

Strategi Pengembangan Bisnis *Mental Healthiness Event Organizer* Berbasis Analisis SWOT dan *Business Model Canvas*

Siti Lailatul Khusna¹⁾, Dati Mega Utami²⁾, Ika Amalia Nurunnisa³⁾, Aditya Indra Kusuma⁴⁾, Anisa Zahra Khaerani⁵⁾, Ivo Novitaningtyas⁶⁾

Universitas Tidar, Magelang, Indonesia

Email: ivo.novitaningtyas@untidar.ac.id

Abstract

Mental health is quite an interesting issue and is discussed by the public. Several cases in Indonesia show the phenomenon that students tend to be prone to mental health problems such as stress, anxiety and depression. Based on these conditions, the Mental Healthiness Event Organizer business opportunity can be developed. This article aims to identify the internal and external conditions of the Mental Healthiness Event Organizer business and formulate a business development strategy, specifically in the study of Arcadia Tesi. SWOT analysis is used to identify the conditions of internal factors and external factors. The results of the analysis show a strategy formulation that can be applied to develop a business model based on the business model canvas. The results show several strategies that can be implemented by Arcadia Tesi, such as establishing strategic alliance partnerships with the mental health community, educational institutions and other institutions, diversifying products according to the needs of potential partners, emphasizing points of differentiation and unique selling points that differentiate them from competitor products, maximizing online and offline marketing communications, as well as operational cost efficiency. The results provide managerial implications for entrepreneur Mental Healthiness Event Organizer Arcadia Tesi to develop their business, as well as becoming reference material for further research.

Keywords: *business strategy, mental healthiness, event organizer, SWOT, BMC*

1. Pendahuluan

Kesehatan mental menjadi perbincangan publik yang mendapat perhatian besar namun masih belum sepenuhnya teratasi. Hasil survei kesehatan mental dari Indonesia National Adolescent Mental Health Survey menunjukkan bahwa 1 dari 3 remaja di Indonesia memiliki masalah kesehatan mental, sedangkan 1 dari 20 remaja di Indonesia memiliki gangguan mental dalam 12 bulan terakhir (Gloria, 2022). Di Indonesia juga terjadi banyak kasus gangguan kesehatan mental yang memerlukan penanganan promotif, preventif, kuratif, dan rehabilitatif (Ayuningtyas et al., 2018). Adapun, WHO mendefinisikan kesehatan mental sebagai kondisi seseorang yang mampu menyadari potensi dirinya, mengatasi tekanan hidup dengan normal, berfungsi secara produktif, dan berkontribusi pada komunitasnya (Ayuningtyas et al., 2018). Kesehatan mental juga mencakup kemampuan beradaptasi dan berinteraksi dalam lingkungan sekitar untuk mencegah gangguan mental.

Beberapa kasus kesehatan mental terjadi pada mahasiswa. Kerentanan mahasiswa terhadap masalah kesehatan mental, terutama karena mereka mengalami fase *quarter life crisis* saat memasuki usia pertengahan 20-an hingga awal 30-an. Fase ini bisa menyebabkan kekhawatiran, kecemasan, keraguan, dan perasaan kehilangan arah hidup. Dampaknya bisa serius jika tidak ditangani dengan baik. Dampak dari masalah kesehatan mental mahasiswa terlihat dari kasus-kasus seperti kasus bunuh diri mahasiswa di Indonesia (Darmayanti et al., 2022; Fatria, 2023). Kondisi berkaitan dengan gangguan kesehatan mental mahasiswa dan

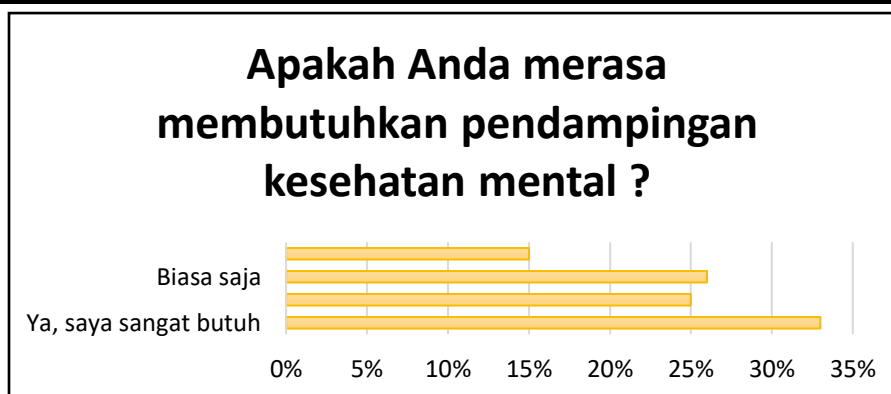
dampaknya tersebut menjadi permasalahan yang perlu diberikan solusi.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka diperlukan penelitian untuk menjadi solusi. Dari sudut pandang bisnis, pencegahan dan penanggulangan terhadap gangguan kesehatan mental dapat diupayakan melalui *event* atau kegiatan positif yang berfungsi sebagai upaya pencegahan gangguan kesehatan mental. Bisnis *Mental Healthiness Event Organizer* bisa dikembangkan sebagai solusi bagi permasalahan kesehatan mental yang dialami mahasiswa. Perumusan strategi bisnis dapat dilakukan melalui analisis kondisi internal, eksternal (SWOT) dan melalui analisis *Business Model Canvas* (Hastutik & Novitaningtyas, 2021; Novitaningtyas et al., 2020; Rahardjo et al., 2019).

