

## **Tantangan X Peluang : Strategi *Give, Give, and Give* Manuru.Id dalam Upaya Meningkatkan Integritas Akademik**

Afreshia Laffintha Asmy<sup>1\*</sup>, Dea Irma Firmanda<sup>2</sup>, Hesti Yuliasari<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Universitas Negeri Malang

[\\*afreshia.laffintha.2104226@students.um.ac.id](mailto:afreshia.laffintha.2104226@students.um.ac.id)

### **Abstrak**

Tujuan penulisan artikel ini untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai bisnis digital di lapangan secara langsung, serta membangun pemikiran kritis dan inovatif dalam menghadapi tantangan dan peluang bisnis digital. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus deskriptif dengan wawancara dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Wawancara dilakukan secara langsung dengan owner Manuru.id. Penelitian ini menunjukkan strategi *give, give, give* yang digunakan oleh Manuru.id dalam manajemen dan pemasaran dapat memberikan edukasi kepada audiens Manuru.id di berbagai platform media sosial yang dimiliki Manuru.id. Strategi manajemen dan pemasaran yang efektif dapat membantu menarik lebih banyak pengguna dan meningkatkan penjualan jasa Manuru.id. Hal ini akan berkontribusi pada peningkatan integritas akademik dan menciptakan lingkungan akademik yang lebih kondusif.

**Kata Kunci:** Bisnis Digital, Plagiasi, Akademik

### **Abstract**

*The aim of writing this article is to gain a comprehensive understanding of digital business in the field directly, as well as develop critical and innovative thinking in facing digital business challenges and opportunities. This research uses a descriptive case study method with interviews and documentation as data collection techniques. The interview was conducted directly with the owner of Manuru.id. This research shows that the give, give, give strategy used by Manuru.id in management and marketing can provide education to the Manuru.id audience on various social media platforms owned by Manuru.id. Effective management and marketing strategies can help attract more users and increase sales of Manuru.id services. This will contribute to improving academic integrity and creating a more conducive academic environment.*

**Keywords:** Digital Business, Plagiarism, Academics

### **PENDAHULUAN**

Bisnis digital merupakan sebuah usaha untuk mendapatkan keuntungan dengan memaksimalkan pemanfaatan teknologi baik pada proses operasional maupun produk yang dihasilkan (Fahrezi & Rizaldi, 2023; Windi & Mursid, 2021). Perkembangan teknologi dan digitalisasi yang pesat telah membuka peluang besar bagi wirausahawan kreatif untuk membuka bisnis digital baru (Handayani & Agustina, 2022; Hisrich & Soltanifar, 2021; Richter et al., 2017). Transformasi tersebut mengubah cara orang berinteraksi, bertransaksi, berbelanja, berkomunikasi, dan mengubah perilaku konsumen (Hoyer et al., 2020; Piccinini et al., 2015). Peluang bisnis meningkat seiring dengan transformasi digital yang diikuti tingginya permintaan dan penawaran pasar terhadap produk maupun layanan digital. Fenomena ini tercermin dengan munculnya perusahaan-perusahaan digital yang menawarkan produk dan layanan digital. Produk dan layanan digital tersebut menawarkan kemudahan dan efisiensi yang tidak ditawarkan oleh bisnis konvensional (Lestari, 2021).

Perkembangan bisnis digital telah mempengaruhi lanskap ekonomi global secara fundamental (Li et al., 2020). *Digital Start-up* seperti Facebook, Amazon, Google, dan X telah membuktikan bahwa model bisnis digital dapat meraih kesuksesan. Bisnis digital tidak terbatas

pada produk dan layanan digital, melainkan dapat berupa model bisnis seperti aplikasi, platform digital, maupun *virtual management*. Di Indonesia, banyak bermunculan *digital star-up* yang memiliki model bisnis inovatif seperti menawarkan jasa ojek *online*, antar makanan, hingga layanan kesehatan. Pertumbuhan pesat bisnis digital ini tidak hanya mengubah paradigma bisnis secara keseluruhan, tetapi juga memberikan peluang bagi wirausahawan kreatif (Tunjungsari & Ginting, 2020).

Perkembangan digital memberikan kesempatan bagi masyarakat dari berbagai kalangan untuk mengelaborasi kemampuan dan pengetahuan untuk membuka bisnis digital (Syahputra et al., 2023). Misalnya saja, mahasiswa yang memiliki kemampuan berniaga dapat memanfaatkan *e-commerce* sebagai media untuk memperdagangkan produknya ke berbagai lokasi geografis. Mahasiswa merupakan bagian dari kalangan sosial yang erat kaitannya dengan digitalisasi. Dalam konteks bisnis digital, mahasiswa memiliki keunggulan yang unik dalam memanfaatkan peluang bisnis digital. Sebagai konsumen digital yang aktif, mahasiswa memiliki pemahaman yang mendalam mengenai perilaku dan preferensi konsumen di lingkungan digital (Ramadhan & Destiani, 2022). Mahasiswa secara intuisi memiliki pemahaman terhadap tren, fitur aplikasi, dan pengalaman yang baik dalam menggunakan aplikasi digital (Page, 2014). Kecakapan dalam menguasai fitur dan alat pada platform digital memudahkan mahasiswa dalam membangun bisnis digital.

Di sisi lain, perkembangan digital membawa dampak negatif di berbagai bidang, khususnya di lingkungan akademik. Plagiarisme merupakan tindakan mencuri maupun menjiplak karya orang lain dan diakui sebagai karya sendiri tanpa memberikan sitasi pada sumber ide tersebut. Berdasarkan penelitian Pratiwi & Aisya (2021), disebutkan bahwa perkembangan teknologi *copy paste* mendorong peningkatan plagiarisme yang sulit dideteksi. Terdapat berbagai tantangan dalam mengembangkan bisnis digital. Penelitian terdahulu oleh Tjiek & Nugraha (2009) juga menunjukkan perkembangan teknologi *open access* pada disertasi dan tesis menyuburkan tindak plagiarisme. Plagiarisme merupakan pelanggaran etika serius yang dalam jangka panjang akan menghambat pengembangan pengetahuan. Dengan demikian, diperlukan langkah-langkah konkret untuk mengatasi tindakan plagiarisme. Pelatihan turnitin pada kalangan akademisi dan mahasiswa secara efektif menurunkan tindakan plagiarisme (Rofiki et al., 2022). Selain itu, pelatihan teknik penulisan parafrase, peningkatan peran pembimbing penelitian, membangun data bank jurnal di setiap lembaga penelitian, dan sosialisasi etika penulisan serta sanksi bagi pelaku dapat mencegah tindakan plagiarisme (Lubis et al., 2023; Sahla et al., 2019; Sulistyaningsih, 2017).

Tantangan pada tindak plagiarisme dapat dikaitkan dengan peluang bisnis digital baru. Mahasiswa sebagai *digital natives* cenderung terbuka terhadap perkembangan teknologi guna memaksimalkan inovasi-inovasi baru (Pechenkina & Aeschliman, 2017; Tóth et al., 2022). Kecakapan dalam menguasai fitur dan alat pada platform digital memudahkan mahasiswa dalam membangun bisnis digital. Keunggulan unik tersebut dapat digunakan mahasiswa untuk mengembangkan bisnis digital dalam upaya mencegah tindakan plagiarisme dan meningkatkan integritas akademik. Pengembangan bisnis digital tersebut dapat diwujudkan melalui pemberian layanan jasa digital turnitin dan jasa parafrase seperti yang ditawarkan oleh Manuru.id.

