



PEMETAAN KONDISI INTERNAL DAN EKSTERNAL UMKM TRANSPORTASI DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DI SUMATERA UTARA

ARDIAN HIRAMAN AROTAMA ZEBUA¹, IRWAN BUDIMANI

Program Studi Teknik Industri ¹, Universitas Prima Indonesia²

ardianhormatan01@gmail.com , irwanb01@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini memfokuskan pada perusahaan jasa yang sedang mengalami penurunan jumlah penumpang pada wilayah Medan, Bandara Kualanamu Internasional, Siantar, Parapat, Sibolga, dan daerah Singkil. UMKM juga mengalami permasalahan yang diakibatkan beberapa factor yaitu: kekurangan armada, cara memasarkan kepada konsumen kurang, dan keterlambatan penjemputan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui posisi perusahaan dalam Matriks IFAS dan EFAS serta program kerja prioritas. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa perhitungan Matriks IFAS dan EFAS diperoleh hasil IFAS lebih tinggi daripada EFAS dan skor tertinggi terdapat pada Strengths sebesar 2,0667.

Kata kunci : *Strategi, SWOT Analysis, Balanced Scorecard, QSPM*

1. PENDAHULUAN

Strategi dalam sebuah perusahaan adalah suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat keuangan, sehinggadapatdiketahui mengenai baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu. Manajemen strategis merupakan proses penetapan misi, visi, dan tujuan organisasi, serta pengembangan kebijakan dan program pelaksanaan untuk mencapainya (Assauri, 2016).

Penelitian mengenai pengembangan strategi pernah dilakukan oleh William F. Glueckdan Lawrence R Jauch, (2015). Strategi dikembangkan dengan menggunakan Metode SWOT. Tujuan yang diharapkan dari strategi tersebut adalah untuk merumuskan suatu strategi perusahaan, seorang manajer harus mengetahui kemampuan, keterbatasan dalam memilih strategi perusahaan. Strategi yang diusulkan yaitu untuk memilih strategi tersebut yang andal, yang disesuaikan dengan peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan perusahaan.

Adapun penelitian lain tentang pengembangan strategi pernah dilakukan oleh Thomas L. Wheelendan David Hunger (2017). Pengembangan strategi dilakukan dengan Metode Balanced Scorecard. Strategi yang diperoleh yaitu perumusan, pelaksanaan, evaluasi.

Sebelum melakukan pengembangan strategi perusahaan secara tepat, maka perlu diketahui peta kondisi internal dan eksternal perusahaan sehingga strategi yang disusun akan tepat menggambarkan kondisi yang dibutuhkan perusahaan.

SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis.

Balanced Scorecard adalah suatu metode untuk pengukuran dan penilaian kinerja suatu perusahaan dengan mengukur empat perpektifyaitu: Keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, pembelajaran dan pertumbuhan.

UMKM sedang mengalami penurunan jumlah penumpang pada wilayah Medan, Bandara Kualanamu Internasional, Siantar, Parapat, Sibolga, dan daerah Singkil. Akibat munculnya pesaing-pesaing baru yang mengakibatkan jumlah konsumen bisa memilih layanan jasa transportasi lainnya.

UMKM yang ditimbulkan berdasarkan beberapa factor yaitu: kekurangan armada, cara memasarkan kepada konsumen kurang, dan keterlambatan penjemputan konsumen yang disebabkan oleh lalulintas padat pemungkiman yang semakin luas. UMKM tetap berusaha memberikan pelayanan yang terbai kselama 24 jam.

Dalam penelitian ini digabungkan metode SWOT dengan Balanced Scorecard untuk memperoleh hasil yang baik. Peta kondisi Internal dan eksternal akan menggunakan matriks IFAS-EFAS.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di salah satu UMKM Transportasi di Provinsi Sumatera Utara. Pada penelitian ini, digunakan sampel sebanyak 3 orang dari total 7 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah metode purposive sampling. Sampel dipilih berdasarkan respon dari tim manajemen UMKM.

