

Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan tiket

Adila Ulfa^{1✉}, Andi Nursiskawati Siangka²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah, Mamuju.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan Zafa Trans dalam meningkatkan penjualan tiket di Kabupaten Mamuju. Jenis Dan Sumber Data yang digunakan yakni Data Kualitatif dan Data Kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan data sekunder. Teknik Pengumpulan Data melalui Studi Pustaka, observasi dan wawancara. Teknik Pengolahan dan Analisis Data Penelitian menggunakan analisis swot. Berdasarkan hasil matrik IFAS, faktor strenght (kekuatan) dan weakness (kelemahan) menandakan bahwa secara internal jasa transportasi Zafa Trans dalam meningkatkan penjualan tiket di Kabupaten Mamuju. Berdasarkan hasil matrik EFAS, faktor opportunity (peluang) dan threat (ancaman) mengindikasikan bahwa jasa transportasi Zafa Trans dalam meningkatkan penjualan tiket di Kabupaten Mamuju merespon peluang yang ada dengan cara luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman yang akan terjadi dimasa yang akan datang dengan memaksimalkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan hingga peluang usaha dimasa yang akan datang.

Kata kunci: Strategi; pemasaran; penjualan

Analysis of marketing strategies in increasing ticket sales

Abstract

This study aims to determine the marketing strategy carried out by the Zafa Trans company in increasing ticket sales in Mamuju Regency. Types and Sources of Data used are Qualitative Data and Quantitative Data. The data sources used in this study are primary data and secondary data. Data Collection Techniques through Literature Study, observation and interviews. Data Processing and Analysis Techniques Research using swot analysis. Based on the results of the IFAS matrix, the strenght (strength) and weakness (weakness) factors indicate that internally Zafa Trans transportation services in increasing ticket sales in Mamuju Regency. Based on the results of the EFAS matrix, the opportunity (opportunity) and threat (threat) factors indicate that Zafa Trans transportation services in increasing ticket sales in Mamuju Regency respond to existing opportunities in an extraordinary way and avoid threats that will occur in the future by maximizing strengths and minimizing weaknesses to future business opportunities..

Key words: Strategy; marketing; sales

PENDAHULUAN

Persaingan jasa transportasi saat ini berkembang sangat pesat, dimana setiap perusahaan penyedia jasa transportasi dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta berusaha untuk menciptakan jasa yang transportasi yang unggul dan menciptakan suasana pemberian jasa yang memberikan kepuasan tersendiri buat konsumennya, hingga terdapat perbedaan dengan pelayanan jasa transportasi yang disiapkan pesaing. Sehingga dapat bertahan dan bersaing dalam mempertahankan konsumen, dalam menarik konsumen, serta mampu meningkatkan pembelian. Keunggulan dalam bersaing akan membangun kemampuan untuk meningkatkan performa yang lebih efektif dari pesaing.

Transportasi membawa peranan penting dalam distribusi seperti pengangkutan atau pengiriman barang maupun jasa yang nantinya ditujukan kepada konsumen disuatu negara. Setiap perusahaan jasa transportasi memiliki keunggulan yang berbeda-beda yang mereka tawarkan untuk menarik minat konsumen. Berkaitan dengan hal ini strategi pemasaran sangat penting dikaji oleh perusahaan untuk mewujudkan tingkat kepuasan maksimal konsumen dan juga untuk mempertahankan konsumen agar tidak berpindah ke perusahaan lainnya.

Suatu perencanaan strategi pemasaran tidak lepas dari sisi konsumen, sebab konsumen mempunyai peranan penting, dimana konsumen sebagai alat ukur dalam menentukan keberhasilan suatu barang atau jasa. Suatu bisnis agar dapat semakin tumbuh dan berkembang harus mampu menciptakan dan memelihara hubungan baik dengan konsumen. Hubungan baik tersebut dapat tercipta apabila usaha bisnis mampu memberi kepuasan kepada konsumen melalui produk yang dihasilkan, sehingga pelanggan akan tetap setia untuk membeli produk yang ditawarkan.

Strategi pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting dan berpengaruh terhadap suatu bisnis atau usaha. Maka tidak heran jika setiap perusahaan melakukan berbagai macam strategi pemasaran agar dapat meningkatkan jumlah penumpang, perusahaan juga akan mendapat laba yang diinginkan. Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang dan jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli (Mulyadi, 2018:202). Semakin baik strategi pemasaran yang digunakan perusahaan tersebut maka akan semakin besar peluang perusahaan tersebut untuk memperluas pangsa pasar sesuai dengan perencanaan dalam pengembangan usaha.

