

Analisis kinerja dan strategi berdasarkan analisis swot dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan

Iqbal Maulana^{1*}, Finisica Dwijayati Patrikha²

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri, Surabaya.

Email: iqbal.17080324035@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Riset ini dilaksanakan bertujuan guna menganalisis usaha *shoes and care* berdasarkan analisis SWOT. Teknik yang dipakai dalam riset ini memakai metode kualitatif. Dalam riset ini, pengumpulan data dilaksanakan dengan cara interview yang dianalisis menggunakan SWOT dengan berbantuan tabel IFE dan EFE usaha. Jenis data yaitu data primer. Hasil riset ini yakni didapatkan nilai 3,28 untuk analisis SWOT. Pencucian serta perawatan sepatu dalam dunia organisasi terjadi peningkatan dalam *sector sales, assets profit* dan kombinasi ketiganya. Berdasarkan analisis dalam riset ini didapatkan jika bisnis *shoes and care* Surabaya menempati posisi di kuadran I (satu) yakni strategi agresif.

Kata Kunci: Analisis kinerja; strategi; analisis SWOT; kualitas pelayanan

Performance analysis and strategies based on swot analysis in an effort to improve service quality

Abstract

This research was conducted with the aim of analyzing the shoes and care business based on a SWOT analysis. The technique used in this research uses qualitative methods. In this research, data collection was carried out by means of interviews which were analyzed using SWOT with the help of IFE and EFE tables of business. The type of data is primary data. The results of this research are obtained a value of 3.28 for the SWOT analysis. Washing and caring for shoes in the organizational world there is an increase in the sales sector, assets profit and a combination of the three. Based on the analysis in this research, it is found that the shoes and care business in Surabaya occupies a position in quadrant I (one), namely the aggressive strategy.

Keywords:. *Performance analysis; strategy; SWOT analysis; service quality*

PENDAHULUAN

Pada tahun 2014 di seluruh perkotaan Indonesia bisnis jasa cuci sepatu mulai tersebar. Keberadaan usaha ini tidak terlepas dari minat masyarakat terhadap sepatu dan sifat konsumsinya, mereka juga berharap dapat merawat dan membersihkan sepatu tersebut melalui layanan khusus (Saksono, 2018). Melihat antusiasme masyarakat terhadap minatnya dalam merawat sepatu, hal ini membuka peluang bagi Tirta Mandira Hudhi yang merupakan alumni dari Fakultas Kedokteran Universitas Gadjah Mada untuk membuka bisnis jasa cuci pertama kali di Indonesia yang diberi nama *Shoes and Care*, ia telah sukses melebarkan bisnisnya dan memperluas rekan kerja diberbagai kota besar di Tanah Air. Bermula dari kegemarannya dalam mengoleksi *Shoes*, yang membangkitkan semangatnya dalam mendirikan usaha pencucian sepatu dengan menggunakan *cleaner jason mark*, yang merupakan sebuah merek pembersih sepatu kualitas terbaik yang di datangkan langsung dari Amerika Serikat (Saksono, 2018). Dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan bisnis yang selalu inovatif, *Shoes and Care* saat ini memiliki 30 cabang di kota yang berbeda yaitu Yogyakarta 5 cabang, Jakarta 4 cabang, Solo 3 cabang, dan Bandung, Tangerang, Surabaya, Medan masing masing memiliki 2 cabang, serta Purwokerto, Tasikmalaya, Depok, Samarinda, Bogor, Bekasi, Palembang, Makassar, Semarang masing masing memiliki 1 cabang. (Saksono, 2018). *Shoes and care* memiliki 30 cabang dengan alasan karena pastinya setiap usaha ingin berkembang dan memiliki laba yang besar, dengan memiliki cabang diharapkan dapat menarik konsumen di tiap-tiap wilayah tersebut.

