

**ANALISIS FORMULASI STRATEGI BISNIS DALAM MENGAHADAPI
PERSAINGAN INDUSTRI DOORSMEER
(Kasus: Penerapan Analisis SWOT pada Ritonga Doorsmeer Duri-Riau)**

Oleh :
Johan Salimukdin
Email : Johansalimukdin@gmail.com
Pembimbing : Okta Karneli

Jurusan Ilmu Administrasi – Prodi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau Kampus Bina Widya JL. HR, Subrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru
28293. Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

This study was conducted in Ritonga Doorsmeer thorns. This business is engaged in vehicle wash services. The purpose of this study is to formulate business strategies in Ritonga Doorsmeer.

This research is a descriptive qualitative approach which in this study did not use the sample population only uses key informants to obtain the required information. The data used are primary and secondary data.

From the analysis it can be seen that there are some alternative strategies that can be used as a tool to win the competition in the industry doorsmeer Ritonga. And the results of this analysis to formulate long-term strategies.

Keywords: SWOT (Strengths, Weakness, Opportunity, Threat), SWOT Analysis, Alternative Strategies Ritonga Doorsmeer.

PEDAHULUAN

A.Latar belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia belakangan ini semakin lama semakin menonjol akan kompleksitas, persaingan, perubahan, dan ketidakpastian. Keadaan ini menimbulkan persaingan yang tajam antara perusahaan, baik karena pesaing yang semakin bertambah, volume produk yang semakin meningkat, maupun bertambah pesatnya perkembangan teknologi. Hal ini memaksa perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi perusahaan, agar perusahaan mengetahui strategi pemasaran seperti apa dan bagaimana yang harus diterapkan dalam perusahaan. Oleh sebab itu persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan (Porter, 1993), dimana pesaing dengan menggunakan

pendekatan pasar adalah perusahaan-perusahaan yang memuaskan kebutuhanpelanggan yang sama. Sehingga perusahaan harus lebih cermat membaca serta mengantisipasi keadaan pasar sehingga dapat menciptakan produk yang berkualitas, memberikan pelayanan yang berkualitas yang dapat memuaskan konsumen sehingga dapat memenangkan persaingan.

Ditandai dengan semakin banyak munculnya perusahaan-perusahaan, serta ditemukan teknologi-teknologi canggih dalam bidang produksi yang pada gilirannya akan mampu untuk menghasilkan produk-produk yang mempunyai kualitas yang baik. Jasa yang ada di pasaran bisa memiliki keseragaman antara produk yang satu dan yang lain. Ini dapat terjadi karena suatu produk yang sukses di pasar segera diikuti oleh para

pesaing dengan menghasilkan produk sejenis, yang menimbulkan persaingan tajam antara perusahaan dan kompetitor.

Perusahaan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam persaingan. Hal ini akan sangat membantu perusahaan dalam mengenali diri, serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan ancaman. Pernyataan ini juga diungkapkan oleh **Guiltinan (1994)**, dimana dalam menentukan strategi bersaing dan mengambil keputusan, seorang manajer harus mengenali apa saja kelemahan, kekuatan, ancaman, peluang yang dimiliki perusahaan serta mengenali keunggulan pesaing yang mungkin dimiliki.

Perusahaan harus dituntut untuk selalu melakukan inovasi dalam strategi bersaing. Dimana strategi bersaing merupakan upaya mencari posisi bersaing yang menguntungkan dalam suatu industri atau arena fundamental dimana persaingan berlangsung. Selain itu teori pemasaran modern menyatakan bahwa kunci sukses sebuah perusahaan bersaing tergantung pada penyesuaian secara dinamis terhadap lingkungan yang kompleks dan selalu berubah-ubah.

Suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi bersaing dengan cara mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal perusahaan dan kekuatan-kekuatan eksternal tersebut. Pengembangan strategi bersaing ini bertujuan agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal sehingga dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal, yang sangat penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan optimal dari sumber daya yang ada (**Freddy Ranguti, 2002**).

Seperti halnya perkembangan kota Duri saat ini sangatlah pesat, ini ditandai

dengan timbulnya persaingan bisnis yang sangat tajam. Hal ini ditandai dengan berdirinya usaha-usaha baru yang bergerak di bidang jasa pencucian atau yang biasa disebut dengan *Doorsmeer*. *Doorsmeer* adalah salah satu kegiatan usaha jasa yang bergerak dalam bidang pencucian kendaraan ataupun pencucian yang lainnya. Jasa cuci kendaraan telah menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat pengguna kendaraan. Hal ini disebabkan oleh arti pentingnya kebersihan kendaraan secara berkala dan teratur dengan tujuan untuk mendapatkan rasa nyaman bagi penggunanya. Selain timbulnya persaingan yang tinggi, pola pikir dan perilaku masyarakat juga mengalami kemajuan. Perkembangan pola pikir tersebut, misalnya masyarakat tidak sempat untuk mencuci kendaraannya sendiri, Dengan adanya jasa *Doorsmeer* maka dapat dengan mudah mengatasi permasalahan tersebut.

