

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Trois Dinamika Sentosa

Trois Dinamika Sentosa merupakan usaha di bidang perdagangan alat-alat pertukangan yang berdiri sejak tahun 2019 di Kecamatan Mranggen, Kabupaten Demak, Jawa Tengah. Pendiri usaha ini adalah Bapak Tjen Djan Sen yang pada mulanya bekerja sebagai *sales* di sebuah perusahaan dagang di Kota Semarang. Dikarenakan ingin memulai bisnis sendiri, maka Bapak Tjen Djan Sen mendirikan Trois Dinamika Sentosa dengan bermodalkan relasi dengan salah satu importir alat pertukangan dan lahan seluas $\pm 124\text{m}^2$ yang berfungsi sebagai kantor sekaligus gudang penyimpanan barang dagangan. Usaha ini awalnya hanya dijalankan oleh Bapak Tjen Djan Sen saja, tetapi sekarang Trois Dinamika Sentosa telah memiliki karyawan sebanyak 5 orang yang terdiri dari 3 orang sales dan 2 orang sebagai administrasi keuangan dan *marketing*. Keluarga Bapak Tjen Djan Sen berperan penting dalam pengelolaan bisnis ini. Bapak Tjen Djan Sen memiliki putra bernama Tjen, Kelvin Oktavianto yang kelak akan menjadi pewaris usaha ini.

Dikarenakan Trois Dinamika Sentosa adalah perusahaan dagang, maka usaha ini tidak memproduksi barang sendiri namun membeli barang dari pemasok dan menjualnya kembali ke pelanggan. Trois Dinamika Sentosa memiliki 3 pemasok utama yaitu CV. Budi Luhur, PT. Unggul Adi Jaya, dan Wijaya Duta. Terdapat beberapa merek yang dijual oleh Trois Dinamika Sentosa antara lain Bull Tool, Maktec / Makita, Kinik, dan batu gerinda WD. Sedangkan macam produk yang dijual oleh Trois Dinamika Sentosa adalah mesin bor, mesin gerinda, batu gerinda, mesin gergaji, mesin kompresor, pisau TCT, armature, stator, sakelar, kapasitor, dan sejenisnya.

Usaha Trois Dinamika Sentosa berperan penting dalam proses distribusi barang dari produsen ke pelanggan, dimana pelanggan Trois Dinamika Sentosa adalah toko bangunan, toko besi, dan toko alat teknik. Daerah pemasaran usaha ini berada di kota-kota sekitar jalur pantura Jawa Tengah seperti Kota Tegal, Slawi, Pemalang, Kudus, Tayu, Pati, Juwana, Rembang, Blora, Kuwu, dan Purwodadi. Penjualan produk perusahaan yang paling besar berada di Kota Tegal, Tayu, Blora, Purwodadi, Juwana, dan Kuwu. Untuk siklus dagang pada Trois Dinamika Sentosa masih terbilang sangat sederhana, terdiri dari penerimaan pesanan, pengecekan stok barang dagangan, pembelian barang dagangan dari pemasok, dan pengiriman barang.

4.2 Faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman Perusahaan

Berikut merupakan hasil wawancara penulis dengan pihak internal usaha Trois Dinamika Sentosa (lihat lampiran 1) :

Tabel 4. 1 Rangkuman Hasil Wawancara Dengan Pihak Internal Trois Dinamika Sentosa

