

Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Analisis Swot Dan Qspm (Studi Kasus Pada Perusahaan Poda Rent)

1st Johan Mario Fidelis Sagala
Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

johanmario@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Budi Praptono
Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

budipraptono@telkomuniversity.ac.id

3rd Meldi Rendra
Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

meldirendra@telkomuniversity.ac.id

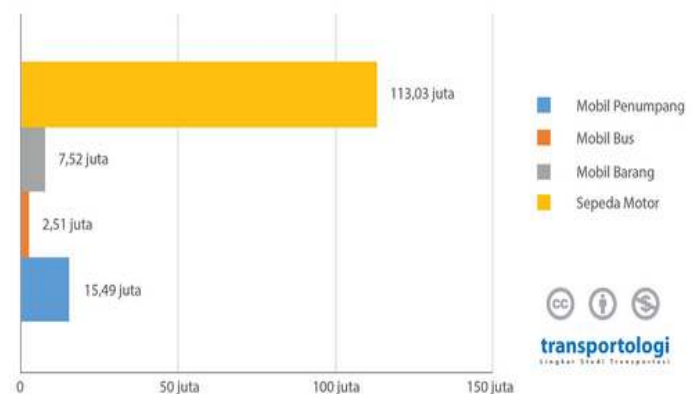
Abstrak — Supaya bisnisnya sukses, perusahaan harus punya strategi yang jitu. Perusahaan yang paham pentingnya strategi dan tahu langkah-langkah yang harus dilakukan pasti lebih unggul dari pesaingnya. Supaya strategi ini berjalan lancar, perusahaan perlu punya program pengembangan yang matang. Tujuannya supaya perusahaan bisa menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas. Penelitian ini ingin tahu apa saja faktor dari dalam dan luar perusahaan yang mempengaruhi keberhasilan strategi pengembangan bisnis di Poda Rent. Selain itu, penelitian ini juga ingin memberikan saran strategi pengembangan bisnis yang paling cocok untuk Poda Rent. Penelitian ini menggunakan dua metode, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Peneliti melakukan wawancara dan menyebarkan kuesioner untuk mengumpulkan data. Setelah menganalisis data, peneliti menyimpulkan bahwa strategi terbaik untuk Poda Rent adalah bergabung dengan perusahaan sejenis, yaitu CV. Nasional. Dengan bergabung, diharapkan produksi Poda Rent bisa meningkat. Keputusan ini diambil karena strategi ini dinilai memiliki nilai daya tarik tertinggi..

Kata Kunci - Analisis SWOT, Matriks IFE, Matriks EFE, QSPM, Strategi Pemasaran Abstrak

I. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang memiliki tingkat penduduk terbesar nomor 4 di dunia (Annur, 2023). Berdasarkan Data Indonesia.id (2023) pada tahun 2023, laporan kependudukan Indonesia mencapai 147,27 orang/km². Hal ini mengalami peningkatan sebesar 1,08% dari tahun sebelumnya. Tingginya kependudukan di

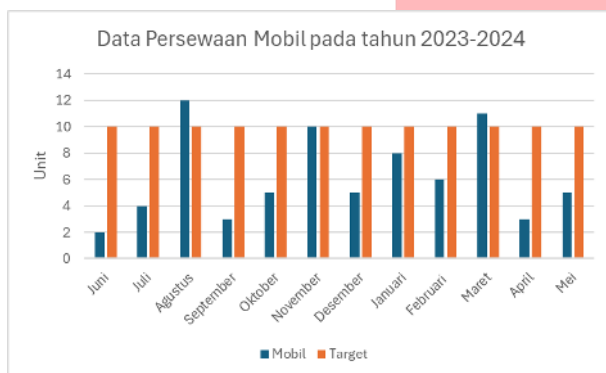
Indonesia tersebut membuat adanya peningkatan penggunaan alat transportasi di Indonesia. Peningkatan penggunaan transportasi tersebut dikarenakan kebutuhan dari masyarakat Indonesia sangatlah tinggi terutama dalam hal transportasi. Transportasi utama yang sering digunakan masyarakat Indonesia adalah sepeda motor dan mobil. Kebutuhan dalam penggunaan transportasi motor dan mobil sangatlah tinggi terutama pada kota-kota besar di Indonesia. Salah satu kota dengan pengguna transportasi sepeda motor dan mobil dengan mobilitas yang tinggi adalah Kabupaten Bandung.



