

ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING PADA JASA TRANSPORTASI ONLINE AO RIDER KUPANG

Rudiyanto Sait Sanadji¹, Jacob Abolladaka²

¹Jurusan Pendidikan Ekonomi, FKIP Undana

²Dosen Pendidikan Ekonomi, FKIP Undana

Corresponding Author: ²jacobabolladaka@staf.undana.ac.id

Article History

Received: 05-09-2022

Revised: 14-09-2022

Accepted: 14-10-2022

Kata Kunci:

Kekuatan, Kelemahan,
Peluang, Ancaman

ABSTRAK:

Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Pada Jasa Transportasi Online Ao Rider Kupang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana Analisis SWOT Sebagai Suatu Alternatif Strategi Perusahaan Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Jasa Transportasi Online Ao Rider Kupang.

Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Sumber informasi penelitian ini adalah Manajer Ao Rider Kupang, karyawan serta driver.

Hasil penelitian Faktor internal PT. Ao Rider Kupang terdiri dari Kekuatan, meliputi: Hubungan yang baik dengan mitra kerja, pengantar barang, layanan shopping dan go-food, Driver mendapatkan santunan kesehatan dan kecelakaan, tidak terikat dengan kontrak kerja seperti pada perusahaan pada umumnya, Kemudahan pemesanan, Harga jasa terjangkau. Kelemahan, meliputi: Belum memiliki gedung kantor, Aplikasi hanya tersedia di Play Store, belum bisa melakukan pembayaran secara online. Faktor Eksternal PT. Ao Rider Kupang yang meliputi Peluang: Memiliki pasar yang potensial, Resmi beroperasi di beberapa Kabupaten di NTT dan kota besar Indonesia, bermitra berpengalaman dan terpercaya, Kebutuhan masyarakat akan jasa transportasi yang semakin tinggi, pola perilaku dan selera konsumen yang semakin berkembang, Teknologi aplikasi online terus berkembang, Pekerjaan Ao Rider dianggap lebih menguntungkan Dan ancamannya, meliputi: Semakin banyak usaha yang sejenis, Persaingan tarif, Kegiatan promosi penawaran layanan, Para driver terkadang mendapat ancaman atau serangan dari transportasi konvensional.

ABSTRACT:

Keywords:

Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

Swot Analysis as a Strategy to Improve Competitiveness in Ao Rider Kupang Online Transportation Services.

This study aims to determine how SWOT analysis as an alternative strategy for companies to increase competitiveness in online transportation services Ao Rider Kupang.

The method used is descriptive qualitative. The sources of information for this research are the Manager of Ao Rider Kupang, employees and drivers.

Research results Internal factors PT. Ao Rider Kupang consists of Strengths including: Good relationship with work partners, delivery of goods, shopping and go-food services, Drivers get health and accident compensation, not bound by work contracts as in companies in general, Ease of ordering, Affordable service prices. Weaknesses include: Do not have an office building, Applications are only available on the Play Store, cannot make payments online. External Factors PT. Ao Rider Kupang which includes Opportunities: Has a potential market, Officially operates in several regencies in NTT and major cities in Indonesia, experienced and trusted partners, Community needs for transportation services are getting higher, behavior patterns and consumer tastes are growing, Online application technology continues growing, Ao Rider's job is considered more lucrative And threats include: More and more similar businesses, Tariff competition, Promotional activities of service offerings, Drivers are sometimes threatened or attacked by conventional transportation.

PENDAHULUAN

Transportasi merupakan hal yang sudah lumrah ditemukan di banyak tempat. Seluruh wilayah di Indonesia memiliki alat transportasi yang saling menghubungkan satu tempat dengan tempat lainnya. Pentingnya transportasi bagi masyarakat Indonesia disebabkan oleh beberapa faktor antara lain, keadaan geografis Indonesia yang terdiri dari ribuan pulau kecil dan besar, perairan yang terdiri dari sebagian besar laut, sungai, danau yang memungkinkan pengangkutan dilakukan melalui darat, perairan, dan udara guna menjangkau seluruh wilayah Indonesia.

Dalam Undang-Undang Dasar 1945 Negara Republik Indonesia Pasal 34 ayat (3) yang berbunyi, "Negara bertanggung jawab atas penyediaan fasilitas pelayanan kesehatan dan fasilitas pelayanan umum yang layak". Oleh karena itu untuk mempelancar roda perekonomian, menjaga, dan memperkokoh persatuan dan kesatuan, serta mempelancar hubungan dengan negara lain, dibutuhkan sistem transportasi yang memadai.