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apakah kelebihan dari produk yang dijual oleh usaha Trois Dinamika Sentosa?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk Berkualitas 2. Harga Produk Yang Kompetitif 3. Adanya Garansi Produk
2.	Bagaimana pelayanan usaha Trois Dinamika Sentosa kepada pelanggan?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengiriman barang yang tidak pernah terlambat. 2. Pelanggan merasa senang dengan pelayanan Trois Dinamika Sentosa.
3.	Apakah kegiatan promosi sudah sering dilakukan oleh Trois Dinamika Sentosa?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurang memberikan promosi 2. Keterbatasan modal 3. Tenaga sales yang kurang optimal
4.	Apakah lokasi gudang usaha Trois Dinamika Sentosa sudah cukup strategis untuk aktivitas bisnis perusahaan?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi gudang yang kurang strategis 2. Keterbatasan stok barang
5.	Bagaimana respon pasar terhadap produk usaha Trois Dinamika Sentosa?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan pasar yang cukup tinggi 2. Area pemasaran yang masih bisa diperluas 3. Pelanggan yang loyal kepada perusahaan
6.	Apakah hubungan perusahaan dengan <i>supplier</i> terjalin dengan baik?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hubungan baik dengan <i>supplier</i> 2. Adanya penambahan jenis produk baru dari <i>supplier</i> menjadi peluang bagi perusahaan.
7.	Adakah pesaing lain yang berpotensi menjadi ancaman bagi perusahaan?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pesaing yang menjual alat pertukangan dengan merek yang sama 2. Ukuran pesaing lain yang lebih besar 3. Munculnya merek baru alat pertukangan.
8.	Apakah ada faktor-faktor tertentu yang dapat mengganggu aktivitas bisnis Trois Dinamika Sentosa?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemberlakuan PPN 11% 2. Naiknya harga pokok pembelian barang

Berikut merupakan hasil kuesioner yang diberikan kepada 26 pelanggan usaha Trois Dinamika Sentosa (lihat lampiran 4) :

Tabel 4. 2 Rangkuman Hasil Kuesioner Pelanggan Trois Dinamika Sentosa

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apakah produk alat pertukangan yang dipasarkan Trois Dinamika Sentosa berkualitas baik?	Setuju
2.	Apakah harga produk alat pertukangan yang dipasarkan Trois Dinamika Sentosa kompetitif?	Setuju
3.	Apakah adanya garansi produk alat pertukangan membantu pelanggan?	Sangat Setuju
4.	Apakah pelanggan senang dengan pelayanan Trois Dinamika Sentosa?	Setuju
5.	Apakah sering terjadi keterlambatan pengiriman barang?	Tidak Setuju
6.	Apakah sering ada promosi yang diberikan oleh Trois Dinamika Sentosa?	Tidak Setuju
7.	Apakah permintaan pasar tinggi akan produk alat pertukangan Trois Dinamika Sentosa?	Setuju
8.	Apakah dengan adanya penambahan produk mesin pertukangan yang baru akan berpotensi di pasar?	Setuju
9.	Apakah ada pesaing yang menawarkan produk alat pertukangan dengan merek yang sama?	Setuju
10.	Apakah masuknya beberapa merek baru alat pertukangan dirasa mempengaruhi produk Trois Dinamika Sentosa?	Setuju
11.	Apakah adanya PPN 11% mempengaruhi produk Trois Dinamika Sentosa di tempat anda?	Setuju

Dari hasil tabel 4.1 dan tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa indikator SWOT pada usaha Trois Dinamika Sentosa antara lain :

1. Kekuatan (*Strength*)

- a. Produk berkualitas
- b. Harga produk yang kompetitif
- c. Adanya garansi produk
- d. Pelanggan senang dengan pelayanan perusahaan
- e. Proses pengiriman barang tidak pernah terlambat

2. Kelemahan (*Weakness*)

- a. Kurangnya promosi yang diberikan
- b. Tenaga sales yang kurang optimal
- c. Keterbatasan stok barang di gudang
- d. Keterbatasan modal
- e. Lokasi gudang yang kurang strategis

3. Peluang (*Opportunities*)

- a. Permintaan pasar yang cukup tinggi
- b. Adanya penambahan jenis produk baru dari *supplier*
- c. Area pemasaran yang masih bisa diperluas
- d. Hubungan baik dengan *supplier*
- e. Pelanggan yang loyal kepada perusahaan

4. Ancaman (*Threats*)

- a. Adanya pesaing yang menjual alat pertukangan dengan merek yang sama
- b. Munculnya merek baru alat pertukangan
- c. Pemberlakuan PPN 11%
- d. Naiknya harga pokok pembelian barang dagangan
- e. Ukuran pesaing yang lebih besar

4.3 Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Matriks IFE merupakan alat perumusan strategi yang meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area fungsional bisnis, dan menjadi landasan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan di area tersebut. (Fred R. David, 2010)

