

STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI ALAT BERAT DI BALI (STUDI KASUS CV. DANA KARYA)

I Made Chandra Mandira¹, Gusti Agung Ayu Putu Cahya Damayanti²

Universitas Pendidikan Nasional

Correspondent author: imadechandramandira@undiknas.ac.id

Denpasar, 80224, Indonesia

Abstract

This study aims to develop a marketing strategy that can be applied to heavy equipment rental CV. Dana Karya in order to survive from similar competitors. The research method uses mixed methods with an exploratory research approach. Data collection techniques were carried out by means of interviews, questionnaires and documentation which were tested using technical triangulation. Informants were obtained through purposive sampling technique as many as 7 people, namely, company owners, employees and customers. This study was analyzed using the SWOT analysis technique using weights, ratings on IFAS and EFAS calculations which were then analyzed using the business life cycle. The results of this study indicate that the company's position obtained from the results of the total score of IFAS and EFAS is in quadrant 1 by implementing an aggressive growth strategy (growth-oriented strategy) that focuses on SO (Strength – Opportunities) strategy by utilizing all of the company's internal strengths to seize and take advantage of opportunities externally as much as possible. Based on the classification of internal - external factors, it is obtained that the IE matrix which is in cell 1 shows CV. Dana Karya is in a growth and build position. In relation to the business life cycle, the position of CV's heavy equipment rental business can be identified. CV. Dana Karya is currently in the growth phase.

Keywords: EFAS; IFAS; Strategy; SWOT analysis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada rental alat berat CV. Dana Karya agar dapat bertahan dari para pesaing sejenis. Metode penelitian menggunakan metode campuran dengan pendekatan exploratory research. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, kuisiner dan dokumentasi yang diuji menggunakan triangulasi teknik. Informan diperoleh melalui teknik purposive sampling sebanyak 7 orang yaitu, pemilik perusahaan, karyawan dan pelanggan. Penelitian ini dianalisis menggunakan teknik analisis SWOT dengan menggunakan bobot, rating pada perhitungan IFAS dan EFAS yang kemudian dianalisis dengan *business life cycle*. Hasil penelitian ini menunjukkan posisi perusahaan yang diperoleh dari hasil total skor IFAS serta EFAS berada di kuadran 1 dengan menerapkan strategi pertumbuhan agresif (growth-oriented strategy) yang berfokus pada strategi SO (Strength – Opportunities) dengan memanfaatkan seluruh kekuatan internal perusahaan untuk merebut dan memanfaatkan peluang eksternal sebesar-besarnya. Berdasarkan pengklasifikasian factor internal – eksternal diperoleh matriks IE yang berada pada sel 1 menunjukkan CV. Dana Karya dalam posisi pertumbuhan dan membangun (growth and build). Dalam hubungannya dengan business life cycle, dapat diketahui posisi bisnis rental alat berat CV. Dana Karya saat ini berada di fase pertumbuhan (*growth*).

Kata Kunci: Analisis SWOT; EFAS; IFAS; Strategi;

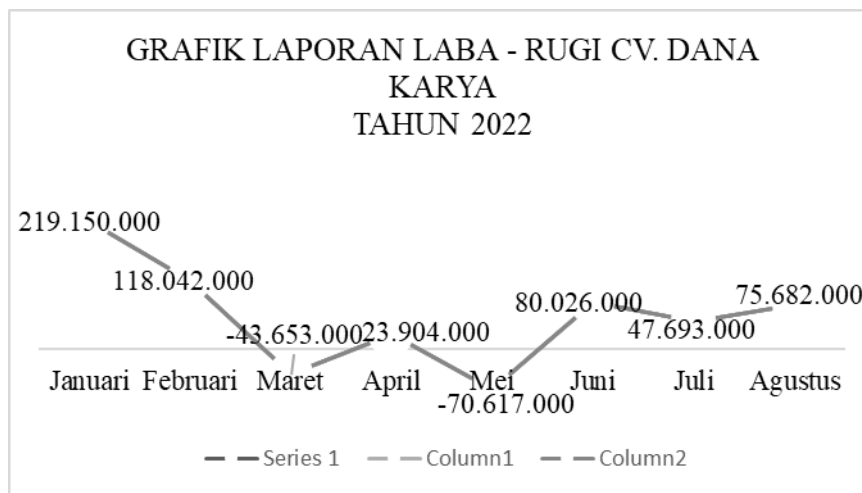
PENDAHULUAN

Sektor ekonomi, pendidikan, sosial, budaya, pertanian, dan lainnya suatu bangsa diuntungkan oleh pembangunan infrastruktur. (HM & Firdaus, 2021) Indonesia merupakan negara berkembang yang senantiasa melaksanakan pembangunan di berbagai wilayah lintas sektor. Pulau Bali memiliki dipengaruhi oleh berbagai pembangunan selain perluasan pembangunan infrastruktur. Jumlah proyek pembangunan, baik proyek pemerintah (PP) maupun proyek swasta, terus meningkat seiring berjalannya waktu. Alat berat juga dibutuhkan sebagai penunjang selain SDM di guna mendukung pembangunan tersebut. (Arsil et al., 2022) Dalam proyek konstruksi berskala besar, alat berat merupakan komponen yang sangat penting. Penggunaan alat berat semakin memudahkan masyarakat dalam melakukan pekerjaannya sehingga lebih cepat hasilnya. Industri persewaan alat berat terkadang berkembang seiring dengan tingginya permintaan masyarakat, khususnya kontraktor, terhadap penggunaan alat berat dalam operasional bisnisnya. Alat berat persaingan persewaan peralatan semakin meningkat akibat omzet atau keuntungan yang menjanjikan tersebut (Ashari, 2019).