Pada kesempatan ini penulis akan meneliti salah satu *Doorsmeer* yang ada di Duri, yaitu Ritonga *Doorsmeer* yang beralamat di jalan Duri-Dumai km. 4 Kulim. Ritonga *Doorsmeer* ini memiliki 5 orang anggota untuk mencuci, 1 orang kasir, dan 1 orang mandor yang bertugas di lapangan dan sekaligus mengawasi bagian mesin, jadi untuk total keseluruhan anggota dari Ritonga *Doorsmeer* ini berjumlah 7 orang. Usaha ini telah berdiri dari tahun 2009 hingga pada saat ini masih beroperasi. Ritonga *Doorsmeer* memberikan pelayanan : memberikan ruang tunggu yang aman dan nyaman, menyediakan fasilitas seperti: kantin, kamar mandi yang bersih, musik yang di putar melalui mp3 player dan memberikan koran atau majalah untuk dibaca.

Dari segi harga yang diterapkan oleh Ritonga *Doorsmeer* sangatlah beragam, yaitu Rp.45.000 untuk jenis mobil pribadi roda 4, seperti Avanza, Inova, Honda Jazz, dan lain-lain sejenisnya, Rp. 50.000 untuk mobil jenis *Ranger Double Cabin*, Fortuner, Strada,

Pajero Sport dan mobil sejenisnya, Rp.70.000 untuk jenis mobil berukuran besar seperti mobil Cold Diesel dan Minibus. Dengan harga yang di terapkan tersebut sehingga memberikan pengaruh yaitu rasa puas terhadap konsumen sesuai dengan hasil yang di terima setelah proses pencucian selesai.

Untuk jenis atau badan usaha dari Ritonga Doorsmeer adalah, usaha ini tidak memiliki jenis atau badan usaha karena usaha ini hanya jenis usaha kecil menengah (UKM), namun Ritonga Doorsmeer termasuk kedalam suatu organisasi Doorsmeer yang ada di Duri atau yang sering disebut dengan istilah ADSM.

Menurut **Porter** (1985) strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Berdasarkan konsep tersebut, maka setiap perusahaan harus memiliki strategi yang menjadi alat untuk digunakan dalam memenangkan persaingan dalam usahanya dari beberapa pesaing. Atas kondisi tersebut, pengelola dituntut mampu memanfaatkan kondisi lingkungan sebagai salah satu strategi yang digunakan dalam bersaing untuk perkembangan bisnisnya. Salah satu bentuk dalam mempermudah dalam memanfaatkan kondisi lingkungan tersebut adalah dengan melakukan atau menggunakan penerapan suatu analisis lingkungan atau yang disebut juga dengan analisis *SWOT*. Perusahaan perlu menggunakan analisis *SWOT* agar dapat menciptakan suatu strategi dalam mewujudkan tujuan organisasi dengan memperhatikan faktor internal perusahaan yang didalamnya mencakup kekuatan dengan kelemahan dan secara bersamaan juga memperhatikan faktor eksternal yang didalamnya mencakup peluang dan ancaman.

Analisis *SWOT* ini nantinya akan menghasilkan adanya beberapa alternatif strategi untuk pengambilan keputusan yang nantinya kita harus memilih alternatif

strategi mana yang baik dijalankan, karena tidak mungkin untuk menjalankan semuanya karena nantinya akan membutuhkan biaya pengoperasian yang mahal.

Dengan adanya hal tersebut penulis dalam penelitian ini ingin melihat seberapa jauh perusahaan dalam memanfaatkan kondisi lingkungan dengan melihat berbagai faktor lingkungan yang terkait dalam suatu usaha untuk merumuskan suatu strategi apa yang akan dijalankan kedepannya.

Berdasarkan pendahuluan di atas maka penulis menarik kesimpulan untuk membahas judul “**ANALISIS FORMULASI STRATEGI BISNIS DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN INDUSTRI DOORSMEER (STUDI KASUS : PENERAPAN ANALISIS SWOT PADA RITONGA DOORSMEER DURI- RIAU)**”.

B. Rumusan Masalah

Bisnis yang maju harus mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan yang terjadi pada lingkungan bisnis tersebut dan perusahaan tersebut harus mampu untuk mengikuti setiap perkembangan yang ada. Hal ini ditujukan agar nantinya suatu perusahaan mampu dalam merumuskan suatu strategi apa yang akan dijalankan kedepannya dengan melihat perubahan lingkungan yang terjadi.

Ritonga Doorsmeer adalah salah satu contoh usaha yang harus mampu dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan tersebut. Sebagai usaha bisnis yang bergerak dalam bisnis pencucian maka usaha ini harus mampu untuk menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan yang dihadapi tersebut, agar mampu bertahan dan tetap eksis sebagai penyedia jasa pencucian umum bagi masyarakat.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka perumusan masalahnya yaitu :**“Bagaimana formulasi strategi bisnis pada Ritonga Doorsmeer Duri – Riau.**

Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan formulasi strategi bisnis pada Ritonga Doorsmeer.

2. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat, yaitu :

- a. Bagi pemilik usaha, dapat menjadi suatu acuan dalam merumuskan strategi dalam meningkatkan usahanya dengan menggunakan analisis *SWOT*.
- b. Bagi kalangan akademis, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dalam melakukan penelitian tentang objek yang sama di masa yang akan datang.
- c. Bagi penulis, diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang teknik penelitian, dengan menggunakan teknik penelitian analisis *SWOT*.

C. Kerangka Teori

1. Pengertian dan Konsep Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu strategi yang berarti seni atau ilmu untuk menjadi seorang Jenderal. Konsep strategi militer seringkali digunakan dan diterapkan dalam dunia bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu perusahaan.

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap bertahan hidup dan

berkembang. Tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan keuntungan atau laba perusahaan. Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila bagian pemasaran melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan sekaligus ditingkatkan.

Chandler dalam buku Freddy Rangkuti (2002:3) mengatakan bahwa strategi adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan **Learned, Christensen, Andrews, dan Guth (1965)** dalam buku **Freddy Rangkuti (2002:3)** mengatakan strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu focus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak ada. Menurut **Stephanie K. Marrus dalam buku Husein Umar (2001:31)** menyebutkan strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. **Hamel dan prahalad (1995)** dalam buku **Freddy Rangkuti (2002:3)** mengangkat kompetensi inti sebagai hal yang penting. Mereka berdua mendefinisikan strategi yang terjemahannya seperti berikut ini : “strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*Core Competencies*). Perusahaan perlu mencari

kompetensi inti didalam bisnis yang dilakukan.

2. Analisis SWOT

Strategi organisasi dirumuskan oleh manajemen puncak dan dirancang sedemikian rupa guna mencapai tujuan organisasi. Proses ini meliputi dua tugas terkait, yang pertama strategi umum harus dipilih dan dikembangkan sedangkan yang kedua adalah membuat keputusan yang spesifik mengenai berbagai peran lini bisnis yang ada didalam organisasi yang akan dimainkan dan bagaimana berbagai sumberdaya organisasi dialokasikan diantara mereka. Dalam sesi ini akan ditinjau sejumlah strategi yang bersifat umum yang akan diadopsi dan kemudian akan membahas berbagai pendekatan analisis guna mengelola berbagai unsur bisnis yang ada di dalam organisasi.

Rangkuti (2002:18) menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan dengan cara ini selalu dikaitkan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan usaha. Jadi pada prinsipnya analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) guna menetapkan formulasi strategi (perencanaan strategi) dalam upaya penyusunan strategi jangka panjang.

Menurut David (2006:10) mengatakan bahwa peluang dan ancaman eksternal merujuk pada keadaan ekonomi, sosial budaya, demografi, lingkungan, politik, hukum, pemerintah, teknologi, dan kecenderungan persaingan serta peristiwa yang dapat menguntungkan atau merugikan suatu organisasi secara signifikan dimasa depan.

Analisis SWOT adalah suatu pekerjaan yang cukup berat karena hanya dengan itu alternatif-alternatif strategis dapat disusun. Kegagalan menganalisisnya berarti gagal dalam mencari relasi dan titik temu antara faktor-faktor strategis dalam lingkungan internal dan yang terdapat dalam lingkungan eksternal, sambil mencari hubungannya dengan misi, tujuan, dan sasaran organisasi; juga merupakan kegagalan dalam mempersiapkan suatu keputusan strategis yang baik. Pekerjaan ini tetap menjadi tugas pokok dari kelompok koalisi eselon atas dan belum bisa didelegasikan kepada eselon bawah. Namun, eselon bawah berperan dalam menyediakan data yang diperlukan untuk mempertahankan analisis SWOT, keputusan-keputusan strategis yang baik dapat dihasilkan.

Analisis SWOT merupakan suatu pendekatan tradisional yang telah digunakan selama dekade untuk membantu merestrukturisasi usaha manajer mengetahui ancaman dan peluang serta kekuatan dan kelemahan perusahaan. Analisis ini digunakan untuk mengevaluasi kesempatan dan tantangan dilingkungan bisnis maupun lingkungan internal perusahaan.

3. Formulasi Strategi

Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan *customer value* terbaik.

Menurut **Crown Dirgantoro (2001:82)** formulasi strategi adalah aktivitas-aktivitas yang berhubungan dengan pencapaian tujuan. Aktivitas-aktivitas tersebut bias dikelompokkan ke dalam tiga kelompok, yaitu:

- a) Analisis strategi
- b) Perencanaan strategi
- c) Pemilihan strategi

Untuk dapat melakukan formulasi strategi dengan baik, maka ada ketergantungan yang erat dengan analisis lingkungan yang dimana formulasi strategi membutuhkan data atau informasi dari analisis lingkungan.