Transportasi berperan sebagai penunjang, pendorong dan penggerak bagi pertumbuhan daerah yang berpotensi namun belum berkembang, dalam upaya peningkatan

dan pemerataan pembangunan yang dapat berdampak sistemik. Peran penting jasa transportasi ini dapat dilihat dengan semakin meningkatnya kebutuhan akan jasa angkutan bagi mobilitas orang serta barang dari dan ke seluruh pelosok tanah air. Menyadari begitu besarnya peran transportasi, maka transportasi perlu untuk ditata dalam suatu sistem transportasi nasional yang terpadu untuk mewujudkan tersedianya jasa transportasi yang aman, nyaman, cepat, teratur, dan dengan biaya yang dapat dijangkau oleh semua lapisan masyarakat maka Strategi terhadap lingkungan eksternal dapat ditetapkan dengan mengetahui apa yang menjadi ancaman (*threats*) dan apa yang menjadi peluang (*opportunities*) bagi perusahaan. Setelah mengetahui lingkungan eksternal yang dihadapi maka analisis lingkungan internal perlu dilakukan guna mengetahui apa yang menjadi kekuatan (*strengths*) dan apa yang menjadi kelemahan (*weaknesses*).

Analisis SWOT merupakan salah satu alat yang dapat dipakai untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan suatu perusahaan, khususnya pada bidang pemasaran baik itu pemasaran barang atau jasa. Analisis SWOT adalah analisis terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang/kesempatan (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang dimiliki dan dihadapi oleh perusahaan. Analisis SWOT timbul secara langsung atau tidak langsung karena adanya persaingan yang datang dari perusahaan lain yang memproduksi barang dan jasa yang sejenis dengan produk perusahaan. Hal ini membuat perusahaan harus menetapkan strategi untuk memenangkan persaingan atau paling tidak dapat bertahan hidup di pasar.

Persaingan yang semakin ketat dan tajam mengakibatkan perusahaan membutuhkan antisipasi yang tepat dan akurat sehingga perusahaan dapat memasarkan produknya di pasar, dan bahkan bila memungkinkan menjadi pemimpin pasar. Perusahaan harus menjalankan semua operasinya secara efektif dan efisien tidak terkecuali di bidang pemasaran. Strategi perusahaan, khususnya strategi pemasaran merupakan langkah yang tepat yang harus ditempuh dan direalisasikan oleh setiap perusahaan yang ingin dapat bertahan di pasar. Sebagaimana telah diketahui bahwa usaha bersifat dinamis, yang penuh diwarnai dari waktu ke waktu dan adanya keterkaitan antar satu dengan yang lainnya.

Analisis SWOT saat ini, tidak hanya dipakai untuk menyusun strategi di medan pertempuran, melainkan banyak dipakai dalam penyusunan perencanaan strategi bisnis (*Business Strategic Planning*) yang bertujuan untuk menyusun strategi-strategi jangka panjang sehingga arah dan tujuan perusahaan dapat dicapai dengan jelas dan dapat segera diambil keputusan, serta semua perubahannya dalam menghadapi pesaing.

Ao Rider merupakan sebuah penyedia jasa transportasi online berbasis aplikasi yang keberadaannya di Kota Kupang pada pertengahan tahun 2019. Ao Raider merupakan aplikasi lokal yang dibuat anak muda NTT untuk memajukan daerahnya khususnya dibidang transportasi, namun yang menjadi masalah saat ini adalah sudah adanya transportasi online Grab yang lebih dulu dikenal dan digunakan oleh masyarakat sebelum kemunculan transportasi Ao Rider berbasis aplikasi ini. Karena kemunculannya baru di Kota Kupang maka perusahaan ini harus menghadapi beberapa masalah baik itu faktor internal maupun eksternal dalam sebuah persaingan dibidangnya. Dalam faktor Internal, Kekuatan dari aplikasi ini menawarkan jasa transportasi online dan jasa lainnya yang pastinya tepat, aman dan nyaman dibandingkan dengan transportasi pada umumnya, sedangkan kelemahannya banyak menawarkan jasa namun jasa tersebut juga banyak ditawarkan oleh penyedia jasa yang sama, serta kendala cuaca pada bulan tertentu menyebabkan Ao Rider dalam menyediakan jasa tidak berjalan optimal.