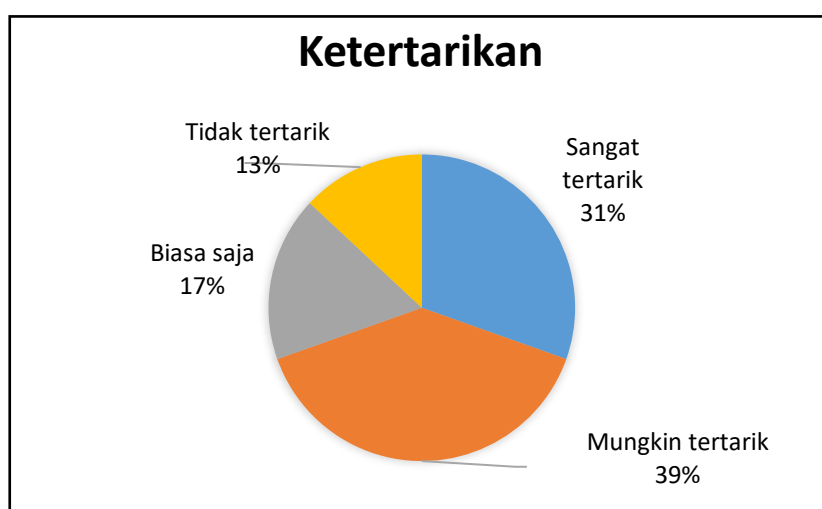
Identifikasi terhadap kondisi internal dapat dilakukan berdasarkan aspek-aspek bauran pemasaran jasa (*marketing mix* 7P) karena konteks bisnis *Mental Healthiness Event Organizer* adalah produk jasa (Kotler & Keller, 2018). Bauran pemasaran jasa *marketing mix* 7P terdiri dari *product*, *place*, *price*, *promotion*, *physical evidence*, *people*, dan *process* (Rahayu et al., 2015). Adapun, identifikasi terhadap kondisi eksternal dapat dilakukan berdasarkan analisis terhadap aspek demografi, ekonomi, alam, teknologi, politik-hukum, dan sosial-budaya (Kotler & Keller, 2018). Hasil dari identifikasi terhadap kondisi internal dan eksternal dapat dianalisis untuk merumuskan strategi bisnis *Mental Healthiness Event Organizer* berdasarkan analisis SWOT dan *Business Model Canvas* (BMC).

Peneliti terdahulu telah menggunakan analisis SWOT dan BMC untuk mengembangkan strategis bisnis. Rahardjo et al., (2019) menggunakan SWOT dan BMC untuk merumuskan strategi bisnis kopi. Koswaraputra et al., (2019) menggunakan SWOT dan BMC untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis media massa digital. Novitaningtyas et al., (2020) menggunakan SWOT dan BMC untuk mengembangkan strategi pemasaran bagi desa wisata. Lebih lanjut, Hastutik & Novitaningtyas, (2021) juga menggunakan SWOT dan BMC untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis batik. Walaupun demikian, penggunaan analisis SWOT dan BMC pada konteks bisnis jasa *event organizer* khususnya bisnis *Mental Healthiness Event Organizer* belum banyak dilakukan.