Dalam melakukan formulasi strategi, ada beberapa hal yang patut untuk dipertimbangkan, diantaranya adalah :

1. Harus dipahami benar visi, misi, dan objektif perusahaan sehingga kita akan mengetahui ke arah mana perusahaan akan dibawa serta bagaimana caranya untuk menuju ke arah tersebut.
2. Hal kedua yang harus dipahami adalah tentang posisi perusahaan saat ini. Posisi perusahaan itu bias berupa pangsa pasar yang dikuasai, posisi laba/rugi perusahaan, kondisi internal seperti kompetensi orang-orang yang berada dalam perusahaan, dan lain lain. Pemahaman tentang hal ini sangat berkaitan dengan poin nomor satu, poin nomor dua dijadikan pegangan atau *starting point* , sedangkan nomor satu berbicara tentang arah dan tujuan. Dari kombinasi keduanya, akan diketahui gap atau jarak kondisi sekarang dengan kondisi yang diinginkan, dan jarak tersebut harus ditutup.
3. Kemampuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan (internal maupun eksternal) yang sedang dihadapi perusahaan pada saat ini. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor tersebut akan memudahkan dalam memahami keberhasilan atau kegagalan pencapaian tujuan.
4. Mencari alternatif solusi yang biasa dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi secara lebih efisien dimasa yang akan datang. Semakin banyak solusi yang relevan yang bisa ditawarkan bias juga menunjukkan kemampuan yang selalu berkembang atau selalu diasah dari orang-orang yang berada dalam organisasi atau

perusahaan, atau mungkin juga bisa menunjukkan inovasi dari mereka untuk selalu mengikuti perubahan yang terjadi dan kemampuan untuk mengantisipasi perubahan tersebut, meskipun hal tersebut mungkin tidak bisa ditunjukkan secara langsung sebagai hubungan sebab akibat.

B. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Ritonga Doorsmeer yang beralamat di jalan Lintas Duri-Dumai Km.4 Kulim, Kabupaten Bengkalis – Provinsi Riau.

2. Populasi dan Sampel

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dimana dalam penelitian ini tidak menggunakan populasi dan sampel (**Spradley, 1980:438**), Penelitian ini menggunakan key informan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Dalam penelitian ini yang menjadi *key informant* ialah pemilik usaha, dimana pemilik usaha ini yang dapat memberikan informasi mengenai penelitian yang dilakukan. *Key informant* yang dipilih adalah orang yang benar-benar dapat memberikan informasi mengenai gambaran sesungguhnya yang dialami oleh Ritonga Doorsmeer.

3. Jenis dan Sumber Data

Untuk membantu penulis dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis dan sumber data sebagai berikut :

a. Data Primer, merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian melalui wawancara langsung kepada pemilik usaha dari Ritonga Doorsmeer yang diberikan beberapa pertanyaan-pertanyaan yang terkait seputar factor lingkungan apa yang dimiliki oleh bisnis perusahaan tersebut.

b. Data sekunder, merupakan data-data yang diperoleh dari sumber lain yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini. Data sekunder dari penelitian ini

adalah berasal dari hasil penelitian terdahulu, literatur, dan data-data dari objek penelitian yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Wawancara, dimana peneliti mengadakan tanya jawab langsung dengan pemilik usaha dari Ritonga Doorsmeer untuk memperoleh keterangan-keterangan yang berhubungan dengan masalah penelittian.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Matriks analisis *SWOT*.

Analisis ini dilakukan dengan menggunakan matrik *SWOT* (**Freddy Rangkuti, 2002:31**) merupakan alat yang digunakan untuk menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi. Yaitu :

A. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

B. Strategi ST

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

C. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

D. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

C. Analisis SWOT pada Ritonga Doorsmeer

1. Yang menjadi kekuatan (*strenght*) Ritonga Doorsmeer

- a. Usaha tepat berada di pinggir jalan
- b. Kualitas pelayanan
- c. Usaha berada di lingkungan perusahaan yang bergerak di Chevron dan terdapat juga dealer- dealer mobil

2. Yang menjadi kelemahan (*weakness*) Ritonga Doorsmeer

- a. Kurangnya ketelitian karyawan dalam bekerja
- b. Kurangnya lahan parkir
- c. Dana operasional
- d. Belum melakukan inovasi terhadap usaha
- e. SDM yang terbatas

3. Yang menjadi Peluang (*opportunity*) Ritonga Doorsmeer

- a. Lokasi usaha merupakam jalur lintas Sumatra
- b. Jumlah kendaraan (mobil) yang semakin meningkat
- c. Pangsa pasar yang masih terbuka

4. Yang Menjadi Ancaman (*theart*) Ritonga Doorsmeer

- a. Banyak bermunculan Doorsmeer yang tidak tercatat di asosiasi Mandau
- b. Perusahaan pesaing

D. Alternatif Strategi

1. Strategi *Strength – opportunity*

Strategi *Strength – opportunity* ini menggunakan kelebihan atau kekuatan yang dimiliki oleh suatu bisnis usaha dipakai untuk memanfaatkan segala kesempatan yang ada sehingga suatu bisnis usaha dapat memiliki keunggulan bersaing jika dibanding dengan bisnis-bisnis usaha yang sejenis.

