

PERUMUSAN STRATEGI BISNIS PENGIRIMAN DOKUMEN PT. DIANTA DAYA EMBARA JAKARTA

Olfebri
ITL Trisakti
olfebri@yahoo.co.id

Muhammad Harri Pasakti Nugroho
ITL Trisakti
muhammadharri01@gmail.com

Andri Primadi
ITL Trisakti
Andri.primadi@gmail.com

ABSTRACT

PT. Dianta Daya Embara is one of the logistics company in Indonesia dealing with documents and package delivery. The purpose of the research is to figure out the strategy of the company to increase the number of document deliveries. The writer was using field research by observing the company while doing the internship program, interviewing the general manager, and spreading the questionnaire to the managers and supervisors of the company. SWOT analysis was used to analyse the data. The result of the EFI matrix shows that the strength of the company lies in the cleanliness of the warehouse. Based on EFE matrix, the opportunity of the company lies in the market place and business growth. Based on IE matrix, the company is in cell II in the position of growing and building. The study suggests the company to increase the number of delivery by giving additional delivery service for "express package."

Keywords: *delivery service business, SWOT analysis*

PENDAHULUAN

PT. Cipta Krida Bahari adalah salah satu perusahaan yang melayani pengiriman barang sejak tahun 1997 di Trakindo Group dalam jumlah sedikit maupun jumlah banyak dalam bentuk kecil seperti dokumen atau barang besar seperti alat berat, oli, batu bara dan sebagainya. Akan tetapi PT. Cipta Krida Bahari lebih fokus ke dalam pengiriman barang besar dan bisnis pergudangan.

Sekarang PT. Cipta Krida Bahari ingin menginvansi bisnis melalui PT. Dianta Daya Embara perusahaan yang hanya fokus kedalam pengiriman dokumen cepat melalui jalur udara dan diteruskan melalui jalur darat agar dapat bersaing dengan perusahaan pesaing lain, untuk menunjang pengiriman dokumen di Trakindo Group di seluruh Indonesia. Jasa pengiriman dokumen lain seperti PT. Pandu Logistik, PT. Tiki Indonesia, PT. DHL, PT. JNE, dan sebagainya sehingga menimbulkan persaingan yang lebih kompetitif, PT. Dianta Daya Embara sudah lebih diunggulkan dalam Trakindo Group karena anak perusahaan dari

PT. Cipta Krida Bahari yang adalah salah satu perusahaan dari Trakindo Group PT. Dianta Daya Embara harus lebih tepat dan efektif dalam memilih dan menjalankan strategi yang dimiliki dengan cara yang akurat agar mencapai tujuan perusahaan, serta tetap menjaga nama dan kualitas baik dari PT. Cipta Krida Bahari. Promosi yang dilakukan oleh PT. Dianta Daya Embara secara *door to door* dan lebih optimal lagi agar lebih dikenal lagi dikalangan masyarakat pengguna jasa pengiriman dokumen terutama didalam Trakindo Group terlebih dahulu. Perumusan strategi dan kebijakan dalam upaya memenuhi target pengiriman serta meningkatkan pelayanan memerlukan strategi dan perencanaan yang tepat. Perumusan strategi tersebut dapat ditinjau dari berbagai segi baik internal maupun eksternal perusahaan serta memaksimalkan sistem operasional yang sedang berkembang pesat agar dapat bersaing dengan perusahaan lain seperti melengkapi fasilitas dalam proses pengiriman dokumen dan penyimpanan dokumen agar pengiriman

dokumen tidak salah tujuan, atau salah penanganan karena penginputannya tidak didukung oleh sistem oprasional yang maksimal. Target yang telah direncanakan harus dapat terpenuhi bahkan sampai merebut pasar domestik maupun mancanegara PT. Dianta Daya Embara pada tahun 2017.

KAJIAN PUSTAKA

Menurut Fred R. David (2010:5) manajemen strategi dapat didefinisikan sebagai: Seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya.

Menurut Craig dan Grant (2003), strategi bisnis adalah kebijakan dan pedoman yang menetapkan bagaimana sebuah perusahaan bersaing dalam sebuah industri -- khususnya basis yang menjadi landasan tempat dia berusaha untuk membangun satu keuntungan bersaing(Priyanto & Suharno, n.d.)

Menurut (Simatupang, 2013) bahwa kinerja perusahaan ditentukan oleh posisi unik perilaku strategis perusahaan dalam menanggapi persaingan pasar dan menekankan pentingnya peran pasar yang kompetitif sebagai penentu perilaku perusahaan yang kemudian memberikan implikasi pada kinerja perusahaan(Wulan & Setyawati, n.d.)

Istilah “strategi” secara umum adalah upaya untuk mengarahkan bagaimana suatu organisasi bermaksud memanfaatkan lingkungannya serta memilih upaya agar pengorganisasian internal dapat disusun dan direncanakan bagi pencapaian tujuan yang telah ditetapkan,(Setiawati, Tinggi, & Transportasi, 2017)

Menurut Suwarsono Muhammad (2013:6) manajemen strategi dapat diartikan yaitu: Usaha manajerial menumbuhkembangkan kekuatan perusahaan untuk mengeksplorasi peluang bisnis yang muncul guna mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sesuai misi yang telah ditentukan.

Menurut Thomson & Strickland yang dikutip oleh Eryus (2011:5) definisi manajemen strategi yaitu: Rencana permainan manajemen dalam memposisikan perusahaan pada pasar yang dipilih, berhasil dalam persaingan, memuaskan pelanggan dan mencapai kinerja perusahaan dengan sebaik-baiknya.