GAMBAR 1
Grafik Perkembangan Kendaraan di Kabupaten Bandung

Grafik di atas merupakan perkembangan Kendaraan di Kabupaten Bandung tahun 2023. Data di atas menunjukkan beberapa perbedaan signifikan kendaraan bermotor dan mobil penumpang. Berdasarkan data tersebut dapat ditinjau bahwa kebutuhan transportasi sepeda motor

sangat tinggi pada Kabupaten Bandung dan dilanjutkan oleh mobil sebagai kebutuhan tertinggi kedua. Banyaknya pengguna transportasi yang dipilih oleh masyarakat tersebut membuat adanya peluang usaha bidang transportasi untuk membantu masyarakat yang membutuhkan kendaraan. Bisnis rental alat transportasi merupakan bisnis yang memberikan pelayanan dalam sewa-menyewa kendaraan. Perkembangan rental mobil dan motor juga mengalami perkembangan dengan menawarkan unit transportasi tersebut sebagai alat bepergian sementara bagi wisatawan. Perkembangan tersebut didorong juga dengan kemudahan yang ditawarkan dalam segi waktu, pilihan unit, serta kapasitas penumpang yang akan menyewa unit transportasi pada rental tersebut.

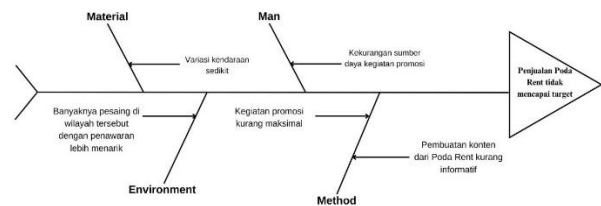


GAMBAR 2
Data Persewaan Mobil 2023-2024

Melalui grafik data persewaan mobil pada Poda Rent unit yang tersewa mengalami fluktuatif. Berdasarkan wawancara dengan pemilik dari Poda Rent, didapatkan bahwa Poda Rent memiliki 7 mobil yang tersedia dengan keadaan baik. Setiap bulannya, target penjualan Poda Rent sebanyak 10 unit beroperasi. Dengan keadaan unit yang ada pada Poda Rent tersebut serta meninjau data penjualan, banyak unit kendaraan yang tidak dapat beroperasi dikarenakan tidak terdapat pelanggan yang memesan unit kendaraan. Penyebab dari permasalahan tersebut adalah karena promosi yang dilakukan pihak Poda Rent masih belum maksimal. Promosi yang dilakukan oleh pihak Poda Rent belum menjelaskan lebih rinci mengenai *brand* Poda Rent. Selain itu, konten dari Poda Rent sendiri juga tidak informatif mengenai produk yang ditawarkan. Kurangnya sumber daya yang bertanggung jawab atas kegiatan promosi juga menjadi hambatan bagi Poda Rent dalam menjalankan bisnisnya.

Saat ini, persaingan rental mobil di daerah Bojongsong juga makin meningkat. Bisnis persewaan mobil berlomba-lomba untuk menawarkan produk mereka dengan promosi yang menarik untuk menarik pelanggan. Poda Rent saat ini juga hanya memiliki beberapa variasi kendaraan, sehingga tidak terdapat banyak pilihan. Keadaan tersebut membuat

Poda Rent tidak dapat melakukan penjualan sesuai dengan target.



GAMBAR 3
Fishbone

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh Poda Rent tersebut dan faktor-faktor yang menjadi variable penyebab permasalahan Poda Rent, perlu adanya analisis mendalam untuk melakukan identifikasi mengenai strategi pemasaran yang lebih tepat agar dapat meningkatkan daya saing dan mencapai target penjualan yang telah ditetapkan Poda Rent.

II. KAJIAN TEORI

A. Manajemen Strategi

Manajemen strategi sangatlah berpengaruh terhadap kesuksesan perusahaan, jika manajemen strateginya efektif maka perusahaan pun akan mencapai tujuan yang diinginkan. Manajemen strategi berkaitan dengan orientasi jangka panjang, dari orientasi ini akan menyangkut pada pemberdayaan sumberdaya yang efektif sehingga perusahaan akan bergerak dan mengambil keputusan dengan lebih efisien.

B. Matriks IE

Berdasarkan kajian Rangkuti (2015), matriks IE mengukur kekuatan internal perusahaan dan pengaruh lingkungan eksternal. Sementara itu, David (2016) menekankan bahwa matriks IE dapat digunakan untuk memetakan posisi strategis setiap divisi dalam organisasi.