Persaingan di berbagai bidang bisnis, seperti *Happy Hour Shoes* merupakan organisasi yang bergerak dibidang cuci sepatu di wilayah Surabaya, yang memberikan gratis antar jemput dan beralamat di Gubeng Kertajaya XIII D No 2 dari hari Senin - Sabtu pukul 09:00 - 18:00 WIB. Hal ini merupakan suatu ancaman dari luar bagi *Shoes and Care* Surabaya sebab akan terjadi persaingan bisnis. Pemilik usaha harus memiliki strategi yang tepat agar berhasil mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan dengan pesaing yang sejenis. *Shoes and Care* harus memiliki kemampuan dan perencanaan yang baik dalam pemahaman kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terjadi di dalam dan di luar bisnis. Dalam hal ini, pengusaha dapat melakukan analisis. (SWOT). Analisis *intern* dilaksanakan dengan tujuan guna mengidentifikasi kualitas dan kelemahan suatu bisnis, sedangkan analisis *ekstern* dilaksanakan dengan tujuan guna menemukan kesempatan bisnis serta ancaman atas bisnis yang dihadapi pengusaha. Analisis SWOT ini memiliki kedudukan yang *urgent* bagi *Shoes and Care* untuk merumuskan manajemen strategis, strategi tersebut akan dijalankan sehingga dapat mengikuti persaingan dan tidak akan dipmanajemeng sebelah mata oleh organisasi lain (Juliet, 2018). Menurut David (Sanjaya, 2020), ada beberapa faktor yang dikenali dalam lingkungan *internal* bisnis, antara lain periklanan sebagai interaksi sosial dan administratif dimana konsumen memperoleh hal yang sedang dibutuhkan dan hal yang diinginkan melalui proses produksi, memasarkan dan memperdagangkan hasil yang mempunyai nilai komersil tinggi, sehingga karya inovatif sebagai teknik eksplosari dipakai guna menciptakan *product* tertentu serta melakukan uji coba efektifitas dari *product* tersebut. Salah satunya Sistem Informasi Manajemen (SIM) yang merupakan bagian penting untuk mengontrol lingkungan *internal* bisnis yang mencakup pemanfaatan SDM (Sumber Daya Manusia), dokumen, teknologi, dan keuangan adalah cara yang paling umum digunakan untuk memutuskan kualitas serta dan kekurangan suatu bisnis dalam area investasi, pembiayaan, dan keuntungan. Pemeriksaan lingkungan *eksternal* merupakan upaya mengetahui keadaan di luar lingkungan bisnis yang mampu memberikan dampak dalam peningkatan kinerja bisnis.

Analisis SWOT dapat menghasilkan empat strategi alternatif yang bisa dianggap oleh pemilik usaha sebagai dasar penilaian (David, 2019), yakni:

Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Rencana ini memanfaatkan *intern strength* perusahaan untuk menciptakan peluang eksternal. Sehingga jika terjadi kelangkaan, pengusaha harus mampu mengatasi kekurangan persaingan. Ketika pengusaha dihadapkan pada ancaman, mereka harus menghindarinya dan mencoba untuk fokus pada peluang.

Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Rencana ini digunakan untuk mengurangi kekurangan lingkungan bisnis *internal* dengan memakai *ekstern weakness*. Bisnis mungkin berjuang untuk memanfaatkan peluang karena lingkungan internal yang lemah. Oleh karena itu, dalam hal ini wirausahawan sangat bergantung pada bagaimana strategi yang dipakai.

Strategi ST (*Strenght-Threat*)

Rencana ini dipakai pemilik bisnis guna mencegah serta meminimalisir efek yang ditimbulkan dari resiko ekstern.

Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Rencana ini dipakai pengusaha untuk mengurangi kelemahan di lingkungan internal dan bertahan dengan menghindari ancaman dari lingkungan *eksternal*.

Pengusaha perlu menganalisis lingkungan *eksternal* untuk mengembangkan peluang bagi pengusaha untuk mengeksploitasi dan menghindari ancaman yang muncul. Menurut David (Sanjaya, 2020), dasar persaingan dalam sebuah bisnis dapat dilihat dari tiga kekuatan yaitu pertarungan khusus bisnis yang sejenis, ancaman dari pesaing, dan kekuatan pembeli dalam tawar menawar.

METODE

Pada penelitian berikut peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif. Para ahli berpikir penelitian kualitatif mengacu pada data dalam bentuk kalimat, kata atau gambar. Populasi pada penelitian ini menggunakan konteks sosial dapat mengamati aktivitas orang secara mendalam yang berjumlah 8 orang. Objek penelitian ini adalah pelaku dalam semua kegiatan di bidang usaha jasa *Shoes And Care* Surabaya. Langkah pertama yang dilakukan peneliti adalah mengolah data dengan dengan metode Weight Product, hal ini dilakukan dengan menentukan alternatif yang menjadi pilihan keputusan.