Menurut Tull dan Kahle (2018:128), strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk mencapai pasar sasaran tersebut.

Strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan sangat penting artinya bagi setiap perusahaan termasuk perusahaan Zafa Trans dengan produk layanan jasa bus transportasi rute keberangkatan Mamuju ke Makassar. Ketatnya persaingan dibidang jasa transportasi bus membuat perusahaan harus bekerja keras memenangkan persaingan, Selain itu pemasaran juga berperan memperkenalkan jasa kepada konsumen agar konsumen dapat memenuhi kebutuhannya sesuai keinginannya.

Kekuatan transportasi darat Zafa Trans rute Mamuju menuju Makassar memiliki kekuatan harga tiket yang bersaing dengan perusahaan jasa transportasi darat lainnya yang memiliki rute perjalanan yang sama, selain harga tiket yang terjangkau dan bersaing transportasi darat Zafa Trans memiliki pergantian pengemudi yang selalu disiplin pada waktu jam dan jarak tempuh sehingga memberikan rasa aman bagi penumpang akan keselamatan dalam perjalanan, transportasi darat Zafa Trans juga terkadang memberikan layanan pengantaran sesuai dengan tujuan penumpang dan konsisten dalam memberikan janji akan pengantaran yang sesuai seperti penumpang yang membutuhkan waktu tepat untuk mendapatkan keberangkatan pesawat di Bandara Internasional Hasanuddin Makassar, sehingga penumpang memiliki kepercayaan untuk menggunakan jasa transportasi darat Zafa Trans.

Kelemahan jasa transportasi darat Zafa Trans dapat dirasakan dari jumlah armada yang masih terbatas, sehingga penumpang memiliki kesan terburu-buru untuk melakukan pembelian tiket karena menghindari resiko kehabisan tiket, kelemahan jasa transportasi darat Zafa Trans pada loket penjualan tiket yang buka diwaktu siang dan menjelang keberangkatan, sedangkan penumpang terkadang mengalami kesulitan dalam pembelian tiket keberangkatan jika memiliki waktu luang dipagi hari, jasa

transportasi darat Zafa Trans terdapat kelemahan pada kursi penumpang dengan kondisi yang tidak sesuai lagi dengan standar penggunaan yang layak bagi penumpang mendapatkan kenyamanan dalam perjalanan.

Peluang jasa transportasi darat Zafa Trans saat ini ada pada penumpang yang sulit untuk berganti jasa transportasi darat lainnya, sehingga sulit kehilangan penumpang, bahkan terdapat penumpang yang memiliki loyalitas pada jasa transportasi darat Zafa Trans dan memberikan referensi untuk menggunakan jasa transportasi darat Zafa Trans kepada teman, kerabat dan keluarga yang akan melakukan keberangkatan rute Mamuju ke Makassar. Peluang lainnya seperti penggunaan pengiriman barang juga dapat dilayani jasa transportasi darat Zafa Trans dengan harga pengiriman yang tergolong terjangkau, terlebih lagi jika penumpang yang telah berulang kali menggunakan jasa transportasi darat Zafa Trans tentunya mendapatkan layanan yang baik dan ramah selama mendapatkan layanan baik di loket penjualan tiket hingga area keberangkatan terminal Simbuang Kabupaten Mamuju.

METODE

Jenis Dan Sumber Data

Sugiyono (2018:32) jenis dan sumber data merupakan elemen awal yang menjadi dasar pertimbangan keputusan suatu kebijakan mengenai kumpulan dari fakta-fakta yang dapat memberikan gambaran luas suatu keadaan dalam penelitian. Berikut jenis data yang digunakan:

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini:

Data Primer, Sugiyono, (2018:34) data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data primer merupakan data yang didapatkan dari hasil pengamatan secara langsung terkait dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan tiket Zafa Trans di Kabupaten Mamuju; dan

Data Sekunder, Sugiyono (2018:34) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen dalam data yang bersumber dari dokumen laporan, peraturan-peraturan.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018:55) pengumpulan data sebagai pelengkap dalam pembahasan ini maka diperlukan adanya data atau informasi baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian:

Evaluasi faktor Internal

Kekuatan (Strength) yaitu kekuatan yang dimiliki dalam meningkatkan penjualan tiket Zafa Trans di Kabupaten Mamuju, sebagai objek penelitian. Dengan mengetahui kekuatan, dapat dikembangkan menjadi lebih tangguh hingga mampu bertahan dalam pasar dan mampu bersaing untuk pengembangan strategi selanjutnya, sehingga tercapai tujuan strategi pemasaran yang digunakan.

