produk sesuai kebutuhan. Sementara itu, halaman pemesanan dirancang untuk membantu pelanggan melakukan proses pemesanan secara lebih terstruktur dan efisien, sehingga mampu mengurangi ketergantungan pada komunikasi manual melalui media sosial.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan e-bisnis pada usaha gift box Raa's Little Box melalui pendekatan analisis SWOT memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi internal dan eksternal usaha. Hasil analisis menunjukkan bahwa Raa's Little Box memiliki kekuatan pada produk gift box yang bersifat custom dan bernilai emosional tinggi, serta peluang besar dari meningkatnya minat belanja online. Namun, usaha ini juga menghadapi kelemahan berupa belum adanya website resmi dan proses pemesanan yang masih manual, serta ancaman dari persaingan bisnis yang semakin ketat. Oleh karena itu, pengembangan website e-bisnis menjadi strategi yang tepat untuk meningkatkan efektivitas pemasaran, mempermudah proses pemesanan, dan memperluas jangkauan pasar. Implementasi website diharapkan mampu mendukung peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha Raa's Little Box di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Putri, L. T., Baharuddin, Y., & Nasir, M. (2025). LintekEdu: Jurnal Literasi dan Teknologi Pendidikan LintekEdu : Jurnal Literasi dan Teknologi Pendidikan. LintekEdu: Jurnal Literasi Dan Teknologi Pendidikan, 6(2), 543–559.
- Putu, N., Asih, S., Agung, I. G. A., & Pujawanti, M. (2023). Inovasi Gift Dalam Berbagai Kreasi Sebagai Secret Gift Yang Inovatif. 6, 57–62.
- Shidik, B. A. A., Apriliyanto, Y. T., Khasanah, S., & Nabela, H. R. (2025). Perancangan Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Metode Analisis SWOT pada UMKM Apem Kesesi Mak Sri. Jurnal Teknik Industri Terintegrasi, 8(3), 3605–3611. <https://doi.org/10.31004/jutin.v8i3.46609>
- Vitaliano Latief, P., Syarieff, R., & Rokhani Hasbullah, dan. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis E-Commerce Pertamina Retail dengan Pendekatan Bisnis Model Kanvas Analysis of Pertamina Retail E-Commerce Business Development Strategies with a Canvas Model Business Approach. Manajemen IKM, 14(1), 24–34. <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/>