

---

# PENGEMBANGAN STRATEGI BISNIS MENGGUNAKAN METODE IFE, EFE, QSPM, SWOT DALAM MENGEMBANGKAN BISNIS PT. XYZ

Patra Caraka

Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara  
carakapatra@gmail.com

Mukti Rahardjo

Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara

**Abstract :** This study aims to analyze the external environment of the introduction of products from PT. XYZ and find the strategies that will be used by PT.XYZ to keep sales stable and develop a wider market share using QSPM, SWOT Matrix, IFE matrix, EFE matrix. The source of the data directly comes from observations, questionnaires and interviews. OFF matrix is used to identify internal factors, external companies in the method can know the strengths, weaknesses of opportunities and threats in the company of PT. XYZ. All data from the company will be analyzed and combined to get the strategy that will be used by company to get QSPM strategy. The results of the research will be created to create good opportunities for the company by focusing on the strategy created and creating a low cost strategy.

**Keyword :** IFE, EFE, SWOT, QSPM

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kedua setelah India yang banyak menggunakan smartphone pada tahun 2015 diperkirakan sekitar 55 juta pengguna ponsel dengan presentasi mencapai 37.1 persen (data di ambil dari <http://techno.okezone.com/read/2015/09/19/57/1217340/2015-pengguna-smartphone-di-indonesia-capai-55-juta> pada tanggal 30 nov 2016). Hal ini berdampak dari penggunaan internet yang terus meningkat. Sehingga kebutuhan atas perangkat *mobile* semakin meningkat, serta gaya hidup konsumtif telah menjadi salah satu *trend* kehidupan masyarakat Indonesia.

*Smartphone* (ponsel) merupakan salah satu *industry* yang menjadi bagian tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat Indonesia, terutama perannya dalam gaya hidup. Masyarakat Indonesia yang senantiasa tampil gengsi, berbagai cara digunakan agar kebutuhannya terpenuhi. Cara yang baik untuk membuat gengsi meningkat adalah salah satunya membeli *smartphone* yang paling terbaru. Salah satu merek yang kita kenal yaitu Samsung dan Iphone.

Zaman sekarang banyak *smartphone* yang membutuhkan aksesoris tambahan sebagai penunjang penampilan dari ponsel tersebut atau sebagai keamanan dari perlindungan fisik ponsel. Hal ini dimanfaatkan oleh Perusahaan PT.XYZ dengan produknya *Gorilla Smartphone Partner* (GSP) yang membantu memenuhi kebutuhan konsumen terutama *Tempered Glass*. Detail dari bentuk *Tempered Glass* dan pemilihan bahan dasar yang tepat, membuat barang tersebut jauh lebih bernilai dan berkelas dibandingkan dengan harganya.

## 2. Tujuan Penelitian

Penelitian bertujuan untuk :

1. Menganalisa keadaan lingkungan eksternal dari pengenalan produk dari Gorilla *Smartphone Partner*.
2. Menemukan strategi-strategi yang dapat di gunakan oleh Gorilla *SmartPhone Partner* untuk menjaga penjualan tetap stabil dan mengembangkan pangsa pasar yang lebih luas dalam persaingan bisnis.

### 3. Tinjauan Pustaka

Manajemen strategik dapat di definisikan sebagai suatu seni dan ilmu pengetahuan yang berfungsi untuk memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan yang akan di ambil oleh organisasi untuk mencapai suatu tujuan.

Menurut freed R. David (2007:5), *strategic management is the art and science of formulating, implementing, and evaluating cross functional decision that enable on organization to achieve its objectives.*

Menurut Pearch II and Robinson, Jr (2005:3), *strategy management is the set of decision and actions that result in formulation and implementation of plans designed to achive a company's objectives.*

Dapat di simpulkan bahwa manajemen strategi adalah gabungan seni dan ilmu pengetahuan yang memformulasikan, mengimplementasi dan mengevaluasi dalam pengambilan keputusan dalam suatu organisasi dalam mencapai tujuannya.

### 4. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan metode wawancara, kuisioner dan observasi langsung ke lapangan. Data yang didapatkan dari penyebaran kuisioner dan observasi langsung akan di gunakan kedalam metode EFE, IFE, QSPM, SWOT. Observasi langsung di lakukan pada tanggal 23 November 2017 dan berhasil di kumpulkan kembali 27 November 2017. Kuisioner disebar ke manager dan direktur PT. XYZ.