Berikut merupakan daftar kekuatan dan kelemahan usaha Trois Dinamika Sentosa :

1. Kekuatan (*Strength*)

- a. Produk berkualitas
- b. Harga produk yang kompetitif
- c. Adanya garansi produk
- d. Pelanggan senang dengan pelayanan perusahaan
- e. Proses pengiriman barang tidak pernah terlambat

2. Kelemahan (*Weakness*)

- a. Kurangnya promosi yang diberikan
- b. Tenaga sales yang kurang optimal
- c. Keterbatasan stok barang di gudang
- d. Keterbatasan modal
- e. Lokasi gudang yang kurang strategis

Dalam Matriks IFE, nilai bobot yang diberikan dimulai dari 0,00 (tidak penting) sampai 1,00 (sangat penting). Pemberian nilai bobot berdasarkan signifikansi relatif suatu faktor terhadap berhasilnya suatu perusahaan, dan nilai bobot dalam penelitian ini didapatkan dari hasil pengisian kuesioner yang diberikan kepada pihak internal Trois Dinamika Sentosa yang kemudian dilakukan perhitungan untuk mendapatkan nilai bobot masing-masing faktor internal. Jumlah seluruh bobot adalah 1,00. (lihat lampiran 2)

Sedangkan untuk nilai peringkat diberikan berdasarkan respon perusahaan dalam mengatasi faktor-faktor internal tersebut dimulai dari 1 (respon di bawah rata-rata) hingga 4 (respon sangat bagus). Untuk kekuatan mendapatkan peringkat 3 hingga 4, sedangkan kelemahan mendapatkan peringkat 1 hingga 2. Nilai peringkat didapatkan dari hasil kuesioner yang diberikan kepada pihak internal Trois Dinamika Sentosa yang kemudian dilakukan perhitungan untuk mendapatkan nilai peringkat masing-masing faktor internal. (lihat lampiran 2)

Setelah mendapatkan nilai masing-masing bobot dan peringkat, kalikan tiap bobot dengan peringkat untuk dapat menghasilkan skor setiap faktor internal. Kemudian, jumlahkan seluruh skor tiap faktor untuk mendapatkan total skor. Nilai minimal adalah 2,50. Jika

mendapatkan nilai kurang dari 2,50 maka dapat disimpulkan bahwa internal perusahaan termasuk lemah. Hasil dari perhitungan tersebut dapat disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4. 3 Matriks IFE

No.	Faktor Internal Utama	Bobot	Peringkat	Skor (Bobot x Peringkat)
Kekuatan (<i>Strength</i>)				
1.	Produk berkualitas	0,16	4,00	0,64
2.	Harga produk yang kompetitif	0,12	3,00	0,36
3.	Adanya garansi produk	0,11	2,67	0,29
4.	Pelanggan senang dengan pelayanan perusahaan	0,15	3,67	0,55
5.	Proses pengiriman barang tidak pernah terlambat	0,12	3,00	0,36
Kelemahan (<i>Weakness</i>)				
1.	Kurangnya promosi	0,06	1,33	0,08
2.	Tenaga sales yang kurang optimal	0,08	2,00	0,16
3.	Keterbatasan stok barang di gudang	0,07	1,67	0,12
4.	Keterbatasan modal	0,07	1,67	0,12
5.	Lokasi gudang yang kurang strategis	0,06	1,33	0,08
Total		1,00		2,76

Sumber : Hasil kuesioner 2022

Pada tabel 4.2 didapatkan hasil bahwa produk berkualitas menjadi kekuatan Trois Dinamika Sentosa yang paling dominan dengan bobot 0,16. Produk alat pertukangan yang dijual memiliki kualitas yang sudah diakui oleh para pelanggan. Kemudian kekuatan pada urutan kedua adalah pelanggan senang dengan pelayanan perusahaan dengan bobot 0,15. Dilanjutkan kekuatan pada urutan ketiga terdapat dua faktor dengan nilai sama yaitu harga produk yang kompetitif dan proses pengiriman barang tidak pernah terlambat dengan bobot 0,12. Untuk faktor kekuatan pada urutan terakhir adalah adanya garansi produk dengan bobot 0,11.

