

**ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL DAN INTERNAL SEBAGAI FORMULASI STRATEGI BISNIS. ( Kasus Penerapan Analisis SWOT Pada Perusahaan Otobus Sampri Trayek Dolok Sanggul – Medan, Kecamatan Dolok Sanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan, Provinsi Sumatera Utara )**

Oleh

**Marganda Parsaulian Sihombing**

**Dosen Pembimbing : DR.MEYZI HERIYANTO.S.Sos.,M.Si**

**(CP : 081378143663)**

**Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Riau**

**Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km.12,5 Simpang Baru  
Pekanbaru 28293**

Abstrak : This research was conducted at PO Sampri Dolok Sanggul station with Doloksanggul-Medan route. This business engaged in the transportation lease public transport carrying passengers with Dolok Sanggul-Medan route. This study aims to determine the SWOT analysis as strategy formulation and preparation steps forward are intended to define the strategic objectives and corporate finance, as well as designing strategies to achieve these objectives in order to provide the customer the best value.

This research is a descriptive qualitative approach, where there is no population and sample. This research using key informants to obtain the required information. The data used are primary data and secondary data.

From the results of the analysis can know that there are some alternative strategies that can be used as a tool to win the competition on the route Dolok Sanggul-Medan, and the results of this analysis to formulate long-term strategies.

Keyword : SWOT (Strengths, Weakness, Opportunity, Threat) SWOT analysis, alternative strategy P.O Sampri Dolok Sanggul-Medan

## **A. Pendahuluan**

### **1. Latar belakang**

Majunya suatu daerah dilihat dari akses menuju daerah tersebut, semakin mudah akses menunjukkan daerah tersebut dapat berkembang dengan pesat demikian sebaliknya apabila susah diakses maka daerah tersebut susah berkembang. Maka transportasi sudah menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat selain dari kebutuhan pokok yang dikelompokkan menjadi kebutuhan pangan, sandang, dan juga papan.

Transportasi umum menjadi pilihan utama bagi masyarakat apabila ingin bepergian keluar daerah, karena selain menghemat waktu, tenaga, juga menghemat biaya pengeluaran dimana

apabila mengendarai kendaraan pribadi akan menguras tenaga yang dapat mengakibatkan kurang konsentrasi, menyebabkan kecelakaan, dan pengeluaran yang lebih banyak juga.

Dengan melihat adanya hal tersebut mengakibatkan besarnya peluang yang ada dalam masyarakat untuk menjalankan bisnis transportasi umum, dan disamping itu juga hal utama adalah melihat pangsa pasarnya sendiri yaitu dengan melihat perkembangan penduduk yang sangat pesat khususnya penduduk yang berada di Kabupaten Humbang Hasundutan.

Dengan melihat jumlah penduduk kabupaten Humbang Hasundutan saat ini

yang angkanya mencapai 171.650 diambil dari data sensus penduduk tahun 2010 dan juga tingginya minat masyarakat menaiki transportasi umum, maka sangat ideal untuk memulai bisnis transportasi umum antar Kota dalam Provinsi. Hal ini disebabkan karena kebanyakan masyarakat di kabupaten Humbang Hasundutan khususnya di Dolok Sanggul bermata pencaharian sebagai pedagang yang banyak mendapatkan barang dagangannya di ibukota Sumatra Utara yaitu Medan yang berjarak sekitar 265km dan yang biasa ditempuh perjalanan 5 jam. Selain itu, doloksanggul juga merupakan pusat pemerintahan di kabupaten Humbang Hasundutan dan masyarakatnya sebagian sebagai Pegawai Negeri Sipil yang berasal dari Dolok Sanggul dan juga sebagian yang berasal dari Medan sehingga transportasi umum menjadi suatu kebutuhan bagi mereka.

P.O Sampri sendiri merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang transportasi umum pengangkutan penumpang dan barang yang di tiap-tiap daerah terdapat stasiun yang merupakan pusat penjualan tiket keberangkatan ke Medan dan kepulangan dari Medan. Kegiatan seperti ini rutin dilakukan setiap hari di seluruh stasiun bus yang dimiliki P.O Sampri di berbagai daerah dalam kawasan Sumatra Utara.

P.O Sampri juga tidak hanya melayani pengangkutan penumpang, tetapi juga melayani pengiriman paket, pengiriman barang tetapi dalam jumlah yang tidak terlalu besar dikarenakan kebanyakan armada yang digunakan dalam perusahaan ini merupakan jenis minibus.