#### 4.1. Hasil dan Pembahasan

#### 4.2 IFE Matrix PT. XYZ

Analisis *Internal Factor Evaluation Matrix (IFE Matrix)* Bertujuan untuk menilai dan mengevaluasi posisi kekuatan dan kelemahan dari factor internal perusahaan yang meliputi penilaian terhadap area-area fungsional maupun hubungan di antara area-area tersebut. Hasil dari analisis IFE yang di lakukan pada PT. XYZ di mana telah di lakukan pembobotan/ rating maka dapat disusun IFE Matrix pada tabel 5.1

No	Internal statement	Rata-Rata		
		Bobot	Rating	WS

<b>Kekuatan (Strength)</b>				
1.	Tim penjualan yang professional dan berpengalaman	0.08	3	0.24
2.	Mempunyai pelayanan yan terbaik dalam hal garansi	0.14	3	0.42
3.	Brand sudah di kenal cukup baik	0.14	3	0.42
4.	Stock produk yang selalu <i>uptodate</i> dengan <i>smarphone</i> terkini	0.05	3	0.15
5.	Struktur modal yang lebih kuat dibandingkan dengan pesaing.	0.1	3	0.3
<b>Kelemahan (Weakness)</b>				
1.	Kurangnya karyawan penjualan untuk menunjang penjualan	0.05	2	0.1
2.	Motivasi kerja karyawan yang relative turun.	0.13	2	0.26
3.	Kurangnya kemampuan dalam menyampaikan informasi mengenai produk ke toko, disertai dengan kurangnya arahan dari manajemen.	0.1	2	0.2
4.	Strategi bisnis perusahaan yang tidak di lakukan <i>review</i> secara berkala.	0.10	2	0.2
5.	Stok produk yang sedikit terlambat.	0.11	2	0.22
<b>Hasil</b>		1		2.51

#### 4.3 EFE Matrix PT . XYZ

Analisis *External Factor Evaluation* (EFE Matrix) Bertujuan memberikan gambaran akan kemampuan perusahaan dalam menghadapi fator lingkungan luar seperti ancaman potensial dan peluang potensial dan sejauh mana perusahaan dapat menghadapi ancaman tersebut dan menggunakan peluang yang ada. Hasil dari analisis EFE yang di lakukan pada PT. XYZ dimana bobot /rating dapat disusun pada tabel 5.2

No	Internal statement	Rata-Rata		
		Bobot	Rating	WS
<b>Peluang ( Opportunity)</b>				
1.	Bisnis retail aksesoris merupakan pangsa pasar yang sangat menjanjikan di Indonesia	0.14	3	0.42
2.	Pengeluaran produk-produk terbaru dari vendor <i>smarphone</i> terkenal yang di keluarkan secara terus-menerus.	0.12	3	0.36
3.	Produk PT.XYZ di anggap sebagai solusi yang efektif dan efisien dalam melindungi layar <i>smartphone</i> .	0.08	3	0.24
4.	Mulai berkembangnya trend aksesoris <i>smartphone</i> di Indonesia.	0.05	3	0.15

5.	Pangsa pasar yang menjanjikan di daerah terpencil.	0.10	3	0.3
	<b>Ancaman ( Threats)</b>			
1.	Melemahnya ekonomi dunia	0.15	2	0.3
2.	Semakin banyak produk sejenis yang beredar di pasaran	0.07	3	0.21
3.	Persaingan harga dan kualitas semakin ketat	0.12	4	0.48
4.	Nilai tukar rupiah yang cenderung melemah di bandingan dengan Dollar Amerika	0.12	3	0.36
5.	Terlalu cepatnya teknologi berkembang sehingga membuat perusahaan susah dalam mengejar teknologi smarphone.	0.05	2	0.1
	<b>Hasil</b>	1		2.92

#### 4.4 SWOT Matrix PT. XYZ

Untuk dapat belajar bagaimana peluang dan ancaman yang di hadapi oleh perusahaan berdasarkan pada kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan, maka di susun ke dalam matrix SWOT (*strength, Weakness, Oppurtunity, Threat*) seperti pada tabel 5.4

Data dan informasi yang di gunakan dalam penyusunan matrix ini di peroleh dari matrix IFE dan EFE.