Dalam Matriks IFE dapat diketahui bahwa kelemahan Trois Dinamika Sentosa yang paling dominan adalah tenaga sales yang kurang optimal dengan bobot 0,08. Kelemahan pada urutan kedua yaitu keterbatasan stok barang di gudang, dan keterbatasan modal dengan bobot yang sama yaitu 0,07. Lalu di urutan terakhir yaitu kurangnya promosi dan lokasi gudang yang kurang strategis dengan bobot yang sama yaitu 0,06.

Hasil perkalian bobot dan peringkat dihasilkan bahwa produk berkualitas menjadi kekuatan yang mendapatkan skor tertinggi yaitu 0,64. Kemudian untuk tenaga sales yang kurang optimal menjadi kelemahan yang mendapatkan skor tertinggi yaitu 0,16. Dari hasil perkalian bobot dengan peringkat yang telah dijumlahkan, maka Matriks IFE menunjukkan hasil sebesar 2,76.

4.4 Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)

Matriks EFE membantu penyusun strategi untuk mengevaluasi dan merangkum informasi yang berhubungan dengan demografis, ekonomi, budaya, dan politik. (Fred R. David, 2010)

Berikut merupakan peluang dan ancaman yang dihadapi oleh usaha Trois Dinamika Sentosa :

1. Peluang (*Opportunities*)
 - a. Permintaan pasar yang cukup tinggi
 - b. Adanya penambahan jenis produk baru dari *supplier*
 - c. Area pemasaran yang masih bisa diperluas
 - d. Hubungan baik dengan *supplier*
 - e. Pelanggan yang loyal kepada perusahaan
2. Ancaman (*Threats*)
 - a. Adanya pesaing yang menjual alat pertukangan dengan merek yang sama
 - b. Munculnya merek baru alat pertukangan
 - c. Pemberlakuan PPN 11%
 - d. Naiknya harga pokok pembelian barang dagangan
 - e. Ukuran pesaing yang lebih besar

Dalam Matriks EFE, nilai bobot yang diberikan dimulai dari 0,00 (tidak penting) sampai 1,00 (sangat penting). Peluang biasanya mendapatkan bobot yang lebih besar dari ancaman. Pemberian nilai bobot berdasarkan signifikansi relatif suatu faktor terhadap

berhasilnya suatu perusahaan, dan nilai bobot dalam penelitian ini didapatkan dari hasil pengisian kuesioner yang diberikan kepada pihak internal Trois Dinamika Sentosa yang kemudian dilakukan perhitungan untuk mendapatkan nilai bobot masing-masing faktor internal. Jumlah seluruh bobot adalah 1,00. (lihat lampiran 2)

Sedangkan untuk nilai peringkat diberikan berdasarkan respon perusahaan dalam mengatasi faktor-faktor internal tersebut dimulai dari 1 (respon di bawah rata-rata) hingga 4 (respon sangat bagus). Untuk peluang mendapatkan peringkat 3 hingga 4, sedangkan ancaman mendapatkan peringkat 1 hingga 2. Nilai peringkat didapatkan dari hasil kuesioner yang diberikan kepada pihak internal Trois Dinamika Sentosa yang kemudian dilakukan perhitungan untuk mendapatkan nilai peringkat masing-masing faktor internal. (lihat lampiran 2)

Setelah mendapatkan nilai masing-masing bobot dan peringkat, kalikan tiap bobot dengan peringkat untuk dapat menghasilkan skor setiap faktor eksternal. Kemudian, jumlahkan seluruh skor tiap faktor untuk mendapatkan total skor. Nilai minimal adalah 2,50. Jika mendapatkan nilai kurang dari 2,50 maka dapat disimpulkan bahwa eksternal perusahaan termasuk lemah. Hasil dari perhitungan tersebut dapat disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4. 4 Matriks EFE

