
PERUMUSAN STAREGI BISNIS UNTUK PERUSAHAAN YOUNGSTERPRO DALAM RANGKA MENINGKATKAN KINERJA

Fenty Febrianty
Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara
fentyf12@gmail.com

Abstract : This research was conducted to help Youngsterpro companies determine appropriate business strategies in order to improve performance. This study applies qualitative methods through field research to the parties concerned in obtaining information, besides that also based on literature studies and analytical methods in strategy formulation here consists of three stages, the input by analyzing SWOT, EFE matrix, IFE matrix to summarize the basic information used to produce an alternative strategy in Matching stage, is the second stage, by aligning external and internal factors using the SWOT matrix and SPACE matrix, and the last is the decision making stage to determine the best strategy for the company based on the attractiveness of each strategy objectively through the QSPM matrix . The results of the study recommend Youngsterpro companies to consider a diversification strategy because it is the best strategy that is most appropriate for Youngsterpro besides that the product development strategy can also be considered as an alternative strategy to improve performance.

Abstrak : Penelitian ini dilakukan untuk membantu perusahaan Youngsterpro menentukan strategi bisnis yang sesuai dalam rangka meningkatkan kinerja. Penelitian ini menerapkan metode kualitatif melalui riset lapangan kepada pihak yang bersangkutan dalam perolehan informasi, selain itu juga berdasarkan studi pustaka dan metode analisis dalam perumusan strategi disini terdiri dari tiga tahap yaitu input dengan menganalisis SWOT, EFE *matrix*, IFE *matrix* untuk merangkum informasi dasar yang digunakan untuk menghasilkan strategi alternatif pada *Matching stage* yaitu tahap kedua, dengan menyelaraskan faktor eksternal dan internal dengan menggunakan SWOT *matrix* dan SPACE *matrix*, dan yang terakhir adalah *decision making stage* untuk menentukan strategi terbaik bagi perusahaan berdasarkan daya tarik masing-masing strategi secara objektif melalui QSPM *matrix*. Dari hasil penelitian merekomendasikan perusahaan Youngsterpro untuk mempertimbangkan strategi diversifikasi karena merupakan strategi terbaik yang paling tepat bagi perusahaan Youngsterpro selain itu strategi pengembangan produk juga bisa dipertimbangkan sebagai strategi alternatif untuk meningkatkan kinerja.

Keywords : SMEs (Small medium enterprise), Strategy management, Strategy formulation, Performance

Pendahuluan

Usaha kecil dan menengah sering dicirikan dengan kinerja rendah dan tingkat kegagalan tinggi yang disebabkan oleh tidak adanya manajemen strategi. Manajemen strategi merupakan bidang yang berkaitan dengan inisiatif dalam melibatkan pemanfaatan sumber daya untuk meningkatkan kinerja perusahaan di lingkungan eksternal mereka (Nag et al., 2007).

Perencanaan strategi formal kinerja bisnis akan meningkatkan karena melibatkan pembuatan rencana permainan secara terperinci yang memungkinkan mereka mengantisipasi dan merespon pasar yang bergejolak dengan mengatur sesuai sumber daya dan kemampuan mereka (Makanga dan Paul, 2017).

Youngsterpro merupakan perusahaan UKM yang terjun dalam bidang agen properti. Mengingat bahwa persaingan yang semakin ketat, maka perlu merencanakan strategi agar dapat menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan baik eksternal maupun internal

dengan menerapkan strategi bisnis yang sesuai dengan sumber daya dan kemampuannya (Dwiputra et al., 2017).

Tujuan penelitian ini adalah untuk membantu perusahaan Youngsterpro dalam menentukan strategi bisnis yang sesuai dengan sumberdaya dan kemampuan yang dimiliki dalam rangka meningkatkan kinerja pada persaingan yang kuat dengan cara melakukan perumusan strategi bisnis untuk mengetahui faktor-faktor eksternal dan internal dari perusahaan.