	Kekuatan (S)	Ketlemahan (W)
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tim penjualan yang professional dan berpengalaman.</li> <li>2. Mempunyai pelayanan yang terbaik dalam hal garansi.</li> <li>3. <i>Brand</i> yang sudah di kenal cukup baik</li> <li>4. Stock produk yang selalu uptodate dengan smarphone terkini.</li> <li>5. Struktur modal yang lebih kuat dibandingkan dengan pesaing.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Kurangnya karyawan penjualan untuk menunjang penjualan.</li> <li>2.Motivasi kerja karyawan yang relative turun.</li> <li>3.Kurangnya kemampuan dalam menyampaikan informasi mengenai produk ke toko, disertai dengan kurangnya arahan dari manajemen.</li> <li>4.Strategi bisnis perusahaan yang tidak di lakukan review secara berkala.</li> <li>5.Stok produk yang sedikit terlambat.</li> </ol>
Peluang (O)	S-O Strategy	W-O Strategy
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. bisnis retail aksesoris merupakan pangsa pasar yang sangat menjanjikan di Indonesia</li> <li>2. pengeluaran produk-produk baru terbaru dari vendor smartphone terkenal yang di keluarkan terus menerus</li> <li>3. produk PT.XYZ di anggap sebagai solusi yang efektif dan efisien.</li> <li>4. Mulai berkembang trend aksesoris smartphone di Indonesia</li> <li>5. Pangsa pasar yang menjanjikan di daerah terpencil.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertahankan <i>brand</i> perusahaan mengingat retail aksesoris merupakan pangsa pasar menjanjikan (S3,O1)</li> <li>2. Dengan pelayanan terbaik PT XYZ bisa menjadi solusi yang efektif dan efisien (S2,O3)</li> <li>3. Stock produk selalu di update mengikuti perkembangan smarphone(S4,O2)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. susun dan review strategi perusahaan sehingga bisa mengambil kembali pangsa pasar yang hilang (W4,O1)</li> <li>2. Menambah jumlah karyawan yang kompeten untuk daerah terpencil (W1,O5)</li> <li>3. Memotivasi karyawan mengingat trend aksesoris smartphone mulai berkembang ( W2,O4)</li> </ol>
Ancaman (T)	S-T Strategy	W-T Strategy
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melemahnya ekonomi dunia</li> <li>2. Semakin banyak produk sejenis yang beredar di pasaran</li> <li>3. Pesaing harga dan kualitas semakin ketat</li> <li>4. Nilai tukar rupiah yang cenderung melemah di bandingkan dengan dollar amerika</li> <li>5. Terlalu cepatnya teknologi yang berkembang membuat perusahaan susah dalam mengejar teknologi <i>smartphone</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. tim penjualan melakukan pendekatan dengan vendor smartphone agar mendapatkan bocoran mengenai smartphone terbaru (S1,T5)</li> <li>2. mulai memproduksi beberapa material sendiri agar harga lebih kompetitif dan relative murah (T1,T3,S5)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Perbaiki cara penyampaian informasi produk agar produk yang dimiliki PT.XYZ terjual (W3,T3)</li> </ol>

#### 4.5 QSPM Matrix PT. XYZ

Setelah melakukan pencocokan dengan strategi manajemen yang ada, maka sampailah pada tahap keputusan, dimana terdapat pilihan keputusan yang dapat di ambil oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan kinerja usaha dan keunggulan bersaing

No	Key Factors	Alternatif Strategy				
		Bobot	Market penetration		Market development	
			AS	TAS	AS	TAS
<b>Kekuatan (<i>strength</i>)</b>						
1	Tim penjualan yang professional dan berpengalaman.	0.08	2	0.16	3	0.24
2	Mempunyai pelayanan yan terbaik dalam hal garansi.	0.14	3	0.42	3	0.42
3	Brand yang sudah di kenal cukup baik	0.14	2	0.28	4	0.56
4	Stock produk yang selalu uptodate dengan <i>smarphone</i> terkini.	0.05	2	0.10	3	0.15
5	Struktur modal yang lebih kuat dibandingkan dengan pesaing.	0.10	1	0.10	2	0.20
<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>						
1	Kurangnya karyawan penjualan untuk menunjang penjualan	0.05	2	0.10	2	0.10
2	Motivasi kerja karyawan yang relative turun.	0.13	2	0.26	4	0.52
3	Kurangnya kemampuan dalam menyampaikan informasi mengenai produk ke toko, disertai dengan kurangnya arahan dari manajemen.	0.10	3	0.30	3	0.30
4	Strategi bisnis perusahaan yang tidak di lakukan review secara berkala.	0.10	2	0.20	2	0.20
5	Stok produk yang sedikit terlambat.	0.11	1	0.11	1	0.11
<b>Peluang (<i>opportunity</i>)</b>						
1	Bisnis retail aksesoris merupakan pangsa pasar yang sangat menjanjikan di Indonesia	0.14	3	0.42	4	0.56
2	Pengeluaran produk-produk terbaru dari vendor <i>smarphone</i> terkenal yang di keluarkan secara terus-menerus.	0.12	4	0.48	4	0.48
3	Produk PT.XYZ di anggap sebagai solusi yang efektif dan efisien dalam melindungi layar <i>smartphone</i> .	0.08	3	0.24	4	0.32
4	Mulai berkembangnya trend	0.05	3	0.15	3	0.15