Analisis SWOT menurut Fred R. David (2010:327) SWOT didefinisikan sebagai berikut: SWOT adalah sebuah alat yang bisa diterapkan untuk semua ukuran dan jenis organisasi serta dapat membantu para penyusun strategi mengidentifikasi, mengevaluasi, dan memilih strategi.

Dalam penelitian ini data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan metode matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE), Matriks SWOT, Matriks *Internal Eksternal* (IE) dan Matriks SWOT menurut Fred R. David.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan kualitatif dan kuantitatif dan sumber data yang diperoleh melalui penelitian lapangan (Field research) melalui observasi, wawancara, dan penelitian kepustakaan (Library research). Populasi yang diteliti ini adalah manajemen dalam hal ini 5 orang, Alat analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT karena dapat mengidentifikasikan faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*). Namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Faktor Internal PT. Dianta Daya Embara

Menganalisis faktor Internal ini berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh penulis kepada pihak PT. Dianta Daya Embara. Faktor Internal yang akan dibahas oleh penulis adalah Kekuatan dan Kelemahan (*Strengths and Weaknesses*).

Tabel 1. Internal Faktor Evaluasi PT. Dianta Daya Embara

No	Indikator IFE	Bobot	Rating	Skor Bobot
	Kekuatan			
1.	Pelayanan yang maksimal terhadap customer	0,08	3,20	0,25
2.	Mempunyai gudang yang bersih	0,07	3,20	0,22
3.	Memiliki manajemen yang professional	0,11	2,60	0,27
4.	Memiliki SOP yang baik	0,11	2,60	0,30
5.	Memiliki gudang sendiri	0,07	3,60	0,25
Sub Total Kekuatan		0,44		1,30
	Kelemahan			
1.	Jumlah SDM yang Kurang/Terbatas	0,11	1,40	0,15
2.	Karyawan yang Kurang Terlatih	0,11	1,60	0,17
3.	Promosi yang Kurang Gencar	0,11	1,80	0,21
4.	Kurangnya Armada	0,12	1,80	0,22
5.	Proses Penempatan barang tidak tertata rapih	0,11	1,40	0,16
Sub Total Kelemahan		0,56		0,90
Total Skor		1,00		2,20

Sumber : Data yang diolah oleh Penulis

Berikut adalah penjelasan tentang kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*) yang menjadi faktor internal PT. Dianta Daya Embara :

1. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan sebuah perusahaan yang tidak dapat dengan mudah ditandingi atau ditiru oleh pesaing dinamakan kompetensi khusus (*distinctive competencies*), yang berada di dalam organisasi yang berakibatnya pada keunggulan komparatif yang dimiliki oleh unit usaha pemasaran. Dimana kekuatan tersebut memberikan perusahaan nilai tambah untuk dijadikan nilai jual bagi perusahaan tersebut. Maka kekuatan yang dimiliki oleh PT. Dianta Daya Embara adalah :

- a. Pelayanan yang maksimal terhadap customer, PT. Dianta Daya Embara sangat memperhatikan tingkat kepuasan pelanggan dari para customer. Hal ini terbukti dengan adanya standarisasi penanganan dokumen yang khusus yang telah diterapkan salah satu customer. Tantangan terbesar PT. Dianta Daya Embara yaitu dengan mengembangkan dan memajukan

mutu, kualitas serta kuantitas pengguna jasa PT. Dianta Daya Embara; b) Mempunyai gudang yang bersih, gudang merupakan fasilitas atau bangunan yang dipergunakan untuk menyimpan barang dan mempunyai peranan yang sangat penting pada PT. Dianta Daya Embara mempunyai gudang yang bersih untuk menunjang aktivitas bisnisnya, sehingga hal ini menjadi nilai tambah bagi perusahaan. Pedoman PT. Dianta Daya Embara dari gudang yang bersih dalam menerapkan sistem kerja 4 R (Ringkas, Rapi, Resik, dan Rajin); c) Memiliki manajemen yang professional, Sumber Daya Manusia merupakan inti sukses atau gagalnya sistem operasi, sangat tergantung dengan kemampuan SDM nya didalam memikirkan, mengorganisasikan, dan mewujudkan dalam implementasi nyata. Karena itu, kompetensi manajemen operasi terletak pada SDM nya. PT. Dianta Daya Embara memiliki SDM yang profesional dalam hal menangani proses penanganan barang yang baik dan benar. Salah satunya cara untuk

mendapatkan SDM yang berkualitas yaitu dengan cara melalui perekrutan karyawan yang selektif, *Rolling Position*, serta pelatihan secara berkala; d) Memiliki SOP yang baik, pada PT. Dianta Daya Embara memiliki standar Operasional Prosedur (SOP) yang sangat baik. Hal ini bertujuan untuk menjadi acuan para karyawannya dalam melakukan pekerjaan dengan baik dan benar. Fungsi SOP itu sendiri yaitu untuk memperjelas alur tugas, wewenang serta tanggung jawab dari setiap divisi agar tidak terjadi kesalahan dalam bekerja; e) Memiliki gudang sendiri, Salah satu kekuatan PT. Dianta Daya Embara adalah memiliki gudang sendiri dengan memiliki gudang milik sendiri, dapat menjadi nilai tambah bagi perusahaan karena dapat berpengaruh terhadap harga yang ditawarkan kepada customer karena dapat memangkas biaya sewa gudang dan penyimpanan dokumen.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Dalam sebuah perusahaan atau organisasi, kelemahan termasuk dalam faktor internal, oleh karena itu pasti orang – orang yang ada didalam perusahaan itu akan mengetahui kurang nya dimana. Apabila suatu kelemahan didalam perusahaan tidak dihilangkan, maka perusahaan harus siap – siap kehilangan para pelanggannya. Berikut ini faktor – faktor kelemahan di PT. Dianta Daya Embara.