Masalah yang dihadapi oleh perusahaan saat ini adalah munculnya beberapa perusahaan transportasi lain yang menawarkan jasa yang sama berbasis aplikasi dan fitur yang

ditawarkan hampir semuanya sama, sejalan dengan itu bermunculan transportasi-transportasi komersial (non online) yang juga menawarkan jasastran sportasi.

Berdasarkan keseluruhan penjelasan tersebut, dapat dikatakan bahwa analisis SWOT sangatlah dibutuhkan dalam manajemen perusahaan antara lain sebagai dasar perencanaan dan pelaksanaan dalam manajemen perusahaan antara lain sebagai dasar perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran dalam perusahaan. Motivasi dilakukannya penelitian dengan menggunakan analisis SWOT karena adanya perubahan lingkungan dunia non perbankan yang semakin dinamis.

LANDASAN TEORI

Analisis situasi merupakan awal proses perumusan strategi. Selain itu analisis situasi juga mengharuskan para manajer untuk menemukan kesesuaian antara peluang-peluang eksternal dan kekuatan internal, disamping memperhatikan ancaman eksternal dan kelemahan internal mengingat bahwa analisis SWOT adalah akronim untuk *strengths*, *weaknesses*, *opportunities* dan *threats* dari organisasi yang semuanya merupakan faktor-faktor strategis. Jadi, Analisis SWOT harus mengidentifikasi kompetensi langka (*distinctive competence*) perusahaan yaitu keahlian tertentu dan sumber-sumber yang dimiliki oleh sebuah perusahaan dan cara unggul yang mereka gunakan. Kompetensi yang langka dan kadang-kadang dianggap sekumpulan kapabilitas inti (*core capabilities*) kapabilitas yang secara strategis membuat sebuah perusahaan menjadi berbeda. Penggunaan kompetensi langka perusahaan secara tepat akan memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Hunger and Wheelen, 2003:193).

Untuk dapat mencapai tujuan yang diinginkan pasti dibutuhkan cara dan rencana yang tepat. Cara dan rencana tersebut merupakan suatu strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan anda. Secara umum strategi merupakan cara atau proses yang digunakan untuk tercapainya sebuah tujuan. Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, yang dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang tujuan yang diharapkan.

Menurut **Wright (1996:51)** Strategi merupakan suatu alat atau tindakan yang digunakan oleh manajemen untuk mencapai kinerja yang konsisten dengan misi dan tujuan organisasi. Secara Etimologi, Strategi berasal dari turunan kata dalam Bahasa Yunani yaitu *Strategos*, yang berarti 'Komandan Militer' pada zaman demokrasi Athena. Karena pada awalnya kata ini dipergunakan untuk kepentingan militer saja tetapi kemudian berkembang ke berbagai bidang yang berbeda seperti strategi bisnis, olahraga (misalnya sepak bola dan tenis), catur, ekonomi, pemasaran, perdagangan, manajemen strategi, dll. Sedangkan menurut **Lynch dalam Wibisono (2006:50)**, strategi perusahaan merupakan pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan utama atau kebijakan perusahaan dengan rangkaian tindakan dalam sebuah pernyataan yang saling mengikat.

Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor. 41 Tahun 2007 dalam Afriyani (2011:11) tentang standar proses, mendefinisikan daya saing merupakan kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna. Kemampuan yang dimaksud adalah kemampuan memperkokoh pangsa pasarnya, kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya, kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti, kemampuan

menegakkan posisi yang menguntungkan. Dengan menggunakan kinerja atau melihat indikator tertentu sebagai acuan, maka dapat diukur tingkat kekuatan dan kelemahan suatu daya saing.

Menurut Porter dalam Putri (2012:14) dapat didefinisikan sebagai kemampuan usaha suatu perusahaan dalam industri untuk menghadapi berbagai lingkungan yang dihadapi. Daya saing ditentukan oleh keunggulan bersaing suatu perusahaan dan sangat bergantung pada tingkat sumber daya relatif yang dimilikinya atau biasa kita sebut keunggulan kompetitif. Selanjutnya, Porter menjelaskan pentingnya daya saing karena tiga hal berikut:

1. Mendorong produktivitas dan meningkatkan kemampuan mandiri,
2. Dapat meningkatkan kapasitas ekonomi, baik dalam konteks regional ekonomi maupun kuantitas pelaku ekonomi sehingga pertumbuhan ekonomi meningkat,
3. Kepercayaan bahwa mekanisme pasar lebih menciptakan efisiensi.