No.	Faktor Internal Utama	Bobot	Peringkat	Skor (Bobot x Peringkat)
Peluang (<i>Opportunities</i>)				
1.	Permintaan pasar yang cukup tinggi	0,14	3,00	0,42
2.	Adanya jenis penambahan produk-produk baru dari <i>supplier</i>	0,10	2,33	0,23
3.	Area pemasaran yang masih bisa diperluas	0,14	3,00	0,42
4.	Hubungan baik dengan <i>supplier</i>	0,12	2,67	0,32
5.	Pelanggan yang loyal kepada perusahaan	0,17	3,67	0,62
Ancaman (<i>Threats</i>)				
1.	Adanya pesaing yang menjual alat pertukangan dengan merek yang sama	0,08	1,67	0,13
2.	Munculnya merek baru alat pertukangan	0,08	1,67	0,13
3.	Pemberlakuan PPN 11%	0,05	1,00	0,05

4.	Naiknya harga pokok pembelian barang dagangan	0,06	1,33	0,08
5.	Ukuran pesaing yang lebih besar	0,06	1,33	0,08
Total		1,00		2,48

Sumber : Hasil kuesioner 2022

Pada tabel 4.3 didapatkan hasil indikator peluang yang dapat mempengaruhi kondisi Trois Dinamika Sentosa adalah pelanggan yang loyal kepada perusahaan dengan bobot 0,17. Kemudian terdapat 2 faktor peluang dengan nilai sama pada urutan kedua yakni area pemasaran yang masih bisa diperluas dan permintaan pasar yang cukup tinggi dengan bobot 0,14. Lalu peluang pada urutan ketiga adalah hubungan baik dengan *supplier* dengan bobot 0,12. Untuk faktor peluang pada urutan terakhir adalah adanya penambahan jenis produk-produk baru dari *supplier* dengan bobot 0,10.

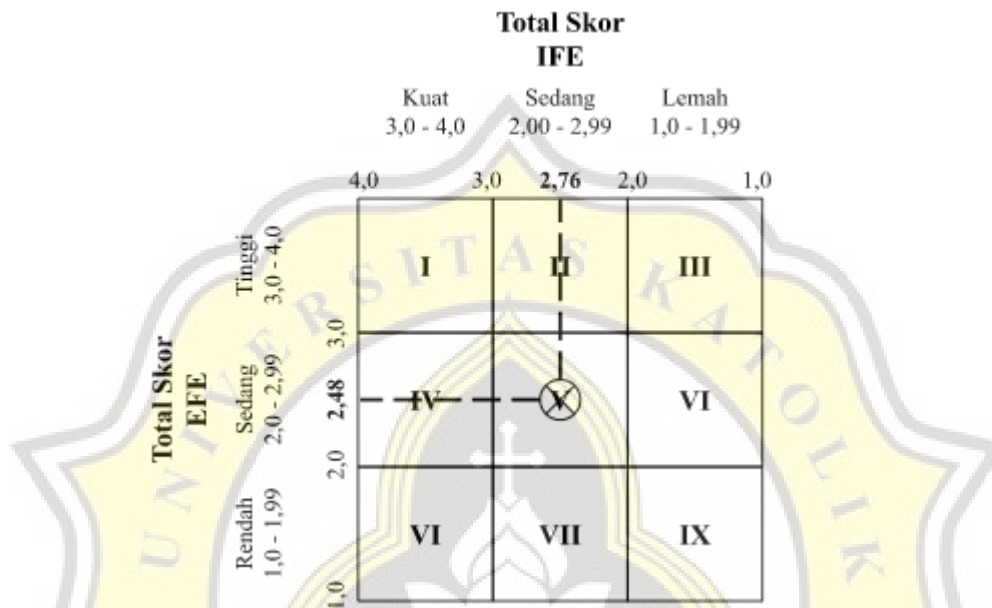
Dalam Matriks EFE dapat diketahui bahwa ancaman Trois Dinamika Sentosa yang paling dominan adalah adanya pesaing yang membawa alat pertukangan dengan merek yang sama dan munculnya merek baru alat pertukangan dengan bobot yang sama yaitu 0,08. Kemudian ancaman pada urutan kedua adalah naiknya harga pokok pembelian barang dan ukuran pesaing yang lebih besar dengan bobot yang sama yaitu 0,06. Kemudian ancaman pada urutan terakhir adalah pemberlakuan PPN 11% dengan bobot 0,05.

