

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA EKSPEDISI
CV. RAJAWALI ANDALAN PRATAMA SLEMAN**

Elvira Puspita Candra¹, Lulu Anastesi Sayekti²

¹CV. Rajawali Andalan Pratama Sleman

²Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi “AAN” Yogyakarta

Email: lulustiaaan79@gmail.com

Abstract

This research is a descriptive qualitative study that aims to know the development strategy of the CV. Rajawali Andalan Pratama Sleman with a swot analysis. Technology development has become a factor in changing the power to buy people from offline to online, this makes the expedition service very appealing to the public because through the services of the expedition the goods will be delivered to a place where the people want it to go. That's why expedition services competition has become increasingly intense and every expedition service company has to be able to devise a strategy to deal with the competition. Besides, the whole point of this research is to find strategies that has never done before CV. Rajawali Andalan Pratama Sleman. Prescription research contains a discussion on CV. Rajawali Andalan Pratama using internal and external indicators to find strength, Weakness., Chances and threats., and there is an analysis of the swot matrix.

Keyword: *Strategy; Internal Indicators; External Indicators; SWOT Matrix.*

Pendahuluan

Perubahan dan perkembangan pada era globalisasi saat ini memberikan dampak yang cukup besar pada berbagai bidang seperti: ekonomi, industri, jasa, bahkan teknologi, yang mampu meningkatkan roda perekonomian dunia. Perubahan dalam bidang teknologi tersebut juga mempengaruhi perkembangan bidang jasa layanan pengiriman barang atau jasa ekspedisi yang dapat dilakukan dengan mudah, aman dan praktis.

Seiring dengan meningkatnya perkembangan dan perubahan teknologi digital, kebutuhan masyarakat menjadi beragam, dan permintaan jasa pengiriman barang semakin meningkat. Jasa pengiriman barang atau jasa ekspedisi pada masa sekarang semakin diminati oleh kalangan masyarakat di Indonesia karena masyarakat tidak perlu merasa khawatir dan kesulitan dalam mengirimkan barang baik ke dalam negeri (domestik) maupun ke luar negeri. Masyarakat dapat menggunakan jasa pengiriman barang atau jasa ekspedisi melalui *fitur* yang disediakan oleh perangkat atau teknologi digital, tanpa perlu berkunjung secara langsung ke penyedia jasa layanan pengiriman atau ekspedisi. Jasa layanan pengiriman barang atau ekspedisi menjadi solusi bagi masyarakat yang memilih kemudahan dan kepraktisan dalam mengirimkan barang, selain itu layanan jasa pengiriman juga dapat memperlancar arus barang dengan kecepatan dan ketepatan yang efektif secara nasional maupun internasional.

Era globalisasi pada teknologi digital dan informasi juga mendorong banyak pihak untuk ikut berperan aktif, terutama pada bidang jasa layanan pengiriman barang atau ekspedisi. Jasa layanan pengiriman barang atau ekspedisi yang masih diperlukan oleh berbagai kalangan masyarakat bahkan hingga tingkat perusahaan menjadi faktor pendorong meningkatnya usaha pada sektor jasa pengiriman barang. Berbagai pihak atau perusahaan baru banyak bermunculan dengan memberikan layanan yang serupa, sehingga menimbulkan persaingan yang ketat antar perusahaan negeri maupun swasta dalam industri ekspedisi. Hal tersebut menjadi salah satu faktor yang menuntut setiap perusahaan dalam jasa ekspedisi, termasuk CV. Rajawali Andalan Pratama Sleman, untuk memiliki keunggulan bersaing dan strategi berinovasi dalam setiap layanan jasa pengiriman barang yang ditawarkan kepada masyarakat serta memiliki kebutuhan beragam dan selera yang berubah-ubah

Permasalahan sehubungan dengan persaingan layanan dan inovasi juga menjadi hal yang diperhatikan oleh CV. Rajawali Andalan Pratama Sleman, karena bergerak dalam bidang yang serupa, yaitu jasa pengiriman barang atau ekspedisi. CV. Rajawali Andalan Pratama Sleman selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas layanan sebagai upaya bertahan dan berkembang di tengah persaingan bisnis. Beberapa upaya atau strategi yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan dengan memperluas jangkauan layanan *pick up* paket atau barang yang akan

dikirimkan tanpa memungut biaya tambahan. CV. Rajawali Andalan Pratama Sleman juga membuka jasa pengiriman barang yang memiliki konsep multilogistik, yaitu para konsumen dapat mengirimkan barang dengan berbagai jenis layanan ekspedisi tanpa perlu berpindah tempat.