Setiap perusahaan jasa persewaan alat berat menggunakan berbagai strategi pemasaran untuk mempertahankan eksistensinya. Menerapkan strategi pemasaran untuk mendekati pelanggan menjadi keunggulan kompetitif yang paling efektif dalam bisnis yang berorientasi pada pelayanan. (Narottama & Moniaga, 2022) Cara perusahaan melihat peluang pasar yang ada, khususnya dalam pemasaran, dapat menentukan berapa lama perusahaan bertahan dalam bisnisnya. Perusahaan perlu memperhatikan pesaingnya dan juga pelanggannya untuk mengantisipasinya dan mengembangkan strategi pemasaran yang unggul di depan pesaingnya. Harga, promosi, dan lokasi. (Sudiarto et al., 2021) bauran pemasaran yakni kumpulan kegiatan dari pemasaran, sebagaimana (Rizki et al., 2021) menjelaskan bahwa pemasaran adalah serangkaian tindakan yang diambil oleh suatu kelompok untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan melalui proses pertukaran, sebagaimana ditekankan (Unpapar, 2021) bahwa pemasaran merupakan seperangkat tujuan, sasaran, kebijakan, dan aturan yang sesekali memberikan arahan bagi pemasaran. upaya.

Melihat dari permasalahan yang muncul, perlu dilakukan analisis agar dapat mengatasi permasalahan yang ada. Menurut (Rangkuti, 2013), analisis SWOT adalah penilaian metodelis terhadap elemen yang mempengaruhi strategi perusahaan. Analisis SWOT mengontraskan faktor kekuatan dan kelemahan internal dengan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Perusahaan dapat memanfaatkan keadaan yang muncul dari memanfaatkan faktor *demand opportunity* yang diinginkan konsumen. *Threats* adalah

keadaan yang berdampak negatif terhadap operasional bisnis dan tidak dapat diantisipasi sebelumnya. Pesatnya perkembangan CV sejalan dengan pesatnya perkembangan Indonesia. Selain itu, CV. Dana Karya turut mendorong perkembangan tersebut dengan menyediakan alat berat yang dibutuhkan CV. Di Tabanan, Bali. CV. Dana Karya adalah perusahaan jasa swasta yang menyewakan alat berat. Alasan peneliti memilih di perusahaan tersebut karena perusahaan rental alat berat CV. Dana Karya termasuk perusahaan yang mampu mengikuti persaingan dan mempertahankan eksistensinya di tengah – tengah gejolak pasar yang ketat hingga berkembang sampai perusahaan berbentuk Badan Hukum.



Gambar 1. Data Keuangan CV. Dana Karya

Sumber: Data sekunder diolah (2022)

Dari data diatas menunjukkan fluktuasi setiap bulan, perkembangan perolehan laba – rugi dari bulan Januari – Agustus periode 2022, adanya kenaikan serta penurunan laba pada perusahaan CV. Dana Karya. Fluktuasi data keuangan tersebut dikarenakan meningkatkannya persaingan antar bisnis rental alat berat yang mengakibatkan menurunnya omset, disamping itu biaya operasional alat berat yang tinggi serta kewajiban perusahaan yang harus dibayarkan, membuat perusahaan CV. Dana Karya merelakan beberapa unit alat beratnya untuk dijual untuk menutupi kerugian perusahaan. CV. Dana Karya telah menggunakan strategi *digital marketing* seperti menggunakan platform media sosial serta internet dalam upaya strategi pemasarannya. Upaya ini membantu perusahaan dalam menginformasikan jasa yang ditawarkan sehingga calon pelanggan mudah dalam mengakses informasi yang berkaitan dengan jasa yang akan digunakannya. Namun dalam melaksanakan pemasaran tersebut pihak CV. Dana Karya kurang optimal dan konsisten dalam memasarkan jasanya sehingga calon pelanggan kurang mengetahui perusahaan CV. Dana Karya.

Merujuk pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Setiawan & Reza Widhar Pahlevi, 2021), (Sundari et al., 2020), dan (Widiawati & Miliniati, 2022) dengan hasil penelitian menggunakan analisis SWOT dalam pendekatannya. Terdapat celah penelitian secara khusus, penelitian ini membahas penerapan pendekatan analisis SWOT untuk mengidentifikasi strategi bersaing kemudian menggunakan uji matriks *IFAS (Internal Factor Analysis Summary)* dan *EFAS (External Factor Analysis Summary)*, yang menilai skor, bobot, dan peringkat faktor internal dan eksternal, perusahaan akan dapat menentukan kekuatan, kelemahan, dan faktor (elemen) peluang dan ancaman. Hasil identifikasi situasi dievaluasi sebagai bagian dari analisis SWOT (Wiara Sanchia Grafita Ryana Devi et al., 2022). (Purba et al., 2015) dan (Hastutik & Novitaningtyas, 2021), menekankan bahwa analisis SWOT merupakan alat yang dapat memproyeksikan bisnis kedepannya. Setelah mengetahui analisis SWOT maka diperlukan analisis teori siklus hidup produk berkembang menjadi siklus hidup perusahaan (Puspa Midiastuty et al., 2021) sebagaimana dijelaskan (Pranjoto, 2015) dan (Hardinto et al., 2022). Perihal siklus hidup bisnis dibagi menjadi empat tahap penting, yaitu pengenalan, pertumbuhan, pendewasaan, penurunan.