Hasil perkalian bobot dan peringkat dihasilkan bahwa pelanggan yang loyal kepada perusahaan menjadi peluang yang mendapatkan skor tertinggi yaitu 0,62. Kemudian untuk faktor adanya pesaing yang menjual alat pertukangan dengan merek yang sama menjadi ancaman paling dominan yang mendapatkan skor 0,13. Dari hasil perkalian bobot dengan peringkat yang telah dijumlahkan, maka Matriks IFE menunjukkan hasil sebesar 2,48.

4.5 Matriks IE (Internal-Eksternal)

Matriks IE adalah matriks hasil gabungan dari Matriks IFE dan EFE yang menggambarkan total nilai bobot dari Matriks IFE dan EFE ke dalam sembilan sel. Dari data diatas, didapatkan bahwa skor total Matriks IFE sebesar 2,76 dan skor Matriks EFE sebesar 2,48. Hasil tersebut dapat disajikan dalam Matriks IE dibawah ini :

Gambar 4. 1 Matriks IE



Posisi Trois Dinamika Sentosa pada Matriks IE berada pada sel V yakni dalam posisi menjaga dan mempertahankan (*hold and maintain*). Dalam posisi ini Trois Dinamika Sentosa perlu merumuskan strategi yang berhubungan dengan penetrasi pasar dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada seperti memperluas area pemasaran, mempertahankan kualitas produk, memperbanyak promosi, hingga terus menjaga hubungan dengan pelanggan yang loyal. Area pemasaran dapat diperluas ke berbagai kota lain. Sedangkan untuk pengembangan produk dapat dilakukan dengan cara memperbaiki produk yang sudah ada sebelumnya. Sebuah usaha yang berada di sel V sebaiknya dapat memperluas pasar dengan cara terus meningkatkan kualitas produk dan daya saing, kemudian dapat meningkatkan sumber daya internal dan eksternal perusahaan.

4.6 Matriks SWOT

Tabel 4. 5 Matriks Analisis SWOT

<p>ANALISIS SWOT</p>	<p>STRENGTH</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk berkualitas 2. Harga produk yang kompetitif 3. Adanya garansi produk 4. Pelanggan senang dengan pelayanan perusahaan 5. Proses pengiriman barang tidak pernah terlambat 	<p>WEAKNESS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya promosi yang diberikan 2. Tenaga sales yang kurang optimal 3. Keterbatasan stok barang di gudang 4. Keterbatasan modal 5. Lokasi gudang yang kurang strategis
<p>OPPORTUNITIES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan pasar yang cukup tinggi 2. Adanya penambahan jenis produk baru dari <i>supplier</i> 3. Area pemasaran yang masih bisa diperluas 4. Hubungan baik dengan <i>supplier</i> 5. Pelanggan yang loyal kepada perusahaan 	<p>STRATEGI SO</p> <p>Memprioritaskan pelanggan loyal perihal pengadaan barang dan pelayanan guna meningkatkan citra perusahaan.</p>	<p>STRATEGI WO</p> <p>Meningkatkan mutu sales yang kurang optimal guna memperluas pangsa pasar</p>
<p>THREATS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pesaing yang menjual alat pertukangan dengan merek yang sama 2. Munculnya merek baru alat pertukangan 3. Pemberlakuan PPN 11% 4. Naiknya harga pokok pembelian barang dagangan 5. Ukuran pesaing yang lebih besar 	<p>STRATEGI ST</p> <p>Mempertahankan kualitas produk, harga, pelayanan, dan integritas kepada pelanggan agar tidak direbut oleh pesaing.</p>	<p>STRATEGI WT</p> <p>Memperbanyak promosi kepada pelanggan agar tidak berpindah ke pesaing dan merek alat pertukangan lain.</p>

Sumber : Hasil Kuesioner 2022

Dari hasil yang didapatkan dari Matriks SWOT, diperoleh alternatif strategi pengembangan usaha Trois Dinamika Sentosa sebagai berikut :

