

## Implementasi Analisis Swot Terhadap Strategi Pemasaran Pada Aplikasi Cerebrum

**Fenny Setya Ayu**

Universitas Teknologi Digital, Email : [fenny10120026@digitechuniversity.ac.id](mailto:fenny10120026@digitechuniversity.ac.id)

**Anggi Auryn Santosa**

Universitas Teknologi Digital, Email : [anggiauryn@digitechuniversity.ac.id](mailto:anggiauryn@digitechuniversity.ac.id)

### Abstrak

**Tujuan** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dapat di kembangkan pada Aplikasi Cerebrum dengan menggunakan Analisis SWOT.

**Desain/Metode** Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dimana data yang di peroleh ialah bersumber dari observasi, wawancara dan studi literatur.

**Temuan** Analisis SWOT ini di gunakan sebagai alat untuk mengidentifikasi data tersebut, karena dengan Analisis SWOT peneliti dapat mengidentifikasi faktor internal Kekuatan (Strength), Kelemahan (Weakness) dan faktor eksternal Peluang (Opportunities), Ancaman (Threats) pada perusahaan sehingga strategi pemasaran dapat di rumuskan. Hasil akhir penelitian dengan implementasi Analisis SWOT, di dapati dari diagram cartesius bahwa Aplikasi Cerebrum berada dalam posisi yang sangat menguntungkan.

**Implikasi** Perusahaan berada dalam Kuadran I, posisi ini menunjukkan bahwa Aplikasi Cerebrum dapat memaksimalkan kekuatan dan meminimalisir atau menghindari ancaman sehingga mendorong perusahaan pada Growth Oriented Startegy (Tahap Petumbuhan). Adapun strategi pemasaran yang dapat dikembangkan pada Aplikasi Cerebrum ialah strategi SO, WO, ST, WT. Strategi tersebut di hasilkan dari matching tools matriks SWOT serta perusahaan dapat terus memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada.

**Tipe Penelitian** Studi Literatur

**Kata Kunci** : Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Aplikasi Blmbel Cerebrum

### I. Pendahuluan

Dalam era perubahan pola pendidikan yang cepat dan terus-menerus, bersamaan dengan pengaruh globalisasi di berbagai sektor, termasuk pendidikan, kompetisi dalam bisnis jasa pendidikan menjadi semakin ketat. Lembaga pendidikan nonformal khususnya Lembaga Bimbingan Belajar, perlu selalu siap menghadapi perubahan dan kebijakan-kebijakan pemerintah di bidang pendidikan, seperti perubahan kurikulum. Mereka harus bersiap untuk bersaing tidak hanya dengan lembaga sejenis, tetapi juga dengan sekolah yang menyelenggarakan program Bimbingan Belajar, sebagai pesaing yang sebanding.

Dengan pemanfaatan teknologi internet, terciptalah gagasan untuk membuat bimbingan belajar berbasis online seperti aplikasi maupun website. Termasuk dengan hadirnya aplikasi bimbingan belajar seperti halnya Aplikasi Cerebrum. Aplikasi Cerebrum ialah aplikasi bimbel persiapan untuk masuk perguruan tinggi baik itu PTN (Perguruan Tinggi Negeri) maupun PTS (Perguruan Tinggi Swasta). Menurut Gilang Ramadan (2021) berdasarkan risetnya pada tahun tersebut terdapat lima bimbel online terbaik di Indonesia sebagai aplikasi bimbel persiapan masuk perguruan tinggi yakni Ruang Guru, Zenius, Qupper, Pahamify dan Brainly.

Sering berkembangnya waktu bimbel online ini menarik banyak perhatian siswa siswi bahkan orang tua untuk membantu dalam persiapan lolos masuk perguruan tinggi. Tentu dengan adanya potensi ini, mendorong banyak perusahaan berinovasi menghasilkan aplikasi bimbel terbaik. Di bawah ini ialah daftar Aplikasi Bimbel persiapan UTBK 2023 dan 2024 dengan pengguna terbanyak :