Manuru.id merupakan bisnis digital yang memberikan layanan cek plagiasi, jasa parafrase, pembuatan *power point*, dan perbaikan format dokumen. Penulis tertarik melakukan penelitian pada Manuru.id untuk mendapat pemahaman yang mendalam terhadap pengembangan bisnis digital secara langsung. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap strategi manajemen dan pemasaran yang diterapkan

Manuru.id dalam upaya meningkatkan integritas akademik. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana peran strategi yang diterapkan bisnis dalam mengatasi permasalahan bisnis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi bisnis dalam menerapkan strategi sistematis yang tepat untuk mencapai tujuan bisnis. Penelitian ini juga memberikan kontribusi teoritis untuk menambah wawasan terkait praktik bisnis di era digital.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Strategi Manajemen**

Penerapan strategi manajemen yang baik sangat penting bagi keberlangsungan bisnis, terutama dalam tiga aspek utama: manajemen sumber daya manusia (SDM), alur bisnis, dan hak serta fasilitas bagi karyawan. Penelitian ini menggunakan teori Sumber Daya Manajemen menurut Rosyidawaty & Sembiring (2018) untuk menganalisis strategi manajemen bisnis yang meliputi rekrutmen dan seleksi karyawan yang tepat, pelatihan dan pengembangan karyawan secara berkelanjutan, serta evaluasi kinerja yang adil dan objektif. Hak dan fasilitas yang memadai bagi karyawan juga menjadi komponen penting manajemen sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan dan kinerja mereka (Fauzi & Manao, 2023).

### **Strategi Pemasaran**

Integrasi strategi pemasaran dengan pemanfaatan teknologi digital sangat penting dilakukan bisnis digital, khususnya melalui pembuatan konten di media sosial dengan fokus pada pemberian edukasi kepada konsumen. Konsumen saat ini cenderung mencari informasi secara online sebelum membuat keputusan pembelian, sehingga konten edukatif di media sosial menjadi kunci dalam menarik perhatian dan membangun hubungan dengan konsumen (Permadi & Harahap, 2023). Konten edukatif yang memberikan nilai tambah, seperti tutorial, tips, dan informasi relevan, tidak hanya meningkatkan keterlibatan konsumen tetapi juga membangun kepercayaan dan otoritas merek dalam industri tertentu.

### **Pencegahan Plagiarisme melalui Cek Plagiasi dan Parafrase**

Plagiarisme menjadi masalah serius dalam dunia akademik dan industri, yang dapat menghambat pengembangan pengetahuan serta melanggar etika penulisan yang berlaku. Cek plagiasi merupakan salah satu alat yang efektif dalam mendeteksi keberadaan konten yang disalin secara langsung dari sumber lain tanpa mencantumkan referensi yang sesuai. Dengan menggunakan teknologi canggih, seperti algoritma pencocokan teks, cek plagiasi dapat mengidentifikasi kesamaan antara teks yang diaudit dengan database digital yang luas, termasuk jurnal ilmiah, buku, dan situs web (Lubis et al., 2023). Selain itu, pemanfaatan teknik parafrase juga merupakan strategi yang efektif dalam mencegah plagiarisme dengan cara mengubah struktur dan bahasa teks asli tanpa mengubah makna atau konsep yang terkandung di dalamnya (Sulistyaningsih, 2017).

### **Pencegahan Plagiarisme untuk Meningkatkan Integritas Akademik**

Pencegahan plagiarisme memiliki peran yang krusial dalam meningkatkan integritas akademik di lingkungan pendidikan. Plagiarisme merujuk pada tindakan mengambil ide atau karya orang lain tanpa memberikan kredit atau kutipan yang tepat merupakan pelanggaran etika serius yang dapat menghambat proses pembelajaran dan perkembangan pengetahuan (Pratiwi & Aisya, 2021). Oleh karena itu, lembaga pendidikan dan penerbitan perlu mengambil langkah-langkah

konkret untuk mencegah dan mendeteksi tindakan plagiarisme. Salah satu strategi yang efektif adalah dengan menyediakan pelatihan dan alat bantu, seperti perangkat lunak cek plagiasi, yang membantu para penulis untuk memeriksa keaslian karya mereka sebelum disampaikan (Rofiki et al., 2022). Selain itu, sosialisasi etika penulisan dan penerapan sanksi bagi pelaku plagiarisme juga menjadi langkah penting dalam menciptakan budaya akademik yang berintegritas (Sahla et al., 2019).

## METODE PENELITIAN

Jenis metode yang digunakan dalam artikel ini adalah studi kasus deskriptif, dimana data dikumpulkan dengan cara wawancara dan dokumentasi. Studi kasus deskriptif bertujuan untuk melakukan analisis terhadap peristiwa yang terjadi setelah beberapa waktu yang biasanya menggambarkan budaya atau sub-budaya dan berusaha menemukan fenomena kunci (Fiantika et al., 2022). Studi kasus deskriptif dipilih dengan mempertimbangkan relevansi Manuru.id dalam konteks tantangan dan peluang dalam meningkatkan integritas akademik. Jenis data merupakan data kualitatif yang diperoleh dari wawancara. Hasil wawancara memberikan informasi mendalam dan detail tentang pengalaman, pandangan, dan persepsi narasumber. Dalam hal ini, wawancara bertujuan untuk memperoleh fakta atau realita yang ada di lapangan mengenai perkembangan bisnis, tantangan, dan peluang yang dihadapi Manuru.id dalam meningkatkan integritas akademik. Narasumber yang digunakan dalam wawancara adalah owner dari Manuru.id. Owner dipilih karena lebih memahami perkembangan bisnis dan juga lebih akurat dalam memberikan informasi keadaan usaha serta mewakili sudut pandang dari bisnis yang dijalankan. Pada tahap wawancara selain menanyakan pertanyaan yang sudah dibuat sebelumnya penulis juga mengembangkan pertanyaan yang relevan dengan topik yang diteliti. Data yang didapatkan dicatat dan direkam setelah mendapatkan persetujuan dari narasumber.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Perusahaan

Manuru.id merupakan salah satu bisnis digital yang didirikan melalui proses pemanfaatan dan pemaksimalan teknologi. Berikut adalah profil usaha Manuru.id:

Nama Usaha	:	Manuru.id
Alamat	:	Jalan Gamalama II 3A, Malang
Bidang	:	Layanan Jasa Digital
Pendiri	:	Abdul Munadjat Ahmad
Tahun didirikan	:	2022

Fokus utama bisnis ini adalah menyediakan beragam layanan jasa, termasuk cek plagiasi turnitin, pembuatan akun turnitin pribadi, parafrase, desain presentasi (PPT), dan perbaikan format dokumen. Bisnis digital ini dibentuk dari keresahan pemilik usaha atas maraknya kasus plagiarisme yang dapat menurunkan integritas akademik dan melambatnya ilmu pengetahuan dalam jangka panjang. Hal tersebut dipaparkan oleh *owner* Manuru.id dalam wawancara sebagai berikut:

*“Aku bener-bener ingin bisnisku ini gak cuma buat menghasilkan uang buat aku maupun tim. Tapi bagaimana caranya supaya bisnisku ini bisa bermanfaat, khususnya di bidang akademik. Karena aku menyadari betul maraknya perkembangan teknologi mendatangkan berbagai tantangan dan peluang. Sebagai alumni mahasiswa, aku tahu betul kalau tersedianya fasilitas teknologi membuka peluang plagiarisme semakin tinggi yang mana itu gak bisa ditoleransi. Tapi disisi lain dari sudut pandang mahasiswa, aku menyadari kalau terkadang mereka juga berada di fase mentok dan enggak tahu lagi hasil penelitian dan tulisan mereka harus digimanain apalagi kalau sudah menyangkut plagiarisme tinggi. Hadirnya Manuru.id ini harapannya dapat menjadi salah satu pion bagi mahasiswa dan dunia akademik secara umum untuk menjaga integritas akademik serta menjaga agar perkembangan ilmu pengetahuan tetap berjalan dengan lancar.”*

Dengan memanfaatkan platform pihak ketiga, pemilik usaha berupaya untuk memfasilitasi jasa cek plagiasi dan parafrase bagi para mahasiswa. Manuru.id dikelola secara mandiri oleh pemilik usaha sendiri sebelum akhirnya merekrut tim seiring dengan peningkatan permintaan dari konsumen.