Kotler & Armstrong (2008:64) analisis SWOT adalah penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) suatu perusahaan. Analisis ini diperlukan untuk menentukan beberapa strategi yang ada di perusahaan. Salah satunya yang dibahas adalah strategi promosi dan penempatan produk.

Menurut Ranguti (2006:35) Analisis SWOT dapat diterapkan dalam menentukan tujuan strategi manajemen pemasaran, dapat diutarakan sebelum menentukan tujuan-tujuan pemasaran yang ingin dicapai hendaknya perusahaan menganalisis:

1. Kekuatan dan kelemahan Setiap perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan tertentu, kekuatan perusahaan dapat menjadi pendukung tercapainya tujuan usaha. Sedangkan kelemahan perusahaan dapat menjadi penghambat.
2. Peluang bisnis Berbagai macam pertumbuhan atau perubahan kehidupan masyarakat di dalam dan di luar negeri seringkali memberikan peluang bisnis (business opportunities) yang menjanjikan kepada perusahaan-perusahaan yang jeli dan dapat menangkap peluang tersebut.
3. Berbagai macam hambatan Perkembangan lingkungan bisnis yang kurang menguntungkan (misalnya krisis ekonomi moneter, defisit anggaran belanja pemerintah) dapat menjadi hambatan (threats). Salah satu alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang) adalah matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

Menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2014:7) “Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.” Sedangkan (Zethaml dan Bitner: 1996) dalam Lupiyoadi (2014:7) memberikan batasan tentang jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) konsumen.”

Menurut Undang Undang Nomor. 42 Tahun 2009 dalam Pasal 1, yang dimaksud dengan jasa adalah setiap kegiatan pelayanan yang berdasarkan suatu perikatan atau perbuatan hukum yang menyebabkan suatu barang, fasilitas, kemudahan, atau hak tersedia untuk dipakai, termasuk jasa yang dilakukan untuk menghasilkan barang karena pesanan atau permintaan dengan bahan dan atas petunjuk dari pemesan.

Menurut Utomo (2010:25), transportasi adalah: (1) pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan, (2) salah satu jenis kegiatan yang menyangkut peningkatan kebutuhan manusia dengan mengubah letak geografis barang dan orang sehingga akan menimbulkan adanya transaksi. Sedangkan menurut Sukarto (2006; 94) transportasi adalah perpindahan dari suatu tempat ke tempat lain dengan menggunakan alat pengangkutan, baik yang digerakkan oleh tenaga manusia, hewan (kuda, sapi, kerbau), atau mesin. Konsep transportasi didasarkan pada adanya perjalanan (trip) antara asal (origin) dan tujuan (destination). Usaha transportasi bukan hanya berupa gerakan barang dan orang dari suatu tempat ke tempat lain dengan cara dan kondisi yang statis, akan tetapi transportasi itu selalu diusahakan perbaikan dan kemajuannya sesuai dengan perkembangan peradaban dan teknologi. Dengan demikian transportasi selalu diusahakan perbaikan dan peningkatan, sehingga akan tercapai efisiensi yang lebih baik. Transportasi merupakan sarana yang sangat penting dan strategis dalam memperlancar roda perekonomian, memperkuat persatuan dan kesatuan serta mempengaruhi semua aspek kehidupan Bangsa dan Negara. Zaman yang sudah serba digital seperti sekarang, dan segala jenis batasan menjadi abu-abu, membuat segala informasi dapat dengan sangat cepat diketahui dan dengan didukung oleh perkembangan teknologi maka dunia terasa ada di genggaman, banyak jenis perusahaan berbasis aplikasi yang sekarang diluncurkan untuk membantu memudahkan pekerjaan manusia, salah satunya adalah jasa transportasi online.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Sumber informasi dalam penelitian ini adalah Manejer Ao Rider Kupang, karyawan serta beberapa driver. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara. Jenis data dalam penelitian ini adalah data skunder. Pengambilan data sekunder dilakukan dengan menghimpun data yang diperoleh dari catatan-catatan yang tersedia di instansi yang berhubungan dengan objek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Matrix internal Factor Evaluation (IFE Matrix)