**Tabel Daftar Aplikasi Bimbel Persiapan UTBK Pengguna Terbanyak**

No	Aplikasi Bimbel	Jumlah Pengguna
1	Ruang Guru	> 10 juta
2	Zenius	> 5 juta
3	Qupper	> 1 juta
4	Pahamify	> 1 juta
5	Aku Pintar	> 1 juta
6	Cerebrum	> 500 ribu
7	NF Juara	> 500 ribu
8	Analitica	> 100 ribu
9	SNBT Tes Potensi Skolastik	> 100 ribu
10	Skolla	> 100 ribu
11	Widya Edu	> 50 ribu
12	Go Bimbel Online	> 50 ribu
13	Masuk PTN	> 10 ribu
14	Skuling	> 10 ribu
15	Soal UTBK 2024	> 10 ribu
16	UTBK SNBT 2024	> 10 ribu
17	Privat Al Faiz UTBK	> 5 ribu

Sumber : Diolah Penulis (2024)

Pada tabel di atas terdapat bahwa aplikasi terbaik pada tahun 2021 masih menjadi primadona dengan pengguna terbanyak dan ada yang mencapai 10 juta pengguna. Sedangkan Aplikasi Bimbel Cerebrum memiliki jumlah pengguna lebih dari 500 ribu. Karena hal ini, Aplikasi Cerebrum memerlukan perencanaan bisnis yang komprehensif untuk mengidentifikasi arah strategis, sumber daya yang dibutuhkan, dan langkah-langkah taktis yang harus diambil. Perencanaan bisnis melibatkan analisis menyeluruh terhadap lingkungan internal dan eksternal perusahaan, mengidentifikasi peluang dan risiko, serta merumuskan strategi untuk mencapai pertumbuhan dan keberlanjutan. Analisis SWOT merupakan salah satu jenis analisis yang sering digunakan oleh bisnis atau organisasi untuk mendukung keberlangsungan strategi perencanaan bisnisnya. Dengan menggunakan analisis SWOT perusahaan dapat mengenali (Strength) kekuatan, (Opportunities) peluang, (Weakness) kelemahan dan (Threats) ancaman dari bisnis untuk masa yang akan mendatang. Dengan di latar belakang hal tersebut maka tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang dapat di Kembangan oleh Aplikasi Cerebrum dengan menggunakan Analisis SWOT.

## II. Kajian Teori

### A. Strategi

Menurut Kotler dalam Aminah (2020) strategi adalah suatu rencana permainan untuk mencapai sasaran yang diinginkan dari suatu unit bisnis. Menurut Anggi (2023) ada tujuh tujuan strategi yakni sebagai berikut :

- 1) Memberikan tujuan jangka panjang yang akan dicapai oleh perusahaan.
- 2) Membantu perusahaan menyesuaikan diri dengan setiap bisnis.
- 3) Meningkatkan efisiensi kinerja perusahaan.
- 4) Menjalankan dan mengevaluasi strategi yang telah disepakati secara efektif dan efisien.
- 5) Membangun strategi baru untuk menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan eksternal.
- 6) Mengevaluasi ulang keunggulan dan kekurangan serta memperhatikan peluang dan ancaman bisnis perusahaan.
- 7) Terus menciptakan produk dan layanan yang selalu disukai oleh pelanggan.

### B. Pemasaran

Menurut Sudaryono (2022) pemasaran merupakan proses manajemen yang berupaya memaksimalkan laba (*retutns*) bagi pemegang saham dalam menjalin relasi dengan pelanggan utama (*valued customers*) serta menciptakan keunggulan kompetitif. Sedangkan menurut Kotler dan Keller serta Chernev (2022) definisi pemasaran ialah suatu proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan memberikan informasi barang atau jasa dalam memuaskan kebutuhan serta keinginan manusia. Dari definisi pemasaran diatas, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa pemasaran merupakan sebagai proses manajemen yang memaksimalkan laba melalu hubungan dengan pelanggan utama dan menciptakan keunggulan kompetitif, sekaligus sebagai proses komunikasi terpadu untuk memberikan informasi tentang barang atau jasa guna memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.

Tujuan pemasaran menurut Dr. Methiana Indrasari (2019 ), dalam buku berjudul Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan, ialah sebagai berikut :

1. Menciptakan permintaan atau *demand*
2. Kepuasan pelanggan
3. Pangsa pasar atau *Market Share*
4. Peningkatan keuntungan

5. Pencitraan produk yang baik di mata publik
6. Menciptakan pelanggan baru
7. Memuaskan pelanggan

### Strategi Pemasaran

Menurut Dr. Marissa dkk, (2022) strategi pemasaran yaitu upaya untuk meningkatkan jumlah penjualan dengan memasarkan barang atau jasa dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu. Sedangkan Philip Kotler (2018) berpendapat definisi strategi pemasaran adalah suatu perspektif pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran. Ini mencakup strategi khusus untuk pasar sasaran, penentuan posisi, bauran pemasaran, dan pengeluaran pemasaran.