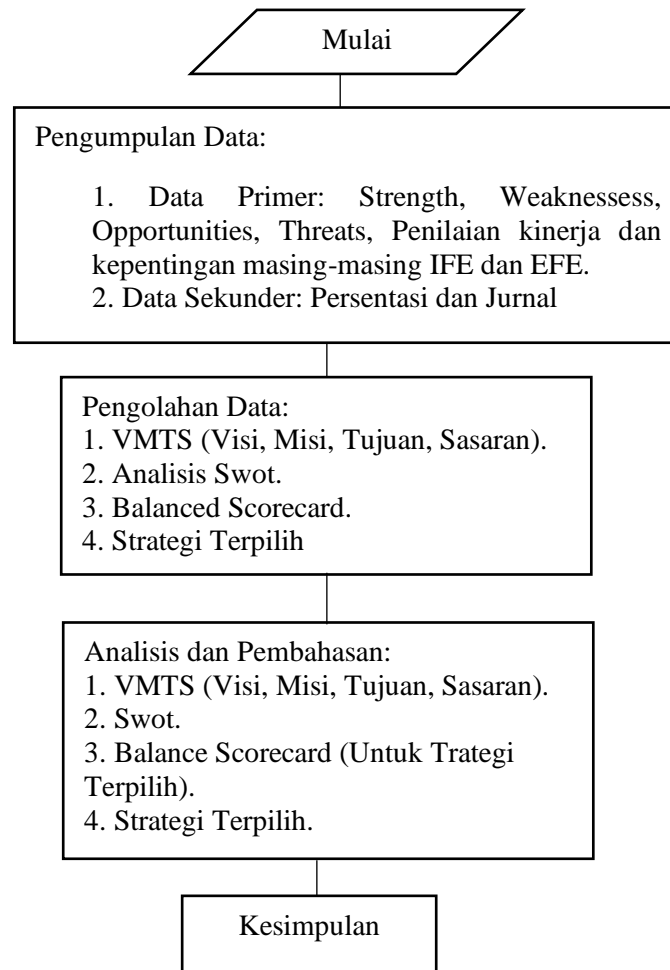
Adapun kerangka konseptual yang digunakan adalah dengan menganalisis kondisi perusahaan dengan menggunakan metode SWOT yang meliputi: kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis. Setelah memperoleh informasi tentang kondisi perusahaan kemudian memberikan pembobotan atas strategi-strategi yang dikembangkan dalam mengetahui peta kondisi internal dan juga eksternal perusahaan, kemudian peneliti menyebarkan kuisioner terhadap sampel yang menjadi objek dalam penelitian ini dengan tujuan untuk memperoleh data tentang penilaian bobot dan tingkat kepentingan dari kuisioner yang di sebar, setelah memperoleh hasil dari strategi-strategi yang dikembangkan kemudian melakukan perhitungan matriks IFAS dan EFAS, perhitungan ini dilakukan untuk memperoleh hasil peta kondisi internal dan juga peta kondisi eksternal dari perusahaan.

Hasil perhitungan dari matriks IFAS dan EFAS dalam penelitian ini yang merupakan kondisi aktual dari perusahaan. Hasil ini kemudian menjadi suatu landasan bagi peneliti dalam membuat suatu permodelan matriks IFAS dan EFAS dengan fungsi untuk merepresentasi realita perusahaan dan menjadi

suatu strategi baru dalam mengembangkan perusahaan kearah yang lebih baik serta mendukung visi dan misi perusahaan.

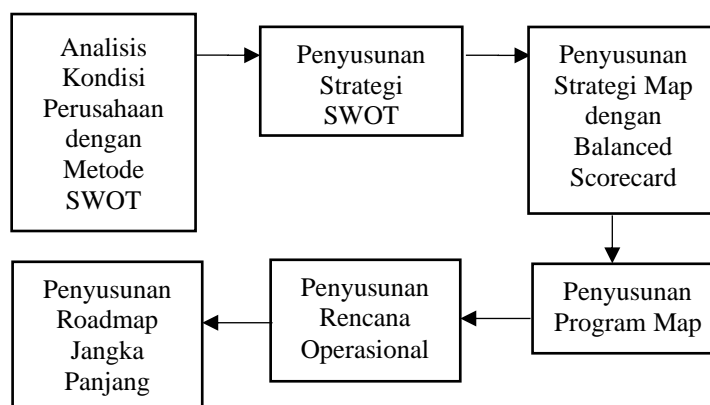
2.1. Flowchart Penelitian

Flowchart penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.1.