1. Memprioritaskan pelanggan loyal perihal pengadaan barang dan pelayanan guna meningkatkan citra perusahaan. Di dalam kondisi persaingan sekarang, perusahaan harus menjaga citra nya kepada pelanggan yang sudah ada, tetapi juga harus meningkatkan citra perusahaan kepada pelanggan baru. Untuk pelanggan yang loyal kepada perusahaan, diperlukan perlakuan yang lebih detail agar citra perusahaan tetap terjaga di mata pelanggan tersebut.
2. Meningkatkan mutu sales yang kurang optimal guna memperluas pangsa pasar. Sales merupakan anggota perusahaan yang berfungsi meningkatkan penjualan produk sebuah perusahaan. Sales yang mengetahui dan menguasai produk meningkatkan nilai produk perusahaan di mata pelanggan. Hal itu juga berkaitan dengan memperluas pangsa pasar yang ada. Sales menjadi salah satu elemen penting bagi sebuah perusahaan dimana kualitas dan mutu sales yang bagus akan menjadi daya tarik suatu perusahaan dalam aktivitas bisnisnya.
3. Mempertahankan kualitas, harga, pelayanan, dan integritas kepada pelanggan agar tidak direbut oleh pesaing. Dalam persaingan bisnis saat ini, perusahaan perlu menjaga integritas kepada pelanggan dengan cara seperti menjaga konsistensi dan komitmen dalam hal kepuasan pelanggan. Hal ini diharapkan agar pelanggan juga terus menjaga kerjasama terhadap perusahaan.
4. Memperbanyak promosi kepada pelanggan agar tidak berpindah ke pesaing dan merek alat pertukangan lain. Perusahaan harus memiliki promosi agar terus dapat bertahan hidup. Promosi yang baik akan berpengaruh terhadap penjualan produk. Perusahaan perlu melakukan promosi yang menarik kepada pelanggan agar tidak kehilangan pelanggan tersebut. Promosi dapat berupa diskon, *buy 1 get 1*, dan lain-lain. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan pelanggan agar tidak direbut pesaing.

4.7 Matriks QSPM

Dari hasil Matriks SWOT, ditemukan 4 strategi alternatif yang berhubungan dengan untuk kemudian dapat diterapkan oleh Trois Dinamika Sentosa. Keempat strategi tersebut adalah :

1. Memprioritaskan pelanggan loyal perihal pengadaan barang dan pelayanan guna meningkatkan citra perusahaan. (S1)

2. Meningkatkan mutu sales yang kurang optimal guna memperluas pangsa pasar. (S2)
3. Mempertahankan kualitas, harga, pelayanan, dan integritas kepada pelanggan agar tidak direbut oleh pesaing. (S3)
4. Memperbanyak promosi kepada pelanggan agar tidak berpindah ke pesaing dan merek alat pertukangan lain. (S4)

Dalam menyusun Matriks QSPM, langkah awal adalah membuat daftar kekuatan-kelemahan (internal) dan peluang-ancaman (eksternal) yang dimana faktor-faktor tersebut harus diambil dari Matriks IFE dan EFE. Kemudian beri nilai bobot tiap faktor internal dan eksternal. Nilai bobot harus sama dengan Matriks IFE dan EFE, lalu masukkan bobot tersebut pada kolom bobot yang berada di sebelah kanan faktor internal dan eksternal. Masukkan strategi-strategi alternatif yang didapatkan dari matriks tahap 2 (pencocokan) atau Matriks SWOT ke dalam baris atas QSPM. Kemudian tentukan skor daya tarik (AS) dari kuesioner yang dibagikan kepada 3 responden pihak internal Trois Dinamika Sentosa berdasarkan pengaruh faktor-faktor internal dan eksternal terhadap strategi alternatif yang dihasilkan SWOT dengan rentang 1 (tidak memiliki daya tarik) hingga 4 (daya tarik tinggi). Semakin tinggi skor daya tarik menyebabkan alternatif strategi tersebut semakin menarik. (lihat lampiran 3)

