

SKRIPSI

**ANALISIS SWOT UNTUK MENENTUKAN STRATEGI BERSAING
PADA KANTOR KONSULTAN PAJAK TPP CONSULTING DI
DENPASAR**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**NAMA : NGURAH KUKUH MANUSA KERTI
NIM : 2115644149**

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN AKUNTANSI MANAJERIAL
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI
2025**

ANALISIS SWOT UNTUK MENENTUKAN STRATEGI BERSAING PADA KANTOR KONSULTAN PAJAK TPP CONSULTING DI DENPASAR

Ngurah Kukuh Manusa Kerti

2115644149

(Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial, Politeknik Negeri Bali)

ABSTRAK

Perusahaan memerlukan strategi yang tepat untuk menjaga kelangsungan usaha dan menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, termasuk dalam sektor jasa konsultan pajak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui posisi bersaing perusahaan dengan menganalisis faktor internal dan eksternal serta merumuskan strategi bersaing yang tepat bagi Kantor Konsultan Pajak TPP Consulting yang berlokasi di Renon, Denpasar. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Responden dalam penelitian ini adalah 10 orang karyawan dan pimpinan TPP Consulting yang dinilai memiliki informasi relevan terkait kondisi internal dan eksternal perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT, dengan pendekatan Matriks IFAS dan EFAS, serta perumusan strategi menggunakan Matriks SWOT dan Diagram SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TPP Consulting berada pada kuadran I (strategi agresif) dengan nilai selisih kekuatan dan kelemahan sebesar 2,45 serta selisih antara peluang dan ancaman sebesar 0,90. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan internal yang dominan seperti SDM profesional, pengalaman kerja yang tinggi, serta komunikasi internal yang efektif. Kekuatan tersebut memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan peluang seperti meningkatnya permintaan jasa konsultan pajak, posisi lokasi yang strategis di Kota Denpasar, serta penggunaan media sosial untuk promosi. Strategi SO yang diusulkan meliputi: memaksimalkan kualitas SDM dalam menjawab kebutuhan klien, memperluas jaringan kerja sama bisnis melalui relasi, membangun branding melalui media sosial, menyediakan edukasi perpajakan bagi pelaku usaha baru, serta menjaga loyalitas dan kepercayaan klien dengan pelayanan yang terbuka dan bertanggung jawab. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan strategis dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan berkelanjutan perusahaan.

Kata Kunci: Strategi Bersaing, Analisis SWOT, IFAS, EFAS

SWOT ANALYSIS FOR DETERMINING COMPETITIVE STRATEGIES AT TPP CONSULTING TAX OFFIC IN DENPASAR

Ngurah Kukuh Manusa Kerti
2115644149

(Bachelor Program in Managerial Accounting, Bali State Polytechnic)

ABSTRACT

Companies require appropriate strategies to sustain their operations and face increasingly intense business competition, particularly in the tax consulting services sector. This study aims to identify the company's competitive position by analyzing internal and external factors and to formulate suitable competitive strategies for Trust Prime Professional (TPP) Consulting, a tax consulting firm located in Renon, Denpasar. This research is a descriptive qualitative case study. The respondents consisted of 10 individuals, including employees and management of TPP Consulting, who were considered to have relevant insights regarding the company's internal and external conditions. The data analysis technique used is the SWOT analysis approach, employing IFAS and EFAS matrices, as well as SWOT Matrix and SWOT Diagram to formulate strategic recommendations. The results of the study show that TPP Consulting is positioned in Quadrant I (aggressive strategy) with a strength–weakness differential score of 2.45 and an opportunity–threat differential score of 0.90. This indicates that the company possesses dominant internal strengths, such as a professional workforce, high work experience, and effective internal communication. These strengths enable the company to leverage opportunities, including the growing demand for tax consulting services, its strategic location in Denpasar City, and the use of social media for promotion. The proposed SO strategies include: optimizing the competence of human resources to meet client demands, expanding business networks through leadership relations, enhancing brand image via social media, offering tax education to new business owners, and maintaining client loyalty through transparent and responsible services. The findings of this study are expected to serve as a strategic reference to enhance competitiveness and ensure sustainable business growth.