2.2. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dapat dilihat pada Gambar 2.2:



Gambar 2.2. Kerangka Konseptual

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan metode SWOT yaitu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis. Penelitian ini juga menggunakan metode Balanced Scorecard suatu metode untuk pengukuran dan penilaian kinerja suatu perusahaan dengan mengukur empat perspektif yaitu: Keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, pembelajaran dan pertumbuhan. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa perhitungan Matriks IFAS dan EFAS diperoleh hasil IFAS lebih tinggi daripada EFAS dan skor tertinggi terdapat pada Strengths sebesar 2,0667.

Penelitian mengenai pengembangan strategi pernah dilakukan oleh William F. Glueck dan Lawrence R Jauch, (2015). Strategi dikembangkan dengan menggunakan Metode SWOT. Tujuan yang diharapkan dari strategi tersebut adalah untuk merumuskan suatu strategi perusahaan, seorang manajer harus mengetahui kemampuan, keterbatasan dalam memilih strategi perusahaan. Strategi yang diusulkan yaitu untuk memilih strategi tersebut yang andal, yang disesuaikan dengan peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan perusahaan

3.1. Strategi Analisis SWOT

Strategi analisis SWOT dapat dilihat pada Gambar 3.1.

			Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
Eksternal	Opportunity (Peluang)	O1. Dapat merambat ke sektor bisnis lainnya. O2. Membuka lapangan pekerjaan. O3. Memiliki destinasi wisata yang ada di Sumatera Utara. O4. Pangsa pasar masih besar. O5. Kebutuhan transportasi semakin tinggi.	S1. Memiliki fasilitas free Wi-fi dan full AC dalam melakukan perjalanan. S2. Memiliki driver yang bisa pemandu objek wisata yang berpengalaman. S3. Memiliki tarif yang ditawarkan kompetitif. S4. Akses pasar terbuka lebar. S5. Memiliki jaringan yang luas.	W1. Perusahaan tidak memiliki website. W2. Kendaraan masih minim. W3. Belum ada standar perawatan yang baik. W4. Supir ugal-ugalan
	Threats (Ancaman)	T1. Tingginya persaingan bisnis transportasinya. T2. Masuknya teknologi baru. T3. Lonjakan penumpang yang menurunkan quantity perusahaan. T4. Adanya kecurangan dari bisnis transportasi lainnya. T5. Kurangnya kesadaran masyarakat akan keselamatan.	ST1. Mengembangkan pelayanan. ST2. Menawarkan promosi.	WT1. Meningkatkan Pelayanan Online. WT2. Pengembangan Sumber Daya Manusia.

Gambar 3.1. Strategi Analisis SWOT

3.2. Penyusunan strategi SWOT

Penyusunan strategi SWOT dilakukan dengan menggunakan analisis IVAS (Internal Factor Analisis System) dan analisis EFAS (Eksternal Factor Analisis System). Adapun contoh perhitungan matriks IFAS dan EFAS sebagai berikut.

Tabel 3.2.1. Rekapitulasi IFAS dan EFAS

	Pertanyaan	Nilai	Kepentingan	Bobot	Score
S T R E N G T H	S1. Memiliki fasilitas free Wi-fi dan full AC dalam melakukan perjalanan.	4	4	0,1333	0,5333
	S2. Memiliki driver yang bisa pemandu objek wisata yang berpengalaman.	3	2	0,0667	0,2000
	S3. Memiliki tarif yang ditawarkan kompetitif.	4	4	0,1333	0,5333
	S4. Akses pasar terbuka lebar.	3	4	0,1333	0,4000
	S5. Memiliki jaringan yang luas.	3	4	0,1333	0,4000
				0,6000	2,0667
W E A K N E S S	W1. Perusahaan tidak memiliki website.	2	1	0,0333	0,0667
	W2. Kendaraan masih minim.	3	4	0,1333	0,4000
	W3. Belum ada standar perawatan yang baik.	3	3	0,1000	0,3000
	W4. Supir ugal-ugalan	2	4	0,1333	0,2667
SKOR PEMBAHASAN				0,4000	1,0333
TOTAL SKOR IFE				3,1000	