No	Faktor-Faktor Internal Utama	Bobot	Peringkat	Rata-Rata Tertimbang
Kekuatan				
1.	Hubungan baik dengan Mitra Kerja	0,10	4	0,40
2.	Selain mengantarkan costuner ke tempat tujuan, layanan kurir yuang mengantarkan barang, juga layanan shopping dan go-Food untuk membeli barang /makanan tertentu.	0,10	3	0,30

3.	Drivernya sudah banyak lebih dari 100 Drivers	0,10	3	0,30
4.	Drivers maupun penumpang mendapatkan santunan kesehatan dan kecelakaan	0,15	4	0,60
5.	Ao Rider tidak terikat dengan kontrak kerja seperti pada perusahaan pada umumnya	0,10	3	0,30
6.	Kemudahan pemesanan melalui online bisa dari smartphone/aplikasi	0,10	4	0,40
7.	Harga jasa terjangkau dan bersaing	0,15	4	0,60
Total Kekuatan		0,8		2,9
Kelemahan				
8.	Belum memiliki gedung kantor yang tetap	0,05	2	0,10
9.	Aplikasi hanya tersedia di Play Store	0,10	1	0,10
10.	Belum bisa melakukan pembayaran secara online seperti Ovo, Dana, dan Go-Pay	0,5	2	0,20
Total Kelemahan		0,2		0,4
Jumlah Total IFAS		1,0		3,3

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Dari tabel Matrix Internal Factor Evaluation (IFE Matrix) dan deskripsinya dapat diketahui bahwa total rata-rata tertimbang adalah 3.30 dimana lebih besar dari 2.5 yang mengindikasikan PT. Ao Rider Kupang memiliki posisi internal yang kuat.

B. Matrix Eksternal Factor Evaluation (IFE Matrix)

No	Faktor-Faktor Internal Utama	Bobot	Peringkat	Rata-Rata Tertimbang
Peluang				
1.	Memiliki pasar yang Potensial untuk bertumbuh	0,15	4	0,60
2.	Ao Rider telah resmi beroperasi di Beberapa Kabupaten di NTT dan kota besar Indonesia dan akan terus bertambah	0,15	4	0,60
3.	Bermitra dengan pengendaraojek yang berpengalaman dan terpercaya di beberapa daerah mitra	0,10	3	0,30
4.	Kebutuhan masyarakat akan jasa transportasi kendaraan roda dua yang semakin tinggi	0,10	4	0,40
5.	Pola perilaku dan selera konsumen yang semakin berkembang dari jasa transportasi konvensional menjadi jasa	0,10	4	0,40

	transportasi online			
6.	Teknologi aplikasi online yang terus berkembang Pekerjaan Ao Rider dianggap lebih menguntungkan daripada pekerjaan sejenis lainnya	0,10	3	0,30
Total Peluang		0,7		2,6
Ancaman				
7.	Semakin banyak berdirinya usaha yang sejenis	0,10	2	0,20
8.	Persaingan Tarif Yang Koomperatif Dari Kompotitor	0,05	2	0,10
9.	Kegiatan Promosi Penawaran Layanan Yang Inovatif Dan Menarik Yang Dilakukan Pesaing	0,10	2	0,10
10.	Para driver Ao Rider kerap kali mendapat ancaman atau serangan dari ojek tradisional	0,05	2	0,10
Total Ancaman		0,3		0,5
Jumlah Total EFAS		1,0		3,1

Sumber: Data Primer Diolah 2020

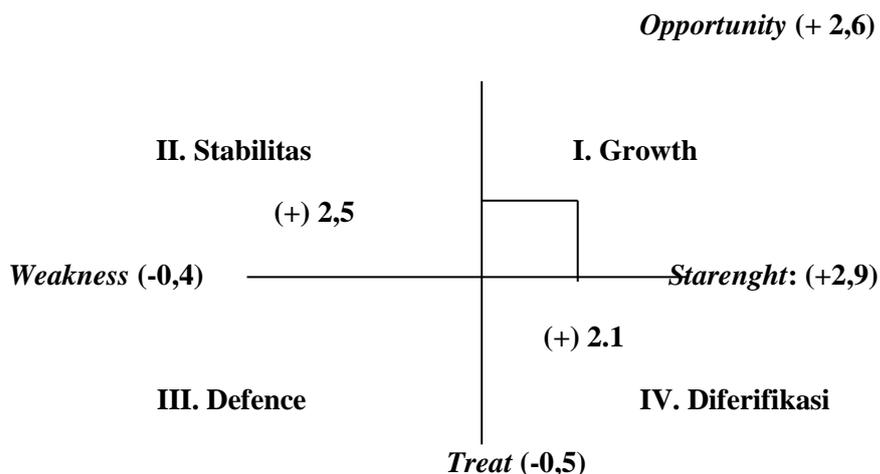
Total nilai tertimbang sebanyak 3,10 mengindikasikan bahwa dengan kata lain PT. Ao Rider kupang merespon dengan baik terhadap peluang dan ancaman yang ada dalam memanfaatkan peluang eksternal dan meminimalkan efek yang mungkin muncul dari ancaman eksternal.