Kedepannya, prospek bisnis transportasi umum ini akan menjadi sangat berkembang dikarenakan pertumbuhan penduduk yang sangat pesat, dan besarnya keinginan masyarakat Humbang Hasundutan terkhusus masyarakat Dolok Sanggul untuk mendapatkan pendidikan

yang lebih berkualitas, dengan fasilitas yang belum dimiliki sekolah-sekolah pada umumnya di Dolok Sanggul yang bisa didapatkan dengan bersekolah di kota Medan. Mengingat jarak yang tidak terlalu jauh dan harga yang, dapat dikategorikan murah, maka para masyarakat Dolok Sanggul yang bersekolah maupun yang kuliah dapat pulang sewaktu waktu pulang. Begitu juga para masyarakat Medan yang bekerja di Dolok Sanggul dapat dengan mudah untuk melakukan perjalanan.

Sasaran dari konsumen P.O Sampri ini tidak tergolong kepada kalangan-kalangan tertentu, mulai dari kalangan atas kalangan menengah sampai kalangan bawah karena dalam kesehariannya perusahaan otobus Sampri ini mengoperasikan bus ekonomi, bus eksekutif sampai dengan bus royal class, sehingga semua kalangan dapat bepergian sesuai dengan kenyamanan dan kondisi ekonomi yang dimilikinya.

Untuk menarik minat konsumen terhadap P.O Sampri ini, perusahaan mempunyai perencanaan yang matang agar dapat mencapai tujuan yang telah dibuat sebelumnya. Dalam proses pencapaian tujuannya tersebut, hal terpenting yang harus diperhatikan dalam menjalankan bisnis adalah adanya suatu ketidakpastian lingkungan yang dihadapi oleh setiap usaha bisnis. Perubahan lingkungan ini merupakan suatu hal yang sulit untuk diprediksi dan susah dipastikan dimasa mendatang, sehingga hal ini menyebabkan perusahaan harus mampu mempertahankan bisnisnya agar tetap stabil, tumbuh dan berkembang agar dapat menunjukkan kepada masyarakat bahwa mereka mampu memberikan yang terbaik, dan untuk menarik minat konsumen.

Dengan adanya ketidakpastian lingkungan tersebut, maka hal utama yang dilakukan P.O Sampri dalam mempertahankan kelangsungan hidup usaha bisnisnya adalah menghadapi

persaingan dalam bidang transportasi pengangkutan sewa di kabupaten Humbang Hasundutan, terkhusus di Dolok Sanggul. Persaingan yang semakin ketat di bidang transportasi umum mengakibatkan bisnis ini mengantisipasi dengan tepat sehingga bisnis ini dapat memasarkan jasa ke konsumen maupun calon konsumen. Untuk itu bisnis ini harus menjalankan seluruh kegiatan bisnisnya secara efektif dan efisien maka diperlukan adanya suatu strategi bersaing, tidak terkecuali di bidang pemasaran. Tujuannya agar suatu usaha bisnis dapat meningkatkan penjualan dan pengembangan usaha tercapai secara optimal.

Atas kondisi tersebut, pengelola harus dituntut mampu memanfaatkan kondisi lingkungan tersebut dalam 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. Oleh karena itu, disini penulis tertarik dalam melakukan penelitian dengan judul :

**“ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL DAN INTERNAL SEBAGAI FORMULASI STRATEGI BISNIS. ( Kasus Penerapan Analisis SWOT Pada Perusahaan Otobus Sampri Trayek Dolok Sanggul – Medan, Kecamatan Dolok Sanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan, Provinsi Sumatera Utara )”**

## **2. Rumusan masalah**

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

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka perumusan masalahnya yaitu :  
**“Bagaimana formulasi strategi bisnis pada P.O Sampri Loret Dolok Sanggul ?.”**

## **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan formulasi strategi bisnis pada P.O Sampri Dolok Sanggul.

## **3. Kerangka Teori**

### **a. Strategi**

Chandler dalam buku Freddy Rangkuti (2009:3) mengatakan bahwa strategi adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.

## **b. Analisis SWOT**

Rangkuti (2009 :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.

## **c. Formulasi Strategi**

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.

## **B. Metode Penelitian**

### **1. Lokasi penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan pada P.O Sampri stasiun Dolok Sanggul yang beralamat di jalan siliwangi nomor 13 Dolok Sanggul, kabupaten Humbang Hasundutan, Prov. Sumatera Utara.