	aksesoris <i>smartphone</i> di Indonesia.					
5	Pangsa pasar yang menjanjikan di daerah terpencil.	0.10	3	0.30	2	0.20
	<b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b>					
1	Melemahnya ekonomi dunia	0.15	3	0.45	3	0.45
2	Semakin banyak produk sejenis yang beredar di pasaran	0.07	2	0.14	2	0.14
3	Persaingan harga dan kualitas semakin ketat	0.12	4	0.48	4	0.48
4	Nilai tukar rupiah yang cenderung melemah di bandingan dengan Dollar Amerika	0.12	3	0.36	3	0.36
5	Terlalu cepatnya teknologi berkembang sehingga membuat perusahaan susah dalam mengejar teknologi <i>smartphone</i> .	0.05	2	0.10	2	0.10
	<b>TOTAL</b>			5.15		6.04

## 5. Kesimpulan

### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis yang telah dilakukan mengenai PT.XYZ maka dapat di simpulkan hal-hal sebagai berikut :

---

1. Hasil analisis lingkungan internal menunjukkan factor kekuatan PT. XYZ yang cukup memberikan pelayanan garansi ganti baru kepada konsumen yang telah membeli produknya serta memberikan rasa bertanggung jawab kepada produk yang telah di jual ke konsumen di bandingkan dengan pesaing dengan harga murah tetapi kualitas tidak me-yakinkan.
2. Factor kelemahan yang dominan dari PT. XYZ adalah masih kurangnya karyawan yang melakukan *maintenance* produk pada toko yang jumlah nya hampir +- 100 toko untuk daerah Jakarta. Hal ini menjadi penghambat PT.XYZ dalam memberikan layanan garansi penukaran baru di toko sehingga konsumen cenderung menunggu barang penggantian nya cukup lama dan bisa beralih ke pesaing yang murah tetapi tidak menyulitkan dirinya untuk melakukan garansi.
3. Hasil analisis eksternal menunjukkan bahwa peluang yang sangat besar bagi PT.XYZ adalah selalu keluarnya produk smarphone terbaru yang telah disediakan oleh vendor smarphone terkenal di Indonesia. Tentu nya dengan hal ini PT.XYZ harus selalu *update* mengenai *smartphone* keluaran terbaru agar konsumen tidak beralih ke produk lainnya.
4. Faktor ancaman terbesar yang di hadapi oleh PT.XYZ, konsumen yang tidak ingin agar proses garansi tidak terlalu ribet yang harus datang ke kantor pusat PT.XYZ . Hal ini menjadi perhatian khusus PT.XYZ untuk membenahi diri dalam hal peningkatan pelayanan khususnya garansi, karena jika tidak diantisipasi segera mungkin konsumen akan beralih ke pesaing.

## 5.2 Saran

Dari kesimpulan-kesipulan di atas dan pengamatan selama melakukan penelitian dalam pembuatan tesis ini, maka beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat, antara lain :

1. Menjalankan strategi untuk penempatan garansi di beberapa titik di Jakarta untuk menghadapi konsumen yang kesulitan menjangkau kantor pusat PT. XYZ, hal ini di mungkinkan untuk menambah karyawan baru yang akan menjadi tanggung jawab di setiap titik tempat garansi produk PT.XYZ.

Strategi penempatan garansi di lakukan dengan cara :

- a. Menempatkan beberapa karyawan di beberapa titik yang dapat membantu melaksanakan kegiatan *claim* garansi .
- b. Menyiapkan beberapa *supplier* yang terus membantu memasukan barang baku ke perusahaan. Jangan terlalu terpaku dengan *supplier* yang berada di luar Indonesia. Untuk mengantisipasi ada nya kejadian *import* yang bermasalah.

## DAFTAR PUSTAKA

<http://techno.okezone.com/read/2015/09/19/57/1217340/2015-pengguna-smartphone-di-indonesia-capai-55-juta>

David, Freed R. (2007). *Strategic Management : Concept and Cases*, Eleven Edition, New Jersey : Prentice Hall, Inc

Pearce II, John A & Robinson Jr, Richard B. (2005). *Strategic Management; Formulation, Implementation and control*, Ninth Edition, New York, McGraw-Hill/Irwin

---

---