### **Strategi Manajemen “Give, Give, and Give” Manuru.id**

Strategi manajemen yang baik dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional sebuah bisnis. Berdasarkan penelitian Taher (2012) menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif jangka panjang suatu bisnis adalah sumber daya manusia dan kemampuan yang unik. Kolaborasi antara kemampuan unik dan pengelolaan sumber daya akan meningkatkan keunggulan kompetitif bisnis dengan pesaingnya. Dalam upaya meningkatkan kualitas layanan sebagai langkah turut andil dalam meningkatkan integritas akademik, Manuru.id harus memiliki sumber daya manusia yang memiliki profesionalitas dan kualitas tinggi. Manuru.id menerapkan sistem rekrutmen yang ketat dengan melibatkan seleksi berdasarkan kasus *riil* untuk mengetahui kualitas hasil pengerjaan calon kandidat. Hal ini bertujuan untuk meninjau seberapa dalam calon tim menguasai *project* yang telah disepakati dengan pelanggan.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, Manuru.id membangun sistem kerja yang terstruktur dengan tujuan utama untuk memberikan kualitas tinggi dan memastikan kepuasan pelanggan. Dalam proses bisnisnya, Manuru.id selalu menempatkan kualitas dan ketepatan waktu sebagai prioritas utama. Dengan sistem kerja yang efisien dan transparan, Manuru.id memastikan bahwa setiap tahapan proyek dapat diakses dan dipantau oleh pelanggan, sehingga tercipta komunikasi yang baik antara kedua belah pihak. Hal tersebut bertujuan untuk membangun loyalitas pelanggan. Loyalitas tersebut diharapkan dapat membuat pelanggan melakukan *repeat order* sebagaimana yang dikatakan oleh *owner* Kak Ajid:

*“Tujuan aku mematok kinerja tim buat menghasilkan kualitas pekerjaan yang tinggi bukan cuman buat ngejar kepuasan pelanggan saja. Tetapi, aku berupaya bagaimana membangun loyalitas pelanggan dengan harapan mereka bakal balik order ke Manuru.id. Selain itu, makin banyak orang yang tahu dan share soal kualitas pekerjaan kami sebenarnya memberikan nilai plus karena secara gak langsung ningkatin value brand kita.”*

Keunggulan Manuru.id tidak hanya terletak pada tim yang berkualitas, tetapi juga pada harga yang bersaing, kualitas yang terjamin, dan ketepatan waktu dalam penyelesaian setiap

proyek. Dengan kombinasi ini, Manuru.id mampu memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan. Meskipun demikian, banyak terjadi kendala dalam alur bisnisnya dikarenakan model bisnis yang dilakukan *full online*. Kendala tersebut meliputi *miss communication* antara pemahaman tim dengan permintaan konsumen, toleransi persentase parafrase yang dapat dikerjakan, dan sulitnya menyesuaikan jadwal tim dengan waktu *deadline*. Untuk mengatasi hal tersebut, Kak Ajid selaku *owner* Manuru.id berupaya untuk menciptakan sistem manajemen dengan prinsip *Give, Give, and Give*. Prinsip *Give, Give, and Give* Manuru.id berfokus pada memberikan hak-hak dan fasilitas kepada tim untuk meningkatkan etos kerja. Prinsip ini tidak hanya menuntut bisnis untuk memiliki sumber daya manusia dengan kualitas tinggi, tetapi juga berupaya untuk menyejahterakan tim. Berikut adalah beberapa strategi manajemen *Give, Give, and Give* untuk menunjang keberhasilan bisnis Manuru.id:

a. Pembagian *fee* yang tinggi untuk tim

Pemberian manfaat dan fasilitas yang tinggi bagi karyawan dapat meningkatkan kinerja secara keseluruhan (Al Ghozali & Suprajang, 2017). Hal tersebut dapat diberikan melalui gaji yang sesuai dengan tingkat pekerjaan, pemberian hak cuti, dan pemberian fasilitas untuk menunjang pekerjaan. Dalam implementasi *Give, Give, and Give*, Manuru.id mengutamakan kesejahteraan timnya dengan pembagian hasil atas setiap *project* sebesar 70:30 untuk tim dan Manuru.id masing-masing. Pemberian *fee* yang cukup tinggi dilatarbelakangi oleh *background* tim Manuru.id yang sebagian besar merupakan mahasiswa. Manuru.id memiliki komitmen yang tinggi dalam meningkatkan kesejahteraan tim. Hal tersebut dibuktikan dengan survei penilaian kinerja Manuru oleh tim yang menunjukkan tingkat kepuasan tinggi selama bekerja sama dengan bisnis digital tersebut. Pemberian *reward* tinggi tersebut juga dapat meningkatkan kualitas kerja tim dimana tim dapat membeli kebutuhan elektronik untuk menunjang pekerjaan.

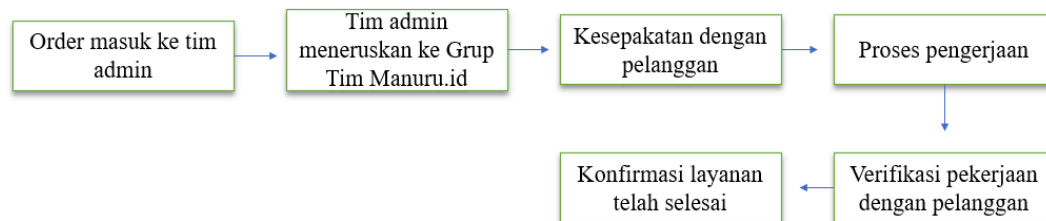
b. Pembagian *shift* kerja

Pembagian *shift* kerja merupakan praktik manajemen sumber daya manusia dengan membagi jam kerja menjadi beberapa periode atau *shift* yang diisi oleh beberapa karyawan pada jadwal tertentu. Pembagian *shift* kerja dapat meningkatkan efektivitas kerja tim (Ratih et al., 2020; Risdayanti et al., 2022). Berdasarkan teori ergonomi, konteks pembagian *shift* kerja bertujuan untuk menjaga hubungan antara manusia dan lingkungan kerja (Salim, 2014). Teori ergonomi dalam konteks pembagian *shift* kerja berfokus pada bagaimana jadwal kerja yang terorganisir dapat memengaruhi kesehatan, kinerja, dan keamanan karyawan. Manuru.id berkomitmen untuk menjaga kesehatan dan kenyamanan tim untuk mempertahankan kinerja yang efektif. Dengan demikian, Manuru.id membagi *shift* kerja menjadi tiga *shift* yang terdiri dari *shift* pagi, siang, dan malam. Pembagian menjadi tiga *shift* mempertimbangkan latar belakang tim Manuru.id yang seluruhnya merupakan mahasiswa aktif. Manuru.id memberikan kesempatan bagi tim untuk menyesuaikan jadwal kuliah dengan jadwal kerja. Pembagian jadwal kerja yang efektif tersebut terbukti dapat menjaga performa tim.

c. Pembentukan alur bisnis secara terstruktur melalui *WhatsApp*

Alur bisnis atau proses bisnis merupakan urutan langkah atau aktivitas dalam bisnis untuk menciptakan produk atau layanan dan menyampaikan nilai kepada pelanggan. Akur bisnis menjamin efektivitas dan efisiensi kerja. Pada mulanya, Manuru.id belum memiliki alur bisnis yang jelas. Hal tersebut dikarenakan bisnis ini dikelola sendiri oleh *owner*, sehingga kurangnya pengalaman terhadap penyusunan alur

bisnis menjadi tantangan utama bagi Manuru.id. Alur bisnis yang tidak terstruktur menyebabkan berbagai permasalahan seperti *miss communication* dengan pelanggan, *miss communication* antar tim, dan keterlambatan pengerjaan tugas. Dengan demikian, Manuru.id menyusun alur bisnis yang digambarkan pada *flowchart* berikut:



Gambar 1. Flowchart Alur Bisnis Manuru.id

Penjelasan alur bisnis Manuru.id dari gambar di atas adalah sebagai berikut:

1. Orderan masuk ke tim admin  
 Pada tahapan ini, tim admin akan memberikan konsultasi dengan pelanggan terkait layanan yang ingin diambil. Tim admin juga berkoordinasi dengan pelanggan terkait permasalahan dan kriteria pekerjaan yang diinginkan.
2. Tim admin meneruskan ke Grup Tim Manuru.id  
 Tim admin akan mengkomunikasikan jenis pekerjaan yang disesuaikan dengan permintaan dari pelanggan. Tim admin akan melelang proyek tersebut kepada tim Manuru.id yang berjumlah 25 tim. Setiap proyek dapat dikerjakan secara individu maupun tim tergantung tingkat kesulitan.
3. Kesepakatan dengan pelanggan  
 Apabila tim telah menyetujui proyek untuk diambil, tim admin akan meneruskan pada pelanggan. Kemudian, tim admin akan memberikan *rate card* pembayaran dan jumlah *down payment* yang harus dibayarkan pelanggan atas layanan jasa yang diambil. Pada tahapan ini pula disepakati *deadline* pengerjaan.
4. Proses pengerjaan  
*Owner* Manuru.id akan memantau jalannya pengerjaan setiap proyek. Apabila terdapat kendala dan permasalahan dalam pengerjaan, tim bersangkutan harus segera berkoordinasi dengan *owner* untuk pengambilan keputusan segera.
5. Verifikasi pekerjaan dengan pelanggan  
 Pekerjaan yang telah selesai akan dikomunikasikan dengan pelanggan apakah telah sesuai dengan kriteria dan permintaan yang diharapkan.
6. Konfirmasi layanan telah selesai  
 Proyek pekerjaan yang telah diterima oleh pelanggan dinyatakan selesai oleh tim admin. Pada tahapan ini pula, tim admin meminta *feedback* dan testimoni atas layanan jasa Manuru.id.

Meskipun memiliki sistem kerja yang terstruktur dan efisien, pengelolaan keuangan Manuru.id masih dilakukan secara manual oleh pemilik. Penggunaan Microsoft Excel yang dirancang khusus untuk pencatatan laporan keuangan menjadi metode yang diandalkan dalam mengelola keuangan perusahaan. Manuru.id terus berupaya untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam pengelolaan keuangan, sehingga dapat memastikan kelancaran dan keberlanjutan operasional perusahaan dalam jangka panjang. Serangkaian strategi manajemen tersebut Manuru.id bertujuan meningkatkan kualitas hasil pengerjaan. Hal tersebut diharapkan dapat

memberikan kontribusi signifikan dalam upaya bisnis turut andil dalam meningkatkan integritas akademik.

### Pendekatan Pengembangan dan Implementasi Strategi melalui Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan seperangkat metode yang digunakan untuk menganalisis faktor eksternal dan internal organisasi dengan tujuan untuk mengembangkan bisnis dalam jangka panjang (Suriono, 2021). Analisis SWOT menjadi salah satu komponen penting bagi Manuru.id dalam proses perencanaan, pengembangan, dan implementasi strategi manajemen. Berdasarkan wawancara dan yang telah dilakukan diperoleh analisis SWOT terhadap bisnis digital Manuru.id:

Tabel 1. Analisis SWOT Manuru. Id

<b>Strengths (Kekuatan)</b>	<b>Weakness (Kelemahan)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fleksibilitas layanan</li> <li>2. Keahlian Sumber Daya Manusia</li> <li>3. Kualitas Layanan Tinggi</li> <li>4. Strategi pemasaran yang baik</li> <li>5. Leadership dan Manajemen yang baik</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Layanan bergantung pada kestabilan platform pihak ketiga</li> <li>2. <i>Miss-communication</i> pada proses koordinasi yang dilakukan secara <i>full online</i></li> <li>3. Layanan masih di <i>handle</i> secara manual</li> </ol>
<b>Opportunities (Peluang)</b>	<b>Threats (Ancaman)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Permintaan yang tinggi terhadap layanan yang ditawarkan</li> <li>2. Kemitraan dengan Institusi Pendidikan</li> <li>3. Ekspansi Layanan Lintas Negara</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persaingan yang ketat</li> <li>2. Perubahan kebijakan dari platform Turnitin</li> <li>3. Kemungkinan penyalahgunaan layanan</li> </ol>

**a. Strengths (Kekuatan)**

Komponen kekuatan pada analisis SWOT berasal dari internal perusahaan yang menunjukkan keunggulan kompetitif bisnis. Hal tersebut dapat berupa sumber daya, kapabilitas, kemampuan produksi, dan aspek positif lain yang memungkinkan perusahaan lebih unggul dibandingkan dengan pesaing lainnya. Berikut adalah analisis komponen kekuatan Manuru:

- **Fleksibilitas layanan**  
Model bisnis yang dijalankan oleh Manuru.id dilakukan *online* secara keseluruhan. Hal ini memungkinkan seluruh karyawan yang terlibat dapat menyelesaikan pekerjaan di mana saja. Selain itu, produk yang ditawarkan oleh Manuru.id bergantung pada kebutuhan pelanggan, sehingga dapat disesuaikan dengan standar dan keinginan. Hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.
- **Keahlian Sumber Daya Manusia**

Manuru.id memiliki 25 tim yang memiliki kemampuan intelektual tinggi yang dapat memenuhi kebutuhan setiap pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara tim dengan Manuru.id didapati bahwa terdapat beberapa tim yang bahkan menguasai materi di luar dari peminatan dan jurusan yang diambil. Hal ini menunjukkan bahwa Manuru.id memiliki standar sumber daya manusia yang tinggi sehingga layanan yang diberikan pada konsumen juga memiliki kualitas yang tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmasari (2012) yang menunjukkan bahwa kualitas suatu layanan dipengaruhi oleh kemampuan intelektual seseorang dalam mengeksekusi pekerjaan tersebut.

- **Kualitas Layanan Tinggi**

Jika dibandingkan dengan kompetitor lain, Manuru.id bukan satu-satunya yang memberikan layanan jasa dengan harga yang terjangkau. Meskipun demikian, Manuru.id memiliki standar dalam memenuhi kebutuhan pelanggan untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan. Hal tersebut dibuktikan dengan komitmen *owner* untuk merekrut tim yang memenuhi standar kriteria tertentu. Perekrutan karyawan yang selektif bertujuan untuk menghasilkan layanan jasa yang berkualitas. *Good service* yang diberikan akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas (Monica & Marlius, 2023; Pertiwi et al., 2022; Setiadi & Manafe, 2021). Tingginya kualitas pekerjaan dari tim Manuru.id dibuktikan dengan banyaknya pelanggan setia yang melakukan *repeat order* pada layanan yang ditawarkan.
- **Strategi pemasaran yang baik**

Strategi pemasaran bisnis menentukan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Di era kini, *digital marketing* menjadi peluang sekaligus tantangan bagi bisnis digital untuk meningkatkan penjualan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Olson et al. (2021) disebutkan bahwa *digital marketing* menjadi penggerak utama untuk mempertahankan bisnis di tengah persaingan yang ketat. Sebuah bisnis dapat memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana marketing yang efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Donoriyanto et al., 2023). Dalam strategi pemasarannya, Manuru.id memaksimalkan pemasaran melalui Tiktok dengan membuat konten edukatif yang memprioritaskan “Give, Give, and Give.” Hal ini sejalan dengan prinsip *owner* membangun *branding* dengan memberikan konten tips, konsultasi, dan edukasi, serta hal-hal lain yang membuat target pasar merasa kebutuhannya terpenuhi dengan konten tersebut. Berbeda dengan konten kompetitor yang lebih menekankan pada pemasaran di seluruh video, Manuru.id berfokus memberikan konsultasi dan edukasi serta membangun komunikasi langsung dengan konsumen.
- **Leadership dan Manajemen yang baik**

*Owner* Manuru.id memiliki jiwa kepemimpinan yang tinggi dan strategi manajemen yang baik dalam mengelola bisnisnya. Hal tersebut dibuktikan dengan bagaimana beliau berusaha menciptakan alur bisnis yang efisien antar rekan timnya. Selain itu, *owner* juga berupaya untuk menciptakan struktur manajemen dan pengelolaan keuangan yang transparan kepada sesama rekan tim sehingga terjalin kerja sama yang solid. *Owner* Manuru.id meyakini bahwa kenyamanan dan kesejahteraan tim merupakan faktor kunci bagi bisnis untuk meraih kesuksesan.

b. *Weakness* (Kelemahan)

Komponen kelemahan mengacu pada faktor internal yang memiliki potensi menghambat kemampuan suatu organisasi untuk bersaing di persaingan yang ketat. Berikut adalah analisis kelemahan yang dimiliki Manuru.id:

- Layanan yang ditawarkan Manuru.id bergantung pada kestabilan platform pihak ketiga  
Jasa cek plagiasi Manuru.id bergantung pada kestabilan platform Turnitin. Ketika terjadi *trouble* pada aplikasi tersebut, maka lini layanan jasa tersebut tidak dapat ditawarkan. Hal ini menyebabkan proses bisnis pada layanan tersebut terhenti sehingga menimbulkan keterlambatan penyelesaian pesanan. Situasi tersebut tidak dapat dikendalikan oleh bisnis yang mana sering kali menyebabkan masalah dengan konsumen.
- Terjadinya *miss-communication* pada proses koordinasi yang dilakukan secara *full online*  
Seluruh proses bisnis Manuru.id dilakukan secara *online*. Dengan demikian, koordinasi antar tim dengan konsumen sangat bergantung pada keahlian admin untuk menerjemahkan kebutuhan konsumen dengan baik. Biasanya sering terjadi kesalahpahaman antar admin dan konsumen yang mengakibatkan hasil pekerjaan tidak sesuai dengan permintaan. Kesalahpahaman tersebut disebabkan oleh berbagai faktor meliputi keterbatasan admin dalam memahami konteks yang diinginkan konsumen serta ketidakmampuan konsumen dalam menjelaskan kebutuhannya.
- Layanan yang diberikan masih di *handle* secara manual sehingga membatasi jumlah orderan yang masuk  
Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan owner disebutkan bahwa lini bisnis jasa cek plagiasi sering mengalami *overload order*. Hal tersebut disebabkan oleh layanan yang diberikan masih dilakukan secara manual oleh admin. Untuk mengatasi hal ini, owner berencana untuk membuat website khusus cek plagiasi yang terkoneksi langsung tim cek plagiasi, sehingga proses pelayanan jasa dapat dipercepat.

c. *Opportunities* (Peluang)

Komponen peluang berasal dari faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya. Berdasarkan hasil observasi, Manuru.id memiliki peluang bisnis sebagai berikut:

- Permintaan yang tinggi terhadap layanan yang ditawarkan  
Meningkatnya kesadaran akan pentingnya akademik dan integritas untuk memastikan karyanya bebas dari plagiarisme menyebabkan tingginya permintaan cek plagiasi sehingga memberikan peluang bagi pertumbuhan bisnis Manuru.id. Tingkat plagiasi memiliki hubungan erat dengan kemampuan parafrase. Beberapa karya yang terindikasi memiliki tingkat plagiasi tinggi mengharuskan parafrase di beberapa bagian. Meningkatnya permintaan pada cek plagiasi memberikan peluang peningkatan jasa parafrase. Selain itu, perkembangan digital dalam bidang presentasi visual juga mengalami peningkatan yang signifikan pada permintaan

jasa pembuatan *power point* baik di kalangan akademik maupun perusahaan. Permintaan tersebut meliputi presentasi profesional yang unik, menarik, inovatif, dan informatif. Seluruh layanan yang ditawarkan Manuru.id memiliki tingkat permintaan yang tinggi sehingga menjadi peluang bagi bisnis untuk mengembangkan bisnisnya.

- Kemitraan dengan Institusi Pendidikan  
Meningkatnya kesadaran terhadap pentingnya integritas di kalangan akademik membuat permintaan cek plagiasi di institusi pendidikan mengalami peningkatan signifikan. Hal tersebut dapat menjadi peluang bagi Manuru.id untuk membangun kerja sama dengan institusi terkait untuk menyediakan layanan cek plagiasi yang cepat dan tanggap.
- Ekspansi Layanan Lintas Negara  
Layanan yang fleksibel dan permintaan yang tinggi di kalangan mahasiswa tidak terbatas di Indonesia saja. Layanan digital yang ditawarkan Manuru.id memiliki tingkat permintaan di berbagai lokasi geografis. Hal ini dibuktikan dengan adanya order masuk yang diterima Manuru.id dari konsumen Philipina. Potensi ekspansi bisnis lintas negara menjadi peluang bagi Manuru.id untuk meningkatkan keuntungan. Di mana hal tersebut akan meningkatkan kesejahteraan rekan tim karena ekspansi tersebut memungkinkan kenaikan *rate* pembayaran berdasarkan standar internasional.

d. *Threat* (Tantangan)

Komponen peluang dan tantangan merupakan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi bisnis. Tantangan eksternal memiliki potensi menghambat kinerja atau pertumbuhan suatu bisnis. Berikut adalah analisis komponen tantangan pada bisnis Manuru.id:

- Persaingan yang ketat  
Persaingan bisnis di layanan digital ini sangat tinggi. Beberapa kompetitor menjual layanan jasanya dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan Manuru.id. Meskipun demikian, Manuru.id tetap berpegang teguh dalam membelikan edukasi dan kualitas pekerjaan yang baik. Selain itu, Manuru.id juga memberikan garansi bagi seluruh layanan digital untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan. Untuk mengatasi persaingan yang ketat tersebut, Manuru.id juga secara konsisten menjadwalkan pembuatan konten berkala untuk meningkatkan *branding* dan menyasar target potensial dari berbagai lokasi geografis.
- Perubahan kebijakan dari platform Turnitin  
Layanan cek plagiasi Manuru.id sangat bergantung pada kebijakan Turnitin dalam memberikan kemudahan pengecekan. Perubahan kebijakan Turnitin seperti pembatasan akses maupun kenaikan biaya langganan akan berdampak langsung pada kebijakan operasional Manuru.id.
- Kemungkinan penyalahgunaan layanan  
Dalam menjalankan bisnisnya, Manuru.id menghadapi beraneka ragam sikap dan tujuan dari layanan jasa yang diminta oleh konsumen. Kemungkinan penyalahgunaan layanan yang dilakukan oleh konsumen dapat menjadi tantangan bagi bisnis. Bentuk penyalahgunaan tersebut dapat ditujukan untuk tindakan tidak etis maupun ilegal yang dapat menyebabkan reputasi bisnis terganggu.

## Evaluasi Kendala dan Solusi Interaktif

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, Manuru.id menghadapi beberapa kendala operasional dalam implementasi strategi manajemen. Kendala atau masalah tersebut perlu dilakukan analisis lebih lanjut untuk menghasilkan solusi interaktif yang dapat menunjang perkembangan bisnis. Berikut adalah hasil analisis terhadap kendala dan solusi untuk mengatasi permasalahan pada Manuru.id:

### a. Fasilitas pembayaran untuk konsumen

Lanskap pembayaran telah mengalami transformasi signifikan akibat pesatnya perkembangan teknologi, khususnya di bidang teknologi finansial (*fintech*). Inovasi ini telah merevolusi cara konsumen melakukan pembayaran secara efektif dan efisien melalui sistem *cashless* (Broby, 2021). Pembayaran dapat dilakukan secara digital melalui *e-wallet*, aplikasi perbankan, dan layanan pembayaran *online* sehingga konsumen kini dapat melakukan pembayaran dengan cepat, mudah, dan aman. Namun, meskipun kemajuan ini sangat menguntungkan konsumen, kemajuan ini juga membawa tantangan baru bagi dunia usaha. Salah satu tantangan tersebut adalah banyaknya produk pembayaran digital yang tersedia tidak diimbangi dengan terbatasnya penerimaan sistem pembayaran bisnis (Doszhan et al., 2020; Suryono et al., 2020). Kompleksitas ini dapat mempersulit bisnis dalam mengelola beberapa metode pembayaran, sehingga meningkatkan risiko kesalahan pembayaran dan pengelolaan keuangan (Ashta & Herrmann, 2021; Risman et al., 2021). Permasalahan ini dirasakan oleh Manuru.id. Sebagai bisnis digital, Manuru.id telah menyediakan berbagai sistem pembayaran melalui *all e-wallet*, BCA, BRI, BSI, dan QRIS. Namun, sistem pembayaran tersebut tidak dapat memenuhi permintaan pembayaran konsumen. Beberapa konsumen bersikeras melakukan pembayaran melalui bank yang sama dengan alasan tidak dapat menggunakan layanan QRIS maupun pengenaan biaya admin apabila melakukan transfer lintas bank. Sementara itu, apabila Manuru.id memperluas sistem pembayaran maka akan berpotensi pada kenaikan biaya administrasi bank. Hal ini menyebabkan biaya yang dikeluarkan menjadi tidak efisien. Selain itu, sistem pembayaran yang banyak mengakibatkan pengelolaan keuangan yang lebih kompleks. Manuru juga harus menanggung biaya transfer antar bank ketika pendapatan yang diterima terdiversifikasi ke berbagai sistem pembayaran yang ada.