- a. Jumlah SDM yang kurang/terbatas, Kurang nya jumlah SDM dalam suatu perusahaan terbilang suatu kelemahan yang fatal, dengan karyawan yang hanya berjumlah 13 (tiga belas) orang termasuk Manajemen, hal ini mengakibatkan karyawan memiliki tanggung jawab atau beban yang lebih terhadap pekerjaannya. Contohnya seperti seorang karyawan yang seharusnya bukan tanggung jawab dia tetapi karyawan tersebut harus mengambil tanggung jawab itu

sebagaimana yang telah di arahkan oleh atasannya. Oleh karena itu, pastinya karyawan tersebut akan bertambah jam kerja nya dan melebihi jam kerja yang sudah ditentukan. Apabila tanggung jawab seorang karyawan bertambah, akan memberikan dampak yang kurang baik terhadap kualitas kerja seseorang dalam bekerja di PT. Dianta Daya Embara masih ada beberapa divisi yang seperti ini, maka pekerjaannya kadang – kadang masih belum maksimal; b) Karyawan yang Kurang Terlatih, Ada beberapa bagian di PT. Dianta Daya Embara yang karyawannya kurang terlatih, hal ini menyebabkan ada keluhan dari pelanggan, bahkan terdapat juga keluhan dari pilot yang bertugas. Contohnya adalah pada bagian *checker*, waktu itu ada seorang karyawan yang melakukan kesalahan dalam penanganan barang/goods. Karyawan tersebut salah dalam penempatan barang di area storage.; c) Promosi yang Kurang Gencar, Suatu perusahaan akan sangat bagus apabila pemasaran yang dilakukan secara agresif dan luas, karena promosi merupakan usaha yang dilakukan setiap perusahaan untuk menyebarluaskan tentang produk atau jasa dengan tujuan menarik para orang-orang dan masyarakat luas untuk mengetahui lebih tentang apa yang akan ditawarkan.; c) Kurangnya Armada, pada pembahasan sebelumnya, PT. Dianta Daya Embara memang memiliki Armada sendiri yang menjadi salah satu kekuatannya, akan tetapi Armada yang dimiliki masih ada yang kurang mencukupi untuk sekali mengangkut dokumen dan paket seluruh perusahaan di Trakindo Group. kurangnya armada pada perusahaan merupakan salah satu sisi kelemahan dalam PT. Dianta Daya Embara karena perusahaan ini menangani pengiriman yang cukup besar dan membutuhkan Armada lebih untuk mempercepat

pengiriman. Oleh karena itu, biasanya PT. Dianta Daya Embara dibantu oleh armada dari vendor jika keadaan darurat ; d) Proses Penempatan Barang tidak Tertata Rapih, penempatan dokumen dan paket merupakan kegiatan didalam gudang yang sangat penting. Ketepatan dalam hal penempatan lokasi sesuai dengan kode yang telah dikelompokkan oleh data entry dapat memudahkan pencarian terhadap baran yang dicari, dan juga dapat memudahkan mobilitas didalam gudang. Tantangan untuk PT. Dianta Daya Embara dari proses penempatan

barang ini ialah ketika arus barang meningkat atau sedang tinggi, dibutuhkan konsentraasi yang tinggi, kecepatan, serta ketepatan.

B. Analisis Faktor Eksternal PT. Dianta Daya Embara

PT. Dianta Daya Embara, faktor eksternal dikembangkan dengan cara membuat daftar faktor eksternal utama baik peluang maupun ancaman kemudian memberikan bobot pada setiap faktor yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting).

Tabel.2
Eksternal Faktor Evaluasi PT. Dianta Daya Embara

No	Indikator IFE	Bobot	Rating	Skor Bobot
	Peluang			
1.	Memiliki vendor di kota lain	0,07	3,60	0,25
2.	Memiliki hubungan yang baik dengan perusahaan lain	0,09	3,20	0,30
3.	Pangsa pasar dan pertumbuhan bisnis			
4.	Tingginya permintaan jasa saat ini	0,09	2,80	0,24
5.	Pertumbuhan ekonomi yang meningkat	0,19	3,40	0,66
Sub Total Kekuatan		0,53		1,74
	Ancaman			
1.	Banyaknya persaingan disektor jasa pengiriman	0,10	1,80	0,18
2.	Peralatan admin yang semakin mahal	0,10	1,60	0,16
3.	Kebijakan pemerintah	0,09	1,80	0,15
4.	Kenaikan harga BBM	0,09	1,40	0,12
5.	Kepercayaan customer yang berkurang	0,09	1,60	0,15
Sub Total Ancaman		0,47		0,76
Total Skor		1,00		2,51

Faktor Eksternal yang akan dibahas oleh penulis adalah Peluang dan Ancaman (*Opportunity and Threats*), pembahasannya adalah sebagai berikut :