Pengumpulan data menggunakan (1) Observasi, penulis mengamati aktivitas bisnis yang ada pada *Shoes And Care* Surabaya. (2) Wawancara, dilakukan kepada pemilik dan karyawan *Shoes And Care* Surabaya, untuk mendapatkan keterangan yang lebih lengkap dari hasil observasi. Data dikumpulkan menggunakan wawancara berpedoman dan dimasukkan dalam tabel IFE dan EFE yang akan digunakan dalam analisis SWOT. Beberapa faktor tersebut ditelaah data yang diperoleh diberikan skor (*weight*) pada hasil *matriks* IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan *matriks* EFE (*Eksternal Factor Evaluation*). Dalam riset ini, peneliti melakukan analisis data dengan memakai teknik rata – rata hitung tertimbang (*Weighted Mean Score*). Penggunaan teknik analisis data tersebut didasarkan pada kondisi sampel yang jumlahnya berbeda-beda sehingga memerlukan ukuran yang sama yakni dengan dirata-rata seluruh sampelnya. *Weighted Mean Score* digunakan untuk memperoleh gambaran kecenderungan serta kedudukan pada sub variabel yang tersedia.

Peneliti menggunakan *IE-Matriks* untuk mengetahui prospek strategis bisnis yang akan digunakan. Sebelum menggunakan *IE-Matriks*, peneliti terlebih dahulu menghitung skor kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman bisnis. Hasil dari perhitungan tersebut berasal dari perkalian produk yang berbobot dan memiliki rating, Rangkuti (Mumpuni, 2012).

Menurut Umar (Mumpuni, 2012), bobotnya mengikuti *stmanajemenrt* sebagai berikut:

- 0,00-0,05 = Dampak kecil
- 0,06-0,10 = Dampak sedang
- 0,11-0,15 = Dampak signifikan
- 0,16-0,25 = Dampak sangat signifikan

Menurut Umar (Mumpuni, 2012), nilai kekuatan dan kelemahan ditentukan sesuai *stmanajemenrt* sebagai berikut:

- 1 = Priority weakness 2 = Low Weakness
- 3 = Low strength
- 4 = Priority strength

Tingkat peluang dan ancaman ditentukan berdasarkan kondisi adalah sebagai berikut:

- 1 = Peluangnya kecil atau ancamannya tinggi
- 2 = Peluangnya kecil atau ancamannya tinggi
- 3 = Peluang besar atau ancaman rendah

4 = Peluangnya tinggi atau ancamannya kecil

HASIL DAN PEMBAHASAN

Shoes And Care Surabaya, merupakan cabang jasa perawatan sepatu dengan kualitas premium yang pertama kali hadir di Yogyakarta sejak 12 Oktober 2013, *Shoes And Care* juga merupakan pertama di Indonesia menjadi jasa perawatan sepatu yang melalui *social media*. Saat ini terdapat lebih dari 35 workshop *Shoes And Care* di 20 kota di Indonesia, untuk melayani pelanggan.

Tepat pada 14 Februari 2014, *Shoes and Care* membuat akun *social media* untuk dapat melayani perawatan sepatu secara *online*. Sejak munculnya akun *social media*, hingga kini telah 700.000 lebih pekat sepatu bisa ditangani. Pelanggan *Shoes and Care* tidak hanya dari Yogyakarta, namun juga dari seluruh Indonesia, bahkan ada dari Malaysia, Singapura, Australia serta Amsterdam.

Shoes and Care memberikan layanan secara profesional terhadap perawatan sepatu pelanggan, dengan menggunakan teknik tertentu, dan juga memakai peralatan serta *premium material* baik *local product* ataupun *import*. *Shoes and Care* tidak hanya memberikan pelayanan merawat sepatu, tetapi juga secara konsisten memberikan *education* mengenai perawatan sepatu serta konsultasi gratis, hal ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat serta *Shoes and Care* beberapa kali mendapatkan undangan untuk berbagi saran perihal cara merawat sepatu dengan baik dan benar. Saat ini *Shoes and Care* sudah melebarkan sayap usahanya, yakni melayani

perawatan tas, dompet hingga topi. Pelayanan yang diberikan bermacam-macam, mulai pembersihan, pengecatan ulang hingga perbaikan.