### b. Potensi ketidakstabilan platform pihak ketiga (Turnitin)

Penggunaan platform Turnitin untuk memfasilitasi layanan jasa cek plagiasi pada Manuru.id sering mengalami kendala aplikasi *trouble*. Hal tersebut dapat mengganggu kelancaran proses pengerjaan proyek. *Trouble* yang terjadi pada aplikasi ini tidak dapat diprediksi kapan waktu terjadinya. Disisi lain, Manuru.id belum menemukan platform lain sebagai substitusi dari Turnitin sehingga masih menjadi kendala permanen yang dihadapi saat ini oleh pihak Manuru.id. Untuk memitigasi risiko tersebut, Manuru.id dapat mengembangkan bisnis mereka dengan berbagai platform pembelajaran digital yang digunakan oleh lembaga pendidikan. Hal ini akan meningkatkan aksesibilitas dan keterhubungan antara layanan pendeteksi plagiarisme dan platform pembelajaran yang digunakan oleh lembaga pendidikan yang ada. Dengan integrasi yang lebih luas, Manuru.id dapat memperluas jangkauan layanan dan meningkatkan keterlibatan

pengguna. Jika hal ini dijalankan maka akan dapat membantu perluasan pangsa pasar dan memperkuat posisi sebagai penyedia layanan jasa turnitin di pasar digital.

**c. Penetapan Standar untuk Layanan Jasa**

Layanan parafrase yang ditawarkan oleh Manuru.id tidak memiliki standar *rate* pembayaran untuk tingkat pekerjaan tertentu. Hal ini menyulitkan Manuru.id dalam menentukan biaya yang harus dibayarkan oleh konsumen. Sering kali Manuru mendapatkan komplain dari konsumen karena perbedaan *rate* bayar yang diberikan pada konteks perbaikan yang sama. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Manuru.id dapat membuat kalkulator harga *online* khusus untuk menentukan pembayaran yang harus dilakukan konsumen atas jasa parafrase. Kalkulator tersebut dapat berisi target tingkat plagiasi, panjang teks, tingkat kesulitan, dan waktu pengerjaan. Kalkulator harga tersebut dapat menjadi standar penentuan harga. Selain itu, kalkulator ini memudahkan koordinasi admin dengan tim untuk menginformasikan jumlah *fee* yang diperoleh atas satu proyek tertentu. Penting pula bagi Manuru.id untuk menyimpan *history* layanan konsumen sebagai bahan untuk menentukan strategi pemasaran serta mengetahui tren pasar dan tingkat permintaan tertinggi pada bulan tertentu. Laporan layanan konsumen juga berguna bagi Manuru.id untuk membandingkan jumlah pembayaran pada tingkat pekerjaan yang sama. Pembuatan kalkulator harga dapat dikembangkan secara sederhana melalui *spreadsheet* dengan memaksimalkan fitur-fitur yang ada. Pembuatan kalkulator menggunakan *spreadsheet* juga memudahkan karyawan dalam mengaksesnya di waktu yang bersamaan. Hasil dari kalkulator online atas pembayaran konsumen tertentu dapat juga disinkronisasikan dengan laporan penjualan Manuru.id untuk meningkatkan efisiensi.

**Strategi Pemasaran “Give, Give, and Give” Manuru.id**

Manuru.id telah mengidentifikasi strategi pemasaran yang efektif sebagai elemen krusial dalam menjangkau pelanggan dan meningkatkan kesadaran merek. Oleh karena itu, Manuru.id mengadopsi pendekatan yang terfokus pada pembuatan konten yang menarik dan edukatif, serta membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan melalui platform media sosial. Dengan mengatur jadwal publikasi konten secara teratur di platform seperti Instagram, TikTok, dan Twitter, Manuru.id memanfaatkan TikTok sebagai platform utama dengan kesadaran akan pentingnya tiga detik pertama dalam menarik perhatian pengguna. Penjadwalan konten yang tepat dapat membantu menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan engagement. Konten dipilah menjadi dua jenis: konten siap yang telah direncanakan sebelumnya dan konten spontan yang dibuat tanpa rencana konsep sebelumnya, semuanya disesuaikan dengan karakteristik platform yang berbeda. Konten edukatif yang informatif dan menarik dapat membangun kredibilitas dan menarik pengikut yang royal, sehingga Manuru.id harus dapat membuat konten yang menarik dan memikat pada detik-detik awal.

Manuru.id menjalankan prinsip "memberi" daripada "meminta" dengan menekankan edukasi dan nilai tambah bagi pelanggan dalam setiap konten yang dibagikan. Di akhir setiap konten, Manuru.id menyertakan nomor telepon kontak yang memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi lebih lanjut atau melakukan pemesanan. Pemilik Manuru.id juga memberikan saran penting kepada pengusaha lain mengenai pentingnya digitalisasi teknologi dalam pengembangan usaha di era modern. Saran tersebut meliputi pentingnya memahami dan

memanfaatkan teknologi digital, menjalankan pemasaran yang berorientasi digital, menyediakan opsi pembayaran digital, dan melaporkan data secara berkala untuk analisis.

Di era digital yang semuanya dituntut untuk serba cepat ini, kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan yang diberikan kepada pelanggan menjadi faktor yang penting dalam menentukan keberhasilan sebuah bisnis. Hal ini juga berlaku bagi Manuru.id yang bergerak dalam usaha layanan jasa digital. Pelanggan di era digital ini memiliki ekspektasi yang tinggi pada layanan yang mereka terima. Pelanggan menginginkan layanan yang cepat, tepat, dan mudah untuk diakses. Maka, Manuru.id harus dapat memenuhi segala ekspektasi pelanggan, sehingga kepuasan pelanggan akan meningkat. Kepuasan pelanggan yang tinggi akan mendorong loyalitas, penggunaan jasa layanan berulang, dan rekomendasi positif kepada orang-orang di sekitar mereka. Selain itu, kecepatan dan ketepatan yang tinggi membuat operasional Manuru.id lebih efisien. Dengan proses yang optimal dan minim kesalahan, waktu dan sumber daya dapat digunakan lebih efektif. Hal ini dapat mengurangi biaya operasional dan meningkatkan profitabilitas usaha.

Manuru.id paham bahwa kepuasan pelanggan yang pertama kali mencoba jasa yang mereka berikan merupakan kunci untuk menjalin hubungan jangka panjang. Oleh karena itu Manuru.id selalu berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan baru mereka dengan memberikan layanan yang ramah dan responsif, memberikan panduan yang mudah dipahami, dan memastikan semua hasil kerja memiliki kualitas yang tinggi dan terjamin. Selain itu, Manuru.id juga menawarkan diskusi singkat antara tim layanan dengan pelanggan. Diskusi ini memberikan nilai plus bagi pelanggan karena pelanggan dapat langsung berkonsultasi dengan tim terkait dokumen yang akan mereka turnitin maupun parafrase, meningkatkan pemahaman pelanggan terkait layanan yang diberikan Manuru.id sehingga pelanggan dapat memilih layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, kemudian dengan adanya diskusi singkat ini dapat membangun kepercayaan antara Manuru.id dengan pelanggan. Manuru.id berkomitmen untuk menjaga keamanan dan privasi data pelanggan, sehingga pelanggan percaya dan puas dengan pelayanan yang diberikan.