C. Matriks SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu metode sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Tujuan utama dari analisis SWOT adalah untuk merumuskan strategi yang efektif dan efisien dalam mencapai tujuan perusahaan. Dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman, perusahaan dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis.

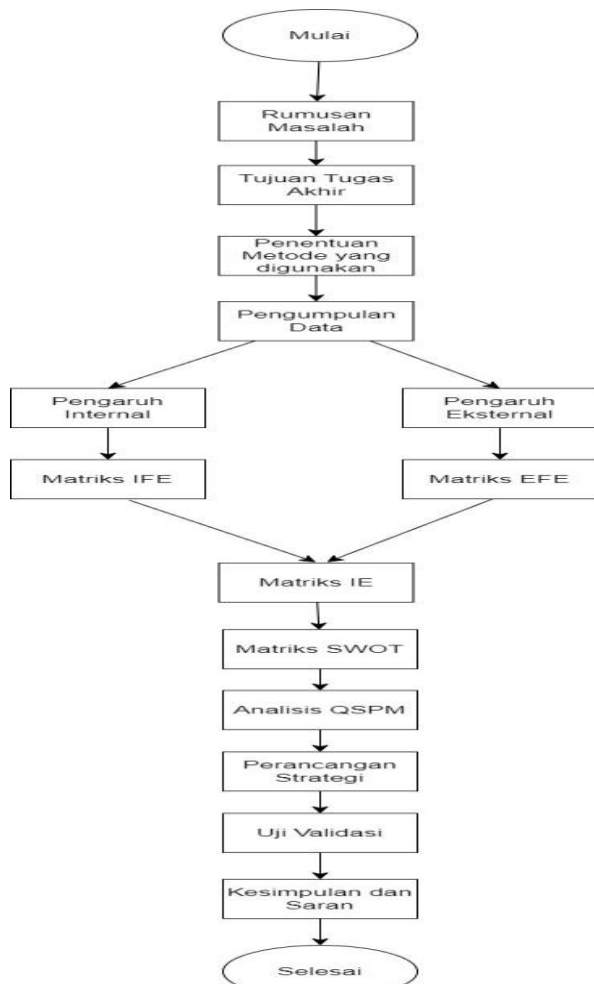
D. Analisis QSPM

QSPM merupakan matriks kuantitatif yang digunakan untuk menentukan prioritas dari berbagai alternatif strategi. Alat ini memungkinkan kita untuk melakukan

evaluasi secara sistematis terhadap daya tarik relatif dari setiap alternatif strategi, dengan mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal yang relevan..

III. METODE

Pada sistematika perancangan, terdapat beberapa tahap yang dilakukan dalam melakukan tugas akhir ini, berikut merupakan bentuk sistematika perancangan yang dilakukan pada tugas akhir ini



GAMBAR 4
Sistematika Perancangan

A. Pengumpulan Data Internal Dan Eksternal

Penelitian ini menggunakan dua metode pengumpulan data, yaitu :

1. Wawancara

Wawancara merupakan perbincangan bebas dengan narasumber terkait untuk mencari tahu lebih banyak tentang masalah yang dihadapi Poda Rent. Tidak seperti wawancara yang sudah terstruktur, wawancara ini memungkinkan narasumber untuk mengungkapkan pendapat dan ide-idenya secara lebih luas. Tujuannya

adalah untuk mendapatkan informasi yang mendalam mengenai kondisi internal dan eksternal perusahaan, sehingga peneliti dapat memahami situasi Poda Rent secara lebih komprehensif.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sarana pengumpulan data sekunder yang melibatkan penggalian informasi relevan dari berbagai sumber pustaka, seperti literatur, jurnal ilmiah, dan artikel, guna mendukung kajian penelitian.

B. Tahap Analisis dan Pengolahan Data

Tujuan penelitian ini yaitu untuk merumuskan strategi pengembangan yang optimal untuk perusahaan Poda Rent. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan kombinasi metode IFE, EFE, SWOT, IE, dan QSPM. Metode-metode ini secara berurutan digunakan untuk menganalisis situasi perusahaan, merumuskan alternatif strategi, dan memilih strategi terbaik.