Salah satu bisnis yang merupakan *Mental Healthiness Event Organizer* adalah Arcadia Tesi. Nama “Arcadia” diambil dari bahasa Yunani yang berarti tempat yang menawarkan ketenangan dan kebahagiaan, sedangkan Tesi berasal dari kata *thési* yang berarti tempat. Arcadia Tesi dibentuk dengan tujuan menjadi tempat yang nyaman dan memberikan kebahagiaan bagi mahasiswa yang mengalami gangguan kesehatan mental. Arcadia Tesi mulai dibentuk sejak bulan Agustus 2023, dan memperkenalkan produknya pertama kali pada Oktober 2023. Produk yang ditawarkan adalah *event* yang terdiri dari *talk show* dengan topik *stress management* dan *relationship goals*, workshop *writing for healing* dan *water color art therapy*. Adapun hasil dari evaluasi pengenalan produk menunjukkan adanya peluang pertumbuhan bisnis. Hal tersebut juga didukung dengan survei yang dilakukan tim peneliti menunjukkan adanya kebutuhan dari mahasiswa terhadap pendampingan kesehatan mental (Gambar 1) dan ketertarikan untuk mengikuti kegiatan pendampingan kesehatan mental (Gambar 2).



Gambar 1. Survei Kebutuhan Target Pasar



Gambar 2. Survei Minat Target Pasar

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka penelitian untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis *Mental Healthiness Event Organizer* menggunakan analisis SWOT dan BMC bagi Arcadia Tesi perlu dilakukan. Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat memberikan implikasi manajerial bagi pebisnis *event organizer* secara umum dan Arcadia Tesi secara khusus. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi sumber referensi literatur bagi peneliti selanjutnya untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis.

2. Kajian Literatur

2.1 Analisis SWOT

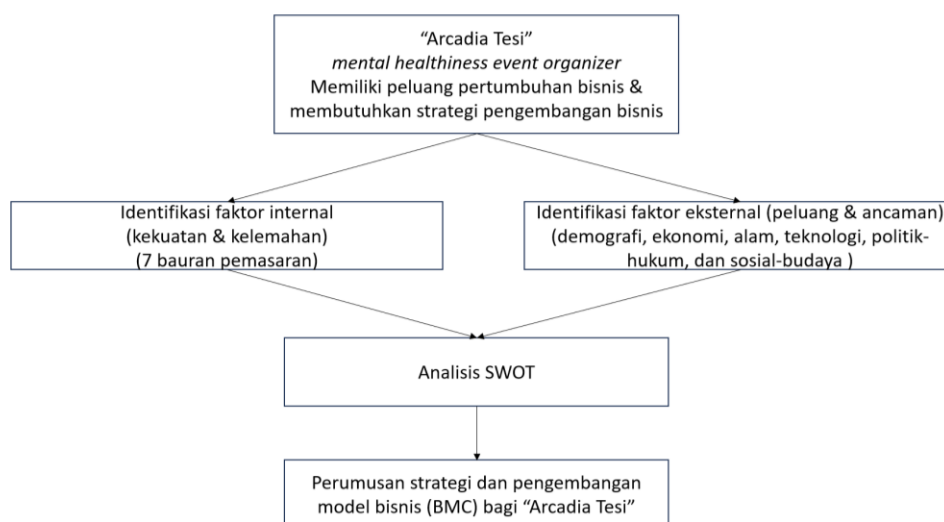
Analisis SWOT adalah analisis yang dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi internal berupa kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), serta kondisi eksternal berupa peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) (Hidayat & Rahmat, 2018; Kotler & Keller, 2009). Hasil dari identifikasi terhadap kondisi internal dan eksternal digunakan untuk merumuskan strategi (Prasetyo & Rahardjo, 2022). Melalui analisis SWOT maka dapat diperoleh strategi-strategi yang membantu perusahaan, organisasi, dan bisnis tertentu untuk memaksimalkan kekuatan yang dimiliki, memanfaatkan peluang yang mungkin muncul, meminimalisir kelemahan, serta menekan dampak dari ancaman yang mungkin terjadi. Hasil analisis SWOT juga membantu perusahaan, organisasi, dan bisnis tertentu dalam mencari solusi bagi permasalahan yang sedang dihadapi, serta menentukan arah kebijakan pengembangan di masa depan (Zhang, 2012).

2.2 Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) adalah alat strategis yang digunakan untuk mendeskripsikan sebuah model bisnis dan mendeskripsikan konsep dari sebuah bisnis (Koswaraputra et al., 2019). Keunggulan dari BMC adalah dapat menjelaskan model bisnis dengan lebih ringkas, seperti apa kondisi bisnisnya melalui pemetaan pada kanvas. Elemen-elemen dari BMC diantaranya yaitu *customer segment* (segmen pelanggan), *value proposition* (proposisi nilai yang ditawarkan), *channel* (saluran), *customer relationship* (relasi dengan pelanggan), *revenue stream* (sumber aliran pendapatan), *key resources* (sumber daya kunci yang dimiliki), *key activities* (aktivitas kunci), *key partnership* (kemitraan kunci), dan *cost structure* (struktur biaya) (Priyono, 2015; Rahardjo et al., 2019). Dari 9 elemen yang merupakan bagian dari BMC, dapat dilihat bagaimana bidang pemasaran, produksi atau operasi, dan keuangan dalam bisnis dijelaskan melalui sebuah kanvas, sehingga memudahkan pebisnis untuk memahami kondisi bisnisnya dan bagaimana pengembangan ke depan yang diperlukan.