Kedua matriks tersebut diatas (*IFE Matrix dan EFE Matrix*) merupakan kondisi relatif yang dihadapi oleh perusahaan PT Ao Rider Kupang didaerah penelitian. Kondisi-kondisi inilah yang mereka hadapi dalam menjalankan perusahaan.

C. Diagram SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Treat*)

Peneliti mengadakan analisis strategi dalam melihat peluang dan ancaman perusahaan, yang dibandingkan dengan kekuatan dan kelemahan, dalam melihat posisi kemampuan perusahaan dalam persaingan, dapat ditunjukkan dengan menggunakan diagram SWOT yang mengindikasikan posisi usaha dalam 4 (empat) sel.

Analisis matriks IFAS dan EFAS diatas menunjukkan bahwa untuk nilai total skor dari masing-masing faktor secara rinci, *Starenght*: 2,9, *Weakness*: 0,4, *Opportunity*: 2,6, dan *Treat*: 0,5. Maka diketahui nilai *Starenght* di atas nilai *Weakness* selisih (+2,5) dan nilai *Opportunity* di atas nilai *Treat* selisih (+2,1) dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Diagram SWOT, dapat dilihat pada Gambar 4.2. sebagai berikut:



Gambar 4.2. Diagram SWOT
Sumber: Data Primer Diolah 2020

Dari nilai masing-masing faktor selain digambarkan dalam diagram SWOT juga digambarkan dalam rumusan kombinasi matriks SWOT, dapat dilihat pada Tabel 4.3. berikut ini:

Tabel 4.3. Rumusan Kombinasi Strategi Matriks SWOT

IFAS	Strength (S)	Weakness (W)
EFAS	Opportunity (O)	Threat (T)
	Strategi (SO) : = 2,9+2,6 = 5,5	Strategi (WO) : = 0,4+2,6 = 3
	Strategi (ST) : = 2,9+0,5 = 3,4	Strategi (WT) : = 0,4+0,5 = 0,9

Sumber: Data Primer Diolah:2020

Dari hasil tabel skor tersebut dapat disusun suatu rekap skor IFAS dan EFAS dalam Tabel 4.4 berikut in :

Tabel 4.4. Rekap Skor IFAS dan EFAS

Skor Internal	Skor Eksternal	Pilihan Strategi
S > W (+) 2,9 > 0,4 (+)	O > T (+) 2,6 > 0,5 (+)	Growth
S < W (-)	O < T (-)	Survival
S > W (+)	O < T (-)	Disversification
S > W (-)	O > T (+)	Stability

Sumber: Data Primer Diolah : 2020

Untuk menentukan pilihan strategi yang lebih spesifik dari nilai yang didapat dimasukkan kedalam diagram pilihan strategi, karena hasil dari Tabel 4.4. terlihat

bahwa dari skor yang ada, mengarah pada pilihan *strategi growth* atau *masa perkembangan*.

Pembahasan

A. Penentuan Alternatif Strategi

Penentuan alternatif Strategi ini dapat dilihat pada Gambar 4.2 dan Tabel 4.4 yang didasarkan pada perhitungan SWOT, PT Ao Rider Kupang berada pada Kuadran I yakni kekuatan lebih besar dari pada peluang yang ada, dimana posisi PT Ao Rider Kupang dalam kondisi *growth strategy*.

Hunger dan Welem (2003:203) Strategi perusahaan (*growth strategy*), strategi perusahaan adalah strategi yang dicari. Perusahaan yang melakukan bisnis dalam lingkungan yang dinamis harus terus bertumbuh agar dapat bertahan.