1. Analisis Perhitungan Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*)

Melalui perhitungan matriks, kita dapat mengukur seberapa besar pengaruh faktor-faktor internal seperti kekuatan dan kelemahan serta faktor-faktor eksternal seperti peluang dan ancaman terhadap kinerja Poda Rent. Hasil analisis ini akan menjadi input penting dalam proses pengambilan keputusan strategis.:

a. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Matriks IFE berfungsi untuk menganalisis lingkungan internal perusahaan Poda Rent dengan mengidentifikasi faktor-faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Setiap faktor diberikan bobot dan peringkat untuk mengukur tingkat signifikansi pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan.

b. Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)

Matriks EFE berfungsi untuk menganalisis lingkungan eksternal perusahaan Poda Rent dengan mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi. Variabel-variabel peluang dan ancaman tersebut kemudian diukur dengan menggunakan kuesioner yang telah dirancang secara khusus.

c. Analisis Matriks IE (*Internal-External*)

Matriks IE merupakan alat analisis yang digunakan untuk menentukan posisi strategis suatu perusahaan. Berdasarkan pendapat Ranguti (2015), matriks IE mempertimbangkan dua faktor utama, yaitu kekuatan internal dan pengaruh eksternal. Tujuannya adalah untuk merumuskan strategi yang tepat bagi Perusahaan.

2. Analisis SWOT

a. Langkah-langkah analisis SWOT adalah sebagai berikut :

b. Dalam analisis lingkungan internal (IFE) dan eksternal (EFE), setiap faktor yang mempengaruhi perusahaan diberikan bobot atau nilai penting. Bobot ini

menunjukkan seberapa besar pengaruh faktor tersebut terhadap keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Dengan memberikan bobot, kita dapat mengukur tingkat kepentingan setiap faktor sehingga dapat menentukan strategi yang paling tepat.

- c. Setelah bobot untuk setiap variabel ditentukan, langkah selanjutnya adalah memberikan nilai (rating) antara 1 sampai 4 untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan. Nilai 1 menunjukkan pengaruh yang sangat rendah, sedangkan nilai 4 menunjukkan pengaruh yang sangat tinggi. Hasil perkalian antara bobot dan nilai rating ini akan menghasilkan nilai tertimbang yang kemudian dimasukkan ke dalam Matriks IFE dan EFE.

d. Penentuan Matriks IE

Matriks IE adalah alat yang digunakan untuk menganalisis posisi strategis suatu perusahaan. Matriks ini dibuat dengan menempatkan nilai total dari Matriks IFE (yang menunjukkan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan) pada sumbu X dan nilai total dari Matriks EFE (yang menunjukkan peluang dan ancaman eksternal) pada sumbu Y. Setiap perusahaan akan diplot pada titik tertentu dalam matriks ini berdasarkan nilai total yang didapat.

- e. Matriks SWOT adalah sebuah kerangka kerja yang digunakan untuk menganalisis situasi internal dan eksternal suatu perusahaan. Dengan membandingkan kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang dihadapi, perusahaan dapat merumuskan empat jenis strategi utama yaitu So, Wo, St, dan Wt.

3. Analisis QSPM

QSPM adalah suatu teknik evaluasi kuantitatif yang digunakan untuk menentukan prioritas dari berbagai alternatif strategi yang telah diidentifikasi melalui analisis SWOT. Metode ini memungkinkan kita untuk melakukan penilaian secara sistematis terhadap daya tarik relatif dari setiap alternatif strategi, dengan mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal yang relevan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi Poda Rent, kami melakukan riset dengan cara menyebarkan kuesioner dan mewawancarai karyawan serta pelanggan. Tujuannya adalah untuk mendapatkan data yang komprehensif yang dapat digunakan sebagai dasar dalam merancang strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan jasa.

B. Proses Perancangan

Tahapan perancangan strategi dimulai dengan mengidentifikasi faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman) yang relevan dengan bisnis Poda Rent. Faktor-faktor ini kemudian akan dianalisis menggunakan matriks IFE, EFE,

IE, dan SWOT untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang posisi kompetitif perusahaan. Tahap akhir adalah mengevaluasi berbagai alternatif strategi menggunakan matriks QSPM untuk menentukan prioritas dan memilih strategi yang paling sesuai.