CV. Rajawali Andalan Pratama Sleman belum banyak dikenal oleh masyarakat. CV. Rajawali Andalan Pratama Sleman belum memiliki sarana promosi baik secara konvensional seperti brosur maupun media sosial untuk memperkenalkan perusahaan maupun membagikan informasi kepada masyarakat sehubungan dengan layanan yang dimiliki.

Persaingan dalam dunia ekspedisi semakin ketat dan akan terus berlanjut, karena saat ini kemudahan berbelanja secara *online* telah menjadi sebuah keniscayaan bagi masyarakat Indonesia. Hal tersebut membuat layanan dan inovasi yang disediakan oleh setiap jasa ekspedisi atau pesaing semakin berkembang, bahkan dipromosikan melalui berbagai media, terutama media social (Tabel 1). Jasa ekspedisi yang banyak digunakan adalah jasa ekspedisi dengan pengikut Instagram sebanyak 100.000 hingga 1.000.000. CV Rajawali Andalan Pratama hanya memiliki 35 pengikut.

Tabel 1. Jumlah Pengikut Media Sosial Jasa Ekspedisi Pesaing Bulan November-Desember 2022

No.	Nama Jasa Ekspedisi	Jumlah Pengikut <i>Instagram</i>	
		November	Desember
1.	J&T Express	950.000	1.000.000
2.	JNE Express	980.000	1.000.000
3.	SiCepat Express	780.000	788.000
4.	Ninja Van Express	250.000	258.000
5.	Tiki ID	100.000	105.000

Sumber: *www.instagram.com* (diakses pada 13 Februari 2023 jam 15:08 WIB) data diolah oleh peneliti.

CV. Rajawali Andalan Pratama Sleman tidak memiliki sumber daya manusia (SDM) berkemampuan khusus di bidang desain yang fokus dalam promosi, baik dengan *leaflet* atau media sosial. Terdapat berbagai jenis atau beragam media sosial yang dapat digunakan untuk mempromosikan layanan serta perusahaan, seperti aplikasi media sosial *instagram*, *facebook*, *twitter*, *tiktok*, *google business* dan lain-lain. Aplikasi media sosial tersebut dengan mudah dapat diunduh melalui laptop, komputer atau *handphone*. *Instagram* merupakan salah satu media sosial yang berfungsi untuk mempromosikan perusahaan. Aplikasi *Instagram* juga merupakan aplikasi paling banyak digunakan oleh perusahaan untuk mengunggah informasi dan promosi yang dikemas secara kreatif, menarik, singkat, serta jelas. Belum adanya SDM

yang bertugas sebagai operator dalam promosi melalui media sosial ini menghambat pengembangan usaha CV. Rajawali Andalan Pratama.

Kondisi ruang tunggu pelanggan juga masih menjadi masalah. Fasilitas seperti kursi tunggu juga kurang memadai dan terbatas. Jika kantor ekspedisi ramai dikunjungi pelanggan, maka beberapa konsumen tidak mendapatkan tempat duduk, serta harus menunggu giliran dengan posisi berdiri. Kurang tersedianya media baca seperti koran atau majalah untuk para konsumen yang sedang menunggu cenderung membuat konsumen merasa bosan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka identifikasi masalah penelitian ini yaitu sebagai berikut: (1) Pemasaran yang belum berjalan dengan optimal melalui *leaflet*, brosur, dan media sosial; (2) Jumlah SDM yang kurang memadai di bidang desain dan kurangnya keterampilan SDM dalam promosi melalui media sosial; dan (3) Kurangnya kenyamanan ruang tunggu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang telah dilakukan dan strategi yang seharusnya dilakukan oleh CV. Rajawali Andalan Pratama dalam mengembangkan usaha jasa ekspedisi.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan cara reduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan. Penentuan informan melalui *purposive sampling*.