Berdasarkan masalah tersebut maka perlu adanya pembaharuan bagi CV. Dana Karya agar dapat memanfaatkan peluang pasar sehingga pendapatan dapat meningkat, sehingga strategi pemasaran yang tepat harus digunakan. Tujuan penelitian ini ialah untuk menentukan strategi pengembangan pemasaran CV. Dana Karya. Berdasarkan fenomena yang terjadi maka peneliti melakukan penelitian untuk menganalisis keuntungan, kerugian, peluang bisnis penyewaan alat berat dan ancaman. Analisis SWOT memainkan peran penting dalam mengetahui kekuatan dan peluang, serta meminimalkan kelemahan dan meminimalisir ancaman. Oleh sebab itu memerlukan analisis SWOT terhadap Usaha Rental Alat Berat CV. Dana Karya.

METODOLOGI

Lokasi penelitian dilaksanakan pada perusahaan CV. Dana Karya yang berada di Tabanan yang merupakan usaha alat berat yang berpotensi besar dalam mendapatkan laba atau keuntungan dalam jumlah yang cukup besar sehingga berpotensi pula dalam memunculkan pesaing baru, tetapi tak dapat dipungkiri usaha rental alat berat CV. Dana Karya masih dapat bertahan diantara banyaknya pesaing baru. Rental alat berat CV. Dana Karya memiliki potensi bersaing dari segi kuantitas alat berat yang dimiliki cukup lengkap.

Mix methode digunakan untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini, yang meliputi kuesioner, wawancara, dan studi dokumentasi. Triangulasi sumber dan triangulasi teknis digunakan untuk memvalidasi data. Analisis dalam penelitian menggunakan

wawancara yang kemudian dikembangkan dan dipetakan sesuai analisis SWOT yang kemudian dijadikan kuesioner dan disebarakan kepada responden yang akhirnya dianalisis dalam bentuk skor dalam tabel IFAS dan EFAS untuk mengetahui posisi perusahaan dan ditarik kesimpulan untuk menganalisis lebih dalam BLC (*Bussines Life Cycle*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Strategi Pemasaran berdasarkan Bauran Pemasaran Jasa

a. *Product* (Produk)

Produk berupa alat berat yang disewakan oleh CV. Dana Karya di Kabupaten Tabanan, memiliki beberapa jenis alat berat seperti Excavator, Vibro, Greder, Loader, Dozer, Baby Roller, Crane Mobile dan Crane Truck dengan berbagai merek seperti CAT, KOMATSU, CHAMPION, ZOOMLION.

b. *Price* (Harga)

Harga sewa alat berat pada CV. Dana Karya bervariasi tergantung seberapa lama alat berat yang disewa serta jenis alat berat yang disewa. Harga sewa berkisar dari Rp 285.000.000/jam hingga Rp 4.700.000/hari. CV. Dana Karya dalam memberikan harga tergantung dari negosiasi bersama customer. Harga sewa alat berat yang ditawarkan adalah harga standar yang berlaku dalam menyewakan alat berat di CV. Dana Karya, tetapi para pesaing saling bersaing harga dengan menurunkan harga sewa sehingga keuntungan yang didapat tidak balik modal. Karena masalah tersebut membuat beberapa pelanggan beralih ke perusahaan sejenis yang harga sewanya lebih murah dibandingkan CV. Dana Karya

c. *Promotion* (Promosi)

Bagi sebuah perusahaan, promosi itu penting karena, tanpa kegiatan promosi pemasaran, pasar tidak akan mengetahui produk atau layanan yang ditawarkan. CV. Dana Karya telah melakukan beberapa strategi promosi untuk mendapatkan pelanggan yaitu dengan menerapkan promosi melalui platform online seperti sosial media Instagram, facebook serta web internet, tetapi dalam menjalankan promosi tersebut masih belum aktif dalam memasarkan jasanya. Selain itu juga dalam wawancara bersama pemilik perusahaan, salah satu bentuk promosi tidak langsung adalah dari pelanggan yang merekomendasikan sekaligus membicarakan jasa yang telah digunakannya kepada customer lain.

d. *Place* (Tempat)

Rental alat berat CV. Dana Karya berlokasi di Jalan Denpasar – Gilimanuk No. 45, Tabanan, Bali. Tempat bisnis rental alat berat ini masih menjadi satu lingkungan dengan rumah/tempat tinggal pemilik perusahaan karena saat ini masih belum mempunyai kantor tersendiri. Lokasi CV. Dana Karya merupakan lokasi yang strategis

karena dekat dengan kota dan lokasi ini bisa dijangkau oleh customer dengan mudah karena berada tepat di sebelah jalan raya.