1. Peluang

Peluang merupakan faktor eksternal dari sebuah perusahaan, banyak hal yang sering terjadi dan akan menjadi peluang untuk meningkatkan keuntungan yang lebih bagi perusahaan, dimana perusahaan dapat meningkatkan penjualan dan kualitas. Berikut adalah beberapa peluang

bagi PT. Dianta Daya Embara:

- Memiliki Vendor di Kota lain, PT. Dianta Daya Embara memiliki vendor di kota lain seperti Balikpapan, Pontianak, Banda Aceh, Tangerang dan lain lain, yang fokus bisnis nya terhadap pengiriman dokumen dan paket. Dengan adanya vendor dikota lain perusahaan ini, jaringan bisnisnya akan diperluas sehingga dapat memberikan dampak yang baik; b) Menjalinkan hubungan baik dengan

perusahaan di Trakindo Group, Menjalin hubungan baik antar perusahaan adalah hal penting agar bisnis dapat berjalan lancar, PT. Dianta Daya Embara dan perusahaan kliennya melakukan persetujuan dahulu sebelum kedua belah pihak sepakat untuk bekeja sama dan ini merupakan kerja sama yang baik serta kedua belah pihak dapat menjalin kepercayaan dan hubungan yang baik. Hal ini juga dapat menjadi peluang bagi perusahaan untuk berupaya meningkatkan kualitas dan mutu pelayanan serta menjamin kepuasan bagi para pelanggan; c) Pangsa Pasar dan Pertumbuhan Bisnis, PT. Dianta Daya Embara menjalin hubungan yang baik dengan beberapa perusahaan Pendistribusian dan penyewaan armada, karena mengingat PT. Dianta Daya Embara kurang mempunyai Armada yang lengkap dan pastinya membutuhkan pihak lain demi kelancaran melakukan pekerjaan; d) Tingginya Permintaan Jasa saat ini, Pelayanan Pengiriman dokumen dan paket lain dapat ditangani oleh PT. Dianta Daya Embara dan tentunya diawali dengan perjanjian dari pihak luar yang akan ditangani oleh PT. Dianta Daya Embara di vendor yang bersangkutan itu sendiri, Pada awalnya, divisi sales menerima permintaan dari customer dan kemudian dicatat olehnya, setelah itu pihak PT. Dianta Daya Embara langsung mengurus soal pendistribusiannya ditempat tujuan dan menentukan menggunakan moda apa saja yang digunakan untuk mencapai tujuan. Kemudian Customer tersebut langsung menyelesaikan pembayaran yang diwajibkan. Dalam hal ini PT. Dianta Daya Embara sangat berpeluang besar untuk mengais keuntungan yang jauh lebih banyak dan dapat terus membangun relasi terhadap perusahaan lain; e) Pertumbuhan Ekonomi Yang Meningkat, Menurut prediksi Bank Pembangunan Asia (Asian Development Bank/ADB) dengan

tingkat pertumbuhan ekonomi Indonesia yang diprediksi menyentuh angka 5.5%-6%, otomatis pertumbuhan pada sector industri pun meningkat. Denag pertumbuhan ekonomi yang meningkat, maka kebutuhan pada sector jasa pengiriman pun meningkat. Hal ini menjadi suatu peluang bagi PT. Dianta Daya Embara untuk mengembangkan usahanya melauai jasa pergudangannya. Keterkaitan dunia industri dengan jasa pergudangan ialah sangat keterkaitan dunia industry, dengan jasa pergudangan untuk sector perindustrian yaitu untuk meningkatkan produktivitas industri dalam mencapai hasil produksi yang maksimal dengan cara membantu dalam hal proses pengendalian persediaan barang.

2. Ancaman

Didalam setiap perusahaan pasti akan ada saja ancaman dan akan selalu ada pada setiap lingkup bisnis. Ancaman merupakan hal yang perlu diperhatikan dan di waspadai oleh PT. Dianta Daya Embara yang sudah cukup besar di kalangan Pendistribusian barang. Karena ancaman yang tidak diperhatikan akan memberikan kerugian bagi perusahaan di masa yang akan datang.

a. Banyaknya pesaing disektor jasa pengiriman, Ancaman ini sebenarnya umum bagi hampir setiap seluruh perusahaan, persaingan bisnis yang semakin ketat, menimbulkan banyak konsekuensi dalam persaingan perusahaan. Perusahaan dituntut untuk meningkatkan daya saingnya secara terus menerus. Perusahaan dalam waktu cepat harus mampu mengubah diri menjadi lebih kuat dan mampu menghadapi kebutuhan besar. Keadaan persaingan antar perusahaan saat ini sangat kompetitif. Para pesaing terus meningkatkan kemampuannya untuk mencapai *competitive advantage* agar dapat terus bertahan bersaing dalam pendistribusiannya. Untuk meningkatkan *competitive advantage* ini banyak sekali caranya, salah