Dari strategi pemasaran diatas, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran merupakan suatu perencanaan yang di gunakan oleh perusahaan untuk menentukan tujuan dari perusahaan ke depan mengenai pola dan taktik penjualan, sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, serta *budget* untuk memasarkannya.

Menurut Dr. Marissa dkk (2022) tujuan dari strategi pemasaran adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk meningkatkan kualitas kolaborasi individu dalam pemasaran.
- 2) Untuk menggunakan standar prestasi sebagai alat untuk mengukur hasil pemasaran.
- 3) Untuk menjadi dasar logis pengambilan keputusan pemasaran.
- 4) Untuk meningkatkan kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan dalam pemasaran

### D. Analisis SWOT

Menurut Ahmad (2020) Analisis SWOT merupakan sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), dan peluang (*opportunities*), tetapi secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Menurut Hasbulloh (2021) tujuan dari Analisis SWOT ialah untuk membantu perusahaan memahami posisinya saat ini dan mengidentifikasi area potensial untuk perbaikan. Dengan menempatkan kekuatannya, perusahaan dapat fokus memanfaatkannya untuk mencapai tujuannya. Dengan mengenali kelemahannya, perusahaan dapat bekerja untuk mengatasinya dan meningkatkan kinerjanya secara keseluruhan. Dengan mengidentifikasi peluang, perusahaan dapat mengidentifikasi jalan baru untuk pertumbuhan dan ekspansi.

## III. Metode Penelitian

### A. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Kriyantono (2020) ialah penelitian yang menekankan pada panggilan kedalaman data dari pada keluasan data.

### B. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini ialah Aplikasi Bimbel Cerebrum yang berada di bawah naungan PT. Cerebrum Eduknesia Nusantara.

### C. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan sumber data primer dan data sekunder.

- 1) Data primer
  - a. Wawancara, dengan narasumber Bapak Hadi Rahman Fauzi selaku Manager Marketing & Sales, Bayu Adriansyah selaku Asisten Manager, dan Raghiel Muhammad Al-fajr sebagai Leader Live Tiktok. Untuk membantu pengumpulan serta analisis data, perusahaan memberikan informan 10 orang dari karyawan di antaranya:

**Tabel Informan Penelitian**

No	Posisi Jabatan	Jumlah
1.	Marketing	6 orang
2.	Konten Kreator	2 orang
3.	Host Live	2 orang
Jumlah		10 orang

Sumber : Diolah Penulis (2024)

Adapun teknik sampling yang di gunakan ialah *purposive sampling*, yakni suatu teknik pengambilan sampel dari sumber data penelitian tertentu dengan beberapa pertimbangan yang telah dilakukan oleh peneliti. Pertimbangan yang dimaksud adalah karena individu yang akan digunakan sebagai subjek penelitian mengetahui informasi yang dibutuhkan oleh peneliti, sehingga dapat memudahkan peneliti untuk mengeksplorasi objek atau fokus penelitian.

- b. Observasi, Data primer kedua dalam penelitian ini ialah observasi dimana penulis melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek untuk memperoleh data, informasi yang akurat dan relevan.

2) Data Sekunder

Data sekunder yang dimasukkan dalam penelitian ini berasal dari sumber-sumber yang terkait dengan tinjauan literatur, termasuk buku, jurnal, penelitian terdahulu, dan artikel tentang topik tersebut.

**D. Teknik Analisis Data**

Metode analisis data pada penelitian ini ialah menggunakan metode Analisis SWOT. Berikut merupakan tahapan dalam Analisis SWOT :

- 1) Menentukan Analisis SWOT perusahaan
- 2) Menyusun Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)
- 3) Menentukan Matriks SWOT
- 4) Menentukan Diagram SWOT

#### IV. Hasil Dan Pembahasan A.

##### Analisis SWOT

Di bawah ini merupakan faktor Internal dan eksternal pada Aplikasi Cerebrum :