e. *People* (Orang)

Karyawan yang dimiliki CV. Dana Karya yaitu, staff kantor, mekanik alat berat, operator alat berat dan supir truk. CV. Dana Karya juga ikut serta bekerja sama dengan vendor dalam penyelenggaraan tender proyek sebagai penyedia alat berat jika dibutuhkan.

f. *Process* (Proses)

Proses dalam mengeksekusi/pelaksanaan proyek dikoordinasikan oleh staff kantor dengan mengatur jadwal alat berat yang akan dikerjakan sesuai permintaan pelanggan, lalu dimobilisasikan ke lokasi proyek pelanggan.

g. *Physical Evidence* (Sarana Fisik)

Alat berat yang dimiliki CV. Dana Karya sejumlah 25 unit dengan jenis serta merk yang berbeda. Alat berat yang dimiliki berfungsi dengan baik walaupun ada beberapa alat berat yang penampakannya kurang baik tetapi kinerja pengoperasiannya terbilang baik. Diperlukan juga service rutin agar alat berat tersebut kegunaannya dapat bertahan dalam jangka panjang.

Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

Analisis SWOT digunakan dalam penelitian ini, yaitu metode untuk mengidentifikasi berbagai faktor perusahaan. Bobot, peringkat, dan skor total adalah hasil perkalian bobot dan peringkat dalam matriks IFAS untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dan pemeringkatan menurut kepentingan skor.

Tabel 1. IFAS CV. Dana Karya

No	Faktor - faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan (Strenght)				
1	Jenis alat berat lebih bervariasi	0,06	3,57	0,22
2	Ijin usaha lengkap	0,06	3,57	0,22
3	Pelayanan cepat/tanggap	0,06	3,43	0,20
4	Kerusakan alat berat langsung ditangani teknisi handal	0,06	3,43	0,20
5	Hubungan dengan pelanggan terjalin baik	0,06	3,43	0,20
6	Jumlah alat berat yang disewakan lebih banyak	0,06	3,29	0,18
7	Koordinasi dengan pelanggan baik	0,06	3,29	0,18
8	Kinerja perusahaan yang baik	0,06	3,29	0,18
9	Jangkauan pasar luas	0,05	3,14	0,17

10	Sudah berdiri sejak lama sehingga nama CV. Dana Karya cukup dikenal	0,05	3,14	0,17
11	Service alat berat secara berkala	0,05	2,71	0,13
TOTAL				2,06
Kelemahan (Weakness)				
1	Kurang operator alat berat	0,05	2,71	0,13
2	Terkendala pembayaran sewa oleh pelanggan	0,04	2,57	0,11
3	Unit alat berat sebagian sudah tua	0,04	2,57	0,11
4	Minim lahan parkir alat berat	0,04	2,57	0,11
5	Konsumen kurang bertanggung jawab	0,04	2,43	0,10
6	Sulit mengatur SDM	0,04	2,43	0,10
7	SDM kurang disiplin	0,04	2,43	0,10
8	Akses jalan masuk proyek sulit	0,04	2,29	0,09
9	Supply spare part yang terhambat	0,04	2,14	0,08
TOTAL				0,95

Sumber: Data diolah (2022)

Total nilai skor pada faktor kekuatan (strenght) sebesar 2,06 dengan bobot tertingginya 0,06 sedangkan total nilai skor faktor kelemahan (weakness) sebesar 0,95 dengan bobot yang tertinggi 0,05. Pada indikator, perusahaan memiliki kekuatan utama yang membuat pelanggan lebih memilih menggunakan jasa rental alat berat di CV. Kekuatan Dana Karya terletak pada ragam alat berat yang disewakan kepada pelanggan dan kelengkapan izin usaha yang memiliki bobot 0,06 dan rating 3,57. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan perseroan terletak pada ragam alat berat yang disewakan kepada pelanggan. Sedangkan, kelemahan yang perlu diatasi oleh CV. Dana Karya dapat dilihat dari beberapa indikator yaitu kurangnya operator yang mengoperasikan alat berat dengan bobot 0,05 dan rating 2,71. Pada indikator terkendala pembayaran sewa oleh pelanggan dengan bobot 0,04 dan rating 2,57 yang disebabkan karena sebagian pelanggan masih memiliki bon yang tidak dilunasi.

Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)

Bobot, peringkat, dan skor total, yang merupakan hasil perkalian antara bobot dan peringkat, membentuk matriks EFAS. Matriks EFAS digunakan untuk mengidentifikasi faktor eksternal perusahaan untuk kolom bobot dan peringkat, yang disusun sesuai dengan tingkat kepentingan skor. Hasil analisis data factor eksternal disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. EFAS CV. Dana Karya

No	Faktor - faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang (Opportunity)				
1	Perlunya alat berat sebagai kebutuhan proyek	0,13	3,57	0,47
2	Adanya proyek pembangunan pemerintah/swasta	0,13	3,57	0,47
3	volume kerja alat berat efektif & efisien	0,13	3,57	0,47
4	Berpeluang dalam mengambil berbagai proyek	0,13	3,43	0,44
5	Dapat bersaing dengan usaha sejenis	0,12	3,14	0,37
TOTAL				2,23
Ancaman (Threat)				
1	Resiko pembayaran sewa tidak dibayar	0,09	2,43	0,22
2	Pesaing sejenis	0,09	2,43	0,22
3	Kerusakan alat berat di lapangan	0,09	2,43	0,22
4	Persaingan harga yang saling menurunkan harga	0,09	2,29	0,19
TOTAL				0,85

