

Rencana Pengembangan Strategi Perusahaan Untuk Meningkatkan Kualitas Perusahaan

Nyoman Ayu Nila Dewi
STMIK STIKOM BALI

Jl.Raya Puputan No.86 Renon, Denpasar, (0361)244445/(0361)264773
e-mail: nila@stikom-bali.ac.id

Abstrak

Persaingan dalam dunia bisnis semakin meningkat, perusahaan yang tidak berkembang dan mengikuti perkembangan akan mengalami kekalahan dengan kompetitor lain. Perusahaan membutuhkan suatu perencanaan untuk mengembangkan usaha agar dapat bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak dibidang yang sama. Melihat persaingan bisnis yang semakin meningkat kualitas pelayanan yang murah dan mudah sangat dibutuhkan oleh pelanggan. Ancaman dari lingkungan eksternal merupakan salah satu kendala berkembangnya perusahaan. Seperti halnya perusahaan tour and travel yang melayani penjualan tiket, reservasi hotel dan pembelian tiket kreta memiliki tantangan untuk tetap bertahan dalam bisnis tour and travel. Maka untuk itu penelitian ini akan melakukan perencanaan pengembangan untuk meningkatkan kualitas perusahaan. Penelitian ini memetakan strategi pengembangan perusahaan dengan membandingkan beberapa aspek dari manajemen sampai pemasaran perusahaan dengan melakukan perbandingan dan analisa terhadap lingkungan eksternal, lingkungan internal dan perencanaan strategi yang dilihat dari teknologi serta strategi perusahaan saat ini. Hasil dari penelitian ini berupa blueprint atau kerangka kerja strategi perusahaan.

Kata kunci: *kualitas, pelayanan, pengembangan, strategi*

1. Pendahuluan

Perkembangan bisnis sekarang yang semakin pesat dan ketatnya persaingan antar kompetitor membuat perusahaan terus meningkatkan kemampuan usahanya. Peningkatan kemampuan teknologi informasi saat ini diharapkan perusahaan dapat bersaing dengan kompetitornya, sehingga tidak hanya bergantung pada kualitas produk dan jasa, tetapi juga dari segi kualitas layanan, yang lebih mendorong pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Kualitas layanan tetap menjadi sesuatu yang sangat penting, dalam menghadapi pelanggan yang membutuhkan *level of excellence* yang tinggi [1]. Pelayanan yang bermutu tinggi yang berarti mampu memberikan keselarasan terhadap kebutuhan pelanggan, secara esensial, baik pelanggan kelas atas, menengah bahkan bawah sekalipun membutuhkan pelayanan yang baik dan bermutu, hanya saja tingkatannya yang berbeda-beda [2].

Perubahan lingkungan disekitar adalah suatu keadaan yang sulit diramalkan, diperkirakan dan dipastikan di masa yang mendatang. Perubahan lingkungan tidak terlepas dari berbagai ancaman yang terjadi dan bersumber dari lingkungan internal maupun lingkungan eksternal perusahaan. Perubahan lingkungan eksternal yang berpengaruh negatif merupakan sebuah gangguan dan ancaman yang sangat merugikan perusahaan. Sedangkan pengaruh positif dari lingkungan eksternal dan lingkungan internal perusahaan akan menunjang kelangsungan perusahaan. Melihat hal tersebut maka sebuah organisasi harus memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi baik faktor eksternal maupun faktor internal. Melihat permasalahan tersebut maka perusahaan *tour and travel* membutuhkan suatu analisa rencana pengembangan perusahaan untuk meningkatkan kualitas perusahaan saat ini.

Perusahaan ini bergerak di bidang *tour and travel* yang menangani penjualan tiket penerbangan, reservasi hotel, dan tiket travel antar kota. Perusahaan ini masih sangat baru dan memiliki banyak saingan dengan perusahaan-perusahaan *tour dan travel* yang lainnya. Untuk itu perusahaan ini membutuhkan gambaran faktor-faktor lingkungan eksternal dan lingkungan internal yang dapat membantu dalam pengembangan kualitas perusahaan. Sampai saat ini perusahaan belum mengetahui ancaman serta peluang perusahaan dari lingkungan internal maupun lingkungan eksternal perusahaan. Dari permasalahan tersebut maka peneliti ingin membuat sebuah analisis perencanaan pengembangan untuk perusahaan untuk meningkatkan kualitas perusahaan. Hasil dari penelitian ini nantinya akan memberikan gambaran beberapa faktor-faktor ancaman serta peluang yang datang dari lingkungan internal dan