Keyword: *Competitive Strategy, SWOT Analysis, IFAS, EFAS*

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Abstrak.....	ii
<i>Abstract</i>	iii
Halaman Prasyarat Gelar Sarjana Terapan.....	iv
Halaman Surat Pernyataan Orisinalitas Karya Ilmiah	v
Halaman Persetujuan Usulan Proposal Penelitian	vi
Halaman Penetapan Kelulusan.....	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Kajian Teori.....	9
E. Kajian Penelitian yang Relevan	17
F. Alur Pikir.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Jenis Penelitian.....	21
B. Lokasi/Tempat dan Waktu Penelitian.....	21
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	22
D. Keabsahan Data.....	25
E. Analisis Data	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
A. Data dan Hasil Pengolahan Data	32
B. Hasil Analisis	42
C. Pembahasan.....	45
D. Keterbatasan Penelitian	56
BAB V PENUTUP	58
A. Simpulan	58
B. Implikasi.....	59
C. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Konsultan Pajak Di Kota Denpasar	1
Tabel 3.1 Model Matriks IFAS	28
Tabel 3.2 Model Matriks EFAS.....	30
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	38
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	39
Tabel 4.3 Matriks SWOT KKP TPP Consulting	40
Tabel 4.4 Matriks Internal Factors Analysis Strategy (IFAS)	42
Tabel 4.5 Matriks Eksternal Factors Analysis Strategy (EFAS).....	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Pikir Penelitian	23
Gambar 3.1 Diagram SWOT	31
Gambar 3.2 Model Matriks SWOT	32
Gambar 4.1 Diagram Analisis SWOT	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pernyataan Kuesioner Penelitian Analisis IFAS dan EFAS

Lampiran 2. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Analisis SWOT pada Kantor
Konsultan Pajak TPP Consulting

Lampiran 3. Hasil Kuesioner Penelitian IFAS dan EFAS untuk Setiap Responden

Lampiran 4. Contoh Perhitungan Bobot

Lampiran 5. Contoh Perhitungan Rating

Lampiran 6. Hasil Rekapitulasi Kuesioner IFAS

Lampiran 7. Hasil Rekapitulasi Kuesioner EFAS



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia teknologi dan globalisasi yang semakin maju menimbulkan persaingan di dunia bisnis semakin ketat sehingga para pelaku pasar dan pesaing berlomba-lomba untuk menciptakan berbagai macam strategi bersaing dengan tujuan untuk memperoleh posisi pemimpin pasar dan mempertahankan kinerjanya. Perusahaan harus menyusun dan membuat rencana strategis untuk menghadapi persaingan global yang terjadi jika ingin berkembang dalam dunia bisnis yang kompetitif dengan begitu banyak pesaing (Tarigan dan Ambarita, 2021).

Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang tepat dan efektif untuk mengatasi hambatan tersebut. Untuk memilih rencana keunggulan kompetitif terbaik bagi perusahaan, pelaku bisnis harus menganalisis kondisi pasar dan posisi perusahaan di dalamnya. Hal ini dapat dicapai dengan melaksanakan analisis SWOT, yang mengkaji lingkungan perusahaan dari luar maupun dalam perusahaan. Analisis SWOT adalah singkatan dari *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Model SWOT dipakai untuk menganalisis bisnis, baik yang berorientasi *profit* maupun nirlaba, dengan tujuan utama memahami kondisi organisasi secara menyeluruh.

Penerapan SWOT pada perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu gambaran atau panduan agar perusahaan bisa lebih fokus untuk merencanakan

strategi yang nantinya dapat diterapkan dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang ada di dalam perusahaan baik dari sisi internal (kekuatan dan kelemahan) serta dari sisi eksternal (peluang dan ancaman) secara lebih efisien.