Dari Gambar 4.2. di atas menunjukkan bahwa PT Ao Rider Kupang skema penggunaan alternatif *strategy growth* dengan selisih Strength lebih besar dari nilai weakness dengan selisih nilai = 2,5 dan Opportunity lebih besar dari nilai Threat dengan selisih 2,1. Maka alternatif yang dapat digunakan oleh PT Ao Rider Kupang adalah:

- 1) Melakukan strategi dengan mempertahankan dan meningkatkan kualitas jasa dalam pelayanan terhadap pelanggan.
- 2) Melakukan strategi dengan Pengembangan pasar di semua kalangan.

Dari Tabel 4.4. PT Ao Rider Kupang perlu memanfaatkan strategi SO yang mempunyai nilai skor tertinggi yaitu =5,5 Selanjutnya diikuti strategi ST = 3,4, WO = 3, dan WT = 0,9. Adapun masing-masing strategi yaitu mempertahankan dan meningkatkan kualitas jasa dalam pelayanan terhadap pelanggan dengan menggunakan seluruh SDM yang ada atau melakukan inovasi terhadap kualitas pelayanan bagi konsumen, menjaga hubungan baik dengan pelanggan serta melakukan pengembangan pasar diberbagai kalangan. Mempertahankan harga dengan menjaga hubungan baik dengan customer dan mitra perusahaan. Meningkatkan SDM baik untuk mitra maupun karyawan perusahaan.

Dari Tabel 4.4. di atas menghasilkan faktor internal dan eksternal yang positif, berarti bahwa kekuatan PT Ao Rider Kupang relatif lebih unggul dibandingkan dengan kelemahannya, sedangkan lingkungan yang saat ini dihadapi lebih besar dari pada ancamannya.

Oleh karena itu PT Ao Rider Kupang, memiliki kemampuan untuk merubah potensi sumber daya suatu prestasi kinerja yang lebih baik, sehingga arah kebijakan yang tepat untuk dilaksanakan adalah dengan meningkatkan kualitas dan memperbesar peran PT Ao Rider Kupang dalam berbagai kegiatan pelatihan pada karyawan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki karyawan sekaligus untuk memperluas peran serta memanfaatkan berbagai peluang bisnis yang ada.

Arah kebijakan tersebut merupakan dasar dari kebijakan kondisi *growth strategy* dan setelah dilihat dari Tabel 4.4. di atas artinya dalam pengembangan PT Ao Rider Kupang dapat menggunakan strategi pertumbuhan peran namun dilakukan secara bertahap sesuai skala prioritas dan strategi tersebut didukung dengan adanya

alternatif dan peluang untuk menguasai pangsa pasar dengan melakukan peningkatan kualitas pelayanan agar dapat memberikan kepuasan tersendiri kepada konsumennya. Aspek yang perlu diperhatikan dalam melakukan pengembangan maupun layanan melalui aplikasi maka sumber daya juga harus mendukung untuk jalannya perusahaan agar terciptanya efektivitas dan efisiensi kerja terhadap pelanggan dan mitra.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Pada Transportasi Online Ao Rider Kupang, maka diketahui ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor internal pada PT Ao Rider Kupang meliputi, Hubungan Yang Baik Dengan Mitra Kerja. Selain mengantar customer ke tempat tujuan, sebagai kurir yang mengantar barang, juga layanan shopping dan go-food untuk membeli barang/makanan tertentu. Drivernya sudah banyak lebih dari 100 drivers. Driver maupun mitra mendapatkan santunan kesehatan dan kecelakaan. Ao Rider tidak terikat dengan kontrak kerja seperti pada perusahaan pada umumnya. Kemudahan pemesanan melalui online bisa dari smartphone/Aplikasi. Harga jasa terjangkau dan bersaing. Dan kelemahan meliputi: Belum Memiliki Gedung kantor yang tetap, Aplikasi hanya tersedia di Play Store, Belum bisa melakukan pembayaran secara online seperti ovo, dana dan Go-Pay.
2. Faktor eksternal pada PT Ao Rider Kupang, terdiri dari peluang yang meliputi: Memiliki pasar yang Potensial untuk bertumbuh. Ao Rider telah resmi beroperasi di Beberapa Kabupaten di NTT dan kota besar Indonesia dan akan terus bertambah. Bermitra dengan pengendara ojek yang berpengalaman dan terpercaya di beberapa daerah mitra. Kebutuhan masyarakat akan jasa transportasi kendaraan roda dua yang semakin tinggi. Pola Perilaku konsumen yang semakin berkembang dari jasa transportasi konvensional menjadi jasa transportasi online. Teknologi aplikasi online yang terus berkembang Pekerjaan Akan Ao Rider dianggap lebih menguntungkan dari pada pekerjaan sejenis lainnya. Sedangkan ancaman meliputi: Semakin banyak berdirinya usaha yang sejenis. Persaingan Tarif Yang Kooperatif Dari Kompetitor. Kegiatan Promosi Penawaran Layanan Yang Inovatif dan Menarik Yang Dilakukan Pesaing. Para driver Ao Rider kerap kali mendapat ancaman atau serangan dari ojek tradisional.
3. Strategi yang dapat digunakan salah satunya untuk menentukan strategi bersaing pada PT Ao Rider Kupang yaitu *growth strategi*, artinya dampak persaingan pelanan jasa transportasi berbasis aplikasi online PT Ao Rider berada dalam tahap pertumbuhan.
4. Dari hasil penelitian dapat dibuat kesimpulan bahwa Tabel Matriks IFAS PT Ao Rider menghasilkan Total Nilai 3,3, sedangkan Tabel Matriks EFAS menghasilkan Total Nilai 3,1. Dengan demikian, posisi PT Ao Rider Kupang dalam rekap skor IFAS Ndan EFAS adalah berada pada posisi *strategi growth*.
5. Analisis SWOT PT Ao Rider Kupang menghasilkan empat alternatif strategi yang berkaitan dengan posisi perusahaan dalam matriks IFAS dan EFAS yang telah diurutkan berdasarkan prioritas yang dihitung dari matriks SWOT sebagai berikut : mempertahankan dan meningkatkan kualitas jasa dalam pelayanan terhadap pelanggan dengan menggunakan seluruh SDM yang ada dan melakukan inovasi terhadap kualitas pelayanan bagi konsumen, menjaga hubungan baik dengan pelanggan serta melakukan pengembangan pasar diberbagai kalangan.