- a. Perluasan pangsa pasar

Melihat pangsa pasar yang masih terbuka dan di ikuti jumlah kendaraan yang dari tahun ke tahunnya semakin

bertambah, maka bisnis ini dapat menciptakan suatu perluasan usaha yang mana dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi, saat ini sudah ada di buat suatu alat pencucian yang lebih canggih dibandingkan dengan yang ada pada saat ini, keunggulan alat tersebut dibandingkan dengan yang ada saat ini adalah satu unit mobil yang biasanya di cuci dengan memakan waktu 30-40 menit, dengan menggunakan alat ini maka waktu yang di gunakan bisa jauh lebih cepat, karena dari segi pencuciannya saja sudah berbeda dari yang ada saat ini.

Dengan digunakannya alat ini di Ritonga Doorsmeer maka bisnis ini akan berpotensi dapat memenangkan persaingan antara bisnis usaha sejenis, dan yang membuat usaha bisnis ini unggul dari pada yang lain,. Selain itu juga dapat membuat nama Ritonga Doorsmeer semakin dikenal oleh masyarakat di kota Duri.

b. Meningkatkan keunggulan yang telah dimiliki

Seluruh keunggulan yang telah dimiliki Ritonga Doorsmeer selama ini merupakan aset yang sangat bernilai harganya, karena hal inilah yang mempengaruhi konsumen agar menggunakan jasa Ritonga Doorsmeer. Banyak keunggulan yang dimiliki Ritonga Doorsmeer dan tidak dimiliki perusahaan pesaing.

Ritonga Doorsmeer memandang konsumen sebagai raja dan Ritonga Doorsmeer beranggapan bahwa konsumen lah yang menjadi aset dalam usaha ini. Maka pelayanan yang baiklah yang diharapkan konsumen dari perusahaan agar mereka merasa puas menggunakan jasa Doorsmeer. oleh karena itu sudah menjadi tanggung jawab seluruh karyawan, mandor, pemilik usaha untuk meningkatkan keunggulan yang dimiliki perusahaan agar dapat tetap eksis sebagai penyedia jasa pencucian.

c. Memanfaatkan jumlah perusahaan dan dealer mobil yang berada di lingkungan usaha.

Kota Duri merupakan salah satu ladang minyak terbesar di Riau dengan demikian tidak heran jika perusahaan-perusahaan asing maupun lokal membuka perusahaannya di kota Duri, bukan hanya satu atau dua perusahaan yang membuka usahanya di kota Duri namun hampir mencapai ratusan perusahaan, dan perusahaan ini bermacam-macam jenis kegiatannya, ada yang bergerak di bidang pengeboran minyak, transportasi, dan lainnya. Dengan demikian otomatis dari masing-masing perusahaan pasti memiliki kendaraan lebih dari sepuluh unit, hal ini merupakan peluang buat usaha pencucian termasuk Ritonga Doorsmeer.

Kedepannya Ritonga Doorsmeer diharapkan mampu untuk berkompetisi dengan Doorsmeer-Doorsmeer lainnya dalam hal untuk memenangkan persaingan, karena jelas diketahui begitu banyaknya perusahaan yang ada di kota Duri jika Ritonga Doorsmeer mampu memenangkan persaingan alangkah jayanya usaha ini dengan melihat jumlah kendaraan yang ada dalam sebuah perusahaan.

2. Strategi *Weakness – Opportunity*

a. Menciptakan Inovasi

Menciptakan sesuatu yang berbeda dari pada yang lain atau yang lebih umum disebut dengan Inovasi dengan tujuan agar perusahaan menjadi lebih baik dan mendapatkan keuntungan dari terciptanya inovasi tersebut. Inovasi yang diciptakan haruslah semenarik mungkin dan terlihat mencolok agar konsumen sadar bahwa apa yang dimiliki Ritonga Doorsmeer tidak dimiliki Doorsmeer lainnya.

Tetapi sebelum menciptakan inovasi tersebut haruslah direncanakan secara matang agar tidak mendapatkan kendala dalam merealisasi inovasi tersebut dan inovasi tersebut haruslah yang bertujuan

untuk menarik minat konsumen, dan tidak menciptakan inovasi yang mengakibatkan konsumen merasa tidak senang dengan apa yang dilakukan perusahaan karena tujuan dari inovasi ini sendiri untuk menarik konsumen dan menambah pendapatan perusahaan.

b. **Mengoptimalkan Fasilitas Yang Sudah Dimiliki**

Sebelum mendirikan sebuah usaha langkah yang pertama yang harus dilakukan perusahaan adalah melengkapi fasilitas yang di butuhkan dalam usaha tersebut, karena jika sebuah usaha tidak memiliki fasilitas yang lengkap maka akan susah usaha tersebut dalam menjalankan kegiatan usahanya, dan sebaliknya jika sebuah perusahaan sudah memiliki fasilitas yang lengkap maka dapat di pastikan usaha tersebut akan mudah dalam menjalankan kegiatan usahanya.