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis. Kegiatan penelitian dilakukan selama 3 bulan yaitu pada bulan Agustus 2023-Oktobre 2023. Objek penelitian ditentukan secara *purposive* dengan pertimbangan konteks bisnis yang menarik dan memiliki potensi pertumbuhan, yaitu bisnis *Mental Healthiness Event Organizer*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh berdasarkan metode observasi, wawancara, dan *focus group discussion*. Pada penelitian ini telah diuji triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data yang diperoleh melalui beberapa sumber (Priyono, 2015; Sugiyono, 2013). Narasumber dalam penelitian ini adalah pelaku bisnis, mitra bisnis (*supplier* dan *buyer*), dan konsumen. Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis berdasarkan analisis SWOT untuk menghasilkan rumusan strategi. Lebih lanjut, rumusan strategi hasil analisis SWOT digunakan untuk mengembangkan model bisnis melalui analisis *business model canvas*. Kerangka penelitian ditampilkan pada Gambar 3 berikut ini.



Gambar 3. Kerangka Penelitian

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Analisis SWOT

Arcadia Tesi adalah sebuah jasa *event organizer* di bidang kesehatan mental dimana memiliki hasil analisis SWOT yang dapat memberikan pandangan komprehensif terhadap kondisi internal dan eksternal usaha. Pada aspek kekuatan (*strengths*), Arcadia Tesi memiliki kekuatan dalam penawaran produk jasanya yang sangat relevan dan menarik bagi mahasiswa sebagai target pasar. Keberadaan lokasi kegiatan yang dekat dengan target konsumen, terutama karena masih dalam wilayah kampus, memberikan keunggulan aksesibilitas. Selain itu, proses pemesanan hingga cara mendapatkan layanan sangat mudah bagi pelanggan, memastikan partisipasi yang maksimal dalam *event* kesehatan mental yang diselenggarakan oleh Arcadia Tesi. Dengan demikian, adanya kombinasi dari produk yang sesuai, lokasi yang strategis, dan proses yang *user-friendly* dapat meningkatkan daya tarik dan efektivitas dari usaha yang dijalankan.

Di sisi lain, ada beberapa kelemahan (*weaknesses*) dari bisnis Arcadia Tesi. Harga layanan yang tinggi mungkin menjadi hambatan bagi segmen konsumen yang menjadi target yaitu mahasiswa. Selain itu, strategi promosi baik secara *online* maupun *offline* belum sepenuhnya efektif dalam mencapai pangsa pasar secara maksimal. Kurangnya pelatihan untuk sumber daya manusia dalam memberikan layanan kepada konsumen juga menjadi kelemahan yang membatasi kontribusi optimal usaha. Meskipun tempat pemberian layanan nyaman, namun cenderung kurang menarik untuk mendukung tema "kesehatan mental" yang menjadi tujuan utama produk yang ditawarkan. Lebih lanjut, adanya keterbatasan modal awal yang belum mampu memenuhi kebutuhan biaya operasional juga memberikan tekanan tambahan pada keuangan bisnis yang dijalankan.

Adapun berdasarkan faktor peluang (*opportunities*), Arcadia Tesi memiliki peluang yang signifikan untuk berkembang. Adanya perubahan persepsi dan penurunan stigma terhadap masalah kesehatan mental di kalangan mahasiswa, didukung oleh peningkatan komunitas-komunitas peduli kesehatan mental, membuka pintu untuk peningkatan kesadaran dan permintaan akan layanan Arcadia Tesi. Selain itu, perkembangan teknologi, terutama dalam bidang *telemedicine*, *platform online*, dan alat evaluasi kesehatan mental, memberikan potensi perkembangan usaha di masa depan dengan memanfaatkan inovasi teknologi. Kolaborasi dengan institusi pendidikan atau perusahaan lain yang membutuhkan layanan kesehatan mental, seperti mental *check-up* atau konseling motivasi, juga dapat menjadi peluang strategis untuk memperluas basis Arcadia Tesi.