##### a. Faktor Internal

###### KEKUATAN (*STRENGTH*) :

- 1) Aplikasi Cerebrum menawarkan harga untuk paket belajar yang relatif murah dan terjangkau.
- 2) Menyediakan beragam latihan soal untuk masuk perguruan tinggi UTBK bahkan Ujian Mandiri (UM).
- 3) Mempunyai fitur yang lengkap seperti soal, pembahasan soal, materi, dan *try out* yang dapat di akses berulang kali jika materi belum di pahami.
- 4) Memberikan dukungan secara individu seperti *live class* untuk berinteraksi dengan tutor handal, adanya fitur perbandingan dan grafik perkembangan untuk mengukur kemajuan siswa.
- 5) Memberikan akses yang mudah karena dapat di akses berbagai platform seperti Android, iOS, dan web.
- 6) Pembelajaran yang fleksibel bisa berlangsung kapan saja, dimana saja dan dapat menentukan waktu belajar secara mandiri.
- 7) Materi, soal dan informasi selalu terupdate sudah menyesuaikan dengan kurikulum dan pola masuk perguruan tinggi.
- 8) Mempunyai komunitas online untuk mewadahi siswa agar dapat berbagi tips, startegi, dan dukungan moral untuk mempersiapkan ujian.

###### KELEMAHAN (*WEAKNESS*) :

- 1) Dalam Aplikasi Cerebrum terdapat beberapa kesalahan atau typo pada penulisan soal dan pembahasan.
- 2) Memberikan pembelajaran secara khusus untuk siswa kelas 12 sma/smk sederajat saja yang akan masuk perguruan tinggi.
- 3) Pembelajaran yang di sediakan hanya secara online saja.
- 4) Penyebaran produk belum merata masih banyak masyarakat yang belum mengetahui bimbel Aplikasi Cerebrum.

##### b. Faktor Eksternal

###### PELUANG (*OPPORTUNITIES*):

- 1) Internet menyebar luas memungkinkan siswa dapat menjangkau bimbel online dari berbagai wilayah luas
- 2) Semakin banyak siswa dan orang tua yang tertarik dengan bimbel online sebagai opsi pembelajaran tambahan.
- 3) Semakin meningkatnya pengguna *smartphone* menjadi salah satu kemudahan mengakses informasi dan belajar secara online.
- 4) Dengan adanya kolaborasi bimbel online bersama sekolah perguruan tinggi siswa akan semakin tertarik mengikuti bimbel online.
- 5) Adanya dukungan pemerintah dan lembaga dalam meningkatnya belajar secara online meningkatkan pertumbuhan dan kualitas pendidikan.

###### ANCAMAN (*THREATS*) :

- 1) Perubahan dalam kurikulum atau persyaratan ujian masuk perguruan tinggi memerlukan penyesuaian materi pembelajaran dalam aplikasi bimbel online.
- 2) Terjadinya ketidakstabilan koneksi internet dapat menghambat bimbel online.

- 3) Beberapa siswa dan orang tua akan lebih memilih bimbel secara tatap muka karena menganggap pembelajarannya lebih efektif.
- 4) Adanya bimbel online serupa yang sudah menjadi brand besar.

**B. Matriks IFAS dan EFAS**

Pada Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*), total skor kekuatan (*strength*) yang di miliki oleh Aplikasi Cerebrum ialah 2,59 dan skor kelemahan (*weakness*) lebih kecil dari kekuatan yakni 0,61. Maka total skor yang di peroleh dari faktor internal yakni 3,34 yang mengindikasikan posisi internal Aplikasi Cerebrum begitu kuat karena total skor melebihi 2,5 dan perusahaan telah menggunakan kekuatan internal dengan optimal. Kekuatan internal suatu perusahaan ditunjukkan dengan nilai rata-rata total di atas 2,5, sedangkan posisi internal yang lemah ditunjukkan dengan nilai rata-rata total di bawah 2,5. (Rangkuti F. , 2005)

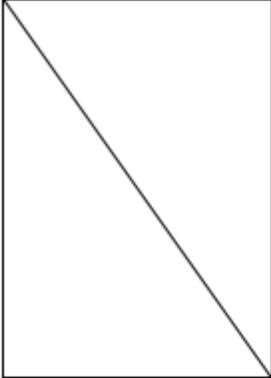
Sedangkan pada Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*), total skor peluang (*opportunities*) yang di miliki oleh Aplikasi Cerebrum ialah 2,52 dan skor ancaman (*threats*) lebih kecil dari peluang yakni 0,67. Maka total skor yang di peroleh dari faktor eksternal yakni 3,19. Skor ini mengindikasikan bahwa Aplikasi Cerebrum dapat menjalankan strategi yang baik dapat memanfaatkan peluang eksternal dan meminimalkan bahkan menghindari ancaman eksternal.