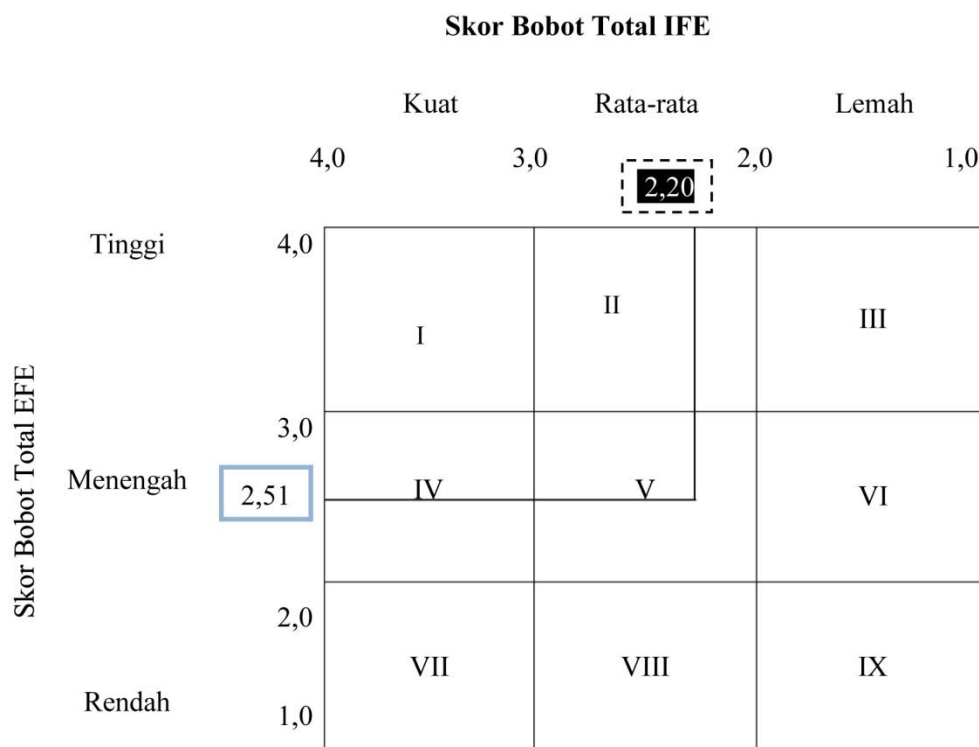
satunya dengan meningkatkan kemampuan teknologi informasinya karena peran teknologi informasi sudah menjadi bagian penting dari perusahaan salin terus menginovasi sistem pengiriman dokumen dan paket secara online; b) Peralatan admin yang semakin mahal, Peralatan sudah sangat jelas fungsinya bagi perusahaan, dengan alat penunjang itulah dokumen dan paket dapat di input, di paking dan dikirimkan dengan tepat waktu. Apabila alat penunjang tersebut rusak, maka akan menjadi ancaman bagi perusahaan kaarena alat-alat itu memiliki harga yang sangat mahal dan akan semakin naik harganya; c) Kebijakan Pemerintah, Kebijakan pemerintah yang sudah ditetapkan sudah tidak dapat diganggu gugat terkadang memberatkan dalam sisi usaha. Banyak kebijakan pemerintah yang dapat menjadi ancaman suatu uasaha tertentu. Sebagai contoh, yaitu kebijakan keniakan harga BBM. Kebijakan pemerintah tentang beban maksimum angkutan jalan raja, kebijakan pemerintah tentang suku bunga, kebijakan pemerintah tentang ekspr/impor dan lain-lain; d) Harga BBM, Dasar dari skema kenaikan harga dunia yaitu dengan harga minyak mentah dunia saat itu naik sekitar 21 persen. Harga minyak meningkat sekitar 18 dollar AS per barrel hingga mencapai angka \$115,97 per barrel (kompas, 8 Agustus 2015). Kenaikan ini akibat dari krisis politik dibeberapa Negara Timur Tengah penghasil minyak. Kenaikan harga ini mempengaruhi harga bahan bakar minyak di Indonesia sehingga terjadi

fluktuasi pada harga, haarga ini bias membuat biaya pada harga pengiriman menjadi meningkat karena berdampak pada naiknya biaya transportasi dan dapat memicu kenaikan terhadap harga-harga lainnya; e) Kepercayaan Costomer Yang Berkurang, Memiliki pelanggan yang setia terhadap perusahaan, bukan berarti pelanggan tersebut akan nyaman selama lamanya terhadap perusahaan itu sendiri. Banyak aspek yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan untuk menghindari kepercayaan pelanggan yang berkurang. Mungkin PT. Dianta Daya Embara harus meningkatkan mutu dan kualitas yang sebelumnya, dan pastinya terus mendengar keluhan dari setiap pelanggan tentang apa saja yang dikeluhkan oleh pelanggan.

C.4K, Matriks Kualitatif, dan Matriks SWOT

1. Strategi Menurut Matriks Internal Eksternal
Matriks Internal – Eksternal memposisikan berbagai divisi suatu organisasi dalam tampilan Sembilan sel, Matriks IE didasarkan pada dua dimensi kunci, yaitu :Skor bobot IFE total pada sumbu (x) dan skor bobot EFE total pada sumbu (y). Matriks IE dibagi menjadi tiga bagian besar yang mempunyai implikasi strategi berbeda – beda, Untuk memperoleh penjelasan secara lebih rinci mengenai kesembilan strategi yang terdapat pada Sembilan sel matriks IE seperti yang dijelaskan diatas berikut dapat dilihat gambar matriks internal eksternal PT. Dianta Daya Embara.

Gambar 1 Matriks IE (Internal – Eksternal)



Sumber : Fred R. David

Keterangan Gambar :

Letak posisi PT. Dianta Daya Embara berdasarkan analisis SWOT menurut matriks IE yang di analisis oleh penulis adalah berada pada sel V yaitu *hold and maintain*. Dengan

total skor faktor internal sebesar (2,20) dan total skor eksternal sebesar (2,51), maka dapat di katakan bahwa posisi perusahaan berada pada daerah bertahan dan menjaga.