Walaupun demikian, ada juga ancaman (*threats*) yang berasal dari faktor eksternal dan perlu diatasi oleh Arcadia Tesi. Persaingan yang intensif dari *platform* dan aplikasi pesaing dalam bidang kesehatan mental menjadi ancaman, yang dapat mengurangi pangsa pasar. Selain itu, keterbatasan ketersediaan *supplier* (dalam hal ini jasa psikolog, atau narasumber di bidang kesehatan mental) dan biaya pasokan sumber daya yang tinggi dapat menjadi faktor risiko yang mempengaruhi efisiensi operasional dan profitabilitas usaha.

Berikut rangkuman dari analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) yang telah dijelaskan sebelumnya beserta hasil analisis rumusan strategi yang dapat diusulkan berdasarkan kondisi internal dan eksternal bisnis Arcadia Tesi. Rumusan strategi terdiri dari strategi S – O, strategi W – O, strategi S – T, dan strategi W – T.

Tabel 1. Analisis SWOT

Internal Factors	Stenghts (S) 1. Produk jasa berupa pelayanan kesehatan mental unik dan menarik 2. Lokasi kegiatan dekat dengan target konsumen dan mudah dijangkau 3. Proses layanan jelas dan mudah dipahami	Weaknesess (W) 1. Harga dipersepsikan mahal berdasarkan sudut pandang konsumen 2. Promosi secara <i>online</i> dan <i>offline</i> belum maksimal 3. Belum ada pelatihan peningkatan kompetensi bagi SDM 4. Tempat pemberian layanan kurang menarik untuk mendukung tema “kesehatan mental” 5. Keterbatasan modal
External Factor	SO Strategy 1. Memasarkan produk secara digital (S1&O1,O3) 2. Menjalin kemitraan aliansi strategis dengan komunitas kesehatan mental, institusi pendidikan, dan <i>private company</i> (S1,S2,S3&O2,O4) 3. Diversifikasi produk sesuai kebutuhan mitra yang potensial (S1&O1,O4)	WO Strategy 1. Memaksimalkan penggunaan teknologi untuk promosi secara <i>online</i> (W2&O3) 2. Beraliansi strategis dengan bisnis lainnya untuk <i>sharing resources</i> (W3,W5&O2,O4)
Threats (T) 1. Kompetitor aplikasi/platform kesehatan mental 2. Ketersediaan <i>supplier</i> terbatas	ST Strategy 1. Menekankan <i>point of differentiation</i> (PoD) dan <i>unique selling point</i> yang membedakan dengan produk pesaing (S1,S2,S3&T1) 2. Beraliansi strategis <i>sharing resources</i> (S1,S2,S3&T2)	WT Strategy 1. Efisiensi biaya operasional dan menawarkan harga promo (W1&T2) 2. Pemasaran <i>offline</i> yang lebih menarik (W2,W4&T1)

Strategi S-O mencakup langkah-langkah yang diambil dari analisis *strengths* dan *opportunities*. Strategi yang pertama yakni implementasi strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan kekuatan internal Arcadia Tesi dalam produk jasa kesehatan mental yang menarik bagi mahasiswa dengan memanfaatkan peluang teknologi. Melalui metode pemasaran digital yang kreatif dan efektif, diharapkan agar Arcadia Tesi dapat menjangkau pasar yang lebih luas, terutama mahasiswa yang aktif secara online, untuk meningkatkan kesadaran akan layanan kesehatan mental mereka. Hal ini menciptakan sinergi antara kekuatan produk yang ditawarkan dan peluang dalam perkembangan teknologi, memperkuat citra merek, dan meningkatkan pangsa pasar.

Selanjutnya, untuk memanfaatkan peluang dari persepsi mahasiswa terhadap kesehatan mental, Arcadia Tesi dapat membangun kemitraan yang kuat dengan komunitas kesehatan mental di wilayah Magelang dan sekitarnya. Melalui aliansi strategis dengan organisasi kesehatan mental setempat, Arcadia Tesi dapat memperoleh dukungan tambahan seperti sumber daya hingga pengetahuan dari komunitas tersebut. Hal ini tidak hanya akan memperkuat posisi usaha sebagai penyedia layanan kesehatan mental yang berkomitmen, tetapi juga memperluas jangkauan dan dampak positif pada masyarakat.