Pada penelitian terhadap PT Menara Angkasa Semesta Cabang Sentani, Kamaluddin, (2020) menemukan bahwa kekuatan internal cabang tersebut lebih besar daripada kelemahannya, dan peluang eksternal lebih besar dari pada ancaman. Oleh karena itu, strategi S-O yang melibatkan implementasi rencana dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada merupakan tindakan terbaik. Mengingat perusahaan saat ini berada di kuadran V. PT Menara Angkasa Semesta Cabang Sentani disarankan untuk mengadopsi strategi pertumbuhan dengan konsentrasi melalui integrasi horizontal. Hal ini dapat dicapai dengan memperluas segmen pasar, bekerja sama dengan bisnis yang mempunyai visi yang sama, membangun hubungan pelanggan yang positif, dan mematuhi proses dan perizinan yang berlaku.

Mangiring Siburian, (2020) melaksanakan penelitian pada PT ABC berdasarkan hasil analisis menunjukan bahwa PT ABC berada pada kuadran I dimana perusahaan mempunyai kekuatan pada pemasaran dan produk. PT ABC mempunyai peluang besar untuk tumbuh dan menambah pasar pemasaran serta melaksanakan ekspansi pabrik karena sudah mempunyai jaringan pemasaran yang baik dan sudah lama.

Di tengah pergerakan dan persaingan bisnis barang dan jasa yang semakin ketat di dunia hal tersebut berdampak juga ke semua negara khususnya Indonesia, menurut data pada laporan resmi dari Badan Pusat Statistik (BPS)

menyatakan bahwa pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) bidang jasa di Indonesia mengalami peningkatan yang tinggi, hal tersebut dibuktikan oleh Pertumbuhan PDB dari Sektor jasa memperlihatkan peningkatan yang kuat pada tahun 2024, dengan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia secara keseluruhan yang mencapai 9,80%. Dari beragam jenis bisnis di bidang jasa di Indonesia salah satu jenis bisnis di bidang jasa terpenting lainnya adalah jasa konsultan yakni salah satunya kantor konsultan pajak karena sangat berperan penting dalam pemasukan suatu negara.

Konsultan pajak membantu individu dan bisnis dalam segala aspek kewajiban perpajakan mereka, mulai dari perencanaan awal dan kepatuhan hingga pelaporan SPT akhir. Hal ini dikarenakan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 sudah menetapkan sistem penilaian mandiri (*self-assessment*), yang mewajibkan wajib pajak untuk menentukan dan memenuhi kewajiban perpajakannya sendiri. Akibatnya, banyak wajib pajak yang masih belum yakin bagaimana cara memenuhi kewajiban perpajakannya secara mandiri. Oleh karena itu, wajib pajak membutuhkan saran yang relevan dengan bidang perpajakan, yakni jasa konsultan perpajakan.

Adapun syarat menjadi konsultan pajak adalah sudah menjadi anggota pada salah satu asosiasi konsultan pajak yang sudah terdaftar di Direktorat Jenderal Pajak dan mempunyai sertifikat Konsultan Pajak. Dari banyaknya jumlah konsultan pajak yang tersebar di seluruh provinsi di Indonesia berikut merupakan beberapa daftar Konsultan Pajak di provinsi Bali khususnya di kota

Denpasar yang sudah terdaftar pada Direktorat Jenderal Pajak dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Daftar Konsultan Pajak Di Kota Denpasar

No	Nama Konsultan	Tingkat	Nama KKP
1	I Ketut Suastika	C	Tax Bind Consulting
2	I Komang Yastana	C	Yastana Consulting
3	I Kadek Agus Ardika	C	LMATS Consulting
4	I Kadek Sumadi	C	SWS Consulting
5	Ida Bagus Suadmaya	C	IBS Consulting
6	I Kadek Sumadi	C	SWS Consulting
7	Made Susila Darma	C	Darma Consulting
8	Ida Bagus Made Utama	C	IBU Consulting
9	Gede Udik Apriadi	C	GMP Consulting
10	I Ketut Redina	B	KKP I Ketut Redina, SE., SH., BKP. & Rekan
11	I Dewa Made Partika	B	Bakas Consulting
12	Ketut Alit Adi krisna	B	Chandra Consulting
13	I Gusti Ketut Wira Widianana	B	Satvika Consulting
14	Gede Teja Purna Ariawan	B	TPP Consulting
15	Ni Nyoman Eka Yani	B	KKP Ni Nyoman Ekayani, SE., Ak.BKP