Strategi pemasaran Manuru.id telah terbukti efektif dalam menarik pelanggan dan meningkatkan kesadaran merek. Dengan fokus pada konten yang menarik dan edukatif, membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan, serta memanfaatkan potensi digitalisasi teknologi, Manuru.id berhasil menjangkau target pasar dengan tepat dan mencapai tujuan bisnisnya. Manuru.id tidak hanya bisnis yang berjalan untuk mencari keuntungan tetapi juga menjadi media yang memberikan kontribusi positif bagi masyarakat. Manuru.id memahami plagiarisme merupakan masalah krusial dalam dunia akademik. Oleh karena itu, Manuru.id berinvestasi dengan mengelola sebuah usaha turnitin dan parafrase yang canggih dan akurat. Teknologi ini membantu dalam mendeteksi plagiarisme dengan akurasi yang tinggi sehingga membantu para akademisi untuk menjaga integritas akademiknya dan menjaga keaslian karya ilmiah yang dibuat.

Selain itu, kualitas dan dukungan berupa umpan balik dari pelanggan merupakan dua aspek yang penting dalam keberhasilan sebuah usaha yang selalu Manuru.id evaluasi. Evaluasi membantu bisnis untuk memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan, menemukan letak layanan yang kurang optimal sehingga bisa diperbaiki, dan memberikan layanan yang lebih berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dalam menjaga loyalitas pelanggan Manuru.id selalu menjaga kualitas pada layanan yang diberikan, seperti dengan selalu memberikan respons yang cepat dan ramah kepada pelanggan, memberikan penyelesaian masalah yang cepat dan efektif, serta memberikan informasi yang jelas dan akurat. Memastikan

kualitas layanan yang diberikan dan membangun kepercayaan serta loyalitas pelanggan dapat meningkatkan peluang untuk semakin berkembang di masa mendatang.

Manuru.id sebagai pelaku bisnis di bidang ini harus mampu mengikuti perkembangan terbaru dan memanfaatkan perubahan yang ada untuk selalu meningkatkan pelayanan yang diberikan. Fleksibilitas dalam beradaptasi dengan perubahan kondisi pasar dapat dilakukan dengan mengikuti tren dan strategi pemasaran terbaru untuk menjangkau target pasar secara lebih menyeluruh, menyesuaikan bisnis agar tetap relevan dan kompetitif di tengah lingkungan yang semakin dinamis, serta menciptakan berbagai fitur atau paket layanan terbaru yang sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi pelanggan. Dengan demikian, pengusaha lain dapat mengambil pelajaran dari pendekatan yang digunakan oleh Manuru.id untuk meningkatkan peluang keberhasilan dan mencapai target pasar dengan lebih efektif di era modern ini.

### **Peran Manuru.id dalam Meningkatkan Integritas Akademik**

#### **a. Membantu Mencegah Plagiarisme**

Manuru.id merupakan jasa layanan pengecekan plagiarisme yang mudah diakses. Layanan yang diberikan membantu para akademisi dalam memastikan karya yang dibuat orisinal dan bebas dari plagiarisme. Dengan menggunakan turnitin, plagiarisme dari berbagai sumber dapat dideteksi. Memastikan karya yang dibuat oleh para akademisi besar dari plagiarisme dapat membuat para akademisi percaya diri dalam publikasi karya ilmiah yang dibuat.

#### **b. Meningkatkan Kesadaran akan Integritas Akademik**

Manuru.id secara aktif membantu meningkatkan kesadaran akan pentingnya integritas akademik di kalangan akademisi. Hal ini dapat dilihat dari konten yang diupload di sosial media Manuru.id. Konten yang dibagikan memuat sumber informasi tentang integritas akademik dan berbagai tips dan trik untuk menghindari plagiarisme. Manuru.id tidak hanya memberikan informasi mengenai plagiarisme tetapi juga inisiasi untuk membuat karya ilmiah yang orisinal dan menekankan pentingnya menghargai karya orang lain. Hal ini dapat membantu audiens untuk lebih memahami pentingnya integritas akademik dan berkontribusi dalam membangun nilai-nilai etika dalam integritas akademik.

#### **c. Mendukung Budaya Akademik yang Sehat**

Manuru.id juga mendukung budaya akademik yang sehat dengan adanya layanan pengecekan plagiarisme dan parafrase yang akurat. Layanan ini membantu para akademisi untuk memastikan keaslian karya ilmiah yang mereka buat, meningkatkan kualitas karya ilmiah, serta memudahkan dalam proses penulisan. Layanan pengecekan plagiasi yang disediakan Manuru.id dirancang untuk mendeteksi dan menghindari plagiarisme yang merugikan integritas akademik. Selain itu Manuru.id juga menyediakan layanan parafrase yang memungkinkan penulis untuk menyampaikan ide atau gagasan dari sumber asli berdasarkan kalimat mereka sendiri.

### **SIMPULAN**

Manuru.id sebagai bentuk bisnis digital yang berfokus pada penyediaan layanan cek turnitin dan plagiasi, telah menemukan bahwa integrasi teknologi digital memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan usaha. Dalam konteks ini, Manuru.id menciptakan nilai tambah dengan memanfaatkan platform TikTok sebagai media utama untuk menarik pelanggan dan memperluas jangkauan bisnisnya. Dengan memperluas keberadaannya di media sosial dan

menerapkan strategi pemasaran yang terfokus pada konten edukatif dan menarik, Manuru.id berhasil meningkatkan kesadaran merek dan kepercayaan pelanggan.

Analisis SWOT Manuru.id menunjukkan bahwa perusahaan memiliki berbagai kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan dalam pengembangan bisnisnya. Kekuatan utama Manuru.id terletak pada fleksibilitas layanan online, keahlian sumber daya manusia yang tinggi, kualitas layanan yang unggul, strategi pemasaran digital yang efektif, serta kepemimpinan dan manajemen yang baik. Namun, kelemahan yang dihadapi termasuk ketergantungan pada platform pihak ketiga seperti Turnitin, potensi miss-communication dalam koordinasi online, dan layanan yang masih dihandle secara manual yang membatasi jumlah order. Peluang yang dapat dimanfaatkan adalah meningkatnya permintaan terhadap layanan cek plagiasi dan parafrase, kemitraan dengan institusi pendidikan, serta potensi ekspansi layanan lintas negara. Sementara itu, tantangan yang harus dihadapi meliputi persaingan yang ketat dalam industri layanan digital, perubahan kebijakan platform Turnitin, dan kemungkinan penyalahgunaan layanan oleh konsumen yang dapat merusak reputasi bisnis.

Strategi pemasaran "*Give, Give, and Give*" yang diterapkan Manuru.id, dengan fokus pada memberikan nilai tambah dan membangun kepercayaan pelanggan, telah menjadi kunci dalam kesuksesan bisnisnya. Selain itu, Manuru.id juga mengimplementasikan strategi manajemen yang berorientasi pada kualitas layanan dan kesejahteraan tim, seperti pembagian *shift* kerja yang efisien, dan penyusunan alur bisnis yang terstruktur. Melalui kombinasi strategi ini, Manuru.id berhasil meningkatkan loyalitas pelanggan, meningkatkan kualitas layanan, dan memastikan kesejahteraan tim untuk mencapai keberhasilan dalam jangka panjang.

Pengembangan bisnis ini juga berpotensi untuk memberikan kontribusi terhadap peningkatan kualitas pendidikan dan riset. Dengan menyediakan alat yang dapat memeriksa keaslian karya ilmiah secara efektif, lembaga pendidikan dapat memastikan bahwa karya-karya yang dihasilkan oleh mahasiswa dan peneliti adalah hasil dari upaya intelektual yang jujur dan orisinal. Hal ini dapat meningkatkan reputasi lembaga pendidikan dan mendukung terciptanya lingkungan akademik yang berkualitas dan berintegritas. Melalui perjalanan Manuru.id, pengusaha lain dapat mengambil pelajaran penting tentang pentingnya adaptasi terhadap teknologi digital dan penerapan strategi pemasaran yang berorientasi pada nilai tambah dan kepercayaan pelanggan. Dengan demikian, langkah-langkah ini bukan hanya membuka peluang untuk kesuksesan bisnis, tetapi juga dapat memperkuat integritas dan etika dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia akademik yang menghargai kejujuran dan orisinalitas karya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Al Ghozali, H. N., & Suprajang, S. E. (2017). Peningkatan Kinerja Karyawan melalui Penetapan Gaji pada UD Mega Grosir (Mega Group) Kota Blitar. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 2(2), 107–118.
- Ashta, A., & Herrmann, H. (2021). Artificial intelligence and fintech: An overview of opportunities and risks for banking, investments, and microfinance. *Strategic Change*, 30(3), 211–222.
- Broby, D. (2021). Financial technology and the future of banking. *Financial Innovation*, 7(1), 47.