**C. Matriks SWOT**

Matriks SWOT ini seperti *matching tool* dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan untuk membantu mengembangkan empat tipe strategi, yakni strategi SO, WO, ST dan WT. Berikut ini tabel penyusunan faktor-faktor strategis pada perusahaan yakni Matriks SWOT:

**Tabel Matrix SWOT**

IFAS	<i>Strength (S)</i> Kekuatan Internal	<i>Weakness (W)</i> Kelemahan Internal
EFAS	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aplikasi Cerebrum menawarkan harga untuk paket belajar yang relatif murah dan terjangkau.</li> <li>2. Menyediakan beragam Latihan soal untuk masuk perguruan tinggi UTBK bahkan Ujian Mandiri (UM).</li> <li>3. Mempunyai fitur yang lengkap seperti soal, pembahasan soal, materi, dan <i>try out</i> yang dapat di akses berulang kali jika materi belum di pahami.</li> <li>4. Memberikan dukungan secara individu seperti <i>live class</i> untuk berinteraksi dengan tutor handal, adanya fitur perangkangan dan grafik perkembangan untuk mengukur kemajuan siswa.</li> <li>5. Memberikan akses yang mudah karena dapat di akses berbagai platform seperti Android, iOS, dan web.</li> <li>6. Pembelajaran yang fleksibel bisa berlangsung kapan saja, dimana saja dan dapat menentukan waktu belajar secara mandiri.</li> <li>7. Materi, soal dan informasi selalu</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dalam Aplikasi Cerebrum terdapat beberapa kesalahan atau typo pada penulisan soal dan pembahasan.</li> <li>2. Memberikan pembelajaran secara khusus untuk siswa kelas 12 sma/smk sederajat saja yang akan masuk perguruan tinggi.</li> <li>3. Pembelajaran yang di sediakan hanya secara online saja.</li> <li>4. Penyebaran produk belum merata masih banyak masyarakat yang belum mengetahui bimbel Aplikasi Cerebrum.</li> </ol>

	<p>terupdate sudah menyesuaikan dengan kurikulum dan pola masuk perguruan tinggi.</p> <p>8. Mempunyai komunitas online untuk mewadahi siswa agar dapat berbagi tips, strategi, dan dukungan moral untuk mempersiapkan ujian.</p>	
<p><b>Opportunities (O) Peluang Eksternal</b></p>	<p><b>Strategi SO</b></p>	<p><b>Strategi WO</b></p>
<p>1. Internet menyebar luas memungkinkan siswa dapat menjangkau bimbel online dari berbagai wilayah luas</p> <p>2. Semakin banyak siswa dan orang tua yang tertarik dengan bimbel online sebagai opsi pembelajaran tambahan.</p> <p>3. Semakin meningkatnya pengguna <i>smartphone</i> menjadi salah satu kemudahan mengakses informasi dan belajar secara online.</p> <p>4. Dengan adanya kolaborasi bimbel online bersama sekolah perguruan tinggi siswa akan semakin tertarik mengikuti bimbel online.</p> <p>5. Adanya dukungan pemerintah dan lembaga dalam</p>	<p>1. Membangun komunitas online dengan ketentuan sesuai kota/wilayah siswanya tinggal, (S8,O1)</p> <p>2. Membuat fitur Alumni dan Testimoni yang lulus di perguruan tinggi impian. (S3,O4)</p>	<p>1. Menyediakan kelas bimbel tambahan dari kelas 1-2 SMA/SMK. (W2,O2)</p> <p>2. Memberikan edukasi pada orang tua/masyarakat dengan Lembaga-lembaga pemerintah untuk mengenal belajar secara digital. (W4,O5)</p>

meningkatnya belajar secara online meningkatkan pertumbuhan dan kualitas Pendidikan.		
<b>Threats (T) Ancaman Eksternal</b>	<b>Strategi ST</b>	<b>Strategi WT</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>Perubahan dalam kurikulum atau persyaratan ujian masuk perguruan tinggi memerlukan penyesuaian materi pembelajaran dalam aplikasi bimbel online.</li> <li>Terjadinya ketidakstabilan koneksi internet dapat menghambat bimbel online.</li> <li>Beberapa siswa dan orang tua akan lebih memilih bimbel secara tatap muka karena menganggap pembelajarannya lebih efektif.</li> <li>Adanya bimbel online serupa yang sudah menjadi brand besar.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Menyediakan akses data rendah untuk menggunakan aplikasi. (S5, T2)</li> <li>Meningkatkan dukungan pada siswa/pelanggan, serta pemantauan dan evaluasi. (S7, T1)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mempertimbangkan untuk menyediakan bimbel secara offline. (W3, T3)</li> <li>Mengenalkan aplikasi bimbel lewat promosi di sekolah-sekolah. (W4, T4)</li> </ol>