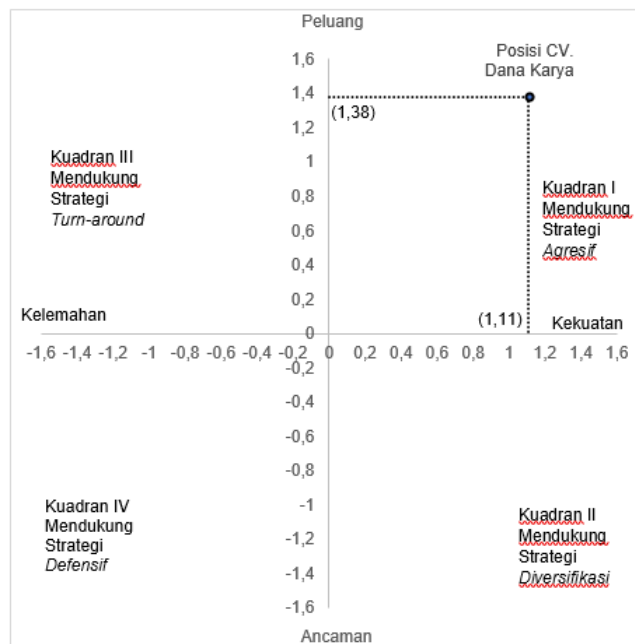
Sumber: Data diolah (2022)

Pada tabel 2 dapat dilihat bahwa faktor peluang mendapat skor total 2,23, sedangkan faktor ancaman mendapat skor total 0,85. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan CV. Dana Karya memiliki peluang dan ancaman. Indikator CV. Dana Karya memiliki bobot berkisar antara 0,09 hingga 0,13, dengan bobot tertinggi 0,13. Dengan bobot 0,13 dan rating 3,57 pada indikator peluang, perusahaan lebih berpeluang dalam kebutuhan alat berat sebagai kebutuhan proyek. Hal ini menunjukkan bahwa peluang yang dimiliki perusahaan cukup baik. Sedangkan untuk indikator risiko tunggakan sewa diberikan rating 2,43 dan bobot 0,09 sehingga menjadi ancaman yang signifikan bagi CV. Dana Karya karena hutang sewa yang belum lunas, hal tersebut memberikan dampak pada pendapatan perusahaan tidak mengalami kenaikan yang signifikan.

Analisis Diagram SWOT

Diketahui faktor kekuatan internal CV berdasarkan hasil perhitungan matrik IFAS dan EFAS. Dana Karya mengungguli faktor kelemahan yaitu 1,11, dimana 1,11 menunjukkan disparitas antara total kekuatan sebesar 2,06 dengan total kelemahan. sebesar 0,95 untuk faktor eksternal seperti CV. Dana Karya melebihi faktor ancaman yaitu sebesar 1,38. Hal ini berbeda dengan total peluang yaitu 2,23 dan total ancaman yaitu 0,85. Nilai IFAS dan EFAS digunakan untuk menentukan kuadran seberapa yang digunakan sebagai strategi yang

tepat pada perusahaan. Pada diagram kartesius nilai IFAS untuk sumbu x dan nilai EFAS untuk sumbu y.



Gambar 2. Diagram SWOT CV. Dana Karya

Sumber: Data diolah (2022)

Pada gambar 2 hasil analisis SWOT yang dilakukan pada perusahaan jasa rental alat berat CV. Dana Karya rumusan strategi pemasaran yang tepat dapat dilihat pada diagram cartecius yang juga menunjukkan bahwa CV. Dana Karya berada di kuadran 1 menunjukkan Kekuatan (Strength) yang dimiliki perusahaan dapat meraih Peluang (Opportunities) yang ada. Fokus strategi pada kuadran ini yaitu strategi pertumbuhan yang agresif (growth oriented strategy) atau strategi SO (Strength – Opportunity) dengan memanfaatkan seluruh kekuatan internal perusahaan untuk merebut dan memanfaatkan peluang eksternal sebesar - besarnya.

Matriks IE (Internal – Eksternal)

Analisis pada IFAS menunjukkan bahwa nilai total faktor kekuatan adalah 2,06 dan nilai total faktor kelemahan adalah 0,95, sedangkan skor faktor peluang EFAS adalah 2,23 dan skor faktor ancaman adalah 0,85. Dari hasil penjumlahan perhitungan faktor kekuatan dan kelemahan diperoleh hasil berjumlah 3,01 sedangkan hasil penjumlahan dari faktor peluang dan ancaman berjumlah 3,08.