- Donoriyanto, D. S., Indiyanto, R., AR, N. R. J., & Syamsiah, Y. A. (2023). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Online Store pada Pelaku UMKM di Kota X. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(1), 42–50.
- Doszhan, R., Nurmaganbetova, A., Pukala, R., Yessenova, G., Omar, S., & Sabidullina, A. (2020). New challenges in the financial management under the influence of financial technology. *E3S Web of Conferences*, 159, 04015.
- Fahrezi, M., & Rizaldi, A. (2023). Rejuvenation of MSME organization workforce in maximizing digital marketing operations. *Klabat Journal of Management*, 4(1), 1–8.
- Fauzi, A., & Manao, M. (2023). FAKTOR KEBIJAKAN KEDISIPLINAN SUMBER DAYA MANUSIA, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY “CSR”, PENINGKATAN PEMBERDAYAAN SUMBER DAYA MANUSIA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL TERHADAP KESEJAHTERAAN KARYAWAN PADA PT. SKM. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 3(2), 67–80.
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Y. Novita & M. Hum, Eds.). PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Handayani, I., & Agustina, R. (2022). Starting a digital business: Being a millennial entrepreneur innovating. *Startupreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 1(2), 126–133.
- Hisrich, R. D., & Soltanifar, M. (2021). Unleashing the creativity of entrepreneurs with digital technologies. *Digital Entrepreneurship: Impact on Business and Society*, 23–49.
- Hoyer, W. D., Kroschke, M., Schmitt, B., Kraume, K., & Shankar, V. (2020). Transforming the customer experience through new technologies. *Journal of Interactive Marketing*, 51(1), 57–71.
- Lestari, N. D. L. (2021). Elektronik Bisnis. *Elektronik Bisnis*.
- Li, K., Kim, D. J., Lang, K. R., Kauffman, R. J., & Naldi, M. (2020). How should we understand the digital economy in Asia? Critical assessment and research agenda. *Electronic Commerce Research and Applications*, 44, 101004.
- Lubis, F., Silaban, A. F., Siregar, A. S. A. J., Girsang, A. A., Situmorang, D. N. B., Purba, G. S. A., Siregar, N. A., & Devi, T. A. (2023). Analisis Pentingnya Parafrase pada Penulisan Artikel Ilmiah Sebagai Upaya Menghindari Plagiarisme. *Jurnal Pendidikan Non Formal*, 1(2), 9.
- Monica, C., & Marlius, D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Nagari cabang Muaralabuh. *Jurnal Pundi*, 7(1), 53–62.
- Olson, E. M., Olson, K. M., Czapslewski, A. J., & Key, T. M. (2021). Business strategy and the management of digital marketing. *Business Horizons*, 64(2), 285–293.
- Page, T. (2014). Application-based mobile devices in design education. *International Journal of Mobile Learning and Organisation*, 8(2), 96–111.
- Pechenkina, E., & Aeschliman, C. (2017). What do students want? Making sense of student preferences in technology-enhanced learning. *Contemporary Educational Technology*, 8(1), 26–39.

- Permadi, B., & Harahap, M. I. (2023). Pemanfa'tan E-Commerce Tik-Tok Live Sebagai Sarana Dalam Pemasaran Produk pada PT. PLM. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(4), 143–157.
- Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan: Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 582–591.
- Piccinini, E., Gregory, R. W., & Kolbe, L. M. (2015). *Changes in the producer-consumer relationship-towards digital transformation*.
- Pratiwi, M. A., & Aisyah, N. (2021). Fenomena plagiarisme akademik di era digital. *Publishing Letters*, 1(2), 16–33.
- Rahmasari, L. (2012). Pengaruh kecerdasan intelektual, kecerdasan emosi dan kecerdasan spiritual terhadap kinerja karyawan. *Majalah Ilmiah Informatika*, 3(1).
- Ramadhan, T., & Destiani, R. D. (2022). Pengetahuan manajemen keuangan bisnis terhadap niat mahasiswa bisnis digital dalam berwirausaha. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 3(1), 59–62.
- Ratih, R. M., Mulyatini, N., & Suhendi, R. M. (2020). PENGARUH SHIFT KERJA TERHADAP EFEKTIVITAS KERJA PEGAWAI (STUDI KASUS PADA PT. BKS (BERKAT KARUNIA SURYA) DI KOTA BANJAR. *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(1), 28–37.
- Richter, C., Kraus, S., Brem, A., Durst, S., & Giselbrecht, C. (2017). Digital entrepreneurship: Innovative business models for the sharing economy. *Creativity and Innovation Management*, 26(3), 300–310.
- Risdayanti, D., Purwanti, R. S., & Lestari, M. N. (2022). *PENGARUH SHIFT KERJA DAN KEDISIPLINAN KERJA KARYAWAN TERHADAP EFEKTIVITAS KERJA KARYAWAN (Suatu Studi Pada Karyawan Pintu Masuk Tol di Pangandaran)*.
- Risman, A., Mulyana, B., Silvatika, B., & Sulaeman, A. (2021). The effect of digital finance on financial stability. *Management Science Letters*, 11(7), 1979–1984.
- Rofiki, M., Rohman, F., Diana, E., Hidayatullah, H., Harianto, A. R., & Hadi, S. (2022). PKM Pelatihan Penggunaan Turnitin dalam Menghindari Plagiasi Bagi Mahasiswa STEBI Badri Mashduqi. *Jurnal Masyarakat Mengabdi Nusantara*, 1(4), 40–53.
- Rosyidawaty, S., & Sembiring, J. (2018). Pengaruh Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan Di Telkomsel Regional Jawa Barat. *EProceedings of Management*, 5(1).
- Sahla, W. A., Mukhlisah, N., Julkawait, J., & Irwansyah, R. (2019). IBM-pelatihan teknik penulisan parafrase untuk skripsi mahasiswa sebagai upaya menghindari plagiarisme. *Jurnal Impact: Implementation and Action*, 1(2), 162–168.
- Salim, P. (2014). Intervensi ergonomi terhadap kenyamanan bekerja di dapur rumah tinggal. *Humaniora*, 5(1), 238–245.
- Setiadi, K. P., & Manafe, L. A. (2021). Penerapan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Pt Etos Suryanusa. *Kalianda Halok Gagas*, 4(1), 22–33.

- Sulistyaningsih, L. (2017). Plagiarisme, Upaya Pencegahan, Penanggulangan Dan Solusinya. *Jurnal Pustaka Ilmiah*, 3(1), 320–328.
- Suriono, Z. (2021). Analisis SWOT dalam identifikasi mutu pendidikan. *ALACRITY: Journal of Education*, 94–103.
- Suryono, R. R., Budi, I., & Purwandari, B. (2020). Challenges and trends of financial technology (Fintech): a systematic literature review. *Information*, 11(12), 590.
- Syahputra, R. A., Putri, C. W. A., Maliza, N. O., & Lestari, R. (2023). Peningkatan kemampuan branding UMKM melalui proses digitalisasi bisnis. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(1), 521–527.
- Taher, M. (2012). Resource-based view theory. *Information Systems Theory: Explaining and Predicting Our Digital Society, Vol. 1*, 151–163.
- Tjiek, L. T., & Nugraha, A. (2009). Open access: menyuburkan plagiarisme. *Visi Pustaka*, 11(2), 19–22.
- Tóth, T., Virág, R., Hallová, M., Stuchlý, P., & Hennyeyová, K. (2022). Digital competence of digital native students as prerequisite for digital transformation of education. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (IJET)*, 17(16), 150–166.
- Tunjungsari, H. K., & Ginting, G. (2020). Perkembangan dunia usaha di era digital. *Pustaka. Ut. Ac. Id*, 1–43.
- Windi, P., & Mursid, M. C. (2021). Pentingnya perilaku organisasi dan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis di era digital. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(2), 71–77.