2. Analisis SWOT-4K

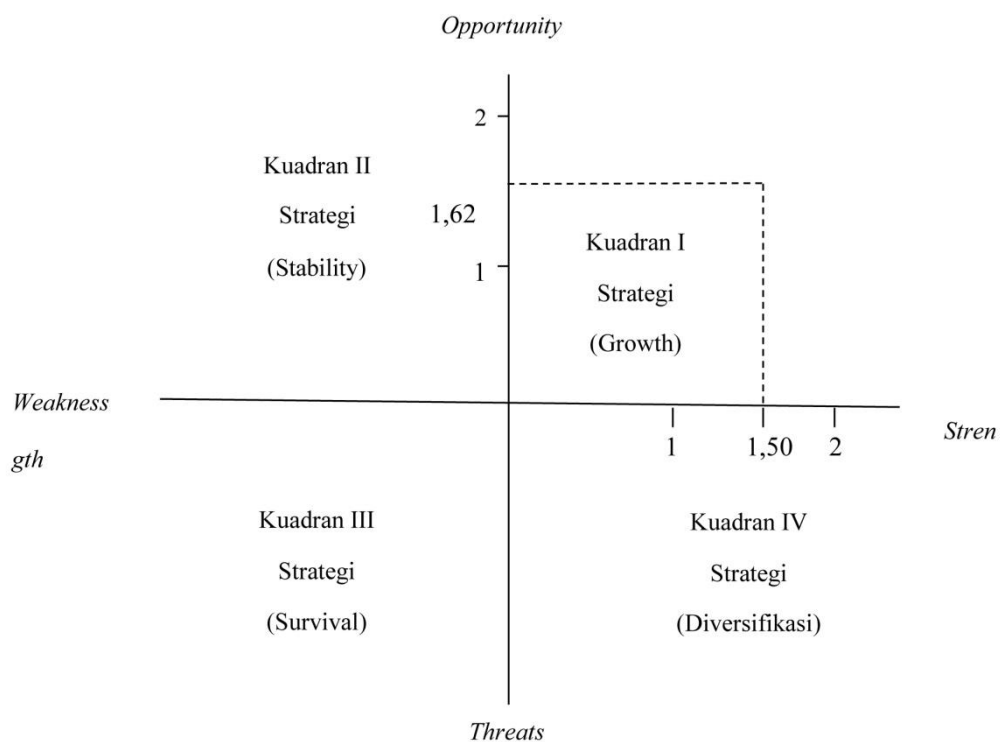
No	Kategori Variabel Internal dan Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan Perusahaan (Strength)				
1	Pelayanan yang maksimal terhadap customer	0,21	3,20	0,68
2	Mempunyai gudang yang bersih	0,23	3,20	0,73
3	Memiliki manajemen yang professional	0,17	2,60	0,45
4	Memiliki SOP yang Baik	0,16	2,60	0,42
5	Memiliki gudang sendiri	0,23	3,60	0,82
Sub Total Kekuatan Perusahaan		1,00		3,09
Kelemahan Perusahaan (Weaknesses)				
1	Jumlah SDM yang kurang atau terbatas	0,21	1,40	0,30
2	Karyawan yang kurang terlatih	0,21	1,60	0,34
3	Promosi yang kurang gencar	0,20	1,80	0,35
4	Kurangnya armada	0,18	1,80	0,32
5	Proses penempatan barang tidak tertata rapih	0,20	1,40	0,28
Sub Total Kelemahan Perusahaan		1,00		1,59
Total Keseluruhan Faktor Internal				
Peluang Perusahaan (Opportunities)				
1	Memiliki vendor di kota lain	0,21	3,60	0,76

No	Kategori Variabel Internal dan Eksternal	Bobot	Rating	Skor
2	Menjalin hubungan yang baik dengan perusahaan lain di Trakindo Group	0,17	3,20	0,55
3	Pangsa pasar dan pertumbuhan bisnis	0,18	2,80	0,52
4	Tingginya permintaan jasa saat ini	0,26	3,40	0,89
5	Pertumbuhan ekonomi yang meningkat	0,17	3,20	0,55
Sub Total Kelemahan Perusahaan		1,00		3,26
Ancaman Perusahaan (Threats)				
1	Banyaknya pesaing disektor jasa pengiriman	0,18	1,80	0,33
2	Peralatan admin yang semakin mahal	0,18	1,60	0,30
3	Kebijakan pemerintah	0,22	1,80	0,39
4	Kenaikan harga BBM	0,22	1,40	0,30
5	Kepercayaan customer yang berkurang	0,20	1,60	0,32
Sub Total Ancaman Perusahaan		1,00		1,64

Berdasarkan hasil tersebut diketahui sumbu horizontal (X) sebesar (1,50) dan sumbu vertikal (Y) sebesar (1,62). Sehingga

posisi perusahaan bila digambarkan pada sebuah diagram berada pada koordinat {1,50 : 1,62}

Analisis SWOT PT. Dianta Daya Embara



Sumber : Data yang diolah penulis

Berdasarkan analisis SWOT menurut diagram yang di buat oleh penulis, dapat diketahui bahwa posisi PT. Dianta Daya Embara berada pada kuadran I, yaitu faktor internal dengan skor (1,50) dan faktor eksternal dengan skor (1,62). PT. Dianta Daya Embara berada pada posisi yang sangat menguntungkan, dimana perusahaan memiliki kekuatan yang baik, sehingga dapat memanfaatkan peluang dari kekuatan internal yang ada untuk mengembangkan bisnis pendistribusiannya dan meningkatkan pelayanan. Maka berdasarkan analisis diagram SWOT menurut Fred R. David strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan

pertumbuhan yang agresif.