lingkungan eksternal perusahaan. Penelitian ini nantinya akan memetakan berbagai aspek dari manajemen sampai pemasaran perusahaan serta memberikan gambaran strategi perusahaan yang diambil dari strategi saat ini. Pemetaan perencanaan strategi pada penelitian ini menggunakan metode SWOT sebagai perbandingan pada lingkungan eksternal dan lingkungan internal perusahaan. *Value chain* yang digunakan untuk menggambarkan rantai nilai suatu perusahaan dari proses utama sampai pada service yang diberikan perusahaan. Dari permasalahan yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah yang dapat diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana membuat suatu perencanaan startegi perusahaan dengan menganalisis lingkungan eksternal dan lingkungan internal perusahaan untuk meningkatkan kualitas perusahaan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari penelitian terdahulu tentang perencanaan pengembangan perusahaan. Salah satu penelitian terdahulu yang berjudul analisis penerapan strategi pemasaran pada rumah makan ayam bakar wong solo dalam penelitiannya membahas tentang pemasaran produk jasa perusahaan yang digunakan sebagai strategi penunjang dalam peningkatan kualitas perusahaan. Penelitian ini menggunakan analisis IFAS dan EFAS, hasil dari penelitian ini memberikan gambaran lingkungan eksternal yang dapat mengidentifikasi kekuatan perusahaan dan mampu mengatasi kelemahan perusahaan.

Penelitian selanjutnya yang berjudul analisis SWOT sebagai landasan dalam menentukan strategi pemasaran penelitian ini membahas tentang pemasaran strategi SWOT sebagai landasan dalam penentuan strategi pemasaran perusahaan. Dari penelitian terdahulu tersebut peneliti ingin membuat sebuah penelitian pada perusahaan *tour dan travel* untuk menganalisis dan membuat sebuah perencanaan pengembangan untuk perusahaan tersebut. Penelitian ini nantinya akan menggunakan metode SWOT sebagai pemetaan faktor-faktor dari lingkungan eksternal dan lingkungan internal perusahaan.

2.1. Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strenghts-Weaknesses-Opportunities-Threats*) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara simultan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman (Rangkuti, 2001:18). Kekuatan adalah kemampuan internal, sumber daya, dan faktor situasional positif yang dapat membantu perusahaan melayani pelanggannya dan mencapai tujuannya. Kelemahan adalah keterbatasan internal dan faktor situasional negatif yang dapat menghalangi performa perusahaan. Peluang adalah faktor atau tren yang menguntungkan pada lingkungan eksternal.

a. Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal ini diperlukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan bersaing. Faktor-faktor strategis internal yang dapat dianalisis yang dapat mempengaruhi kekuatan dan kelemahan internal antara lain:

1. Manajemen
2. Pemasaran
3. Keuangan/akuntansi
4. Produksi/operasi,
5. Penelitian dan pengembangan
6. Operasi Sistem Informasi Manajemen Perusahaan

b. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan internal bertujuan untuk mengembangkan sebuah daftar terbatas dari peluang yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan dan ancaman yang harus dihindarinya [1].

2.2. Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan *matching tool* yang penting untuk membantu mengembangkan empat tipe strategi yaitu sebagai berikut:

- a. Strategi SO (*Strength-Opportunity*),
Strategi menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar perusahaan.
- b. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*),
Strategi ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang perusahaan.
- a. Strategi ST (*Strength-Threat*),

Melalui strategi ini perusahaan berusaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman eksternal.

- b. Strategi WT (*Weakness-Threat*),
Strategi ini merupakan taktik untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman.

3. Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini akan membahas tentang hasil dari analisa yang telah dilakukan serta mengelola berbagai informasi yang di dapat dari pihak perusahaan dan memberikan gambaran pengembangan perusahaan.

3.1. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal dilakukan untuk dapat mengidentifikasi faktor-faktor di luar lingkungan perusahaan yang mempengaruhi kelangsungan bisnis perusahaan tersebut.

3.2. Analisis PEST (Politik, Ekonomi, Sosial, dan Teknologi)

Keberadaan perusahaan dipengaruhi oleh kondisi Politik, Ekonomi, Sosial dan Teknologi yang dijelaskan dalam tabel 1.

Tabel 1. Analisis PEST

Politik	Ekonomi	Sosial	Teknologi
Membuat perlindungan hukum perusahaan untuk kepercayaan dan kepuasan pelanggan. dalam pelayanan.	Minim nya minat beli masyarakat untuk menggunakan jasa penjualan tiket.	Cenderung kebiasaan masyarakat yang memilih biaya murah dengan waktu panjang	Penjualan online

3.3. Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal perusahaan merupakan cakupan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan yang ada dalam internal perusahaan. Analisis lingkungan internal perusahaan merupakan analisis yang berguna untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan atas dasar sumber daya dan kapabilitas perusahaan.