### **2. Populasi dan sampel**

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi dari bisnis tersebut ialah mandor, agen, dan pemilik bus, dimana mandor bertindak sebagai key informance yang dapat memberikan informasi mengenai penelitian yang dilakukan. Sedangkan yang akan dijadikan sampel atau respondennya adalah konsumen atau sewa dari P.O Sampri stasiun Dolok Sanggul. Responden yang dipilih adalah orang yang benar-benar dapat memberikan informasi mengenai gambaran sesungguhnya yang dialami P.O Sampri stasiun Dolok Sanggul.

### **3. Teknik pengumpulan data**

Wawancara, dimana peneliti mengadakan Tanya jawab langsung dengan pengelola (mandor), agen, pemilik bus, dan penumpang P.O Sampri stasiun Dolok Sanggul untuk memperoleh keterangan-keterangan yang berhubungan dengan masalah penelittian.

### **4. Jenis dan Sumber Data**

Data Primer, merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian melalui wawancara langsung kepada pengelola (mandor), agen serta konsumen atau sewa P.O Sampri stasiun

Dolok Sanggul yang diberikan beberapa pertanyaan-pertanyaan yang terkait seputar factor lingkungan apa yang dimiliki oleh bisnis perusahaan tersebut.

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.

## 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, 2009:31) 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.

### C. Analisis *SWOT* Pada Perusahaan Otobus Sampri Trayek Dolok sanggul – Medan

a. Yang menjadi kekuatan (*Strength*) P.O Sampri stasiun Dolok Sanggul :

1. *Brand name*
2. Kualitas pelayanan
3. Jumlah armada bus
4. Jadwal keberangkatan yang jelas
5. Pengemudi berpengalaman

b. Yang menjadi kelemahan (*weakness*) P.O Sampri Dolok Sanggul :

1. SDM yang terbatas
2. Bus belum bebas dari asap rokok.
3. Fasilitas bus tidak lengkap

4. Upah yang diterima karyawan tidak menetap
5. Adanya bus yang kondisinya kurang bagus

c. Yang menjadi peluang dari P.O Sampri Dolok Sanggul :

1. Perkembangan jumlah penduduk
2. Besarnya minat penduduk setempat bepergian ke luar kota.
3. Dolok Sanggul memiliki banyak objek wisata
4. Pangsa pasar yang masih terbuka
5. Perusahaan pesaing yang masih tergolong baru.

d. Yang menjadi ancaman (*threats*) P.O Sampri Dolok Sanggul :

1. Meningkatnya perekonomian masyarakat
2. Kehadiran *taxi* gelap.
3. Munculnya *travel* dengan armada mobil pribadi
4. Perusahaan pesaing
5. Kondisi politik

### 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 dibandingkan dengan bisnis usaha yang sejenis.

a. Perluasan pangsa pasar

Melihat pangsa pasar yang masih terbuka dan diikuti jumlah penduduk yang dari tahun ke tahunnya semakin bertambah, maka bisnis ini dapat menciptakan suatu perluasan usaha dengan membuka stasiun-stasiun pembantu yang akan menghimpun calon penumpang untuk menggunakan P.O Sampri, sehingga masyarakat dimudahkan dengan adanya stasiun pembantu ini apabila ingin bepergian ke Medan.

Dengan semakin banyaknya stasiun pembantu yang di buka, 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 P.O Sampri ini semakin dikenal oleh masyarakat luas.

b. Meningkatkan keunggulan yang dimiliki

Seluruh keunggulan yang telah dimiliki P.O Sampri Stasiun Dolok Sanggul selama ini merupakan aset yang sangat bernilai harganya, karena hal inilah yang mempengaruhi calon penumpang agar menggunakan jasa P.O Sampri. Banyak keunggulan yang hanya dimiliki P.O Sampri dan tidak dimiliki perusahaan pesaing.