Kelemahan (Weakness), yaitu segala faktor yang tidak menguntungkan atau merugikan bagi penjualan tiket Zafa Trans di Kabupaten Mamuju.

Evaluasi Faktor Eksternal

Kesempatan (Opportunities), yaitu semua kesempatan yang ada sebagai peluang dalam mendapatkan keuntungan dari penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan tiket Zafa Trans di Kabupaten Mamuju.

Ancaman (Threats) yaitu hal-hal yang dapat mendatangkan kerugian penjualan tiket Zafa Trans di Kabupaten Mamuju.

Tahap analisis (Matriks SWOT, Matrik Internal Eksternal)

Matrik SWOT digunakan untuk mengembangkan empat tipe alternatif strategi yaitu SO (strengths-opportunities), strategi WO (weaknesses-opportunities), strategi ST (strengths-threats), dan strategi WT (weaknesses-threats). Terdapat empat tahapan dalam membentuk matrik SWOT yaitu: Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi SO; Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi WO; Mencocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan strategi ST; dan Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman dan mencatat resultan strategi WT.

Tabel 1.
Perhitungan Matriks SWOT

Faktor Strategi	Bobot	Rating	Nilai
Internal : Strenght (S) Weakness (W)	S1 (0,0-1,0) W1 (0,0-1,0)	S2 (1-4) W2 (1-4)	$S1 \times S2 = S3$ $W1 \times W2 = W3$
Total	1,0		
Eksternal : Opportunity Threats	O1 (0,0-1,0) T1 (0,0-1,0)	O2 (1-4) T2 (1-4)	$O1 \times O2 = O3$ $T1 \times T2 = T3$
Total	1,0		

Keterangan:

Bobot dari Internal dan Eksternal antara 0,0 sampai dengan 1,0

Rating dari Internal dan Eksternal adalah 1- 4

Nilai dari internal dan eksternal adalah hasil perkalian antara bobot dengan rating.

Matriks Internal dan Eksternal

Internal Strategy Faktor Analysis (IFAS) Langkah penyimpulan dalam mengelola lingkungan internal dapat dipakai dalam menyusun IFAS matrik. Alat perumusan strategi ini menyimpulkan dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan yang besar dalam daerah fungsional perusahaan dan juga memberikan suatu basis bagi pengidentifikasian dan pengevaluasian hubungan diantara daerah-daerah tersebut. Intuitive judgement sangat diperlukan dalam penggunaan IFAS matrik ini.

External Strategy Faktor Analysis (EFAS) EFAS matrik digunakan untuk menganalisis hal-hal yang menyangkut persoalan ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, hukum, teknologi dan informasi tentang persaingan penjualan tiket Zafa Trans di Kabupaten Mamuju dengan penjual lainnya yang menawarkan produk jasa yang sama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT

Analisis strengths, weaknesess, opportunities and treaths (SWOT) mengenali kekuatan dan kelemahan yang ada serta pemahaman akan ancaman dan peluang merupakan hal yang amat penting dilakukan dalam menjabarkan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan jasa transportasi darat Zafa Trans di Kabupaten Mamuju .

Langkah-langkah strategis pada tingkat bisnis dilakukan jasa transportasi darat Zafa Trans di Kabupaten Mamuju untuk lebih mengetahui secara detail lingkungan usaha masing-masing secara lebih spesifik dengan mengenali terlebih dahulu karakteristik penumpang dalam memilih jasa transportasi rute lintas Provinsi khususnya rute Kabupaten Mamuju ke Kota Makassar.

Setelah dilakukan observasi terkait kondisi lingkungan internal, dan lingkungan eksternal jasa transportasi jasa transportasi darat Zafa Trans di Kabupaten Mamuju dapat disimpulkan hal-hal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman jasa transportasi darat Zafa Trans di Kabupaten Mamuju, faktor internal dan eksternal jasa transportasi darat Zafa Trans di Kabupaten Mamuju dalam pelaksanaan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan tiket rute Mamuju menuju Kota Makassar dimana jasa transportasi darat Zafa Trans di Kabupaten Mamuju terus berupaya dalam memberikan layanan terbaik dari jasa transportasi darat Zafa Trans. Faktor internal yang mempengaruhi arah dan tindakan yang berasal dari internal dalam meningkatkan penjualan tiket keberangkatan jasa transportasi darat Zafa Trans serta faktor eksternal dalam meningkatkan penjualan tiket keberangkatan jasa transportasi darat Zafa Trans terdiri dari semua keadaan dan kekuatan yang mempengaruhi pilihan strategi dan menentukan situasi pesaingnya.