Pembahasan

Strategi pengembangan diperoleh dari analisis *Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats* (SWOT). Marimin (2004:60) memiliki pendapat bahwa analisis SWOT adalah suatu cara untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam rangka merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Rangkuti (2006) berpendapat bahwa analisis SWOT adalah suatu analisis yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*)". Setiap perusahaan dapat mempergunakan teknik analisis SWOT, dengan tujuan untuk menentukan usaha yang realistis sesuai dengan kondisi perusahaan, dan oleh sebab itu lebih mudah tercapai. Sedangkan, menurut Griffin (2004), analisis SWOT adalah salah satu langkah yang paling penting dalam memformulasikan

strategi, dengan menggunakan misi organisasi sebagai konteks, manajer mengukur kekuatan dan kelemahan internal demikian juga kesempatan dan ancaman eksternal.

Dalam menentukan strategi melalui analisis SWOT diperlukan analisis faktor internal dan eksternal. Menurut Fred (2012:190) terdapat 6 kekuatan internal utama yang memengaruhi dalam suatu lingkungan internal perusahaan yaitu: (1) Manajemen; (2) Pemasaran; (3) Keuangan/Akuntansi; (4) Produksi; (5) Penelitian dan Pengembangan; dan (6) Sistem Informasi. Menurut Fred (2012:120) terdapat 5 kekuatan eksternal utama yang mampu memengaruhi suatu perusahaan yaitu sebagai berikut: (1) Kekuatan Ekonomi; (2) Kekuatan Sosial, Budaya, Demografis dan Lingkungan; (3) Kekuatan Politik, Pemerintahan, dan Hukum; (4) Kekuatan Teknologi; serta (5) Kekuatan Kompetitif

Dalam melakukan analisis terhadap Strategi Pengembangan Usaha Ekspedisi CV. Rajawali Andalan Pratama, peneliti menggunakan indikator Fred (2012:120-190), yaitu: (1) lingkungan internal (pemasaran, manajemen, keuangan, dan sistem informasi manajemen); dan (2) lingkungan eksternal (ekonomi, sosial budaya, politik, teknologi dan pesaing).

1. Lingkungan Internal

a. Pemasaran

Indikator pemasaran memiliki sub-indikator, yaitu produk, promosi, tempat dan harga. CV. Rajawali Andalan memiliki produk yang bervariasi dengan konsep multilogistik dan konsep tersebut tidak dimiliki oleh banyak jasa ekspedisi, sehingga menjadikan konsep multilogistik sebagai salah satu kekuatan dari produk CV. Rajawali Andalan Pratama. Walaupun berkonsep perusahaan multilogistik, namun kelemahan dari produk tersebut adalah tidak semua produk ekspedisi masuk dalam daftar CV. Rajawali Andalan Pratama, sehingga CV. Rajawali Andalan Pratama belum sepenuhnya dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Promosi, CV. Rajawali Andalan Pratama masih tetap menggunakan promosi secara konvensional dan tidak meninggalkan metode tersebut, seperti memasang spanduk atau *running text* pada bagian depan kantor perusahaan, agar saat malam hari letak perusahaan dapat terlihat jelas oleh pelanggan. Promosi menggunakan media sosial juga dilakukan oleh CV. Rajawali Andalan Pratama, namun promosi tersebut belum dapat dilakukan secara optimal karena keterbatasan SDM dan biaya, sehingga promosi melalui media sosial terhenti dalam jangka waktu yang cukup lama. Hal ini terlihat dari waktu terakhir gambar yang berisi promosi perusahaan diunggah ke media sosial terutama laman Instagram. CV. Rajawali Andalan Pratama Sleman memiliki tempat parkir yang luas dan lokasi yang strategis, yaitu terletak di pinggir jalan raya. Tempat usahanya milik

pribadi/tidak menyewa, sehingga memiliki keuntungan untuk menghemat pengeluaran. Namun, kendala terletak pada kurang luasnya bangunan bagian dalam. Ketika dalam kondisi ramai paket atau kiriman berdatangan, ruangan terlihat kurang tertata, sehingga akses pelanggan dan karyawan dalam mobilitas menjadi terbatas. Harga/biaya yang ditawarkan CV. Rajawali Andalan Pratama mampu bersaing dengan kompetitor. Namun demikian, masih ada kompetitor lain yang dapat memberikan harga lebih murah dari CV. Rajawali Andalan Pratama.