Sumber : Diolah Penulis (2024)

#### D. Diagram SWOT

Setelah faktor internal dan faktor eksternal di ketahui total skornya, selanjutnya nilai total skor setiap faktor di rincikan untuk mengetahui selisih antara kekuatan dan kelemahan serta selisih antara peluang dan ancaman. Berikut rinciannya :

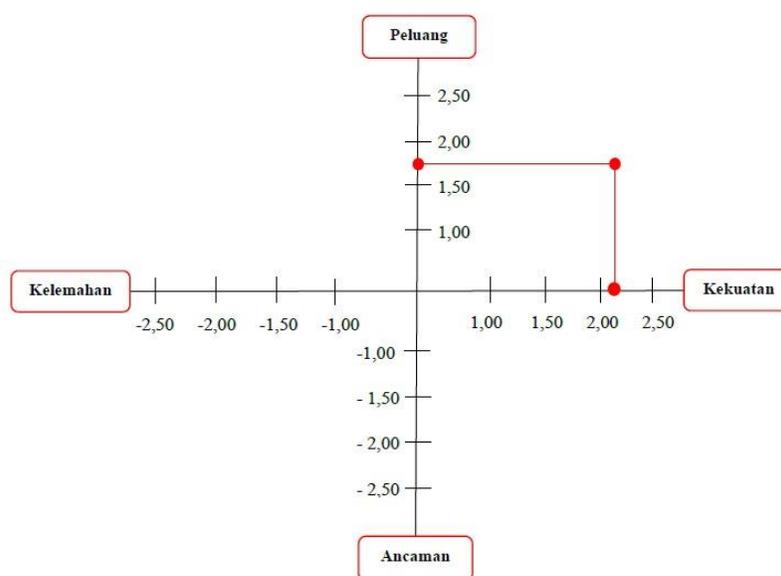
**Tabel Diagram Matriks SWOT**

<b>Kekuatan (Strength)</b>	<b>Kelemahan (Weakness)</b>	<b>Peluang (Opportunities)</b>	<b>Ancaman (Threats)</b>
<b>2,74</b>	<b>0,61</b>	<b>2,74</b>	<b>0,61</b>
Sumbu X = Kekuatan – Kelemahan		Sumbu Y = Peluang – Ancaman	

$= 2,74 - 0,61$	$= 2,52 - 0,67$
$= 2,13$	$= 1,85$

Sumber : Diolah Penulis (2024)

Untuk faktor internal *strength* dan *weakness* memiliki selisih sebesar 2,13, sedangkan faktor eksternal *opportunities* dan *threats* selisihnya sebesar 1,85. Tahap selanjutnya hasil dari selisih setiap faktor yang di dapat akan di implementasikan dalam diagram *cartesius* untuk mengetahui dimana letak strategi yang tepat untuk di gunakan oleh Aplikasi Cerebrum yakni sebagai berikut :



Sumber : Diolah Penulis (2024)

**Gambar Diagram Cartesius Matriks SWOT**

Berdasarkan hasil analisis menggunakan diagram *cartesius* di atas, nilai setiap sumbunya positif. Sehingga mendukung Aplikasi Cerebrum berada pada posisi yang sangat menguntungkan yaitu Kuadran I. Dimana Aplikasi Cerebrum ini memiliki kekuatan dan peluang yang sangat besar,

## V. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di lakukan pada Aplikasi Cerebrum, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa pada analisis faktor internal yakni Matriks IFAS memperoleh skor 3,34, sedangkan dalam Matriks EFAS memperoleh skor 3,19. Dengan perolehan skor melebihi 2,5 ini menunjukkan Aplikasi Cerebrum dapat mengoptimalkan kekuatan internal dan memanfaatkan peluang dengan baik serta dapat meminimalisir ancaman eksternal.