Analisis faktor internal jasa transportasi darat Zafa Trans pada dalam meningkatkan penjualan tiket Zafa Trans di Kabupaten Mamuju dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang menjadi landasan bagi strategi dalam meningkatkan penjualan tiket keberangkatan jasa transportasi darat Zafa Trans dalam dalam meningkatkan penjualan tiket keberangkatan jasa transportasi darat Zafa Trans di perwakilan Kabupaten Mamuju.

Sedangkan analisis faktor eksternal pada tiket keberangkatan jasa transportasi darat Zafa Trans dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman yang menjadi penjualan tiket keberangkatan jasa transportasi darat Zafa Trans sebagai landasan strategi dalam meningkatkan penjualan tiket keberangkatan jasa transportasi darat Zafa Trans untuk masa yang akan datang. Salah satu bentuk layanan yang diberikan kepada penumpang yang ingin berangkat ke daerah tujuan yang memiliki rumah yang jaraknya jauh dari tempat perwakilan biasanya datang lebih awal ke perwakilan dengan membawa barang-barang yang akan mereka bawa nantinya. Sambil menunggu kedatangan bus para penumpang ini beristirahat dan ada juga penumpang yang duduk-duduk di ruang tunggu bahkan diperwakilan juga di sediakan rumah ibadah dalam bentuk mushollah untuk para penumpang yang ingin menunaikan sholat sebelum keberangkatan jasa transportasi darat Zafa Trans dari Kabupaten Mamuju ke tujuan, salah satunya menuju Kota Makassar.

Dalam hasil penelitian dapat dilihat faktor-faktornya sebagai berikut:

Tabel 2.
Indikator SWOT Jasa Transportasi Darat Zafa Trans
di Kabupaten Mamuju

Kategori		Keterangan
Kekuatan	1	Keberangkatan Bus rutin setiap hari.
	2	Bagi hasil antara driver dengan pemilik usaha jelas dan transparan.
	3	Mudah didapatkan kantor perwakilannya.
	4	Tarif tiket bersaing dengan P.O lainnya di Kabupaten Mamuju.
	5	Layanan penjualan tiket yang baik dan ramah.
Kelemahan	1	Belum banyak Armada Bus di Mamuju.
	2	Driver tidak memiliki tanda pengenal.
	3	Proses pemesanan tiket cenderung lambat.
	4	Jumlah driver masih tergolong sedikit.
	5	Terkesan lama menunggu keberangkatan Bus.
Peluang	1	Pasar jasa transportasi masih tergolong terbuka luas dimasa-masa yang akan datang.
	2	Memiliki penumpang tetap.
	3	Penumpang dengan loyalitas yang tinggi.
	4	Harga jasa pengiriman barang yang terjangkau.
	5	Mampu memberikan layanan yang sopan, perhatian dan ramah kepada penumpang.
Ancaman	1	Terdapat pesaing jasa transportasi Bus yang setiap saat memberikan penawaran penjualan tiket.
	2	Penumpang mudah berpindah Bus yang ada di Terminal Simbuang Kabupaten Mamuju.
	3	Pesaing yang menghadirkan armada Bus yang lebih berteknologi dengan sarana yang ditawarkan kepada penumpang.
	4	Kelangkaan Bahan Bakar di Kabupaten Mamuju
	5	Sistem tata kelola usaha yang berimbas pada optimalisasi pelayanan kepada penumpang.

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan pengelompokan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki jasa transportasi darat Zafa Trans di Kabupaten Mamuju dengan strategi SWOT merupakan gabungan dari faktor internal (Strength) dan faktor eksternal (Threat), strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki jasa transportasi darat Zafa Trans di Kabupaten Mamuju untuk mengatasi segala ancaman yang akan dihadapi jika tidak mengalami perubahan-perubahan dalam pengembangan usaha untuk mendapatkan penjualan tiket yang lebih banyak lagi.