Dengan demikian diharapkan Ritonga Doorsmeer dapat mengoptimalkan fasilitas yang sudah ada dan juga di harapkan Ritonga Doorsmeer dapat menambah jumlah fasilitas yang dibutuhkan demi kemajuan usaha.

c. **Memanfaatkan jumlah kendaraan yang setiap tahunnya meningkat**

Dalam usaha Doorsmeer jelas kita ketahui yang menjadi konsumen adalah pemilik kendaraan dan kendaraannya, jadi dapat ditarik kesimpulan semakin banyak jumlah kendaraan maka semakin besar pula peluang buat usaha Doorsmeer. Dari tabel III.1 dapat dilihat tiap tahunnya jumlah kendaraan di kota Duri selalu mengalami peningkatan, hal ini memang sangat menguntungkan buat para pengusaha Doorsmeer, karena jelas diketahui jika tiap tahunnya selalu mengalami peningkatan maka semakin besar pula peluang buat para pengusaha Doorsmeer untuk mendapatkan konsumen. Dengan fenomena ini diharapkan Ritonga Doorsmeer mampu memanfaatkan situasi yang ada.

3. **Strategi *Strength-Threat*.**

a. **Meningkatkan pelayanan agar konsumen merasa puas dan loyal terhadap usaha**

Pelayanan yang baik, tidak menjamin konsumen tidak berpindah kepada pesaing. Persaingan di dunia bisnis pencucian ini sangatlah ketat, tetapi para pengusaha di bidang pencucian di Duri ini masih bersaing secara sehat. Oleh sebab itu Ritonga Doorsmeer harus meningkatkan pelayanannya agar konsumen merasa puas. Apabila konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan, besar kemungkinan mereka akan menggunakan jasa Ritonga Doorsmeer lagi.

Loyalitas konsumen juga harus dijaga, salah satunya dengan pelayanan yang memuaskan dan selalu menganggap konsumen adalah raja yang harus dilayani sesuai dengan keinginannya, dan harus dilayani dengan pelayanan yang ramah dan bersikap bersahabat dengan konsumen. Konsumen yang puas, belum tentu loyal akan tetapi konsumen yang loyal sudah tentu puas. Untuk dapat meraih kepuasan konsumen secara total, maka terkhusus bagi karyawan Ritonga Doorsmeer harus memiliki sikap peduli terhadap segala kebutuhan konsumen, seperti bertegur sapa. Kemampuan karyawan Ritonga Doorsmeer untuk melayani konsumen dengan memberikan jasa secara cepat, serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen dengan ramah. Memberikan pelayanan yang prima adalah kunci bagi Ritonga Doorsmeer agar dapat menciptakan dan menjaga loyalitas konsumen.

b. **Mengembangkan daya saing**

Daya saing sangat penting dalam keberhasilan bisnis. Suatu bisnis usaha memiliki daya saing bila konsumennya memperoleh kesan bahwa apa yang dimiliki Ritonga Doorsmeer tidak dimiliki Doorsmeer lain, diantaranya adalah Ritonga Doorsmeer mau menggunakan

system pembayaran secara invoice, Ritonga Doorsmeer memiliki tempat pencucian yang terbuat dari beton disaat mobil truck atau mobil yang berukuran besar datang untuk mencuci, sedangkan di Doorsmeer lain alat ini tidak di temukan. Dengan demikian Ritonga Doorsmeer diharapkan mampu mengembangkan daya saing terhadap usaha yang bertujuan untuk dapat memenangkan persaingan dan memajukan usaha.

4. Strategi *weakness threats*

a. Menyediakan lahan parkir yang luas

Didalam sebuah usaha sebelum menjalankan kegiatan usahanya salah satu hal yang harus di perhatikan adalah lahan untuk usaha tersebut, karena jika sebuah usaha tidak memiliki lahan yang luas maka akan terbatas besar bangunan usaha tersebut karena pengusaha akan mempertimbangkan besar bangunan yang akan di bangun dan untuk menyediakan lahan parkir untuk usaha tersebut. Jika konsumen beranggapan dengan kurang luasnya parkir akan membahayakan buat kendaraannya, contohnya saja konsumen takut kendaraannya akan tergores dengan kendaraan yang lainnya, kalau hal ini sudah ada di fikiran konsumen maka hal ini akan mengacaukan kepercayaan konsumen terhadap sebuah usaha, dan jika konsumen meninggalkan usaha maka akan sulit buat usaha tersebut untuk mengembalikan kepercayaan konsumen terhadap usaha yang kita bangun. Hal inilah yang diharapkan mampu untuk diatasi oleh Ritonga Doorsmeer untuk mempertahankan konsumen dan demi kemajuan dari Ritonga Doorsmeer.

b. Menjaga hubungan baik dengan konsumen

Aset terpenting pada suatu bisnis, baik itu bisnis usaha kecil maupun usaha besar adalah konsumen. Oleh karena itu, setiap bisnis usaha akan memberikan pelayanan terbaiknya bagi semua konsumennya.