3. Analisis Berdasarkan Matriks SWOT

Penentuan alternatif strategi yang sesuai bagi perusahaan adalah dengan cara membuat matriks SWOT. Formulasi strategi disusun menggunakan hasil analisis SWOT, yaitu dengan menggabungkan berbagai indikator yang terdapat dalam kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Berdasarkan analisis SWOT, dapat disusun empat strategi utama yaitu :

S-O strategi disusun menggunakan semua kekuatan untuk merebut peluang W-O strategi disusun dengan cara meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman.

Matriks SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESS (W)
	1. Pelayanan yang maksimal terhadap customer 2. Mempunyai gudang yang bersih 3. Memiliki manajemen yang profesional 4. Memiliki SOP yang baik 5. Memiliki gudang sendiri	1. Jumlah SDM yang Kurang 2. Karyawan yang Kurang Terlatih 3. Promosi yang Kurang Gencar 4. Kurangnya armada 5. Proses penempatan barang tidak tertata rapih.
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
1. Memiliki Cabang 2. Menjalin hubungan yang baik dengan perusahaan lain. 3. Pangsa pasar dan pertumbuhan bisnis. 4. Tingginya permintaan jasa saat ini 5. Pertumbuhan ekonomi yang meningkat	1. Mengoptimalkan pelayanan demi mendapatkan kepercayaan customer untuk merebut pangsa pasar dan pertumbuhan bisnis. 2. Memanfaatkan gudang yang bersih untuk daya Tarik mendapatkan kerja sama dengan perusahaan besar. 3. Membuka cabang di kota lain agar menunjang permintaan jasa. 4. memanfaatkan pertumbuhan ekonomi dengan kepemilikan gudang sendiri dan memiliki keunggulan dari segi penawaran harga.	1. Mengoptimalkan sumber daya manusia yang tersedia untuk tetap memberikan pelayanan yang maksimal untuk meraih kepercayaan konsumen. 2. Melatih karyawan yang kurang terlatih guna menangani dan melayani dengan sesuai yang diharapkan. 3. Memanfaatkan pertumbuhan bisnis untuk melakukan penambahan fasilitas gudang sehingga dapat menambah pangsa pasar.
THREATS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT

1. Banyaknya pesaing disektor distribusi 2. Peralatan gudang yang semakin mahal 3. Kebijakan pemerintah 4. Kenaikan harga BBM. 5. Kepercayaan Customer yang Berkurang	1. Memberikan pelayanan yang maksimal untuk mendapatkan kepercayaan dari pelanggan. 2. Memanfaatkan peralatan yang dimiliki ketika sedang beroperasi dan melakukan perawatan secara berkala. 3. Mengoptimalkan fungsi informasi terhadap kebijakan pemerintah terkini serta melakukan penyesuaian.	1. Lebih mengoptimalkan inovasi terhadap pelayanan yang maksimal. 2. Mengoptimalkan serta mengendalikan proses pengadaan peralatan. 3. Turut berperan aktif dalam forum-forum yang membahas tentang pendistribusian dan SCM dimana pembahasan tentang pergudangan ada didalamnya.
---	--	---

Gambar 3.

Strategi tersebut paling cocok untuk diterapkan dan dipergunakan oleh PT. Dianta Daya Embara. Penentuan kemungkinan strategi yang dihasilkan berdasarkan atas perhitungan analisis SWOT menurut diagram penentu posisi perusahaan berada di kuadran I dan kemungkinan strategi yang paling cocok adalah strategi S-O. Strategi S-O merupakan strategi yang dibuat berdasarkan pemikiran perusahaan, yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang besar.

D. Strategi Alternatif yang Diterapkan Untuk Meningkatkan Bisnis Distribusi Pada PT. Dianta Daya Embara Tahun 2017-2018

Berdasarkan matriks IE yang telah dijabarkan penulis, posisi PT. Dianta Daya Embara berada pada kuadran 1 yaitu strategi pertumbuhan. Hasil perhitungan Diagram SWOT dalam gambar dapat dilihat bahwa PT. Dianta Daya Embara berada pada kuadran 1 yaitu 1,50 di sumbu X dan 1,62 di sumbu Y, maka perusahaan mendapatkan (peluang bisnis). Sehingga strategi yang dapat diterapkan yaitu :