Dengan menggunakan cara yang sama, seperti Strengths, perhitungan untuk Opportunities dan Threats direkapitulasi pada Tabel 2

Tabel 3.2.2. Rekapitulasi matriks IFAS dan EFAS

	Pertanyaan	Nilai	Kepentingan	Bobot	Score
O P P O R T U I T Y	O1. Dapat merambat ke sektor bisnis lainnya.	3	4	0,1026	0,3077
	O2. Membuka lapangan pekerjaan.	3	4	0,1026	0,3077
	O3. Memiliki destinasi wisata yang ada di Sumatera Utara.	4	4	0,1026	0,4103
	O4. Pangsa pasar masih besar.	2	4	0,1026	0,2051
	O5. Kebutuhan transportasi semakin tinggi.	3	4	0,1026	0,3077
				0,5128	1,5385
T H R E A T S	T1. Tingginya persaingan bisnis transportasinya.	3	4	0,1026	0,3077
	T2. Masuknya teknologi baru.	3	4	0,1026	0,3077
	T3. Lonjakan penumpang yang menurunkan quantity perusahaan.	2	4	0,1026	0,2051
	T4. Adanya kecurangan dari bisnis transportasi lainnya.	3	3	0,0769	0,2308
	T5. Kurangnya kesadaran masyarakat akan keselamatan.	3	4	0,1026	0,3077
HASIL PEMBAHASAN				0,4872	1,3590
TOTAL SKOR EFE				2,8974	

3.3. VMETS (Visi, Misi, Tujuan, dan Sasaran)

UMKM (perusahaan) merupakan suatu organisasi atau suatu sistem yang terdiri dari berbagai unut-unit yang saling bekerja sama dalam mencapai tujuan organisasi. Organisasi tentunya memiliki suatu peraturan yang di jalan kan bersama untuk mencapai suatu tujuan yang telah di tetapkan perusahaan, suatu perusahaan tidak terlepas dari suatu visi dan juga misi yang telah di tetapkan.

UMKM yang bergerak di bidang jasa transportasi yang menjadi objek penelitian ini memiliki visi dan misi organisasi meliputi:

Visi

Menjadi perusahaan jasa transportasi yang terbaik, dan terpercaya di Sumatera Utara pada tahun 2025.

Misi

Misi dapat dilihat di bawah ini:

1. Menjadi perusahaan layanan transportasi yang berkualitas untuk masyarakat.
2. Menjadi perusahaan yang lebih mengutamakan kenyamanan dan keamanan dalam melakukan suatu perjalanan.
3. Meningkatkan pelayanan untuk customer.

Tujuan

Tujuan dapat dilihat di bawah ini:

1. Mengembangkan sumber daya manusia.
2. Lebih meningkatkan kualitas pelayanan transportasi.
3. Meningkatkan kenyamanan customer.
4. Meningkatkan keamanan customer.