Ritonga Doorsmeer di tengah persaingan yang ketat, harus mampu memberikan pelayanan terbaik bagi konsumennya, agar konsumennya tersebut menjadi loyal.

Kehilangan konsumen yang potensial merupakan masalah besar bagi Ritonga Doorsmeer, karena konsumenlah tujuan utama dari dirakannya usaha jasa pencucian ini. Agar Ritonga Doorsmeer tidak kehilangan konsumennya, maka mereka harus menjalin hubungan yang baik dengan konsumennya. Seperti halnya selalu bersikap ramah dan murah senyum kepada setiap konsumen yang datang untuk mencuci, karena pelayanan yang ramah akan menyenangkan hati konsumen yang datang untuk mencuci.

Ini merupakan salah satu cara menjalin hubungan yang baik dengan konsumen. Dengan hal tersebut setiap konsumen merasa senang dan puas akan pelayanan yang diberikan sehingga menciptakan loyalitas bagi konsumen.

c. Melatih karyawan agar lebih berkualitas

Kualitas karyawan dalam memberikan pelayanan sangat penting adanya dimiliki dalam bisnis pencucian kendaraan, karena secara tidak langsung yang paling total dalam menjalankan kegiatan usaha ini adalah dari karyawan sendiri. Kualitas karyawan yang baik akan berpengaruh terhadap bisnis ini yaitu dengan semakin banyaknya konsumen yang menggunakan jasa Ritonga Doorsmeer. Melihat persaingan yang semakin ketat saat ini banyak pengusaha yang membuka usaha pencucian kendaraan atau yang sering disebut dengan Doorsmeer menjadi salah satu faktor ancaman bagi usaha ini. Dengan memiliki karyawan yang memiliki kualitas yang baik dalam bekerja maka karyawan tersebut dapat dilatih lagi agar lebih handal dalam melayani konsumen agar dapat menjadi daya tarik bagi konsumen untuk menggunakan jasa Ritonga Doorsmeer.

E. Kesimpulan dan Saran

a. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian adalah strategi yang dapat diterapkan di Ritonga Doorsmeer dengan pertimbangan :

1. Ritonga Doorsmeer memiliki adanya beberapa kekuatan, yaitu : usaha ini tepat berada di pinggir jalan, usaha ini berada di lingkungan perusahaan- perusahaan yang beroperasi di Chevron Duri, dan terdapat juga beberapa dealer mobil, yang menyebabkan perusahaan-perusahaan itu tidak perlu jauh untuk mencuci kendaraannya.
2. Untuk kelemahan yang dimiliki Ritonga Doorsmeer, yaitu : Yang menjadi kelemahan Ritonga Doorsmeer adalah kurangnya ketelitian karyawan dalam mencuci kendaraan, kurangnya lahan parkir di Ritonga Doorsmeer disaat kendaraan banyak datang untuk mencuci, untuk dana operasional perusahaan Ritonga Doorsmeer menggunakan dana sendiri tanpa ada bantuan dari pihak lain atau bantuan dari Bank. Ritonga Doorsmeer hanya berfokus pada pencucian saja, seperti halnya ada beberapa pesaing dari Ritonga Doorsmeer yang sudah melakukan inovasi dalam usahanya, seperti:
 1. Menyediakan jasa ganti oli mesin mobil
 2. Menjual aksesoris mobil
3. Sedangkan untuk peluang yang dihadapi Ritonga Doorsmeer, yaitu : lokasi dari usaha ini merupakan jalur lintas Sumatra yang dilalui banyak kendaraan. Karena ada beberapa Doorsmeer lainnya yang menjadi pesaing Ritonga Doorsmeer lokasinya berada dalam gang sehingga perusahaan itu sulit dijangkau oleh konsumen.
4. Serta ancaman yang dihadapi Ritonga Doorsmeer, yaitu : semakin meningkatnya usaha Doorsmeer di Duri yang tidak tercatat resmi di asosiasi Mandau sehingga Doorsmeer tersebut memainkan persaingan bisnis yang tidak sehat dalam hal perbedaan biaya

pencucian kendaraan yang sudah ditetapkan oleh asosiasi mandau. Terdapat berbagai strategi yang dapat dari semua kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki Ritonga Doorsmeer yang diolah menggunakan matrik *SWOT*. Strategi yang didapat tersebut dapat digunakan sebagai bahan introspeksi dan cara meningkatkan daya saing pada bisnis jasa pencucian.