b. Manajemen

Manajemen dalam penelitian ini dibagi menjadi beberapa sub-indikator, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pemberian motivasi, penempatan staf, dan pengontrolan. Perencanaan yang dilakukan oleh pemilik CV. Rajawali Andalan Pratama terbagi menjadi 3 bagian, yaitu; (1) bagian layanan pelanggan secara *on site*; (2) bagian *customer service*; dan (3) bagian *pick up*. Tiap-tiap bagian memiliki tanggungjawab dan tugas masing-masing. Pembagian tersebut bertujuan agar para karyawan dapat mengetahui mengenai pekerjaan dan tanggungjawab dari setiap pekerjaan. Namun kelemahan dari perencanaan tersebut, karyawan dituntut untuk mampu memiliki keterampilan yang dibutuhkan dari unit lain, karena keterbatasan SDM. Selain perencanaan manajemen, pengorganisasian terhadap manajemen juga dilakukan yang berfungsi agar karyawan mengetahui unit pekerjaan tersebut bertanggungjawab terhadap *supervisor* atau *owner*, sehingga pekerjaan menjadi lebih tertata. Meskipun telah dilakukan pengorganisasian, namun masih terdapat kelemahan, yaitu kurangnya pemahaman dan komunikasi antar karyawan, sehingga menghambat proses pekerjaan yang lain, seperti tidak adanya laporan karyawan dari unit lain yang berhalangan hadir tanpa kabar, sehingga perlu pengganti sementara.

Selain melakukan pengorganisasian karyawan, pihak manajemen telah memberikan motivasi kepada karyawan untuk menyampaikan tentang segala sesuatu yang penting dilakukan, agar bagian manajemen mengetahui kendala atau kesulitan yang dialami oleh karyawan selama bekerja dan bagaimana komunikasi terhadap rekan kerja lainnya. Pemberian motivasi tidak harus dilakukan dengan memberikan nasihat melalui sebuah kalimat, namun melaksanakan rekreasi juga merupakan salah satu langkah pemberian motivasi agar karyawan tidak merasa jenuh karena telah bekerja dengan sangat keras. Sub-indikator lainnya yang menjadi bagian dari indikator manajemen adalah penempatan staf. Penempatan staf harus melalui identifikasi kemampuan yang dimiliki staf baru terlebih dahulu, sehingga karyawan dapat bekerja

sesuai dengan persyaratan unit yang terkait. Pengontrolan karyawan tetap dilakukan oleh pihak manajemen untuk memastikan alur pekerjaan berjalan dengan lancar dan dapat segera membantu jika terdapat hambatan maupun permasalahan yang terjadi pada unit masing-masing.

c. Keuangan

Kekuatan dari pengelolaan keuangan CV. Rajawali Andalan Pratama adalah memiliki cara tersendiri dalam mengelola keuangan, yaitu dengan memanfaatkan laba bersih untuk menambah jasa ekspedisi yang belum tersedia. Sedangkan kelemahan dalam sub-indikator pengelolaan keuangan pada CV. Rajawali Andalan Pratama, yaitu *barrier to entry* untuk bergabung dengan jasa ekspedisi lain sangat sulit, terutama berhubungan dengan biaya yang tinggi, dan di luar dari rancangan anggaran CV. Rajawali Andalan Pratama. Pelanggan yang memilih melakukan pembayaran melalui jalur tempo, cenderung memiliki kebiasaan mengabaikan dan tidak tepat waktu dalam melakukan pembayaran yang sudah disepakati bersama. Hal tersebut membuat penyajian laporan keuangan kurang lengkap dan detail, sehingga dalam menyusun rancangan anggaran dan pengelolaan keuangan lainnya menjadi terhambat.

d. Sistem Informasi Manajemen

Kekuatan pada sub-indikator pengolahan data informasi CV. Rajawali Andalan Pratama, yaitu kelengkapan data sesuai dengan resi yang tertera dalam paket konsumen. Data tersebut dirangkum dengan sistem per hari, untuk memudahkan dalam pengecekan, karena pengiriman paket dilakukan setiap hari. Hasil dari olah data tersebut dapat digunakan CV. Rajawali Andalan Pratama untuk dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan, apabila mendapatkan aduan dari pelanggan sehubungan dengan pengiriman paket yang mengalami kendala. Hasil data tersebut disimpan dalam komputer dan dicadangkan pada sistem *Google Drive*, untuk mengantisipasi jika CPU komputer mengalami kerusakan. CV. Rajawali Andalan Pratama memiliki cadangan data, sehingga ketika data di komputer hilang, perusahaan dapat mengakses *google* untuk mendapatkan data-data tersebut. *Google drive* tidak hanya menyimpan data pengiriman, namun juga digunakan untuk menyimpan data perusahaan yang lain, seperti data *seller onlineshop*, dokumen keuangan, dan lain sebagainya. Semua data yang telah diolah dapat digunakan untuk dasar perencanaan bagi CV. Rajawali Andalan Pratama di masa mendatang.