3.4. Analisis Value Chain

Rangkaian aktivitas perusahaan digambarkan pada analisis value chain yang dimulai dari perusahaan melakukan deposit tiket maskapai penerbangan dan melakukan kerjasama dengan beberapa pihak hotel. Aktivitas pada *operation* ada empat, yaitu penjualan tiket maskapai penerbangan, penjualan tiket *travel car*, reservasi hotel, dan pengurusan maskapai penerbangan bagi seseorang yang sakit keras atau pun meninggal dunia. Adapun bisnis ini perusahaan aktivitas utama dan aktivitas pendukung dari bisnis proses perusahaan adalah sebagai berikut:

A. Aktivitas Utama

Aktivitas utama dalam proses bisnis dimulai dari melakukan kerjasama terhadap pihak maskapai sebagai penyedia tiket dan melakukan kerjasama dengan pihak lain, aktivitas selanjutnya adalah dengan melakukan pemesanan tiket maskapai penerbangan hingga mencetak tiket dan pengurusan tiket maskapai penerbangan bagi konsumen. Aktivitas selanjutnya dalam kegiatan ini menyerahkan tiket ke pelanggan. Aktivitas berikutnya yang merupakan proses sales and marketing proses bisnis adalah dengan penjualan ke pelanggan dna kegiatan promosi perusahaan dengan mengirimkan email promo tiket ke pelanggan, dan untuk tahap akhir pada aktivitas utama perusahaan adalah yang merupakan service dari aktivitas proses bisnis utama perusahaan dengan memberikan pelayanan berupa service keluhan pelanggan.

B. Aktivitas Pendukung

Aktivitas pendukung dalam proses bisnis perusahaan dilihat dari berbagai aspek proses bisnis yang dapat mendukung aktivitas utama perusahaan. Adapun aktivitas yang dapat mendukung proses bisnis ini adalah sebagai berikut, dimulai dari pengadaan perusahaan berupa pembelian peralatan yang mendukung proses operasi, selanjutnya berupa aktivitas teknologi proses bisnis perusahaan adalah penggunaan teknologi informasi untuk membantu proses penjualan tiket *tour dan travel* perusahaan, aktivitas pendukung selanjutnya adalah manajemen pemasaran berupa klasifikasi untuk pendidikan dari SMA hingga S1, dan seluruh karyawan yang ada disana memiliki kompetensi untuk bidangnya, selain itu

pada manajemen perusahaan dalam aktivitas pendukung proses bisnis perusahaan juga berkaitan dengan perekrutan karyawan dan pelatihan karyawan. Untuk aktivitas pendukung lainnya yaitu berupa infrastruktur perusahaan yang dalam hal ini kegiatan pendukung nya berupa struktur organisasi dan manajemen tiket dan akutansi. Dimana struktur organisasi dalam perusahaan memiliki peranan penting dalam pengembangan perusahaan setiap jabatan memiliki peran dan tanggung jawab dalam pengambilan keputusan dan proses pengembangan perusahaan.

3.5. Analisis Situasi SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, Threats*)

Berikut merupakan analisis SWOT yang menjelaskan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Dari analisis kondisi internal dan eksternal perusahaan tersebut, maka dapat diuraikan seperti di bawah ini:

A. Kekuatan (*Strength*)

1. Perusahaan telah memiliki kerjasama dengan perusahaan *tour and travel* Indonesia yang ada di wilayah tersebut.
2. Kerjasama dengan berbagai instansi dengan dibuktikan oleh mou kerjasama.
3. Keryawan yang berpendidikan minimal S1.

B. Kelemahan (*Weakness*)

1. Minimnya dalam memanfaatkan teknologi informasi, seperti belum adanya *website* resmi perusahaan.
2. Perusahaan masih berjalan manual, tanpa campur tangan teknologi.
3. Manajemen pelanggan yang belum terjangkau secara keseluruhan karena minimnya jumlah karyawan.