Berikut merupakan Matriks QSPM Trois Dinamika Sentosa :

Tabel 4. 6 Matriks QSPM

No.	Faktor-faktor Utama	Bobot	Alternatif Strategi							
			S1		S2		S3		S4	
			AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan (Strength)										
1.	Produk berkualitas	0,16	3,67	0,59	3,67	0,59	3,67	0,59	3,33	0,53
2.	Harga produk yang kompetitif	0,12	3,33	0,40	3,00	0,36	3,33	0,40	3,67	0,44
3.	Adanya garansi produk	0,11	3,00	0,33	2,33	0,26	3,33	0,37	3,67	0,40
4.	Pelanggan senang dengan pelayanan perusahaan	0,15	4,00	0,60	3,33	0,50	4,00	0,60	3,67	0,55

5.	Proses pengiriman barang tidak pernah terlambat	0,12	2,00	0,24	1,67	0,20	2,67	0,32	2,00	0,24
Kelemahan (Weakness)										
1.	Kurangnya promosi yang diberikan	0,06	2,33	0,14	2,33	0,14	2,67	0,16	2,67	0,16
2.	Tenaga sales yang kurang optimal	0,08	2,67	0,21	3,00	0,24	3,00	0,24	2,67	0,21
3.	Keterbatasan stok barang di gudang	0,07	2,00	0,14	1,67	0,12	2,00	0,14	2,00	0,14
4.	Keterbatasan modal	0,07	1,33	0,09	1,67	0,12	2,00	0,14	1,67	0,12
5.	Lokasi gudang yang kurang strategis	0,06	1,00	0,06	1,00	0,06	1,00	0,06	1,00	0,06
		1,00								
Peluang (Opportunities)										
1.	Permintaan pasar yang cukup tinggi	0,14	3,67	0,51	4,00	0,56	4,00	0,56	3,67	0,51
2.	Adanya penambahan jenis produk baru dari <i>supplier</i>	0,10	3,33	0,33	3,00	0,30	3,00	0,30	3,33	0,33
3.	Area pemasaran yang masih bisa diperluas	0,14	2,67	0,37	4,00	0,56	3,33	0,47	3,67	0,51
4.	Hubungan baik dengan <i>supplier</i>	0,12	2,00	0,24	1,67	0,20	2,67	0,32	2,67	0,32
5.	Pelanggan yang loyal kepada perusahaan	0,17	4,00	0,68	3,33	0,57	3,00	0,51	3,33	0,57
Ancaman (Threats)										
1.	Adanya pesaing yang menjual alat pertukangan dengan merek yang sama	0,08	3,00	0,24	3,00	0,24	3,00	0,24	3,33	0,27
2.	Munculnya merek baru alat pertukangan	0,08	2,33	0,19	2,33	0,19	2,67	0,21	2,67	0,21
3.	Pemberlakuan PPN 11%	0,05	1,33	0,07	1,33	0,07	1,67	0,08	1,67	0,08

4.	Naiknya harga pokok pembelian barang dagangan	0,06	2,00	0,12	2,00	0,12	2,00	0,12	2,00	0,12
5.	Ukuran pesaing yang lebih besar	0,06	1,67	0,10	1,67	0,10	1,67	0,10	1,67	0,10
		1,00		5,65		5,50		5,93		5,87

Berdasarkan hasil perhitungan Matriks QSPM, dapat disusun strategi prioritas mana yang terbaik bagi kelangsungan usaha Trois Dinamika Sentosa. Hasil tersebut dapat disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4. 7 Hasil QSPM

No.	Strategi Prioritas	Nilai Akhir
1.	Mempertahankan kualitas, harga, pelayanan, dan integritas kepada pelanggan agar tidak direbut oleh pesaing.	5,93
2.	Memperbanyak promosi kepada pelanggan agar tidak berpindah ke pesaing dan merek alat pertukangan lain.	5,87
3.	Memprioritaskan pelanggan loyal perihal pengadaan barang dan pelayanan guna meningkatkan citra perusahaan.	5,65
4.	Meningkatkan mutu sales yang kurang optimal guna memperluas pangsa pasar	5,50