Kelemahan pada sub-indikator system informasi manajemen di CV. Rajawali Andalan Pratama, yaitu SIM tidak selalu berjalan lancar dan sering mengalami

kendala, seperti adanya karyawan yang kurang disiplin dalam meng-*input* data, sehingga mengulur waktu dalam proses pengolahan data. Risiko terbesar adalah jika karyawan lupa meng-*input* data paket, apabila paket tersebut hilang, maka CV. Rajawali Andalan Pratama tidak dapat memantau paket tersebut. Oleh sebab itu, pemilik, supervisor, dan seluruh karyawan jajaran CV. Rajawali Andalan Pratama saling membantu mengingatkan satu sama lain serta mengawasi setiap proses pengolahan data informasi perusahaan.

2. Lingkungan Eskternal

Untuk menganalisis lingkungan eksternal, menggunakan beberapa indikator yaitu: ekonomi, sosial budaya, politik, teknologi, dan pesaing.

a. Ekonomi

Segmen pasar dari CV. Rajawali Andalan Pratama dilakukan dengan metode geografis (wilayah) dengan jarak yang sudah ditetapkan oleh CV. Rajawali Andalan Pratama dari jarak 7 km hingga 10 km. Langkah yang dilakukan terbukti cukup efektif bagi CV. Rajawali Andalan Pratama dibandingkan dengan metode segmen pasar yang lainnya, karena CV. Rajawali Andalan Pratama memiliki lokasi usaha cukup strategis di pinggir jalan raya dengan jajaran toko *offline*, seperti toko baju, kebutuhan rumah tangga, bahan pokok, dan lain-lain. Jarak tersebut juga sudah termasuk menjangkau toko-toko tersebut dan tempat tinggal para penjual *online* maupun konsumen sehingga memungkinkan untuk penjual *online* maupun *offline* menggunakan jasa ekspedisi dari CV. Rajawali Andalan Pratama. Target pasar yang ditentukan oleh CV. Rajawali Andalan Pratama, yaitu para penjual *online* yang sedang mengalami pertumbuhan ekonomi dengan cepat, karena perilaku masyarakat sudah beralih dari datang ke tempat belanja secara langsung, menjadi belanja *online* yang dapat dilakukan tanpa perlu meninggalkan rumah. Hal tersebut menjadi peluang ekonomi yang dimanfaatkan oleh CV. Rajawali Andalan Pratama dalam menentukan segmen dan target pasar. Masyarakat melakukan pembelian secara *online*, sehingga untuk mengantarkan pesanan atau barang belanjaan tersebut memerlukan jasa ekspedisi agar pesanan sampai ke pelanggan masing-masing.

b. Sosial Budaya

Perubahan selera masyarakat cukup memengaruhi usaha dari CV. Rajawali Andalan Pratama. Peluang pada sub-indikator selera masyarakat bagi CV. Rajawali Andalan Pratama adalah dengan mendapat keuntungan dari masyarakat yang dari awal memiliki selera melakukan kegiatan belanja dengan langsung datang di tempat, namun

saat ini selera masyarakat mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi. Masyarakat saat ini cenderung memiliki kebiasaan berbelanja secara daring. Perubahan selera masyarakat dari belanja secara *offline* menjadi *online* membuat CV. Rajawali Andalan Pratama mendapat keuntungan dan peluang untuk meningkatkan pendapatan, karena belanja secara *online* memerlukan jasa ekspedisi untuk mengantar paket belanja hingga sampai ke alamat tujuan masing-masing.

Ancaman yang dihadapi oleh CV. Rajawali Andalan Pratama dari perubahan selera masyarakat, yaitu pelanggan dapat berpindah ke agen jasa ekspedisi yang lain. Meskipun sebenarnya sistem ekspedisi CV. Rajawali Andalan Pratama multiekspedisi yang berarti terdapat berbagai macam ekspedisi, namun pelanggan yang pernah kecewa dengan salah satu jasa ekspedisi akan menganggap semua jasa yang ditawarkan memiliki reputasi yang buruk. Hal ini dapat disebabkan karena pelanggan kurang memiliki edukasi mengenai produk perusahaan.