Armada jasa transportasi yang berangkat ke daerah tujuannya masing-masing selain berangkat dari perwakilan ada juga yang berangkat dari terminal. Bus-bus Zafa Trans di terminal Simbuang Kabupaten Mamuju berangkat bersamaan dengan bus-bus lain yang berasal dari PO yang berbeda-beda pula. Para penumpang selain naik dari perwakilan, ada juga penumpang yang menunggu di terminal. Terminal adalah prasarana transportasi jalan untuk keperluan menurunkan dan menaikkan penumpang, mengatur kedatangan dan pemberangkatan kendaraan umum.

Terminal Simbuang Kabupaten Mamuju juga merupakan tempat dimana suatu perjalanan transportasi dimulai maupun berhenti atau berakhir sebagai tempat tujuannya. Karena itu di terminal disediakan berbagai fasilitas pelayanan penumpang, dan bongkar muat barang-barang (muatan). Untuk kelancaran pelayanan penumpang dapat terjaga dengan baik, perusahaan jasa transportasi juga menyediakan unit armada Zafa Trans service untuk menamban pelayanan penumpang selama berada di

area terminal Simbuang Kabupaten Mamuju ke terminal. Selain itu, guna mendukung kelancaran operasi armada bus-bus serta kendaraan pelayanan lainnya milik jasa transportasi Zafa Trans di Kabupaten Mamuju, setiap pelayanan penumpang diperuntukkan untuk melayani kebutuhan penumpang selalu cepat dan tepat waktu dalam setiap kegiatan yang dilakukannya.

Hal ini membuat semakin berartinya transportasi angkutan umum sebagai sarana untuk menghubungkan antar berbagai tempat. Semakin berkembangnya jasa pengangkutan menyebabkan perusahaan yang bergerak dalam bisnis jasa pengangkutan ini senantiasa berlomba-lomba untuk menarik hati konsumen agar menjadi pelanggan yang tetap dan loyal terhadap suatu jasa angkutan. Berdasarkan hal tersebut diatas, maka perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya, perusahaan dituntut untuk selalu memberikan yang terbaik kepada penumpangnya.

Begitu juga dengan usaha jasa pengangkutan barang dalam menjalankan aktivitasnya selalu memberikan yang terbaik yang selalu menjadi hal yang utama hal ini membuktikan dengan memperhatikan kelancaran angkutannya yaitu dengan pengadaan armada jasa transportasi Zafa Trans setiap saat dibutuhkannya. Disamping itu pelayanan dan kenyamanan juga merupakan hal utama yang diperhatikan, hal ini juga dibuktikan dengan pengadaan armada yang dilengkapi dengan AC dan kelengkapan lainnya seperti : Toilet, Full Musik, TV, Wifi..

Strategi WO (Weakness-Opportunity) merupakan gabungan dari faktor internal (Weakness) dan faktor eksternal (Opportunity), strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimiliki jasa transportasi Zafa Trans di Kabupaten Mamuju. Strategi WO yang dapat dilakukan jasa transportasi Zafa Trans di Kabupaten Mamuju. Hal ini dapat juga digunakan untuk meningkatkan kompetensi berwirausaha dengan konsep usaha modern dalam mendapatkan penumpang yang loyal menggunakan jasa transportasi Zafa Trans dengan melakukan pembelian tiket secara berulang-ulang selama melakukan perjalanan menggunakan jasa transportasi darat Zafa Trans di Kabupaten Mamuju.

Jasa transportasi Zafa Trans di Kabupaten Mamuju dapat juga digunakan untuk meningkatkan penjualan tiket dengan mendapatkan penumpang jasa transportasi Zafa Trans baru di Kabupaten Mamuju. mengingat jasa transportasi Zafa Trans di Kabupaten Mamuju sempat mengalami kerugian pada tahun 2020 hingga tahun 2021 karena keadaan pandemi covid 19. Untuk itu perbaikan manajemen jasa transportasi Zafa Trans di Kabupaten Mamuju juga penting untuk dilakukan Strategi WT (Weakness-Threat).

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (Weakness) dan faktor eksternal (Threat), strategi ini didasarkan pada aktivitas yang sifatnya defensif dan berusaha menghindari kemungkinan adanya ancaman dari luar untuk mengurangi kelemahan jasa transportasi Zafa Trans di Kabupaten Mamuju. Strategi WT yang ditempuh jasa transportasi Zafa Trans di Kabupaten Mamuju dalam meningkatkan jumlah penjualan tiket keberangkatan penumpang tujuan Kota Makassar dengan tetap menjaga kualitas agar mampu bersaing di dunia jasa transportasi lainnya di Kabupaten Mamuju.