C. Peluang (*Opportunities*)

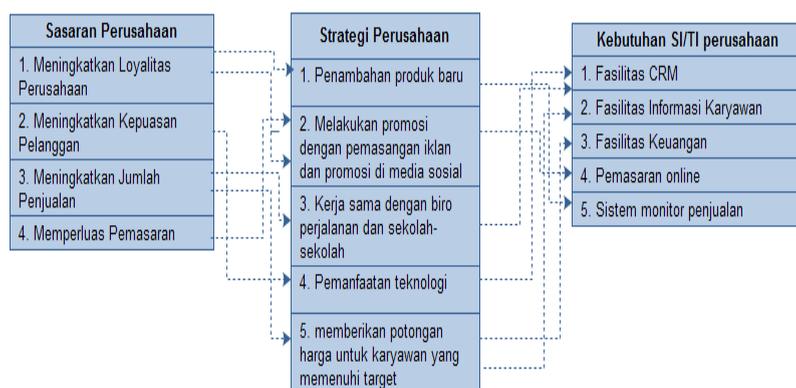
1. Inovasi atau *differensiasi* paket perjalanan yaitu menghadirkan paket-paket wisata ke daerah-daerah yang menarik, dan paket wisata yang tematik.
2. Mengembangkan jaringan pemasaran ke sekolah-sekolah dan perguruan tinggi yang ada disana.
3. Promosi pasif melalui fasilitas internet dapat meningkatkan penjualan

D. Ancaman (*Threats*)

1. Semakin mudahnya proses pembuatan biro perjalanan
2. Penjualan tiket langsung dari pihak pemasok dalam hal ini adalah maskapai penerbangan.
3. Pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang.

3.6. Analisa Strategi Perusahaan

Analisa strategi perusahaan merupakan salah satu pemetaan strategi perusahaan proses bisnis saat ini. Berikut ini merupakan gambaran analisa strategi perusahaan di seperti pada gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. Analisa Strategi Perusahaan

3.7. Portofolio Saat Ini

Portofolio aplikasi saat ini masih bersifat tradisional dikarenakan model portofolio yang digunakan saat ini lebih menitik beratkan pada hubungan antar sistem dan tugas yang dilakukan dari pada tinjauan terhadap kesuksesan.

Tabel 2 Portofolio perusahaan

Strategic	High Potensial
Tidak Ada	Tidak Ada
Sistem Pemesanan Maskapai Penerbangan	Microsoft Office
Key Operational	Support

3.8. Target Portofolio Aplikasi

Target portofolio aplikasi pada perusahaan dapat dipetakan dengan berbagai aspek dalam proses bisnis penjualan tiket. Ada beberapa target portofolio aplikasi yang akan dikembangkan dalam proses bisnis selanjutnya, diantaranya adalah penjualan tiket, fasilitas website dan sms *broadcast*, *sms gateway*, akun sosial networking, sistem informasi karyawan dan sistem informasi pelanggan. Proyek aplikasi SI/TI yang akan di bangun memiliki deskripsi sebagai berikut seperti pada gambar 3. di bawah ini:

Tabel 3 Tabel Portofolio Aplikasi

Strategic	High Potential
Sistem Penjualan Online	Sms Gateway
Sistem Tiketing Sistem Penjualan Website	Sistem Karyawan Sistem Keuangan
Key Operational	Support

4. Simpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan masih memiliki banyak kekurangan. Kesimpulan yang di dapat dari penelitian ini adalah memeberikan gambaran untuk pengembangan strategi perusahaan, perencanaan pengembangan yang diambil dari kondisi sebelumnya di perusahaan dan analisa strategi perusahaan yang dikaitkan dengan sasaran perusahaan, strategi perusahaan dan kebutuhan teknologi yang digunakan. Hasil penelitian ini juga memberikan gambaran tentang portofolio aplikasi yang digunakan untuk pengembangan perusahaan.

Daftar Pustaka

- [1]. Fitriyani, Luvita Dwi., 2013., Penerapan Analisis Swot Dalam Strategi Pengembangan Museum Brawijaya Sebagai Salah Satu Asset Sejarah Kota Malang., Universita Brawijaya
- [2]. Noviana., 2013., Perencanaan Strategis Sistem Dan Teknologi Informasi Unit Pustaka Pusat Badan Penelitian Dan Pengembangan Kementerian Pertanian Dengan Metode Enterprise Architecture ., Universitas Bina Nusantara
- [3]. Adelia, Setiawan, J., 2011, Implementasi Customer Relationship Management (CRM) pada Sistem Reservasi Hotel Berbasis Website dan Desktop, *Jurnal Sistem Informasi*, Vol. 6, No.2. p.113-126.
- [4]. Andreani, F., 2007, Customer Relationshi Management (CRM) dan Aplikasinya Dalam Industri Manufaktur dan Jasa, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 2 No. 2, p.59-65..
- [5]. Wedasmara, Ari., 2009., *Langkah-Langkah Perencanaan Strategis Sistem Informasi Dengan Menggunakan Metode Ward And Peppard.*, VOL.1 no 1