c. Politik

Peluang dari sub-indikator regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah mengenai usaha penyedia jasa ekspedisi cukup baik, sehingga CV. Rajawali Andalan Pratama mampu memenuhi persyaratan perizinan jasa ekspedisi sesuai dengan regulasi. Ancaman dari sub-indikator regulasi pemerintah, yaitu dokumen pengiriman ke luar negeri yang sering berubah-ubah, menjadi hambatan bagi CV. Rajawali Andalan Pratama dalam operasional perusahaan. Dokumen pengiriman ke luar negeri yang sering berubah membuat paket tertahan sementara dan menambah jangka waktu paket sampai ke alamat tujuan. Selain itu, pihak dari negara tujuan sehubungan dengan peraturan dokumen yang berubah mengenai penerimaan paket pengiriman, merupakan pengaruh atau faktor yang membuat dokumen pengiriman ke luar negeri dari Indonesia menjadi berubah. CV. Rajawali Andalan Pratama berusaha untuk melakukan pemahaman ulang mengenai peraturan dokumen tersebut dengan membaca ulang edaran atau informasi dari pihak instansi pemerintah terkait.

d. Teknologi

Sistem *scanner wireless* merupakan salah satu teknologi yang dimanfaatkan oleh CV. Rajawali Andalan Pratama untuk mempercepat proses *scan barcode* pada resi pengiriman, karena *scanner* tersebut tanpa kabel sehingga lebih praktis digunakan dan ringan dibawa. CV. Rajawali Andalan Pratama juga meningkatkan keamanan dengan memasang CCTV, agar dapat merekam tindakan kejahatan atau yang merugikan perusahaan, namun dalam hal ini karyawan juga harus mampu beradaptasi dengan

teknologi terbaru, termasuk mengoperasikan perangkat lunak lainnya. Ancaman dari indikator teknologi adalah kurangnya kemampuan karyawan dalam beradaptasi terhadap teknologi, sehingga sedikit menghambat alur pekerjaan. Oleh karena itu, setiap karyawan harus dibimbing agar dapat menggunakan teknologi dengan baik dan tidak memicu penyalahgunaan identitas pelanggan.

e. Pesaing

Kompetitor penyedia jasa atau usaha serupa yang bersaing dengan ketat, merupakan ancaman bagi CV. Rajawali Andalan Pratama Sleman, terlebih saat ini jasa ekspedisi sedang ramai dan dibutuhkan oleh masyarakat. Namun, terdapat peluang yang dapat dimanfaatkan, yaitu CV. Rajawali Andalan Pratama Sleman mempromosikan keunggulan multilogistik dengan tidak hanya memiliki satu layanan ekspedisi.

3. Analisis SWOT

Tabel 2. Matriks SWOT CV. Rajawali Andalan Pratama

	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
Internal	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki konsep multilogistik. - Menyediakan layanan <i>free pick up</i>. - Lokasi tempat usaha strategis berada di pinggir jalan. - Motivasi yang baik dari atasan. - Laba Bersih digunakan untuk menambah layanan ekspedisi. - Data dan <i>back up</i> data tersedia lengkap. 	<ul style="list-style-type: none"> - Promosi melalui media sosial kurang optimal. - Kurangnya SDM untuk mengelola media sosial. - Kondisi keuangan kurang mencukupi untuk menambah karyawan. - Ruang usaha kurang besar atau sempit. - <i>Jobdesk</i> yang kurang tertata. - Kurangnya pemahaman dan komunikasi antar karyawan. - Banyak pelanggan yang tidak membayar tepat waktu. - Ketidaksiplinan karyawan dalam meng-<i>input</i> daya
Eksternal		
<i>Opportunity</i>	Strategi SO	Strategi WO
<ul style="list-style-type: none"> - Tidak banyak yang menerapkan konsep multilogistik. - Penjual <i>online</i> yang makin berkembang. - Budaya masyarakat dari belanja <i>offline</i> menjadi <i>online</i>. - Perizinan yang mudah. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mempertahankan konsep multilogistik. - Memperluas layanan <i>free pick up</i> sesuai kebutuhan masyarakat. - Melakukan promosi layanan pada multilogistik. - Memanfaatkan <i>data base</i> untuk melakukan 	<ul style="list-style-type: none"> - Memulai promosi melalui media mengenai multilogistik. - Membuat dokumen pembagian <i>jobdesk</i> dengan insentif tambahan pekerjaan. - Mengadakan <i>breafing</i> dan pertemuan koordinasi setiap