Lebih lanjut, untuk memaksimalkan peluang dalam kerjasama dengan perguruan tinggi dan institusi pendidikan, Arcadia Tesi dapat menggabungkan kekuatan dalam menyediakan layanan kesehatan mental yang berkualitas dengan menawarkan program-program pendidikan kesehatan mental yang disesuaikan dengan kebutuhan institusi. Hal ini akan memperkuat keterlibatan dan kerjasama usaha baik dengan lembaga pendidikan maupun lembaga lainnya sehingga menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dan meningkatkan visibilitas Arcadia Tesi di kalangan mahasiswa dan masyarakat.

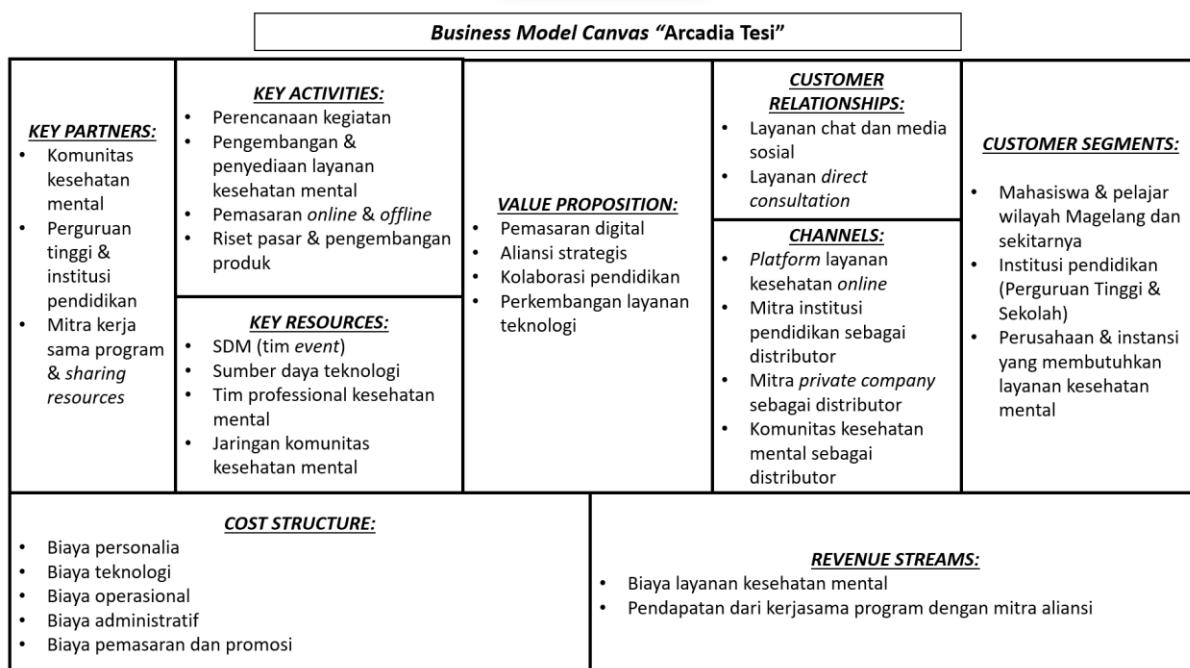
Strategi W-O Arcadia Tesi dapat memanfaatkan perkembangan teknologi berupa *platform online* untuk mengatasi keterbatasan aksesibilitas layanan kesehatan mental dan menjangkau pasar lebih luas. Arcadia Tesi juga dapat mengatasi kelemahan modal dan tingginya harga yang ditawarkan dengan mengajukan proposal kerjasama program ke perusahaan lain untuk menambah modal dari investor dan menekan biaya operasional sambil memanfaatkan peluang kerjasama dengan institusi pendidikan atau perusahaan yang membutuhkan. Bergabung dengan komunitas kesehatan mental lokal juga dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan konektivitas sekaligus menambah pengetahuan dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang membutuhkan layanan kesehatan mental. Selain itu, dengan menawarkan layanan kesehatan mental kepada perusahaan dan instansi lain, Arcadia Tesi dapat meningkatkan pemasaran produk dan memperluas basis klien. Strategi ini menggabungkan peningkatan efisiensi operasional dengan ekspansi pasar dan kemitraan aliansi strategis untuk memaksimalkan potensi pertumbuhan bisnis.

Arcadia Tesi juga perlu mengimplementasikan strategi S-T dengan mengatasi ancaman dari persaingan yang meningkat melalui penekanan pada *point of differentiation* dan *unique selling point* yang membedakan produk layanannya dibanding pesaing. Hal ini dilakukan dengan mengembangkan beragam layanan kesehatan mental yang lebih khusus atau unik, yang dapat menjadi keunggulan kompetitif dibandingkan dengan produk pesaing. Dengan menyediakan solusi yang lebih beragam dan sesuai dengan kebutuhan klien, Arcadia Tesi dapat memperkuat daya tariknya dan mempertahankan pangsa pasar. Lebih lanjut, untuk mengatasi ancaman ketersediaan *supplier* terbatas dan biaya pasokan sumber daya tinggi, Arcadia Tesi dapat menjalin kemitraan dengan mitra yang berkualitas tinggi dan memiliki pangsa pasar yang solid.