Tabel 3. Matriks Internal Eksternal (IE) CV. Dana Karya

IFAS	Kuat	Sedang	Lemah
EFAS	4,00 – 3,00	2,99 – 2,00	1,99 – 1,00
Tinggi 4,00 – 3,00	I Internal = 3,01 Eksternal = 3,08	II	III
Sedang 2,99 – 2,00	IV	V	VI
Rendah 1,99 – 1,00	VII	VIII	IX

Sumber: Data diolah (2022)

Hasil dari pengelompokan IFAS dan EFAS maka dapat disusun Matriks IE (Internal-Eksternal Matrix) yang dapat memposisikan usaha rental alat berat CV. Dana Karya dalam tampilan 9 sel menunjukkan posisi CV. Dana Karya berada di sel 1. Strategi yang sebaiknya digunakan oleh CV. Dana Karya yang berada di sel 1 yaitu strategi bertumbuh dan membangun (growth & build) adalah strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk/jasa. Hasil penelitian ini serupa dengan hasil temuan (Prasetyo et al., 2021) yang mendapati bahwa posisi yang dihasilkan berada pada sel 1 mengartikan bahwa perusahaan bertumbuh dan membangun (grow and build) yang didalamnya meliputi strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk/jasa. Hal yang dapat dilakukan CV. Dana Karya dalam penetrasi pasar yaitu, melakukan promosi yang lebih memperlihatkan kekuatan yang dimiliki perusahaan dan dapat menjangkau pasar semakin luas, meningkatkan kinerja serta mutu perusahaan agar dapat bersaing dengan pesaing. Pada pengembangan produk/jasa hal yang dapat dilakukan CV. Dana Karya mengembangkan inovasi dengan memperbaharui alat berat yang sudah tua. Dalam hubungannya dengan business life cycle, dapat diketahui bisnis rental alat berat CV. Dana Karya saat ini berada di fase pertumbuhan (growth) dengan karakteristik keuntungan yang fluktuatif, terjadinya penurunan harga dari persaingan harga yang saling memurahkan harga sewa alat berat dan sebagian besar pasar telah dijangkau karena jasa rental alat berat di CV. Dana Karya telah digunakan mayoritas pelanggan, peluang yang menjanjikan untuk alat berat berdasarkan kebutuhan pelanggan, situasi ini akan mendorong pesaing untuk masuk ke industri dengan bisnis serupa dengan perusahaan, yang bertujuan untuk memperluas pangsa pasarnya. Temuan penelitian ini sejalan dengan temuan Widodo (2018) yang menemukan bahwa Fase pertumbuhan ditandai dengan pesatnya peningkatan tingkat penjualan perusahaan karena produk telah diterima dan diminati oleh pasar. Setelah titik ini, penjualan masih meningkat tetapi tumbuh pada tingkat yang lebih lambat. Menjalin hubungan adalah salah satu pendekatan yang dapat diambil, atau hubungan baik dengan

pelanggan agar terciptanya rasa loyalitas terhadap perusahaan dan mempunyai pelanggan tetap yang membuat perusahaan berkembang dan terus maju.

Matriks SWOT

Tabel 4. Matriks SWOT CV. Dana Karya

IFAS EFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
	OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI (WO)
	<p>STRATEGI (SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan kualitas dan juga kuantitas alat berat yang dimiliki guna mengambil proyek - proyek. (S1,S6 & O1,O2,O3) 2. Dengan terjalannya komunikasi yang baik dengan pelanggan serta service yang baik akan terciptanya rasa kepuasan/percaya pada konsumen dan mendorong tingkat loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. (S3, S4, S5, S7 , S11 & O4, O5) 3. Memanfaatkan izin usaha yang lengkap sebagai gambaran bahwa usaha ini sudah di akui keberadaannya dan izinnnya secara legal. (S2 & O5) 4. Meningkatkan kinerja serta mutu perusahaan dapat menjadi point penting agar dapat tetap bersaing dengan competitor. (S8 & O5) 5. Dengan sudah lama berdirinya perusahaan membuktikan bahkan usaha ini dapat bertahan sehingga terjaring luasnya pasar dan menjadi point yang dapat menjadi rasa percaya pelanggan untuk memberikan proyek kepada CV. Dana Karya. (S9, S10 & O4) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas dan kuantitas operator alat berat karena dibutuhkan tenaga ahli untuk proyek proyek tersebut. (W1, W6, W7 & O1) 2. Mengoptimalkan pembayaran dan urusan perizinin sewa menyewa dengan para pelanggan karena apabila terhambat dipembayaran mempengaruhi pembiayaan alat berat lain untuk kebutuhan proyek. (W2, W5 & O1, O2) 3. Menata kembali akses atau support yang diperlukan alat berat sehingga dapat bersaing dengan usaha sejenis yang aksesnya memadai. W4, W8, W9 & O5) 4. meninjau kembali secara rutin alat berat yang umurnya sudah tua dan perlu diperbaharui. karena apabila kualitas alat berat optimal dapat berpeluang besar untuk proyek proyek. (W3 & O3, O4 O5)
	<p>STRATEGI (ST)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan selalu komunikasi dan service yang baik kepada pelanggan agar 	<p>STRATEGI (WT)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harus meningkatkan kualitas SDM dan juga alat berat guna