- Adanya teknologi baru <i>Scanner wireless</i> .	<i>wa blasting</i> kepada <i>customer</i> dalam rangka promosi layanan tertentu.	hari atau alat komunikasi lainnya antar karyawan.
	- Adanya acara <i>gathering</i> karyawan setiap tahun.	- Menghubungi <i>customer</i> sebelum masa jatuh tempo.
		- Memberikan sanksi/ <i>punishment</i> kepada karyawan yang tidak bekerja sesuai SOP pelayanan.
Threat	Strategi ST	Strategi WT
- Munculnya pesaing yang serupa yang memiliki jarak lebih dekat dengan lingkungan konsumen.	- Lebih aktif mempromosikan perusahaan melalui media sosial dan secara konvensional.	- Memberikan promosi khusus kepada pelanggan di sekitar lokasi
- Kekecewaan terhadap satu ekspedisi akan berdampak pada ekspedisi lainnya.	- Memberikan biaya ganti rugi atau hadiah dengan pendekatan <i>persuasive</i> kepada pelanggan yang kecewa.	- Memperbaiki tata ruangan agar lebih nyaman.
- Penawaran pesaing yang beragam melalui banyak media social.	- Menyampaikan kepada pelanggan bahwa perubahan ketentuan dokumen dari luar negeri akan memengaruhi waktu kedatangan barang.	- Mengirim karyawan berpotensi dalam pelatihan <i>digital marketing</i> .
- Perubahan ketentuan dokumen dari luar negeri.		- Melakukan pelatihan teknologi baru.
- Adaptasi Teknologi bagi karyawan.		

Sumber: Data Penulis, 2024.

Berdasarkan analisis SWOT tersebut, maka strategi memanfaatkan kekuatan internal untuk mengambil peluang eksternal atau masuk dalam matriks SO (*Strength-Opportunity*) adalah mempertahankan konsep multilogistik, memperluas layanan *free pick up* sesuai kebutuhan masyarakat, melakukan promosi layanan pada multilogistik, memanfaatkan *data base* untuk melakukan *Whats App Blasting* kepada pelanggan dalam rangka promosi layanan tertentu, melakukan acara *gathering* karyawan setiap tahun dalam rangka meningkatkan motivasi karyawan.

Selain itu berdasarkan analisis SWOT, strategi WO (*Weakness-Opportunity*) yang merupakan strategi untuk mengatasi kelemahan internal dan memanfaatkan peluang eksternal, yaitu memulai promosi melalui media mengenai multilogistik, membuat dokumen pembagian *jobdesk* dengan insentif jika ada tambahan pekerjaan, mengadakan *breafing* dan pertemuan koordinasi setiap hari atau alat komunikasi lainnya antar karyawan, menghubungi pelanggan

sebelum masa jatuh tempo, memberikan sanksi/*punishment* kepada karyawan yang tidak bekerja sesuai SOP pelayanan.

Strategi ST (*Strenght-Threat*) yang diperoleh dari analisis SWOT dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk meminimalisir ancaman eksternal, yaitu lebih aktif mempromosikan perusahaan melalui media sosial dan secara konvensional, memberikan biaya ganti rugi atau hadiah dengan pendekatan persuasif kepada pelanggan yang kecewa, menyampaikan kepada pelanggan bahwa perubahan ketentuan dokumen pengiriman dari luar negeri akan memengaruhi waktu kedatangan barang.

Terakhir adalah strategi WT (*Weakness-Threat*) yang diperoleh dari analisis SWOT dengan meminimalisir kelemahan internal untuk mengatasi ancaman eksternal, yaitu memberikan promosi khusus kepada pelanggan di sekitar lokasi, memperbaiki tata ruangan agar lebih nyaman, mengirim karyawan berpotensi dalam pelatihan *digital marketing*, dan melakukan pelatihan penggunaan teknologi baru.