Sumber: sikop.kemenkeu.go.id, 2025

Dari banyaknya jumlah kantor konsultan pajak di Kota Denpasar maka akan menimbulkan persaingan yang ketat antar sesama konsultan pajak. Persaingan yang semakin ketat ini diperburuk oleh munculnya konsultan pajak baru yang menawarkan strategi pemasaran dan layanan lebih inovatif. Selain itu, munculnya konsultan pajak baru tanpa lisensi yang menawarkan tarif lebih rendah dapat menimbulkan persaingan yang tidak sehat. Kondisi ini berpotensi menurunkan kepercayaan wajib pajak terhadap konsultan pajak resmi yang telah bersertifikasi serta dapat menggerus pangsa pasar bagi TPP Consulting. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki strategi bersaing yang tepat agar mampu menghadapi kompetitor seperti konsultan pajak yang tidak resmi sekaligus menjaga citra profesionalisme di mata klien.

Seiring meningkatnya jumlah konsultan pajak, persaingan tidak hanya terfokus pada jumlah klien, tetapi juga mencakup peningkatan kualitas layanan, kecepatan penyelesaian administrasi, serta kemampuan untuk merespons perubahan regulasi perpajakan secara cepat dan tepat. Kantor Konsultan Pajak *Trust Prime Professional Consulting* atau bisa juga disingkat menjadi TPP Consulting merupakan salah satu konsultan pajak yang berada di kota Denpasar dan mulai beroperasi pada tahun 2020 beralamat di Jl. Tukad Badung II No.1 Ruko No. A, Renon, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali yang sudah bersertifikasi pajak tingkat A, dan B yang dimana konsultan pajak dengan tingkat A, dan B menangani perihal pajak pribadi dan badan sehingga belum dapat menangani perihal pajak internasional karena belum mempunyai tingkat pajak C oleh karena itu TPP Consulting sebagian besar hanya menangani klien dalam negeri atau UMKM.

Untuk tetap bertahan dalam persaingan yang ketat, TPP Consulting membutuhkan perencanaan yang solid dan strategi bersaing yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif. Tanpa strategi yang tepat, pertumbuhan bisnis akan terhambat oleh banyaknya pesaing di pasar. Dengan demikian, TPP Consulting harus mampu memahami posisinya di tengah persaingan dan mengembangkan strategi yang sesuai agar tetap relevan dan diminati. Oleh karena itu, analisis SWOT sangat penting dalam menentukan strategi bisnis bagi TPP Consulting.

Penggunaan analisis SWOT dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa metode ini mampu memberikan gambaran yang

menyeluruh mengenai kondisi internal dan eksternal perusahaan. Melalui identifikasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*), TPP Consulting dapat mengetahui posisi aktualnya dalam persaingan. Analisis ini penting karena persaingan jasa konsultan pajak di Kota Denpasar semakin ketat seiring bertambahnya jumlah kompetitor, sehingga diperlukan metode yang objektif dan terstruktur dalam menentukan strategi bersaing. SWOT juga memberikan kerangka yang sistematis untuk merumuskan strategi yang tepat sasaran, baik dengan cara memanfaatkan kekuatan dan peluang, maupun dengan mengantisipasi kelemahan dan ancaman yang ada. Dengan demikian, analisis SWOT relevan digunakan untuk membantu TPP Consulting dalam merancang strategi yang sesuai dengan kondisi perusahaan sekaligus menyesuaikan diri terhadap dinamika pasar, sehingga perusahaan mampu meningkatkan daya saing dan memastikan keberlanjutan usahanya.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka dapat diambil judul pada penelitian ini yakni “ Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Bersaing Pada Kantor Konsultan Pajak TPP Consulting Di Denpasar”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah, sebagai berikut:

1. Bagaimanakah posisi perusahaan kantor konsultan pajak TPP Consulting jika dianalisis menggunakan analisis SWOT?

2. Bagaimanakah strategi bersaing pada kantor konsultan pajak TPP Consulting dengan menggunakan analisis SWOT?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih fokus dan memperjelas apa yang akan diteliti maka ditetapkan batasan masalah dalam penelitian ini. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebatas bagaimana strategi bersaing yang dapat diimplementasikan oleh Kantor Konsultan Pajak TPP Consulting dengan analisis SWOT.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini, diantaranya adalah:

- a. Untuk mengetahui posisi dari Kantor Konsultan Pajak TPP Consulting jika dianalisis memakai analisis SWOT.
- b. Untuk Menentukan strategi bersaing pada Kantor Konsultan Pajak TPP Consulting jika dianalisis memakai analisis SWOT.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak yang membutuhkan, baik manfaat secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui posisi perusahaan dalam persaingan serta strategi bisnis apa yang tepat untuk diterapkan dengan menganalisis faktor internal (kekuatan dan kelemahan dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) dengan analisis SWOT.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Mahasiswa

Penelitian ini, Diharapkan bahwa penelitian ini akan berkontribusi pada pemahaman yang lebih mendalam tentang manajemen strategis, khususnya analisis SWOT di tempat kerja

2) Bagi Perusahaan

Penelitian ini, diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada Kantor Konsultan Pajak TPP Consulting dan bermanfaat sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan strategi bersaing guna tercapainya tujuan dan kelancaran usaha.

3) Bagi Politeknik Negeri Bali

Penelitian ini, diharapkan dapat berguna sebagai tambahan referensi dan literatur mengenai manajemen strategi yakni analisis SWOT bagi mahasiswa yang tertarik melaksanakan penelitian dengan topik sejenis.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Merujuk pada hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan dalam Bab IV, dapat disimpulkan bahwa posisi perusahaan serta strategi bersaing yang diterapkan oleh Kantor Konsultan Pajak TPP Consulting dirumuskan sebagai berikut:

1. Posisi Kantor Konsultan Pajak TPP Consulting berdasarkan analisis SWOT dapat dilihat dari analisis IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*) dan EFAS (*External Factor Analysis Strategy*) berupa diagram SWOT yang berada pada kuadran I (strategi agresif), yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan internal yang dominannya tinggi dan mampu memanfaatkan peluang eksternal secara optimal. Dengan demikian, posisi TPP Consulting saat ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki potensi pertumbuhan yang besar namun tetap perlu mengantisipasi berbagai tantangan pasar dan operasional.
2. Strategi bersaing TPP Consulting berdasarkan analisis SWOT adalah strategi agresif (SO), dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk merespons peluang eksternal. Strategi yang diterapkan mencakup memaksimalkan profesionalisme dan pengalaman kerja SDM untuk menjawab kebutuhan jasa perpajakan yang terus meningkat, memperluas jaringan kerja sama bisnis melalui relasi yang dimiliki pimpinan perusahaan, memanfaatkan lokasi strategis di Renon, Denpasar untuk

menjangkau klien lokal secara langsung, serta membangun branding Perusahaan melalui media sosial dengan menonjolkan nilai fleksibilitas kerja, budaya yang harmonis, dan kualitas layanan yang terpercaya. Selain itu, strategi lainnya yang dapat dilakukan adalah memberikan layanan edukasi perpajakan kepada pelaku usaha baru dan UMKM, serta menyusun sistem kerja berbasis spesialisasi agar tugas lebih efisien dan kerja lembur bisa dikurangi. Perusahaan juga perlu tetap menjaga kepercayaan klien dengan bersikap jujur, terbuka, dan bertanggung jawab dalam setiap interaksi, serta memperkuat loyalitas klien melalui komunikasi yang baik dan dukungan layanan yang profesional dan konsisten.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disampaikan suatu implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini menunjukkan bahwa analisis SWOT sangat bermanfaat untuk mengetahui posisi perusahaan dan menentukan strategi yang tepat, khususnya pada kantor konsultan pajak. Hasil analisis menempatkan TPP Consulting pada posisi strategi agresif, artinya perusahaan memiliki banyak kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk berkembang. Penelitian ini juga menambah pemahaman tentang bagaimana faktor internal (kekuatan dan kelemahan)

serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) dapat digabungkan untuk menghasilkan strategi yang tepat.