dapat terciptanya rasa kepuasan pada para pelanggan sehingga pelangganpun merasa worth it untuk membayar. (S3, S5, S7 S8 & T1)	pelanggan tidak kecewa dan beralih ke pesaing lain. (W1, W6 , W7 & O2, O3)
2. Mempertahankan jangkauan pasar yang luas serta pengalaman yang sudah lama sehingga dapat bersaing di pasar dengan usaha sejenis. (S1, S2, S6, S9 , S10 & T2)	2. Meminimalisir permasalahan yang akan muncul dilapangan karena dapat terjadinya rasa ketidakpuasan pada konsumen. (W2, W5, W9 & O1)
3. Selalu melakukan service berkala agar meminimalisir terjadinya masalah di lapangan yang dapat mempengaruhi rasa kepuasan/percaya pelanggan sehingga merasa tidak worth it untuk membayar. (S4, S11 & T3, T4)	3. Dengan selalu memperhatikan kualitas alat berat serta SDM dapat membuat pelanggan menjadi dapat mempertahankan harga walaupun harus bersaing dengan pesaing sejenis. (W3, W4, W8 & O4)

Sumber: Data diolah (2022)

Dalam hasil analisis IFAS dan EFAS sesuai pada diagram cartecius menunjukkan bahwa CV. Dana Karya berada di kuadran 1 yang menunjukkan bahwa Kekuatan (Strength) yang dimiliki perusahaan dapat meraih Peluang (Opportunities) yang ada. Fokus strategi pada kuadran ini yaitu strategi pertumbuhan yang agresif (growth oriented strategy) atau strategi SO (Strenght – Opportunity). Strategi yang dapat dilakukan yaitu, memanfaatkan kualitas dan juga kuantitas alat berat yang dimiliki guna mengambil proyek - proyek. Dengan terjalannya komunikasi yang baik dengan pelanggan serta service yang baik akan terciptanya rasa kepuasan/percaya pada konsumen dan mendorong tingkat loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Memanfaatkan izin usaha yang lengkap sebagai gambaran bahwa usaha ini sudah di akui keberadaannya dan izinnya secara legal. Meningkatkan kinerja serta mutu perusahaan dapat menjadi point penting agar dapat tetap bersaing dengan competitor. Dengan sudah lama berdirinya perusahaan membuktikan bahkan usaha ini dapat bertahan sehingga terjaring luasnya pasar dan menjadi point yang dapat menjadi rasa percaya pelanggan untuk memberikan proyek kepada CV. Dana Karya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis secara keseluruhan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan temuan analisis IFAS terhadap kekuatan internal perusahaan yang dimiliki oleh CV. Dana Karya lebih besar dibandingkan kelemahan yang dimiliki. Kekuatan utama jenis alat berat lebih bervariasi dan ijin usaha yang lengkap dengan rating 3,57 dan bobot 0,06, kekuatan perusahaan dengan alat berat jenis ini cukup baik yang disewakan lebih bervariasi kepada pelanggan serta ijin usaha yang dimiliki perusahaan lengkap. Sedangkan, kelemahan yang perlu diatasi oleh CV. Dana Karya dapat dilihat dari beberapa indikator yaitu kurangnya operator yang mengoperasikan alat berat dengan bobot 0,05 dan rating 2,71. Pada indikator terkendala pembayaran sewa oleh pelanggan dengan bobot 0,04 dan rating 2,57.
2. Berdasarkan hasil EFAS analisis eksternal perusahaan yang dimiliki oleh CV. Dana Karya yaitu, perlunya alat berat sebagai kebutuhan proyek dengan bobot 0,13 dan rating 3,57, hal ini menunjukkan bahwa peluang yang tersedia bagi perusahaan cukup baik. Sedangkan pada ancaman yang patut diantisipasi adalah resiko pembayaran sewa tidak dibayar diperoleh bobot 0,09 dan rating 2,43.
3. Pada perhitungan IFAS (sumbu x) dan EFAS (sumbu y) lalu digambarkan menjadi diagram SWOT didapatkan bahwa CV. Dana Karya berada di posisi kuadran 1 pada sumbu x bernilai 1,11 dan sumbu y bernilai 1,38 yang menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki perusahaan dapat meraih peluang yang ada. Focus strategi pada kuadran ini yaitu strategi pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*) atau strategi SO (*Strength – Opportunity*) dengan memanfaatkan seluruh kekuatan internal perusahaan untuk merebut dan memanfaatkan peluang eksternal sebesar - besarnya.
4. Matriks IE hasil dari pengelompokan IFAS dan EFAS yang dapat memposisikan usaha rental alat berat CV. Dana Karya dalam tampilan 9 sel menunjukkan posisi CV. Dana Karya berada di sel 1 (*growth & build*) adalah strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk/jasa. Dalam hubungannya dengan *business life cycle*, dapat diketahui bisnis rental alat berat CV. Dana Karya saat ini berada di fase pertumbuhan (*growth*).
5. Strategi yang digunakan CV. Dana Karya adalah strategi SO (*Strength – Opportunity*) dengan memanfaatkan kekuatan internal perusahaan semaksimal mungkin untuk memanfaatkan sebanyak mungkin peluang dari luar perusahaan.

Berikut saran dan rekomendasi yang dapat diberikan terkait temuan penelitian ini,

1. Pertahankan kekuatan utama yaitu jenis alat berat bervariasi dan ijin usaha lengkap dapat dijadikan sebuah keunggulan kompetitif untuk perusahaan.