Saran

Berdasarkan simpulan diatas maka saran yang dapat peneliti berikan kepada PT. Ao Rider Kupang antara lain:

1. Faktor-faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) pada PT Ao Rider Kupang, Manejer harus selalu mempertahankan kekuatan-kekuatan yang telah dimiliki oleh perusahaan serta manejer harus memperhatikan juga kelemahan yang sementara dimiliki oleh perusahaan dan harus bisa mengoptimalkan kelemahan yang ada agar perusahaan tetap bertahan dan berkembang lebih baik lagi.
2. Faktor-faktor eksternal perusahaan (Peluang dan Ancaman) pada PT. Ao Rider Kupang, Manejer harus selalu mengikuti perubahan dan perkembangan yang terjadi dalam berbagai segi, baik politik, ekonomi, sosial dan budaya agar mendapat informasi yang baik dalam bersaing.
3. Untuk pengembangan aplikasi agar terus dan harus diperbaharui sesuai dengan perubahan-perubahan dan tingkat kebutuhan konsumen yang tidak tetap seiring berkembangnya jaman.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Azis, Abdul Hafiz. 2017. Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya saing Pada Produk Fariz Fashion. Bandung: Universitas Telkom.
- [2] Diyanti, Yulihar. (2018). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Tahu Di Desa Hajoran Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selat. *Islamic Economy Journal Faculty of Islamic Economy Development, Edisi 1 Februari- 1 Maret 2018*
- [3] Hunger, J. David dan Thomas L. Wheelen. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- [4] Jayanti, Dewi. 2011. Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Pada Hotel Cherry Pink Kh.Wahid Hasyim Medan. Medan: Universitas Sumatra Utara.
- [5] Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Luar Jaringan (offline). 2016. Jakarta: Pusat Bahasa Kementerian Pendidikan Nasional.
- [6] Napitupulu, Franky. (2009). Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada PT. Bussan Auto Finance Cabang Medan. *Publikasi Ilmiah, Edisi 7 Januari-Juni 2009*. Universitas Sumatera Utara
- [7] Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 41 Tahun 2007
- [8] Putri, Paramitha Elysa. 2009. Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Pada Bisnis Usaha Batik (Studi Kasus: Industri Batik SYN Surakarta). Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarya
- [9] Rangkuti, Freddy. 2000. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [10] Sugiono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- [11] Sugiono, 2015. *Metode Penelitian Kuamtitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- [12] Sugiono, 2015. *Metode penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- [13] Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945