Kesimpulan

Dari hasil analisis SWOT, beberapa strategi yang sudah dilakukan oleh CV. Rajawali Andalan Pratama adalah mempertahankan konsep multilogistik, memperluas layanan *free pick up* sesuai kebutuhan masyarakat. Sedangkan strategi yang belum dilakukan oleh CV. Rajawali Andalan Pratama adalah melakukan promosi layanan pada multilogistik, memanfaatkan data base untuk melakukan *Whats App Blasting* kepada pelanggan dalam rangka promosi layanan tertentu, melakukan acara *gathering* karyawan setiap tahun dalam rangka meningkatkan motivasi karyawan, promosi melalui media mengenai multilogistik, membuat dokumen pembagian *jobdesk* dengan pemberian insentif jika ada tambahan pekerjaan, mengadakan *breafing* dan pertemuan koordinasi setiap hari atau alat komunikasi lainnya antar karyawan, menghubungi pelanggan sebelum masa jatuh tempo, memberikan sanksi/*punishment* kepada karyawan yang tidak bekerja sesuai SOP pelayanan, aktif mempromosikan perusahaan melalui media sosial dan secara konvensional, memberikan biaya ganti rugi atau hadiah dengan pendekatan persuasif kepada pelanggan yang kecewa, menyampaikan kepada pelanggan bahwa perubahan ketentuan dokumen pengiriman dari luar negeri akan memengaruhi waktu kedatangan barang, memberikan promosi khusus kepada pelanggan di sekitar lokasi, memperbaiki tata ruangan agar lebih nyaman, mengirim karyawan berpotensi dalam pelatihan *digital marketing*, dan melakukan pelatihan penggunaan teknologi baru.

Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka peneliti memberikan saran strategi yang perlu dilakukan oleh CV. Rajawali Andalan Pratama berdasarkan analisis SWOT sebagai berikut: (1) Melakukan promosi layanan pada multilogistik, memanfaatkan *data base* untuk melakukan *Whats App Blasting* kepada pelanggan dalam rangka promosi layanan tertentu; (2) Melakukan acara *gathering* karyawan setiap tahun dalam rangka meningkatkan motivasi karyawan; (3) Promosi melalui media mengenai layanan multilogistik; (4) Membuat dokumen pembagian *jobdesk* dengan insentif jika ada tambahan pekerjaan, mengadakan *breafing* dan pertemuan koordinasi setiap hari atau alat komunikasi lainnya antar karyawan; (5) Menghubungi pelanggan sebelum masa jatuh tempo; (6) Memberikan sanksi/*punishment* kepada karyawan yang tidak bekerja sesuai SOP pelayanan; (7) Mempromosikan perusahaan melalui media sosial dan secara konvensional; (8) Memberikan biaya ganti rugi atau hadiah dengan pendekatan persuasif kepada pelanggan yang kecewa; (9) Menyampaikan kepada pelanggan bahwa perubahan ketentuan dokumen pengiriman dari luar negeri akan memengaruhi waktu kedatangan barang, memberikan promosi khusus kepada pelanggan di sekitar lokasi (10) Memperbaiki tata ruangan agar lebih nyaman, mengirim karyawan berpotensi dalam pelatihan marketing digital; dan (11) Melakukan pelatihan penggunaan teknologi baru bagi karyawan.

Daftar Pustaka

- Anoraga.P. 2007. *Pengantar Bisnis Dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budiarta, Kustoro. 2009. *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Burhan, Bungin. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- David Roberts. 2005. *Manajemen Strategi: Konsep-Konsep*. Indeks Kelompok Gramedia: Jakarta.
- David, Forest R. 2014. *Konsep Manajemen Strategis dan Kasus Kompetisi*. Edisi Keenambelas. Salemba Empat: Jakarta.
- Edward, Freeman. 2007. *Manajemen*. Kencana: Jakarta.
- Fred, David. 2011. *Manajemen Strategis-Konsep Edisi 13*. Salemba Empat: Jakarta.
- Marimin. 2004. *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Grasindo: Bogor.
- Nawawi, Hadari. 1998. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Universitas Gajah Mada Press: Yogyakarta.

- Rangkuti, Freddy. 2015. *Analisis SWOT*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Robbins, Stephen P. dan Coulter Mary. 2016. *Manajemen, Jilid I. Edisi 13*, Alih Bahasa: Bob Sarban dan Devri Bardani P. Erlangga: Jakarta.
- Salusu. J. 2006. *Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*. Grasindo: Jakarta.
- Siagian, Sondang P. 2004. *Manajemen Stratejik*. Bumi Aksara: Jakarta.
- Stoner, James A.F, Freman, R. Edward; Gilbert JR, Daniel. R. 2005. *Manajemen, Jilid I*. PT Bhuana Ilmu Populer.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Suryana. 2006. *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat: Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran Edisi II*. Andi: Yogyakarta.
- Wheelen, Thomas L & Hunger, David J. 2004. *Manajemen Strategis*. Andi: Yogyakarta.