2. Meningkatkan performa SDM dan juga alat berat agar pelanggan tidak kecewa dan beralih ke pesaing lain serta melakukan peremajaan pada alat berat yang sudah tua agar menarik minat pelanggan.
3. Merekrut operator alat berat agar pengoperasian alat berat tidak terkendala.
4. Melakukan promosi secara aktif dengan lebih menonjolkan kekuatan yang dimiliki oleh CV. Dana Karya terkait jasa rental alat berat sehingga dapat bersaing dengan usaha sejenis.
5. Pertahankan loyalitas pelanggan dengan terjalinnya komunikasi serta service yang baik dan memberikan penawaran khusus seperti diskon.

REFERENSI

- Arsil, P., Wicaksono, R., Hidayat, H. H., & Novitasari, D. (2022). Strategi Kerjasama Pengembangan Institusi Halal: Implementasi pada Halal Center. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1). <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.3794>
- Ashari, A. D. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Permintaan Penyewaan Alat Berat pada PT. Risrag Jaya Abadi di Kabupaten Maros Andi Dinda Ashari 1 Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNM. *Jurnal Manajemen Ekonomi*, 4(2), 1–20.
- Hardinto, A. aditya, Gunawan, J., & Anis, I. (2022). Tanggung Jawab Lingkungan, Pertumbuhan Dan Siklus Hidup Perusahaan Terhadap Cash Holding Pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi*, 22(2), 271–284. <https://doi.org/10.25105/mraai.v22i2.13130>
- Hastutik, T. P., & Novitaningtyas, I. (2021). Ana Batik Magelang's Business Development Strategy Based on SWOT and Business Model Canvas. *International Journal of Marketing & Human Resource Research*, 2(4), 224–235. <https://doi.org/10.47747/ijmhrr.v2i4.348>
- HM, P., & Firdaus, F. (2021). Pilkada Dan Kesejahteraan Masyarakat: Studi Kebijakan Pembangunan Di Provinsi Jambi Pasca Pemilihan Gubernur 2015. *TAJDID: Jurnal Ilmu Ushuluddin*, 19(2). <https://doi.org/10.30631/tjd.v19i2.125>
- Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2022.v08.i02.p19>
- Pranjoto, R. G. H. (2015). Strategi Bisnis Dengan Life Cycle Industri Dan Perusahaan R Gatot Heru Pranjoto Universitas Trunojoyo Madura. *Jurnal Studi Manajemen*, 9, 192–201.
- Prasetyo, F. M., Ghina, A., & Sudiana, K. (2021). Analisis Formulasi Strategi Bersaing

- Menggunakan Tows Matriks Dan Qspm (Studi Kasus Cubic Inkubator) Competitive Strategy Formulation Analysis Using Matrix Tows and Qspm (Case Study Cubic Incubator). E-Proceeding of Managemeny, 8(5), 4276–4284.
- Purba, A., Suliantoro, H., & Rumita, R. (2015). Perancangan Strategi Bisnis dengan Menggunakan Matriks SWOT (Studi Kasus: Bank Jateng Pusat Semarang). *Industrial Engineering Online Journal*, 4(4).
- Puspa Midiastuty, P., Suranta, E., & Indriani, R. (2021). Siklus Kebijakan Perusahaan dan Kebijakan Kas. *Conference On Economic And Business Innovation*, 35.
- Rangkuti, F. (2013). Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. In PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rizki, M., Ghifari, A., Hui, W. L., Permata, E. G., Siregar, M. D., Umam, M. I. H., & Harpito, H. (2021). Determining Marketing Strategy At LPP TVRI Riau Using SWOT Analysis Method. *Journal of Applied Engineering and Technological Science (JAETS)*, 3(1), 10–18. <https://doi.org/10.37385/jaets.v3i1.276>
- Setiawan, E. B., & Reza Widhar Pahlevi. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Angkringan Herbal Dewuyung Dengan Menggunakan Analisis Swot. *JEMBA Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 11–22.
- Sudiarto, A., Afriani, S., & Effendi, Y. (2021). An Analysis of External Factor Evaluation (EFE) Matrix and Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix at Baruna Fish Crackers Business in Kebun Tebeng Village of Ratu Agung Sub-District in Bengkulu City. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 2(4), 443–452. <https://doi.org/10.53697/emak.v2i4.190>
- Sundari, Octobery, R., & Abolladaka, J. (2020). Strategi Usaha Dengan Analisis SWOT Pada Rental Adinda Palangka Raya. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 12(1), 49–56.
- Unparar, A. A. (2021). Swot Analysis In Marketing Strategy At The Coffee Shop In The Pandemic Era (Study of Belikopi Coffee Shop in Nganjuk). 2021(3), 6.
- Wiara Sanchia Grafita Ryana Devi, Desty Rara Pringgandinie, Henly Yulina, & Deni Hadiansah. (2022). SWOT Analysis as a Competitive Strategy at Primkop Kartika Ardagusema Cimahi City, West Java, Indonesia. *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(1), 134–143. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v3i1.451>
- Widiawati, K., & Miliniati, N. (2022). “Meat” Berdasarkan Analisis Swot Pada Pt Dua Putra Perkasa Pratama. *Jurnal Sekretari* |, 9(1), 17–35.