Disini P.O Sampri memandang penumpang sebagai raja, dan penumpang juga bebas memilih ingin menggunakan transportasi umum milik perusahaan yang lain. Maka pelayanan yang baiklah yang diharapkan penumpang dari perusahaan agar mereka merasa puas menggunakan bus menuju tujuannya. Oleh karena itu sudah menjadi tanggung jawab seluruh karyawan, mandor, pemilik bus untuk meningkatkan keunggulan yang dimiliki perusahaan agar dapat tetap eksis sebagai transportasi penyedia layanan pengangkutan umum jurusan Dolok Sanggul-Medan.

c. Menambah armada bus khusus daerah wisata

Dolok Sanggul memiliki banyak sekali objek wisata mulai dari wisata alam, peninggalan-peninggalan bersejarah, wisata budaya dan kearifan local. Banyak wisatawan yang berasal dari mancanegara maupun dalam negeri yang berkunjung untuk menikmati alam DolokSanggul. Apabila ditempuh dari Medan, tidak ada bus yang langsung menuju daerah objek wisata tersebut. Jadi untuk mempermudah wisatawan berkunjung di buka trayek Medan-bakkara dimana langsung menuju

objek wisata Danau Toba di bakkara. Namun hanya terdapat satu bus yang melayani trayek ini.

Kedepannya P.O Sampri diharapkan agar menambah bus yang melayani trayek ke daerah-daerah yang memiliki objek wisata di Dolok Sanggul, dimana selain ikut mendukung pariwisata daerah tersebut, P.O Sampri juga mendapat kepercayaan untuk memberikan pengangkutan ke daerah wisata tersebut dan hal ini menjadi salah satu hal yang mengangkat nama baik P.O Sampri terhadap masyarakat luas.

## 2. Strategi *Weakness – Opportunity*

a. Mengoptimalkan perawatan dan kondisi bus yang menarik

Tampilan bus merupakan salah satu factor penting dalam menjalankan bisnis transportasi ini, dikarenakan tampilan bus merupakan salah satu hal yang dapat menarik konsumen untuk menggunakan bus tersebut. Sebelum penumpang membeli tiket keberangkatan, mereka melihat kondisi bus yang akan mereka naiki. Jika bus yang akan dinaiki tidak memiliki interior yang bagus, kondisi fisik bus kurang bersih pasti calon penumpang tidak akan tertarik untuk menggunakan bus tersebut.

Perawatan bus harus terus ditingkatkan lagi karena terbukti penumpang lebih nyaman menggunakan bus yang bersih dan perawatannya bagus. Selain itu, melihat dari penampilan luar bus itu saja, para calon penumpang akan merasa tertarik untuk menaikinya . Dengan begitu dalam menjalankan bisnis transportasi umum ini akan terasa lebih menyenangkan karena penumpang akan dating sendirinya.

b. Mempromosikan daerah wisata di Dolok Sanggul kepada penumpang.

Banyaknya objek wisata di Dolok Sanggul menjadi sebuah peluang bagi P.O Sampri, karena objek wisatanya dapat menarik keinginan wisatawan untuk mengunjunginya. Promosi dapat dilakukan dengan membagi-bagikan brosur dengan daftar objek wisata di Dolok Sanggul, dengan memutar video yang menunjukkan keindahan alam di Dolok Sanggul selama perjalanan, memutar lagu yang menceritakan budaya, keindahan alam daerah tersebut.

Dengan promosi seperti ini pihak P.O Sampri Dolok Sanggul berharap para penumpang tertarik dan menceritakannya kepada kerabatnya agar berkunjung ke daerah Dolok Sanggul dan tentu menggunakan bus Sampri. Hal ini akan meningkatkan jumlah penumpang pada P.O Sampri dan akan meningkatkan pendapatan dari pada pihak internal P.O Sampri. Karena pada hakikatnya promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, membujuk, atau mengingatkan pasar atau konsumen sehingga membeli produknya serta menjadi konsumen yang loyal terhadap P.O Sampri tersebut.

#### c. Menciptakan Inovasi

Menciptakan sesuatu yang berbeda daripada 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 penumpang sadar bahwa apa yang dimiliki P.O Sampri tidak dimiliki perusahaan otobus yang lain yang memiliki trayek yang sama yaitu trayek Dolok Sanggul-Medan.

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.

#### 1. Strategi *Strength-Threat*.

- a. meningkatkan pelayanan agar penumpang merasa puas dan loyal

Pelayanan yang dimiliki baik, tidak menjamin konsumen tidak berpindah kepada pesaing. Persaingan di dunia bisnis transportasi umum ini sangatlah ketat, tetapi para pengusaha di bidang transportasi di Dolok Sanggul ini masih bersaing secara sehat. Oleh sebab itu P.O Sampri harus meningkatkan pelayanannya agar penumpang merasa puas. Apabila konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan, besar kemungkinan mereka akan menggunakan jasa P.O Sampri 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 P.O Sampri stasiun Dolok Sanggul harus memiliki sikap peduli terhadap segala kebutuhan konsumen, seperti bertegur sapa, membantu mempermudah mendapatkan tiket keberangkatan, membantu membawa dan memasukkan barang penumpang ke dalam bus, membantu mengeluarkan barang penumpang dari dalam bus. Kemampuan

karyawan P.O Sampri untuk melayani konsumen dengan memberikan jasa secara cepat, serta mendengar dan mengatasi keluhan dari penumpang dengan ramah. Memberikan pelayanan yang prima adalah kunci bagi P.O Sampri stasiun Dolok Sanggul agar dapat menciptakan dan menjaga loyalitas penumpang.