Keberadaan Lingkungan Internal

Lingkungan internal jasa transportasi Zafa Trans di Kabupaten Mamuju pada kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) berikut penjelasan sesuai dengan hasil pengamatan yang telah dilakukan peneliti:

Kekuatan (Strength);

Keberangkatan Bus rutin setiap hari;

Bagi hasil antara driver dengan pemilik usaha jelas dan transparan;

Mudah didapatkan kantor perwakilannya;

Tarif tiket bersaing dengan P.O lainnya di Kabupaten Mamuju; dan

Layanan penjualan tiket yang baik dan ramah.

Kelemahaan (Weakness)

Banyak Armada Bus di Mamuju;

Driver tidak memiliki tanda pengenal;

Proses pemesanan tiket cenderung lambat;

Jumlah driver masih tergolong sedikit;

Terkesan lama menunggu keberangkatan Bus; dan

Keberadaan Lingkungan Eksternal.

Lingkungan eksternal jasa transportasi Zafa Trans di Kabupaten Mamuju fokus pada peluang (opportunities) dan ancaman (threats) berikut penjelasan sesuai dengan hasil pengamatan pengamatan yang telah dilakukan peneliti.

Peluang (opportunities)

Pasar jasa transportasi masih tergolong terbuka luas dimasa-masa yang akan datang;

Memiliki pelanggan tetap;

Penumpang dengan loyalitas yang tinggi;

Harga jasa pengiriman barang yang terjangkau;

Mampu memberikan layanan yang sopan, perhatian dan ramah kepada penumpang.

Ancaman (threats)

Terdapat pesaing jasa transportasi Bus yang setiap saat memberikan penawaran penjualan tiket;

Penumpang mudah berpindah Bus yang ada di Terminal Simbuang Kabupaten Mamuju;

Pesaing yang menghadirkan armada Bus yang lebih berteknologi dengan sarana yang ditawarkan kepada penumpang;

Pesaing yang menghadirkan armada Bus yang lebih berteknologi dengan sarana yang ditawarkan kepada penumpang; dan

Sistem tata kelola usaha yang berimbas pada optimalisasi pelayanan kepada penumpang.

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan mengevaluasi kekuatan (Strength), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity) dan ancaman (Threat) yang terjadi dalam jasa transportasi Zafa Trans di Kabupaten Mamuju, atau mengevaluasi lini-lini sendiri maupun pesaing dimasa yang akan datang. Untuk melakukan analisis, ditentukan tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagai faktor eksternal.

Pembahasan Hasil Analisis SWOT

Penerapan Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT) jasa transportasi Zafa Trans di Kabupaten Mamuju dalam meningkatkan penjualan tiket penumpang di Kabupaten Mamuju.

Hasil analisis data Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT) jasa transportasi Zafa Trans di Kabupaten Mamuju akan dapat dijabarkan sebagai berikut:

Kondisi internal jasa transportasi Zafa Trans di Kabupaten Mamuju dalam meningkatkan penjualan di Kabupaten Mamuju dapat dilihat pada tabel 7 pada penilaian strategi Strengths to Opportunities (SO) diperoleh bobot 1 dengan total rating 9,63 dengan posisi skor 1,927, menunjukkan angka positif pada posisi yang kuat atau berada pada posisi kuadran I merupakan situasi yang sangat menguntungkan, jika layanan penjualan tiket hingga penumpang mendapatkan kepuasan akan membawa dampak yang positif berupa kenaikan jumlah penumpang yang didapatkan jasa transportasi Zafa Trans di Kabupaten Mamuju. Kondisi internal jasa transportasi Zafa Trans di Kabupaten Mamuju dalam meningkatkan penjualan tiket dapat dilihat pada tabel 7 pada penilaian strategi Weaknesses to Opportunities (WO) diperoleh bobot 1 dengan total rating 9,5 dengan posisi skor 1,908, menunjukkan angka positif pada posisi yang kuat atau berada pada posisi kuadran I merupakan situasi yang sangat menguntungkan jika keragaman ini memberikan keleluasan kepada penumpang untuk memilih dengan berbagai variasi pilihan, sehingga munculah rasa kepuasan terhadap keberagaman layanan yang didapatkan selama menggunakan jasa transportasi Zafa Trans;

Kondisi eksternal jasa transportasi Zafa Trans dalam meningkatkan penjualan tiket di Kabupaten Mamuju dapat dilihat pada tabel 8 pada penilaian strategi Strengths to Threats (ST) diperoleh bobot 1 dengan total rating 9,63 dengan posisi skor 1,927, menunjukkan angka positif pada posisi yang kuat atau berada pada posisi kuadran I merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi jasa transportasi Zafa Trans dengan cara membandingkan persepsi para penumpang atas layanan yang benar-benar diterima secara optimal; dan