Strategi W–T menghasilkan strategi untuk mengatasi ancaman dari persaingan harga yang tinggi, Arcadia Tesi dapat mengoptimalkan biaya operasional. Dengan melakukan efisiensi dalam operasional, Arcadia Tesi dapat menurunkan harga produk usaha dan menawarkan harga promo untuk menciptakan keunggulan kompetitif serta sebagai respon dalam menanggapi persaingan harga. Adapun untuk mengatasi ancaman dari kurangnya pemasaran yang menarik, Arcadia Tesi dapat meningkatkan promosi *offline* dengan cara yang lebih kreatif. Selain itu, untuk mengatasi ancaman dari kurangnya pemahaman terhadap kebutuhan dan permintaan pasar terkait harga, Arcadia Tesi dapat melakukan riset pasar yang cermat. Riset pasar membantu usaha agar dapat memperoleh wawasan yang lebih baik tentang preferensi konsumen, kebutuhan pasar, dan tren yang dapat membimbing strategi pemasaran dan pengembangan produk usaha.

4.2 Business Model Canvas

Berikut ini adalah rumusan *Business Model Canvas* (BMC) yang mencerminkan strategi dan komponen-komponen utama untuk mengembangkan bisnis Arcadia Tesi.



Gambar 4. *Business Model Canvas*

Pada *customer segment*, perusahaan menargetkan mahasiswa di wilayah Magelang dan sekitarnya, institusi pendidikan, serta perusahaan dan instansi lain yang memerlukan layanan kesehatan mental. *Value propositions* mencakup pemasaran produk secara digital untuk menarik perhatian pasar, kemitraan kuat dengan komunitas kesehatan mental, dan kolaborasi dengan perguruan tinggi untuk menyediakan program pendidikan kesehatan mental. Arcadia Tesi menggunakan saluran distribusi *online* untuk layanan kesehatan mental dan menjalin kerjasama dengan institusi pendidikan serta perusahaan dan instansi lain sebagai saluran distribusi *offline* (*channel*). Hubungan dengan pelanggan (*customer relationship*) dilakukan melalui dukungan *online* dan *offline*.

Lebih lanjut, *revenue streams* berasal dari biaya layanan kesehatan mental dan pendapatan dari kerjasama program dengan perusahaan dan investor sebagai mitra aliansi yang sudah berbagi

sumber daya. Adapun, *key resources* melibatkan tim profesional kesehatan mental, jaringan komunitas kesehatan mental lokal, dan platform teknologi untuk layanan online. Sementara *key activities* melibatkan pengembangan dan penyediaan layanan kesehatan mental, pemasaran *online* dan *offline*, serta riset pasar dan pengembangan produk. *Key partners* mencakup komunitas kesehatan mental lokal, perguruan tinggi dan institusi pendidikan, serta perusahaan lain dalam kerjasama program dan pembiayaan.

Dalam hal *cost structure*, Arcadia Tesi harus memperhitungkan biaya personil, pemasaran, teknologi, operasional, kolaborasi dan kemitraan, riset dan pengembangan, administratif, serta modal dan pembiayaan. Strategi usaha mencakup pengoptimalkan biaya operasional, pemasaran kreatif *offline*, dan riset pasar untuk memahami kebutuhan dan permintaan pasar. Selain itu, Arcadia Tesi juga memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mengembangkan layanan yang lebih mudah diakses dan mengajukan proposal kerjasama program untuk mendapatkan tambahan modal. Dengan demikian, BMC Arcadia Tesi mencerminkan upaya dalam menyediakan produk layanan kesehatan mental yang inovatif, terjangkau, dan terintegrasi dengan kebutuhan pasar.