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 P.O Sampri pada saat ini tidak dimiliki perusahaan pesaingnya P.O Sampri. P.O Sampri Dolok Sanggul dapat menciptakan kesan tersebut dengan tersedianya berbagai macam bus mulai dari jenis *royal class*, *exsecutif*, hingga bus jenis *economy*. Adapun perbedaan jenis dari ketiga bus diatas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel III.3

Jenis bus P.O Sampri trayek Dolok Sanggul-Medan

no	Jenis	kapasitas	Harga ongkos
1	<i>Royal class</i>	8	95
2	<i>Exsecutif</i>	11	75
3	<i>Economy</i>	14	60
4	<i>Economy engkel</i>	16	60

Sumber : P.O Sampri Dolok Sanggul

Penumpang bebas memilih ingin menggunakan jenis bus yang mana, sesuai dengan kondisi keuangan yang dimilikinya dan ingin mendapatkan fasilitas bagaimana. Meskipun ada berbagai macam bus dan berbagai macam harga ongkos tetapi pelayanan yang diberikan tetap sama, tidak ada perbedaan pelayanan kepada penumpang yang menggunakan bus *royal class* dan bus *economy*, semuanya sama. Kalau tentang harga, tidak ada perbedaan dengan perusahaan

pesaing, karena harga ongkos ditentukan oleh pemerintah agar tidak adanya perang tarif yang mengakibatkan persaingan antar pengusaha transportasi umum bersaing secara tidak sehat.

2. Strategi *weakness threats*

- a. Melatih karyawan agar lebih berkualitas dalam memberikan pelayanan

Kualitas karyawan dalam memberikan pelayanan sangat penting adanya dimiliki dalam bisnis transportasi umum, 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 penumpang yang menggunakan jasa pengangkutan P.O Sampri. Melihat persaingan yang semakin ketat saat ini yang banyak yang membuka perusahaan pengangkutan sewa dengan trayek yang sama menjadi salah satu factor 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 penumpang agar dapat menjadi daya tarik bagi penumpang untuk menggunakan jasa P.O Sampri.

- b. Menjaga hubungan baik dengan penumpang maupun calon penumpang.

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. P.O Sampri stasiun Dolok Sanggul di tengah persaingan yang ketat, harus mampu memberikan pelayanan terbaik bagi konsumennya, agar konsumennya tersebut menjadi



loyal.konsumen yang dimaksud disini adalah penumpang.

Kehilangan penumpang yang potensial merupakan masalah besar bagi P.O Sampri Dolok Sanggul, karena penumpangnya tujuan utama dari didirikannya perusahaan pengangkutan ini. Agar P.O Sampri Dolok Sanggul tidak kehilangan penumpangnya, maka mereka harus menjalin hubungan yang baik dengan penumpang maupun calon penumpang. Seperti halnya selalu bersikap ramah dan murah senyum kepada setiap calon penumpang, karena pelayanan yang ramah akan menyenangkan hati calon penumpang maupun penumpang.

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. Melengkapi fasilitas bus

Memberikan pelayanan yang baik tidak selalu dilakukan oleh individu, dengan membenahi bus saja itu sudah memberikan pelayanan yang baik bagi penumpang. Lengkapnya fasilitas bus menjadi hal yang fatal bagi P.O Sampri, karena bus lah yang membawa penumpang ke tujuannya dan penumpang lebih banyak menghabiskan waktu di bus bukan di stasiun. Hal ini juga menjadi daya tarik bagi calon penumpang agar menggunakan bus dari Sampri karena fasilitas yang lengkap.

Fasilitas seperti pemutar musik, televisi mini, pewangi mobil, jok kursi yang empuk merupakan sebagian dari fasilitas yang dimiliki bus agar penumpang tidak merasa bosan selama perjalanan. Pada saat seperti ini penumpang merasa senang dan bangga karena merasa diperhatikan dan diperlakukan dengan baik. Ini yang akan membuat penumpang

tersebut akan kembali menggunakan jasa P.O Sampri.