Dalam penelitian ini, saya melakukan riset pasar dengan cara mensurvei 30 pelanggan Poda Rent. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan data yang komprehensif tentang preferensi, kebutuhan, dan harapan pelanggan. Data ini akan dianalisis untuk menghasilkan informasi yang berguna dalam mengevaluasi dan meningkatkan strategi pemasaran Poda Rent agar lebih efektif dalam menghadapi persaingan.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{30}{1 + 30(0,05)^2}$$

$$n = 27,90 \text{ digenapkan menjadi } 28 \text{ responden}$$

Cronbach's Alpha	N of Items
.729	28

Analisis reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha menghasilkan nilai sebesar 0,729 atau 72,9%. Nilai ini menunjukkan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Berdasarkan pedoman Nunnally, nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60 dianggap dapat diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

Berikut Faktor Internal dan Eksternal pada Poda Rent

1. Faktor Kekuatan
 - a. Kualitas mobil yang disewakan
 - b. Poda Rent memiliki tempat strategis
 - c. Poda Rent memiliki harga terjangkau
 - d. Kualitas pelayanan karyawan Poda Rent
 - e. Harga sewa di Poda Rent dapat bersaing
2. Faktor Kelemahan
 - a. Poda Rent melakukan promosi melalui Whatsapp
 - b. Poda Rent melakukan promosi melalui sosial media
 - c. Promo harga di Poda Rent pada seasonal
 - d. Jenis mobil di Poda Rent beragam

- e. Poda Rent memiliki konten promosi yang menarik
3. Faktor Peluang
- Dukungan dari pemerintahan dalam membantu UMKM
 - Perubahan gaya hidup masyarakat saat ini
 - Kemajuan teknologi yang berkembang saat ini
 - Terletak di kawasan mobilitas tinggi
 - Pangsa pasar cukup tinggi
4. Faktor Ancaman
- Krisis ekonomi global
 - Kenaikan harga BBM
 - Kenaikan tarif Pajak Kendaraan Bermotor
 - Upaya promosi dengan penawaran harga yang menarik
 - Persaingan harga yang intensif dengan para pesaing

Berikut merupakan perhitungan bobot, rating, dan skor

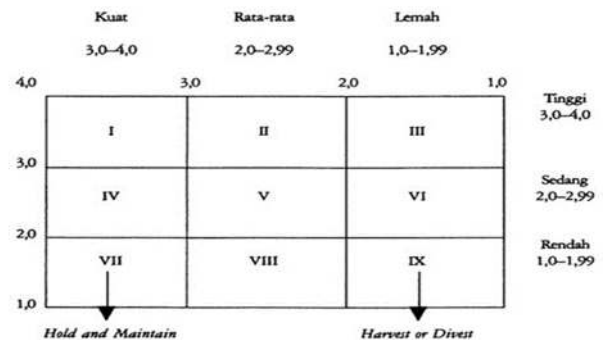
TABEL 1
Perhitungan Matriks IFAS

FAKTOR INTERNAL		BOBOT	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan				
S1	Kualitas mobil yang disewakan 88%	0,083	4,000	0,333
S2	Poda Rent memiliki tempat strategis 86%	0,100	3,500	0,350
S3	Poda Rent memiliki harga terjangkau 83%	0,108	3,500	0,379
S4	Kualitas pelayanan karyawan Poda Rent 80%	0,108	3,500	0,379
S5	Harga sewa di Poda Rent dapat bersaing 79%	0,108	4,000	0,433
Kelemahan				
W1	Poda Rent melakukan promosi melalui Whatsapp 74%	0,100	3,500	0,350
W2	Poda Rent melakukan promosi melalui sosial media 73%	0,093	3,250	0,302
W3	Promo harga di Poda Rent pada <i>seasonal</i> 71%	0,086	3,000	0,257
W4	Jenis mobil di Poda Rent beragam 69%	0,100	3,500	0,350
W5	Poda Rent memiliki konten promosi yang menarik 68%	0,093	3,250	0,302
Total		0,886905	35,000	2,857

TABEL 2
Perhitungan Matriks EFAS

FAKTOR EKSTERNAL	BOBOT	Rating	Bobot X Rating
------------------	-------	--------	----------------

Peluang				
O1	Adanya dukungan pemerintah dalam membantu UMKM	0,083	2,500	0,208
O2	Perubahan gaya masyarakat saat ini	0,100	3,000	0,300
O3	Kemajuan teknologi yang berkembang saat ini	0,108	3,250	0,352
O4	Terletak di kawasan mobilitas tinggi	0,108	3,250	0,352
O5	Pangsa pasar cukup tinggi	0,108	3,250	0,352
Ancaman				
T1	Krisis ekonomi global	0,100	3,000	0,300
T2	Kenaikan harga BBM	0,083	2,500	0,208
T3	Kenaikan tarif Pajak Kendaraan Bermotor	0,108	3,250	0,352
T4	Kegiatan promosi dan penawaran diskon yang menarik.	0,092	2,750	0,252
T5	Persaingan harga yang kompetitif dengan kompetitor.	0,108	3,250	0,352
Total		0,891667	30,000	3,333



GAMBAR 5
Matriks IE Poda Rent

Posisi Poda Rent pada kuadran IV dalam matriks IE mengindikasikan adanya peluang besar untuk ekspansi. Strategi intensif yang berfokus pada pasar yang sudah ada dan pengembangan produk baru dianggap lebih efektif dalam memanfaatkan peluang tersebut. Strategi integratif, meskipun menarik, dapat mengalihkan fokus perusahaan dari inti bisnis dan memerlukan sumber daya yang signifikan, sehingga kurang sesuai dengan kondisi Poda Rent saat ini.