Tinjauan pustaka

Manajemen Strategis

Menurut Nag, Hambrick, dan Chen (2007), Manajemen strategis adalah bidang yang berkaitan dengan inisiatif dalam pemanfaatan sumber daya untuk meningkatkan kinerja perusahaan di lingkungan eksternal mereka. Menurut Makanga dan Paul (2017), Manajemen strategi adalah proses utama untuk mencapai visi, strategi dan tujuan untuk memastikan mereka mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan bisnis. Berdasarkan pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa manajemen strategis merupakan inisiatif dalam merancang rencana sehingga perusahaan dapat mencapai tujuannya.

External Factor Evaluation (EFE) Matrix

Menurut Kristianti (2017), EFE merupakan alat untuk merangkum dan mengevaluasi peluang dan ancaman seperti ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, teknologi, dan informasi persaingan.

Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix

Menurut David (2017), *IFE Matrix* merupakan sebuah alat untuk merangkum dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan fungsional bisnis seperti manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, riset dan pengembangan, sistem informasi manajemen.

Strength-Weakness-Opportunity-Threat (SWOT) Matrix

Menurut David (2017), *SWOT matrix* merupakan salah satu alat pencocokan penting yang membantu para manajer mengembangkan 4 tipe strategi dengan mempertemukan faktor internal dengan faktor eksternal.

Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

Menurut David (1995), *QSPM* merupakan alat untuk menentukan strategi terbaik dengan menilai masing-masing strategi yang terpilih secara objektif dengan menentukan daya tarik setiap strategi untuk melihat sejauh mana faktor eksternal dan internal ditingkatkan atau dikapitalisasi.

Metode Penelitian

Metode penelitian pada tesis berdasarkan tujuannya adalah penelitian studi kasus untuk mempelajari suatu peristiwa, kondisi, atau situasi tertentu dalam rangka memperoleh wawasan, membantu menunjukkan hal penting yang menjadi perhatian, serta mengilustrasikan bagaimana masalah tersebut bisa diatasi melalui penelitian (Hodgetts & Stolte, 2012).

Menurut David (1995), dalam menganalisis dan memilih strategi terdapat beberapa tahapan dengan menggunakan berbagai alat : *Input Stage* menggunakan *Strength-Weaknesses-Opportunities-Threats(SWOT) Analysis*, *External Factor Evaluation (EFE) Matrix*, dan *Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix*, *The Matching Stage* menggunakan *Strength-Weaknesses-Opportunities-Threats(SWOT) Matrix*, dan *Strategic Position and Position Evaluation Matrix* kemudian *Decision Making Stage* menggunakan *Quantitive Strategy Planning (QSPM) Matrix*.

Hasil Analisis Data**Tabel 1.1 Hasil *External Factor Evaluation (EFE) Matrix***

Faktor-faktor Eksternal Utama	Bobot	Peringkat	Skor Tertimbang
<i>Opportunity</i>			
Tersedianya calon SDM yang berkompeten	0.1	3	0.3
Sebagian kaum milenial yang belum memiliki rumah	0.1	3	0.3
Kebutuhan perlengkapan rumah	0.14	4	0.56
Tersedianya <i>platform</i> properti yang terkemuka	0.1	3	0.3
Gaya hidup masyarakat yang mementingkan waktu	0.06	2	0.12
<i>Threat</i>			
Menurunnya tingkat pembelian properti	0.1	4	0.4
Gaya hidup masyarakat yang semakin konsumtif	0.12	2	0.24
Perpindahan SDM ke pesaing	0.08	3	0.24
Pesaing pada bidang agen properti yang terus meningkat	0.1	3	0.3
Sistem informasi yang terus berkembang dengan pesat	0.1	2	0.2
Total			2.96

Berdasarkan hasil dari analisis *EFE matrix* bisa dinyatakan bahwa Youngsterpro telah secara efektif menanggapi peluang dan ancaman dengan baik, yang dilihat dari total skor tertimbang yang dimiliki Youngstrepo yaitu sebesar 2.96 diatas skor rata-rata tertimbang.