Shoes And Care Surabaya dalam objek penelitian yang beralamat di Jl. Kalisari Permai I No.33, Kalisari, Kec. Mulyorejo, Kota SBY, Jawa Timur 60112, Surabaya, Jawa timur.

Comparative advantage

Dengan mencocokkan dua elemen kekuatan dan peluang dengan tujuan untuk memberi manfaat bagi organisasi, individu, komunitas, dan bahkan bisnis yang lebih baik..

Mobilization

Dalam hal ini Interaksi ancaman dan kekuatan diperlukan guna menyatukan sumber daya organisasi, individu, komunitas bahkan perusahaan untuk menghilangkan ancaman eksternal hingga akhirnya mengubah ancaman menjadi peluang.

Divestment/investment

Kondisi hubungan antara kelemahan internal dan peluang eksternal mampu memberikan pilihan dalam situasi yang tidak pasti. Peluang yang ada sangat memikat, namun tidak bisa dikapitalisasi karena kekuatan yang ada saat ini tidak cukup untuk memanfaatkannya. Keputusan dapat dibuat untuk melepaskan peluang yang ada atau memberi energi untuk merebut peluang yang ada.

Damage control

Kondisi yang rawan yakni kondisi yang merupakan hasil dari kombinasi dari kelemahan internal dan ancaman eksternal. Akibatnya, keputusan yang salah di bagian ini hanya akan menyebabkan kegagalan parah bagi organisasi, individu, komunitas, dan bahkan bisnis yang terkena dampak. Oleh karena itu, strategi yang ditempuh adalah mengelola kerugian agar tidak lebih parah dari yang diharapkan.

Tabel 1. Tabel Strategi SWOT

EFE / IFE	Kuat (3,00 – 4,00)	Sedang (2,00 – 2,99)	Lemah (1,00 – 1,99)
Tinggi (3,00 – 4,00)	I	II	III
Sedang (2,00 – 2,99)	IV	V	VI
Rendah (1,00 – 1,99)	VII	VIII	IX

Berdasarkan Tabel 1 Tabel Strategi SWOT *Shoes And Care di Surabaya*, dapat diketahui setiap komponen SWOT pada kuadran IFE-EFE memiliki nilai yang diturunkan dari nilai faktor rotasi dan dikalikan dengan nilai varians (eigenvalue). Evaluasi diperoleh dari hasil evaluasi variabel yang diuji. Selain itu, bobot dan nilai hasil ditambahkan pada setiap komponen SWOT untuk mencari perbedaan faktor internal (S dan W) dan Pendekatan analisis SWOT yang dilaksanakan Kearns memperlihatkan delapan golongan, yakni: dua golongan teratas adalah faktor *eksternal* (peluang dan perbedaan faktor

eksternal (O dan T). Kuadran IFE-EFE dapat memantapkan posisi kuat di kuadran I karena nilai sumbu x (nilai = 3,330) diperoleh dari faktor internal yang berbeda dan sumbu y (nilai = 3,231) diperoleh dari faktor eksternal yang berbeda.

Pada kuadran ini, posisi *Shoes And Care* Surabaya menandakan bahwa usaha ini berada diposisi yang kuat dan berada di jalur yang benar. Hal yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha antara lain melakukan pelebaran, perluasan serta mempercepat perkembangan usaha.