C. Hasil Rancangan

TABEL 3
Quantitavi Strategy Planning Matrix

ALTERNATIF STRATEGI	TAS	Rating
Rutin melakukan promosi di Whatsapp dan Sosial Media agar konsumen mengetahui promo yang sedang ada	3,526	1

Membuat harga paket saat sedang <i>high season</i>	3,303	4
Memperbarui jenis mobil dengan kualitas yang baik dan biaya operasional rendah	3,392	2
Membuat iklan di sosial media agar meningkatkan <i>brand awareness</i>	3,333	3
Mengikuti pendaftaran bantuan UMKM yang dibuat pada program Pemerintah	3,096	5

V. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil pada penelitian ini yaitu menjawab pada rumusan masalah yang terdapat pada bab satu yang mana terdiri dari, kondisi internal dan eksternal Perusahaan Poda Rent, alternatif strategi yang berperan dalam membantu pengembangan usaha Poda Rent dan strategi prioritas yang dapat diterapkan pada usaha Poda Rent. Berikut merupakan kesimpulan dari hasil penelitian ini:

1. Secara internal keadaan Poda Rent telah melakukan beberapa peluang yang ada seperti tingginya kebutuhan masyarakat khususnya Kota Bandung dalam mobilisasi menggunakan kendaraan namun tingginya biaya perawatan dan kendaraan membuat tidak semua masyarakat mampu membeli kendaraan. Secara internal peluang ini dimanfaatkan Poda Rent untuk membangun usaha pada jasa sewa kendaraan. Maka dapat dikatakan secara internal Poda Rent memiliki strategi yang efektif untuk memanfaatkan peluang dan meminimalkan ancaman eksternal.
2. Berdasarkan hasil Analisa yang terjadi maka beberapa strategi alternatif yang dapat dilakukan dan dikembangkan oleh Poda Rent adalah berikut:
 - a. Rutin melakukan promosi di Whatsapp dan Sosial Media agar konsumen mengetahui promo yang sedang ada

- b. Memperbarui jenis mobil dengan kualitas yang baik dan biaya operasional rendah
- c. Membuat iklan di sosial media agar meningkatkan *brand awareness*
- d. Membuat harga paket saat sedang *high season*
3. Salah satu strategi yang menjadi prioritas dan dapat diterima oleh keadaan Poda Rent adalah strategi pertama yaitu “Rutin melakukan promosi di Whatsapp dan Sosial Media seperti Instagram dan Tiktok agar konsumen mengetahui promo yang sedang ada”.

REFERENSI

- [1] Afrianto, A., Malik, D., & Hasiholan, L. B. (2018). Strategy Business Development of Companies through SWOT Analysis (Study At PT Sido Muncul, Tbk Semarang District). Journal of Management. www.onlinedoctranslator.com
- [2] David, F.R., & David, F.R. (2016), Manajemen Strategik – Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing, Edisi 15, Jakarta, Salemba Empat
- [3] Evelyn, E. (2018). Analisis Manajemen Strategi Bersaing dengan Matriks IE, Matriks SWOT dan Matriks QSPM pada PT. XYZ. Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan. journal.untar.ac.id
- [4] Fuad, Chirstine, Nurlela, Sugiarto, & Paulus. (2006). Pengantar Bisnis. PT. Gramedia Pustaka Utama 200.
- [5] Galavan, R. (2014). “Doing Business Strategy”. Ireland: NuBooks
- [6] Hatta, I. H., Riskarini, D., & Ichwani, T. (2018). SME Business Development Strategy: SWOT and EFE-EFI Analysis Indexed in Google Scholar. Jurnal Aplikasi Manajemen, 16(3), 537–543. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2018.016.03.19>
- [7] Shojaie, M., Hamidian, M., & Basiji, A. (2014). Strategy Planning Using SWOT Analysis and QSPM Model A Case Study of Baridsoft Company (One of the top and leader companies of Iranian software industry).