5. Kesimpulan

Hasil penelitian memberikan implikasi manajerial bagi pengelola Arcadia Tesi sebagai *Mental Healthiness Event Organizer*. Beberapa strategi yang dapat diimplementasikan oleh Arcadia Tesi berdasarkan kondisi internal (kekuatan dan kelemahan) serta kondisi eksternal (peluang dan ancaman) diantaranya yaitu menjalin kemitraan aliansi strategis dengan komunitas kesehatan mental, institusi pendidikan, dan institusi lainnya, diversifikasi produk sesuai kebutuhan mitra yang potensial, menekankan *point of differentiation* dan *unique selling point* yang membedakan dengan produk kompetitor, memaksimalkan komunikasi pemasaran secara *online* maupun *offline*, dan efisiensi biaya operasional. Lebih lanjut, strategi yang telah dirumuskan selanjutnya dianalisis berdasarkan *business model canvas* untuk mempermudah pebisnis Arcadia Tesi dalam memahami dan mengimplementasikan model bisnisnya. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada aspek metode, dimana strategi yang dirumuskan dianalisis berdasarkan SWOT dan BMC. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan alat perumusan strategi lainnya, atau mengkombinasikan dengan alat perumusan lainnya misalnya Matriks IE, analisis QSPM, atau analisis AHP.

Daftar Pustaka

- Ayuningtyas, D., Misnaniarti, M., & Rayhani, M. (2018). Analisis Situasi Kesehatan Mental Pada Masyarakat Di Indonesia Dan Strategi Penanggulangannya. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 9(1), 1–10. <https://doi.org/10.26553/jikm.2018.9.1.1-10>
- Darmayanti, K. K. H., Anggraini, E., Winata, E. Y., Fakhriya, S. D., Arini, D. P., Kristiyani, V., Purwasih, I., & Afifah, S. (2022). Level Depresi dan Dampaknya terhadap Ide Bunuh Diri pada Mahasiswa di Pulau Sumbawa. *Jurnal Psikologi*, 18(1), 63. <https://doi.org/10.24014/jp.v18i1.15792>
- Fatria, F. (2023). Investigasi Kualitatif: Sinegritas Perguruan Tinggi dalam Mencegah Perilaku Bunuh Diri Mahasiswa di Indonesia (Sebuah Proposal Penelitian). *Jurnal Psikologi Dan Konseling West Science*, 1(01), 9–18.
- Gloria. (2022). *Hasil Survei I-NAMHS: Satu dari Tiga Remaja Indonesia Memiliki Masalah*

Kesehatan Mental. UGM Berita. <https://ugm.ac.id/id/berita/23086-hasil-survei-i-namhs-satu-dari-tiga-remaja-indonesia-memiliki-masalah-kesehatan-mental/>

Hastutik, T. P., & Novitaningtyas, I. (2021). Ana Batik Magelang's Business Development Strategy Based on SWOT and Business Model Canvas. *International Journal of Marketing & Human Resource Research*, 2(4), 224–235. <https://doi.org/10.47747/ijmhrr.v2i4.348>

Hidayat, R., & Rahmat, R. (2018). Analisis SWOT Sebagai Dasar Keputusan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Server Pulsa Di Kota Batam: Studi Kasus Pada CV. Star Pratama. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 94–108.

Koswaraputra, D. I., Sinaga, B. M., & Andati, T. (2019). Pengembangan Bisnis Media The Jakarta Post Digital. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 177–186. <https://doi.org/10.17358/jabm.5.2.177>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran edisi 13 Jilid 1*. Penerbit Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 2*. Indeks.

Novitaningtyas, I., Achsa, A., & Rahardjo, B. (2020). Strategi Pemasaran Desa Brajan Menuju Desa Wisata Mandiri. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(3), 591–601. <https://doi.org/10.17358/jabm.6.3.591>

Prasetyo, R., & Rahardjo, B. (2022). Strategi Peningkatan Pemasaran Produk Kredit di Perumda BPR Bank Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 3(3), 96–106. <https://doi.org/10.47747/jnmprsdm.v3i3.796>

Priyono, F. (2015). Analisa Penerapan Business Model Canvas Pada Toko Moi Collection. *Agora*, 3(1), 358–363.

Rahardjo, B., Hasbullah, R., & Taqi, F. M. (2019). Coffee Shop Business Model Analysis. *Integrated Journal of Business and Economics*, 3(2), 140. <https://doi.org/10.33019/ijbe.v3i2.153>

Rahayu, I., Nurrochmat, D. R., & Fachrodji, A. (2015). Marketing Mix Analysis of Natural Tourism Area “Kawah Putih” and Its Effect on Visitors’ Decision. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 1(2), 72–80. <https://doi.org/10.17358/ijbe.1.2.72>

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit Alfabeta.

Zhang, X. (2012). Research on the Development Strategies of Rural Tourism in Suzhou Based on SWOT Analysis. *Energy Procedia*, 16, 1295–1299. <https://doi.org/10.1016/j.egypro.2012.01.207>