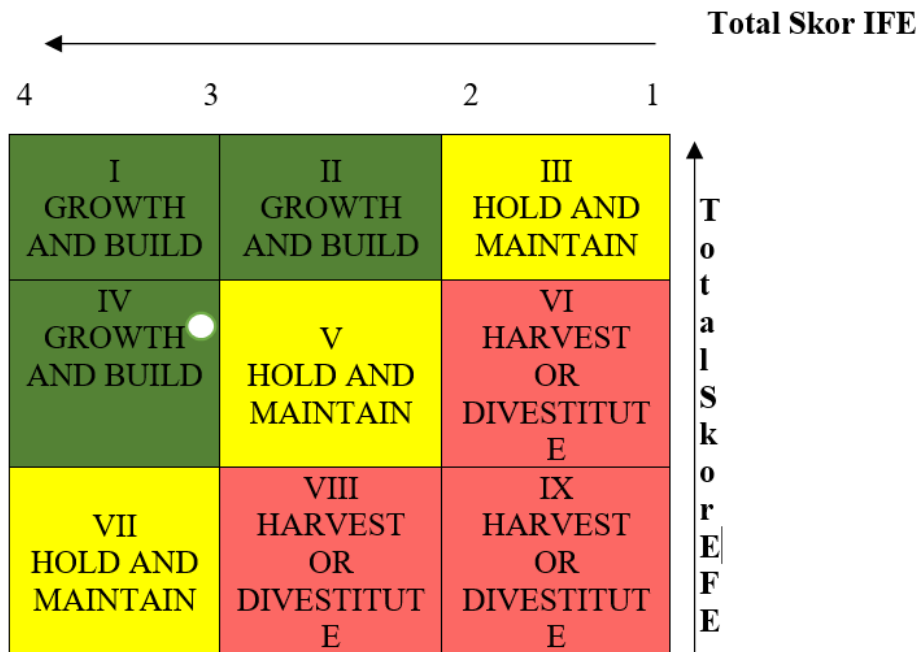
Sasaran

Target ukuran yang akan dicapai setelah 5 tahun

1. Menjadi perusahaan layanan 24 jam.
2. Lebih mengutamakan keselamatan para customer.
3. Meningkatkan ketersediaan sarana transportasi.
4. Melayani customer dengan sepenuh hati.

3.4. Pemetaan Posisi Perusahaan pada Matriks IFAS-EFAS

Pemetaan Posisi Perusahaan pada Matriks IFAS-EFAS pada Gambar 3.4.



Gambar 3.4. Pemetaan Posisi Perusahaan pada Matriks IFAS_EFAS

4. KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian tersebut adalah bahwa berdasarkan Matriks IFAS-EFAS, perusahaan berada pada kuadran I dan kuadran II (perusahaan memiliki kekuatan internal yang positif dan memiliki ancaman eksternal yang positif) yang artinya perusahaan harus mampu mempertahankan dan meningkatkan kekuatan internal yang dimiliki perusahaan dan mengurangi ancaman external yang sedang dialami perusahaan untuk pencapaian tujuan perusahaan yang semakin membaik.

4.1. Strategi perusahaan dalam mengatasi permasalahan

Strategi perusahaan dalam meningkatkan perusahaan sebagai berikut:

1. Membagi-bagikan brosur dengan memanfaatkan media sosial.
2. Memasukkan brosur kedalam situs google yang dapat dilihat oleh banyak orang.
3. Membagikan brosur secara langsung. Mengumpulkan data yang menjadi keluhan pelanggan
4. Mengidentifikasi data yang di butuhkan untuk menemukan pelanggan yang ingin menggunakan UMKM jasa transportasi di perusahaan.
5. Melakukan pelatihan dalam meningkatkan kualitas para pekerja untuk mendapatkan laba perusahaan.
6. Mengembangkan sumber daya manusia melalui pendidikan dapat dilakukan dengan meningkatkan kemampuan kerja, dalam arti pengembangan yang bersifat formal dan berkaitan pada karir mereka.

5. REFERENSI

Amirullah. Pengantar Manajemen/ Amirullah -Jakarta: MitraWancana Media, 2015, 1 jil.,17x 24 cm, 264 hal.

- Abdurrahman, Herdiana, Nana. Maret 2015. Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung: PustakaSetia.
- Assauri, Sofjan. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers, 2015
- Gaspersz. Vincent. September 2000, Manajemen Produktivitas Total, Strategi Peningkatan Produktivitas Bisnis Global : Jakarta
- Gultom, D. K. (2017). Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap citra destinasi dan kepuasan wisatawan serta implikasinya terhadap loyalitas wisatawan.
- Jauch, Lawrence R. (2015). Jakarta: Erlangga. Strategi Management and business policy.
- Jurnal Riset Sains Manajemen, 1(2), 139-150 Retrieved <http://ejurnal.id/index.php/jsm/article/view/103>
- Tahaka. C. Y. (2013). Penerapan Balanced Scorecard Sebagai Alat Ukur Kinerja pada PT. Bank Sulut. Skripsi. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Prawita. B. D. (2017). Strategi Bisnis Pada Success Mobil Melalui Pendekatan Analisis Swot. Skripsi. Universitas Kristen Petra.
- Fatahillah. Fuad. (2017). Perencanaan Strategi Perusahaan Dengan Balance Scorecard pada PT. XYZ. Skripsi. Universitas Mercu Buana. Jakarta.
- Wheelen, Thomas L. Hunger, David. Pearson Education Limited, 2017. Strategic Management and Bussiness Policy: Globalization, Innovation and Sustainability, Global Edition.