Implikasi manajerial

Analisis SWOT jika dibandingkan dengan manajemen secara umum, manajemen strategi, promosi dan pemasaran memiliki keunggulan, analisis SWOT yang dilakukan untuk mengetahui kondisi yang sedang dan akan dialami oleh perusahaan serta strategi yang akan digunakan untuk menghadapi berbagai peluang dan ancaman dengan memanfaatkan kekuatan dan mengurangi kelemahan perusahaan, Implementasi strategi yang telah ditetapkan ke dalam kondisi yang sebenarnya. Strategi ini tugas yang sangat penting bagi pencapaian tujuan, dikarenakan strategi memberikan panduan dalam kegiatan, dan cara kegiatan ini harus dilakukan sehingga tujuan yang diinginkan dapat tercapai, khususnya meningkatkan kualitas layanan untuk masyarakat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis kinerja dan strategi berdasarkan analisis swot dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan pada *Shoes And Care* Surabaya, bisa ditarik kesimpulan antara lain:

Faktor internal dan eksternal Surabaya *Shoes and Care* menunjukkan kinerja yang sangat baik, dengan skor matriks IFE = 3,33, Surabaya *Shoes and Care* memiliki faktor internal berupa controllability dan leverage, Anda dapat melihat bahwa kelemahan- kelemahan tersebut dapat ditekan seminimal mungkin. Dengan skor matriks 3,231, Shoes and Care Surabaya memiliki kemampuan untuk mengendalikan faktor eksternal dan memanfaatkan peluang untuk menghindari ancaman eksternal; dan

Strategi 1 memakai faktor intern, kekuatan perusahaan yang memanfaatkan peluang yang muncul dari faktor eksternal, merupakan alternatif strategi terbaik yang diterapkan di lini bisnis *Shoes and Care* Surabaya. Skor TAS untuk matriks QSPM adalah 7112. Dalam strategi ini lebih tepat digunakan tidak hanya untuk meningkatkan daya saing *Shoes and Care* Surabaya, tetapi juga untuk meningkatkan daya saingnya dalam menghadapi berbagai kelemahan dan ancaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusrinal, & Diniaty, D. (2014). Perancangan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman manajemen. *Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, Vol. 11, N(2), 2.
- David, Freddy. 2019. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Irawati, R., & Carollina, D. A. (2017). Analisis Pengaruh Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Operator Pada Pt Giken Precision Indonesia. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 5(1), 51. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v5i1.171>
- Juliet, E. (2018). Universitas Sumatera Utara Skripsi. Analisis Kesadahan Total Dan Alkalinitas Pada Air Bersih Sumur Bor Dengan Metode Titrimetri Di PT Sucofindo Daerah Provinsi Sumatera Utara, 44–48.
- Lusri, L., & Siagian, H. (2017). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Mediasi Pada Karyawan Pt . Borwita Citra Prima Surabaya. *Agora*, 5(1), 2–8.
- Mumpuni, D. (2017). Meningkatkan Volume Penjualan. Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kue Bingka.

-
-
- Permansari, R. (2013). Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pt. Augrah Raharjo Semarang. *Management Analysis Journal*, 2(2), 1–9. <https://doi.org/10.15294/maj.v2i2.2493>
- Purwanti, E. (2012). Regulation of fatty acid biosynthesis in Ehrlich cells by ascites tumor plasma lipoproteins. *Lipids*, 12(1), 66–74. <https://doi.org/10.1007/BF02532975>
- Raharjo, R. I. (2018). STRATEGI PEMASARAN MELALUI ANALISIS STRENGTH WEAKNESS OPPORTUNITY THREAT (SWOT) PADA USAHA PENYEWAAN LAPANGAN FUTSAL DI SCUDETTO FUTSAL BANYUWANGI. 151(2), 10–17.
- Rosita. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 21(2), 135. <https://doi.org/10.33370/jpw.v21i2.342>
- Rozalia, N. A. (2015). PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN (Studi Kasus Pada Karyawan PT. Pattindo Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 26(2), 86280.
- Saksono, D. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Dalam Menggunakan Jasa Laundry Sepatu. 151(2), 10–17.
- Sanjaya, A. P. (2020). Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Untuk Peningkatan Penjualan Mesin Diesel. *Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*, 5(1), 55.
- Sejati, B. S. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen ISSN: 2461-0593*, 5(3), 1–19.
- Setiawati, I., & Widyartati, P. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba Umkm. *Strategi Komunikasi Pemasaran*, 20, 1–5.
- Weenas, J. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2741>
- Wulan, D. A., & Setyawati, A. (2018). Strategi Pemasaran Perusahaan Logistik Marketing Strategy of Logistic Company. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*, 05(02), 95–104. <http://ejournal.stmt-trisakti.ac.id/index.php/jmtranslog>