2. Implikasi Praktis

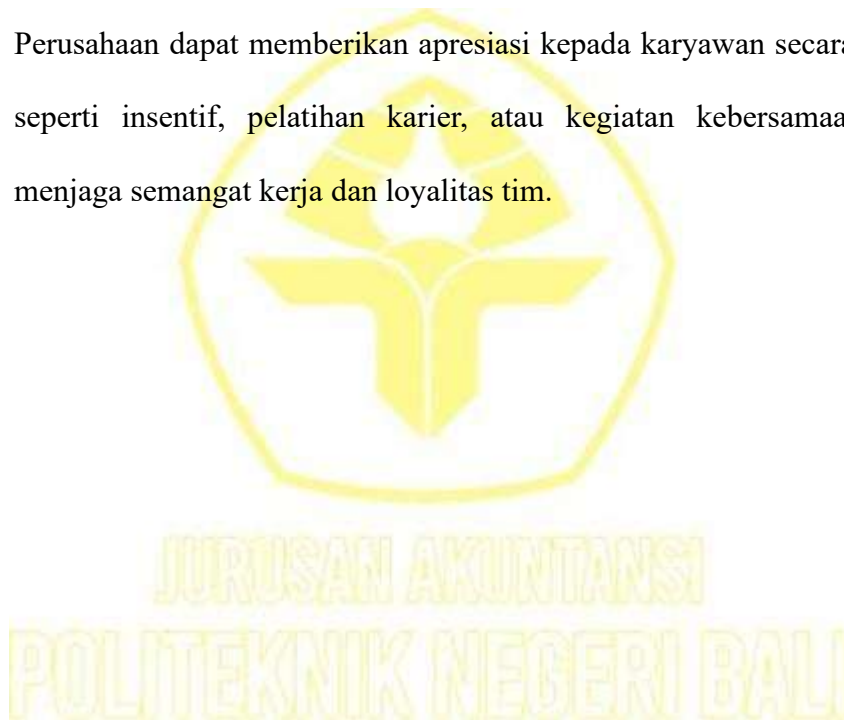
Hasil penelitian ini memberikan saran nyata bagi TPP Consulting untuk terus meningkatkan keunggulan yang dimiliki guna menghadapi persaingan dan memanfaatkan peluang yang ada. Perusahaan disarankan untuk meningkatkan kemampuan staf melalui pelatihan dan sertifikasi, memperkuat promosi melalui media sosial, serta memperluas kerja sama dengan relasi bisnis. Selain itu, perusahaan juga perlu menyesuaikan diri dengan perubahan aturan pajak dan menjaga kualitas layanan agar tetap dipercaya klien. Dengan langkah-langkah ini, TPP Consulting dapat meningkatkan jumlah klien dan mempertahankan posisinya di tengah persaingan yang semakin ketat.

C. Saran

Adapun saran yang hendaknya dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi Kantor Konsultan Pajak TPP Consulting antara lain:

1. Perusahaan disarankan untuk mempertahankan posisi Perusahaan yakni strategi agresif (S-O) dengan memaksimalkan kekuatan internal seperti kompetensi SDM, kepercayaan klien, dan pengalaman kerja tim.
2. Perusahaan dapat meningkatkan jumlah serta kualitas SDM melalui pelatihan dan sertifikasi lanjutan, seperti Brevet C, serta memperkuat keterampilan komunikasi dan penggunaan teknologi dalam pelayanan.

3. Perusahaan hendaknya memanfaatkan peluang meningkatnya permintaan jasa konsultan pajak dengan memperluas cakupan layanan ke luar Bali serta mengoptimalkan platform digital untuk layanan konsultasi secara online.
4. Perusahaan hendaknya menjaga hubungan baik dengan klien melalui komunikasi yang terbuka, pelayanan yang responsif, serta transparansi dalam penentuan *fee* layanan.
5. Perusahaan dapat memberikan apresiasi kepada karyawan secara berkala seperti insentif, pelatihan karier, atau kegiatan kebersamaan untuk menjaga semangat kerja dan loyalitas tim.



DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., & Formen, A. (2023). Penggunaan Matrik IFAS dan EFAS untuk Analisis SWOT Sarana dan Prasarana di Satuan PAUD. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora (Isora)*, 1(2), 47–60. <https://isora.tpublising.org/index.php/isora>
- Cholistiana, N. (2024). Peran Analisis Swot dalam Perumusan Strategi Bisnis untuk Ukm dalam Menghadapi Persaingan Global. *Jurnal Inovasi Global*, 2(7), 751–764. <https://doi.org/10.58344/jig.v2i7.118>
- Elvana, Y., Hariyati, H., & Setianto, B. (2022). Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Bersaing Saat Masa Pandemi Covid-19 Pada Rumah Sakit Islam Surabaya. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(11), 5132–5147. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1807>
- Kamaluddin, I. (2020). Analisis SWOT Untuk Merumuskan Strategi Bersaing Pada PT MENARA ANGKASA SEMESTA CABANG SENTANI. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(4), 342–354. <https://doi.org/10.31933/JIMT>
- Lucky, A. N., Lestari, A. S. A., Aprilia, D. D., Arum, D. S., Mukti, N. F., & Apriliansyah, W. (2024). Implementasi Swot Dalam Mengoptimalkan Manajemen Strategik Pada Bisnis Modern. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(6), 1–13. <https://doi.org/10.572349/neraca.v2i6.1662>
- Siburian, M. A. (2020). Implementasi Analisis SWOT Dalam Perencanaan Strategi Bersaing Perusahaan Manufaktur Kimia (Studi Kasus Pada PT ABC). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(4), 372–384. <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i4.189>
- Maristela, T. N., Mitan, W., Eo, E., & Goo, K. (2024). Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Usaha Penjahit Rumahan dengan Pendekatan Analisis SWOT (Studi Kasus pada Usaha Jahit Ibu Mersi di Desa Habi). *Ilmiah Pariwisata*, 20, 10. <https://doi.org/https://doi.org/10.56910/gemawisata.v20i2.340>
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Qosim, Q., Yaumi, S., Winarsih, T., & Jariatul, R. (2023). Analisis SWOT: Problem Kantor Konsultan Pajak X Kabupaten Lamongan. *Media Mahardhika*, 22(1), 159–169. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v22i1.801>

- Sari, E., & Rini, A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Pada UMKM Nawasena Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(5), 171–180. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i5.144>
- Tarigan, W. J., & Ambarita, I. M. (2021). Penerapan Manajemen Strategi Dalam Menghadapi Persaingan Pasar (Studi Kasus Pada Telkomsel Cabang Pematangsiantar). *Jurnal Ilmiah Accusi*, 3(1), 28–39. <https://doi.org/10.36985/jia.v3i1.67>
- Lake, Y., Timo, F., & A. F. A. (2024). Dengan Analisis Lima Kekuatan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(Kefamenanu 85613), 15. <https://doi.org/https://doi.org/10.58290/jmbo.v3i1.260>
- Yusuf, D., & Sukma, A. D. (2021). Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Di Apotek Ben Do Sehat Pahonjean. *Respati*, 16(1), 24. <https://doi.org/10.35842/jtir.v16i1.385>
- Fawwaz, S. A., & Surianto, M. A. (2025). ANALISIS STRATEGI BERSAING ADAMTOUR & TRAVEL MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v9i1.4927>
- Muthmainnah, H., & Triyanto, A. (2024). Analisis Strategi Bersaing Pada Bisnis Kuliner (Studi Kasus Pizza Apa Ya). *GREAT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(1), XXXX–XXXX. <https://doi.org/10.62108/great.v1i1.546>
- Rossanty, A. Z., Rahmi, A., Maya, A. C., Siagian, D. A., & Tiarapuspa. (2023). Analisis Strategi Bersaing Pada Jasa Laundry (Studi Kasus Pada 34 Laundry). *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 2419–2430. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.17118>
- Khoirunnisa, A. (2020). Analisis penerapan strategi generik Porter dalam meningkatkan daya saing perusahaan (Studi kasus bisnis kuliner sehat “Naturicha Healthy Food and Drink”). *Jurnal Manajemen, Pendidikan dan Ilmu Sosial (JMPIS)*, 1(1), 274–291. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v1i1.262>