5. Penulis menyarankan kepada pemilik Ritonga doorsmeer untuk menggunakan strategi WO didalam menjalankan usaha tersebut. Strategi WO itu adalah strategi yang diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Karena, dengan melihat adanya peluang yang terdapat di lingkungan bisnis, dapat dimanfaatkan dengan baik oleh Ritonga doorsmeer untuk di analisis dan kemudian diterapkan didalam usaha untuk menjalankan usahanya dalam memenangkan persaingan. Dengan memanfaatkan peluang yang telah di analisis tersebut, maka kelemahan yang terdapat di dalam perusahaan akan dapat diperbaiki dengan memaksimalkan peluang tersebut dengan mendapatkan laba yang besar.

b. Saran

Saran penulis kepada Ritonga Doorsmeer agar dapat mengatasi ancaman dan kelemahan dengan memanfaatkan peluang dan mempertahankan kekuatan yang ada yang akan disampaikan sebagai berikut :

1. Ritonga Doorsmeer dalam hal ini harus lebih dapat lagi mengoptimalkan kekuatan yang dimilikinya tersebut, kemudian juga harus dapat segera memperbaiki kelemahan yang dimilikinya tersebut, sehingga nantinya akan dapat menjadikan perusahaan ini unggul diantara pesaing-pesaingnya.

Selain itu, Ritonga Doorsmeer juga harus mampu memanfaatkan setiap peluang yang dialami dalam bisnis ini serta mampu dalam mengantisipasi setiap ancaman yang datang agar dapat tetap eksis dan tetap mampu bertahan dan bersaing di setiap perubahan lingkungan yang mungkin akan mengguncang bisnis jasa pencucian.

2. Ritonga Doorsmeer dalam melaksanakan bisnis diharapkan agar tetap memperhatikan kesejahteraan karyawan dengan cara menaikkan upah. Karyawan lah yang banyak berurusan dengan konsumen, dan bekerja dengan baik demi mengharumkan nama Ritonga Doorsmeer. Sudah sepantasnya mereka diberi upah yang lebih dari biasanya.

Daftar Pustaka

Alkurni wais dan Zuliarni Sri. 2014. *Analisis Proses Pengembangan Produk Baru Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Bisnis*. Pekanbaru: Jurnal Fisip Volume 1 No.2

Armi, chintya. 2014. *Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing pada bisnis usaha sepatu: kasus took sepatu STARS cabang marpoyan pekanbaru*. Pekanbaru: perpustakaan administrasi bisnis.

David, Fred R,2006.*manajemen strategis*. Jakarta: salemba empat

Heflin Frinces H.,2006. “*Strategi Konsepsi Memenangkan Perang Bisnis*”. Jogjakarta :Mida Pustaka

Hariadi, bambang.2003.”*Strategi Manajemen :Strategi Memenangkan Perang Bisnis*”. Malang : Bayu Media Publishing.

Hunger, David.J dan Wheelen. Thomas. L.2001 “*manajemen strategis*”. Jogyakarta: Andi

Kuntjoroadi Wibowo dan Safitri Nurul. 2009. *Analisis Strategi Bersaing*

Dalam Rangka Persaingan Usaha Penerbangan Komersial. Jakarta: *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi Volume 16 No.1*.

Kusnadi.H.2000. “*Pengantar Manajemen Strategi*”. Malang

Parsaulian, Marganda, 2015. *Analisis lingkungan eksternal dan internal sebagai formulasi strategi bisnis*. (Kasus Penerapan Analisis SWOT Pada Perusahaan Otobus Sampri Trayek Dolok Sanggul – Medan, Kecamatan Doloksanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan, Provinsi Sumatera Utara). Pekanbaru: perpustakaan administrasi bisnis.

Pearce dan Robinson, 2008. *Manajemen strategis : formulasi, implementasi, dan pengendalian*. Jakarta: salemba empat

Rangkuti, Freddy.2002. “*Analisis SWOT. Teknik Membedah Kasus Bisnis*”. Jakarta: PT.Gramedia

Siagian Sondang P, 2005.“*Manajemen Strategik*” Jakarta: PT. Bumi Aksara

Sukanto Reksohadi Projo. ”*Manajemen Strategis*”.Malang : Bayu Media Publising

Tripurnomo, tedjo, ST.,M.T, Udan , ST.,M.T. 2005. “*Manajemen Strategi*”. Bandung: Rekayasa sains.

Triton P.B.,2007. “*manajemen strategis. Terapan perusahaan dan bisnis*”. Yogyakarta : Tugu Publisher.

Umar, Husein. 1999. “*Riset Strategi Perusahaan*” Jakarta: PT.Gramedia

Umar, Husein.2001.”*Strategic Management In Action*”. Jakarta: PT.Gramedia

Zein R. Shaifur. 2015. *Analisis Formulasi Strategi Pengembangan Usaha Pada Koperasi Pemuda Tunas Patria*

*(KOPPATRIA) Sentra Industri Seni
Patung dan Ukir Kabupaten Jepara.
Semarang: SKRIPSI.*