Kondisi internal jasa transportasi Zafa Trans di Kabupaten Mamuju dalam meningkatkan penjualan tiket baik di kantor perwakilan jasa transportasi Zafa Trans maupun layanan secara langsung diberikan di area terminal Simbuang Kabupaten Mamuju dapat dilihat pada tabel 8 pada penilaian strategi Weaknesses to Threats (WT) diperoleh bobot 1 dengan total rating 9,88 dengan posisi skor 1,976, menunjukkan angka positif pada posisi yang kuat atau berada pada posisi kuadran I merupakan situasi yang sangat menguntungkan jasa transportasi Zafa Trans.

Hasil perhitungan IFAS dan EFAS jasa transportasi Zafa Trans dalam meningkatkan penjualan di Kabupaten Mamuju menunjukkan nilai kelemahan dan ancaman yang lebih besar dibandingkan nilai kekuatan dan peluang yang mendukung dalam pelaksanaan strategi penjualan tiket jasa transportasi Zafa Trans dalam meningkatkan penjualan di Kabupaten Mamuju dimasa mendatang. Oleh karena itu diperlukan analisis titik kordinat untuk menentukan strategi jasa transportasi Zafa Trans dalam meningkatkan penjualan tiket di Kabupaten Mamuju yang ideal berdasarkan IFAS dan EFAS berdasarkan koordinat internal dan eksternal menurut Freddy F Rangkuti (2009:152):

Koordinat Analisis Internal

Sumbu X = (Skor Total Kekuatan – Skor Total Kelemahan) : 2

= (1,976 – 1,926) : 2 = 0,025

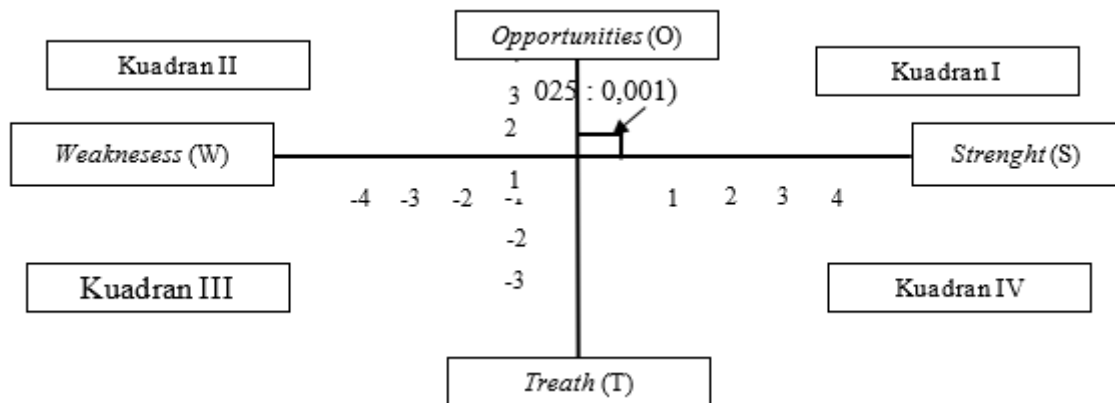
Koordinat Analisis Eksternal

Sumbu Y = (Skor Total Ancaman – Skor Total Peluang) : 2

= (1,878 – 1,858) : 2 = 0,001

Berdasarkan hasil perhitungan maka diketahui bahwa titik koordinat dalam penentuan strategi layanan yang lebih ditingkatkan dalam melaksanakan penjualan tiket jasa transportasi Zafa Trans di Kabupaten Mamuju terletak pada (0,000 : 0,034).

Adapun jika di tuangkan ke dalam gambar grafik kuadrat SWOT yaitu



Gambar 1.
Diagram SWOT

Keterangan Gambar Diagram SWOT

Kuadran I

Pada kuadran I (S-O strategi) strategi umum yang dapat digunakan jasa transportasi Zafa Trans dalam meningkatkan penjualan tiket di Kabupaten Mamuju dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengambil setiap keunggulan pada kesempatan yang ada. Hal ini sangat penting bagi jasa transportasi Zafa Trans dalam mempertahankan penumpang yang memiliki loyalitas yang tinggi pada jasa transportasi Zafa Trans.