1. Produk Jasa (*Service*), Mengupayakan peningkatan penjualan melalui perbaikan produk jasa saat ini atau pengembangan jasa pengiriman. PT. Dianta Daya Embara mungkin dapat mengembangkan jasa baru seperti menyediakan rute yang lebih luas seperti ke titik-titik efektif yang dinilai memiliki pangsa pasar yang baik. Kemudian jasa pengiriman PT. Dianta Daya Embara juga dapat dikembangkan dengan sistem yang update dan kelengkapan peralatan alat

bongkar muat yang disesuaikan kebutuhan. karena PT. Dianta Daya Embara melayani jasa yang unik dan berbeda dari para pesaing; 2) Harga (*Price*), PT. Dianta Daya Embara sebaiknya dapat memberikan harga yang dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. membuka Cabang sendiri di luar Jakarta untuk membantu PT. Dianta Daya Embara yang sementara hanya ada di Jakarta, agar biaya produksi bisa di kurangi kedepannya; 3) Cabang (*Place*), Memperoleh kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas distributor atau per ritel. PT. Dianta Daya Embara lebih baik membuka cabang-cabang baru karena dengan membuka cabang, PT. Dianta Daya Embara berusaha menjadi jasa pengiriman dokumen dan paket domestik yang terbaik; 4) Pemasaran (*Promotion*), Mencari pangsa pasar yang lebih besar untuk produk atau jasa saat ini di pasar yang ada sekarang melalui upaya – upaya pemasaran yang lebih baik. PT. Dianta Daya Embara dapat melakukan penetrasi pasar dengan cara memasarkan jasa yang akan diberikan melalui berbagai macam media, seperti media elektronik maupun cetak, maupun membuat promosi di web yang menarik orang banyak; 5) Partisipan (*People*), Mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pesaing dan partisipaan. PT. Dianta Daya Embara dapat melakukan *merger* perusahaan lain yang dianggap pesaing, contohnya DHL, TIKI, dan JNE. Dengan melakukan ini dapat menjadi sebuah strategi yang baik karena kekuatan dari masing – masing perusahaan dapat disatukan untuk menjadi suatu kekuatan yang menguntungkan bagi kedua perusahaan; 6) Proses (*Process*), Menambah jasa atau *service* khusus untuk barang yang akan ditangani. PT. Dianta Daya Embara bisa saja

menyediakan pickup hal ini dilakukan supaya mempermudah proses pengiriman dan ada kesan kesiapan armada yang lebih baik dari yang lainnya; 7) Layanan pelanggan (*Customer service*), Memperkenalkan jasa saat ini ke wilayah geografis yang baru dengan harga yang dapat bersaing. Sebaiknya membuka Cabang atau Crossdock di luar Jakarta, di daerah timur Indonesia. Dengan adanya membuka cabang dan crossdock di daerah tersebut, mungkin dapat menarik perusahaan lain untuk menggunakan jasa pengiriman dokumen dan paket dengan harga yang dapat bersaing dan bersahabat.

SIMPULAN

1. Berdasarkan analisis faktor internal dengan matriks Evaluasi Faktor Internal (EFI), faktor internal kekuatan PT. Dianta Daya Embara yang terbaik adalah mempunyai gudang yang bersih dan memiliki gudang sendiri. Sedangkan faktor internal kelemahan PT. Dianta Daya Embara kurangnya armada pada saat volume tinggi.
2. Berdasarkan analisis faktor eksternal dengan matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), faktor eksternal peluang PT. Dianta Daya Embara yang paling kuat adalah pangsa pasar dan pertumbuhan bisnis. Sementara faktor eksternal ancaman PT. Dianta Daya Embara yang paling lemah adalah pindahnya karyawan ke perusahaan lain

dikarenakan jenjang karir kedepannya dan kepercayaan konsumen yang berkurang akibat kurang terlatihnya SDM.

3. Berdasarkan matriks IE perusahaan ini berada pada posisi yang relatif bagus karena dapat dilihat posisi sel V *Hold and Maintain* maka dapat di katakan bahwa posisi perusahaan berada pada daerah bertahan dan menjaga.
4. Berdasar Matriks SWOT perusahaan berada pada sel I yaitu posisi Tumbuh dan Membangun (*Grow and Build*), dapat di lihat juga pada hasil diagram SWOT berada pada sel I (atas kanan) dengan angka sumbu horizontal 0,26 dan sumbu vertikal 1,00 yang berada pada posisi agresif.
5. Sementara berdasarkan analisis dengan menggunakan matriks SWOT, strategi yang dapat diterapkan oleh PT. Dianta Daya Embara Jakarta adalah strategi SO (*Strengths-Opportunities*).
6. Berarti perusahaan dapat menggunakan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang besar. Alternatif strategi yang dapat dipergunakan dari hasil analisis Matriks IE dan Diagram SWOT, yaitu : *Produk, Price, Place, Promotion, People, Process* dan *Customer Service*.

DAFTAR PUSTAKA

Priyanto, S., & Suharno, H. (n.d.). Value Engineering Dan Strategi Bisnis Pada PT Angkasa Pura Ii Value Engineering And Bussiness Strategies, 3(2), 2012–2016.

Setiawati, R., Tinggi, S., & Transportasi, M. (2017). Strategi Bersaing Perusahaan Pelayaran Bisnis Batubara Di Indonesia Competitive Strategy Of Shipping And Shipyard Companies As A Result Of Declining Coal, 4(3), 287–302.

Wulan, D. A., & Setyawati, A. (n.d.). Strategi Pemasaran Perusahaan Logistik Marketing Strategy of Logistic Company, 5(2), 95–104.

David R. Fred.2010. *Manajemen Strategis*, Jakarta; Salemba Empat

Sugiyono. 2007. *Statistika Untuk Penelitian,Bandung*; Alfabeta

Suwarsono Muhammad. 2013. *Manajemen Strategik Konsep dan Alat Analisis*, Yogyakarta, UPP STIM YKPN.

Louis Adi Putra. 2013. ***Tanggung Jawab Pengangkut Terhadap Pengangkutan Barang Melalui Pesawat Udara Negara***, Makassar:Repository.unhas.ac.id,

Halaman ini sengaja dikosongkan.