## E. Kesimpulan dan saran

### 1. Kesimpulan

P.O Sampri trayek Dolok Sanggul-Medan memiliki adanya beberapa kekuatan, yaitu :a) *brand name*, b) kualitas pelayanan, c) jumlah armada bus, d) jadwal keberangkatan yang jelas, e) pengemudi yang berpengalaman.

Untuk kelemahan yang dimiliki P.O Sampri trayek Dolok Sanggul-Medan, yaitu : a) SDM yang terbatas, b) bus belum bebas asap rokok, c) fasilitas bus tidak lengkap, d) upah yang diterima karyawan tidak menetap, e) adanya kondisi bus yang kurang bagus.

Sedangkan untuk peluang yang dihadapi P.O Sampri trayek Dolok Sanggul-medan, yaitu : a) perkembangan jumlah penduduk, b) besarnya minat penduduk setempat bepergian keluar kota, c) Dolok Sanggul memiliki banyak objek wisata, d) pangsa pasar yang masih terbuka, e) perusahaan pesaing masih tergolong baru.

Serta ancaman yang dihadapi P.O Sampri trayek Dolok Sanggul-medan, yaitu : a) meningkatnya perekonomian masyarakat, b) kehadiran taxi gelap, c) munculnya travel dengan armada mobil pribadi, d) perusahaan pesaing, e) kondisi politik.

Terdapat berbagai strategi yang di dapat dari semua kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki P.O Sampri trayek Dolok Sanggul-medan yang diolah menggunakan matrik *SWOT*. Strategi yang didapat tersebut dapat digunakan sebagai bahan introspeksi dan cara meningkatkan daya saing pada bisnis transportasi umum.

### 2. Saran

Saran penulis kepada P.O Sampri trayek Dolok Sanggul-medan agar dapat mengatasi ancaman dan kelemahan dengan memanfaatkan peluang dan mempetahankan kekuatan yang ada yang akan disampaikan sebagai berikut :

1. P.O Sampri trayek Dolok Sanggul-medan 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, P.O Sampri trayek Dolok Sanggul-medan juga harus mampu memanfaatkan setiap peluang yang dialami dalam bisnis ini serta mampu 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 transportasi umum ini.
2. P.O Sampri stasiun Dolok Sanggul dalam melaksanakan bisnis diharapkan agar tetap memperhatikan kesejahteraan karyawan dengan cara menaikkan upah. Karyawan lah yang banyak berurusan dengan penumpang, dan bekerja dengan baik demi mengharumkan nama P.O Sampri. Sudah sepantasnya mereka diberi upah yang lebih dari biasanya.

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.*

Aryanta, I Ketut.2012. *“Formulasi Strategi Pemasaran Simpang Inn Hotel Kuta-Bali”* Fakultas Ekonomi Universitas Udayana Bali.

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

DR. Z. Heflin Frinces, BSc.MSc.Soc.MA.2006. *“Strategi Konsepsi Memenangkan Perang Bisnis”*. Jogjakarta :Mida Pustaka

Drs.H.Kusnadi.HMA.,MSi.2000. *“Pengantar Manajemen Strategi”*. Malang

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

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

Prawitasari, Yati Sri. *“Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing. Studi Pada Dealer Honda Tunggal Sakti Di Semarang”*

Prof.DR. Sondang P. Siagian. MPA. 2005.“*Manajemen Strategik”* Jakarta: PT. Bumi Aksara

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

## DAFTAR PUSTAKA

Ramadhan, Ahmad dan Sofiyah, Rahmatus. Fivi. *“Analisis SWOT Sebagai Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Studi Mc.donald’s Ring Road”*

Rangkuti, Freddy.2005. *“Analisis SWOT. Teknik Membedah Kasus Bisnis”*. Jakarta: PT.Gramedia

Rusly, Octavia cindy dan Indriyani Ratih, SE.,MM. 2013. *“Pengelolaan Dan Pengembangan Usaha Pada PT. Sariadi Wahana Jasa Di Surabaya”*.

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

Triton P.B.,S.Si.2007. *“manajamen 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

[www.bps.go.id](http://www.bps.go.id). Diakses pada 24 desember 2014 pukul 20.00 wib

[www.kompas.com](http://www.kompas.com). Diakses pada 23 maret 2015 pukul 21.00 wib.