Kuadran II

Pada kuadran II (W-O strategi) jasa transportasi Zafa Trans dalam meningkatkan penjualan tiket di Kabupaten Mamuju dapat membuat keunggulan pada kesempatan sebagai acuan untuk memfokuskan kegiatan penjualan dalam keputusan penumpang melakukan pembelian tiket dalam keberangkatan menggunakan jasa transportasi Zafa Trans.

Kuadran III

Pada kuadran III (W-T strategi) jasa transportasi Zafa Trans dalam meningkatkan penjualan tiket dapat meminimalkan segala kelemahan untuk menghadapi setiap ancaman. Fokus strategi ini yaitu meminimalkan masalah internal dengan memaksimalkan promosi yang lebih luas serta berupaya mengatasi kelemahan-kelemahan jasa transportasi Zafa Trans dalam memberikan pelayanan penjualan tiket di Kabupaten Mamuju untuk meminimalisir dampak dari ancaman yang mungkin akan terjadi dimasa yang akan datang dalam persaingan jasa transportasi darat yang ada di Kabupaten Mamuju khususnya keberangkatan rute antar Provinsi.

Kuadran IV

Pada kuadran IV (S-T strategi) jasa transportasi Zafa Trans dalam meningkatkan penjualan tiket di Kabupaten Mamuju menjadikan setiap kekuatan untuk menghadapi setiap ancaman dengan menciptakan diverifikasi untuk menciptakan peluang. Strategi yang diterapkan jasa transportasi Zafa Trans dalam meningkatkan penjualan tiket di Kabupaten Mamuju dalam kondisi dimana memfokuskan kegiatan promosi dalam memaksimalkan keunggulan yang dimiliki untuk menciptakan peluang yang akan didapatkan dimasa yang akan datang dengan penerapan strategi pelayanan yang lebih baik lagi kepada penumpang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut

Berdasarkan hasil matrik IFAS, faktor strenght (kekuatan) dan weakness (kelemahan) menandakan bahwa secara internal jasa transportasi Zafa Trans dalam meningkatkan penjualan tiket di Kabupaten Mamuju.

Berdasarkan hasil matrik EFAS, faktor opportunity (peluang) dan threat (ancaman) mengindikasikan bahwa jasa transportasi Zafa Trans dalam meningkatkan penjualan tiket di Kabupaten Mamuju merespon peluang yang ada dengan cara luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman yang akan terjadi dimasa yang akan datang dengan memaksimalkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan hingga peluang usaha dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, P. M., Nadhila, V., & Sanny, L. (2020). Effect of social media marketing on instagram towards purchase intention: Evidence from Indonesia's ready-to-drink tea industry. *International Journal of Data and Network Science*, 4(2), 91–104
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Basu swastha. (2019). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE – Yogyakarta
- Galavan, R. (2014). *Doing Business Strategy*. Ireland: NuBooks.
- Haryanti, S., Mursito, B., & Sudarwati, S. (2019). Analisis strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan produk batik pada PT. Danar Hadi Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01).
- Hikmawan, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus pada Toko AGS Kuningan). *Change Think Journal*, 1(01), 50-59.
- Kumalasari, N. R. (2020). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan produk di Toko Ismart dan Indomaret Ponorogo (Doctoral dissertation, IAIN PONOROGO).
- Mega, S. A., & Nofita, D. (2023). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan di tengah Pandemi Covid 19 pada UMKM Pesaminum Bandar Lampung. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 875-890.
- Mulyadi . (2014) . *Akuntansi Biaya*. Edisi-5. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Mulyadi. (2018). *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. CV Media Sains Indonesia. Bandung
- Noviantari, T. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Kodi Kopi Blitar (Doctoral dissertation, Universitas Islam Balitar Blitar).
- Rangkuti, Freddy. (2017). PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta. Teknik Membeda Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating Dan OCAI.

- Setianto, R., & Dunan, H. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Ron-Ron Pancing Dimasa Pandemi Covid-19. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(6), 931-940.
- Setyanto, A., Saputra, A., & Bahar, F. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Buku Gramedia Kota Tangerang. *Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 4, 142-148.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Taufik. (2016). *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia
- Tull, Donald S. dan Lynn R. Kahle. (2018). *Marketing Management*. Prentice Hall International.
- Widodo, R. C., & Rachma, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Manajemen*, 7(10), 71–82.
- Wijoyo,Hadion. et al. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*. Sumatera Barat: Insan Cendekia Mandiri.