Tabel 1.2 Hasil *Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix*

Faktor-faktor Internal Utama	Bobot	Peringkat	Skor Tertimbang
<i>Strengths</i>			
SDM yang berkompeten	0.1	4	0.4
Sumber daya keuangan yang memadai	0.11	4	0.44
Produk yang ditawarkan beraneka ragam	0.09	3	0.27
Produk berkualitas	0.1	3	0.3
Responsif terhadap harga penawaran pesaing	0.1	4	0.4
<i>Weaknesses</i>			
Kekurangan SDM	0.1	2	0.2
Sistem informasi yang masih using	0.1	2	0.2
<i>Brand</i> belum dikenal secara luas	0.11	2	0.22
Persediaan bahan baku yang tidak terkontrol	0.1	2	0.2
Hanya beroperasi di Jakarta	0.09	1	0.09
Total			2.72

Berdasarkan hasil dari analisis *IFE matrix* bisa dinyatakan bahwa Youngsterpro telah secara efektif memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dan menghindari atau mengurangi kelemahan dengan baik, yang dilihat dari total skor tertimbang yang dimiliki sebesar 2.72 yang menunjukkan bahwa total skor tertimbang perusahaan di atas skor tertimbang rata-rata.

Tabel 1.3 Hasil *Strength-Weakness-Opportunity-Threat (SWOT) Matrix*

	Strength S1. SDM yang berkompeten S2. Sumber daya keuangan yang memadai S3. Produk yang ditawarkan beraneka ragam S4. Produk berkualitas S5. Responsif terhadap harga penawaran pesaing	Weaknesses W1. Kekurangan SDM W2. Sistem informasi yang masih using W3. Brand belum dikenal secara luas W4. Persediaan bahan baku yang tidak terkontrol W5. Hanya beroperasi di Jakarta
Opportunities O1. Tersedianya calon SDM yang berkompeten O2. Sebagian kaum milenial yang belum memiliki rumah O3. Kebutuhan perlengkapan rumah O4. Tersedianya <i>platform</i> properti yang terkemuka O5. Gaya hidup masyarakat yang mementingkan waktu	SO 1. Mengambil keuntungan dalam bidang <i>furniture</i> (S1,S2,S4,S5,O1,O2,O3,O5) 2. Mengembangkan produk yang berfokus pada kalangan yang telah memiliki rumah (S1,S3,S5,O1,O5)	WO 1. Merekrut SDM yang berkompeten dalam bidangnya (W1,O1) 2. Memanfaatkan <i>platform</i> properti (W2,W3,O4) 3. Memperluas area penjualan (W5,O2,O1) 4. Mengambil keuntungan dalam bidang <i>furniture</i> (W4,O1,O2,O3,O5)
Threat T1. Menurunnya tingkat pembelian properti T2. Gaya hidup masyarakat yang semakin konsumtif T3. Perpindahan SDM ke pesaing T4. Pesaing pada bidang agen properti yang terus meningkat T5. Sistem informasi yang terus berkembang dengan pesat	ST 1. Mengembangkan produk yang berfokus pada kalangan yang telah memiliki rumah (S1,S3,S5,T1,T2,T4) 2. Meningkatkan kesejahteraan karyawan (S1,S2,T3)	WT 1. Merekrut SDM yang berkompeten dalam bidang sistem informasi (W2,T5) 2. Memanfaatkan platform properti (W2,W3,T5) 3. Mengembangkan produk yang berfokus pada kalangan yang telah memiliki rumah (W4,T1,T4) 4. Mengambil keuntungan dalam bidang <i>furniture</i> (W4,T1,T2,T4)

Hasil dari strategi-strategi diatas dihasilkan oleh informasi yang telah diperoleh, dengan mencocokkan faktor internal dengan eksternal dalam mengembangkan strategi-strategi yang layak untuk digunakan Youngsterpro.

Tabel 1.4 Hasil Quantitative Strategic Planning Matrix

Key Factor		Diversification Strategy		Product Development Strategy	
	Weight	Attractiveness score	Total attractiveness score	Attractiveness score	Total attractiveness score
S1	0.1	4	0.4	4	0.4
S2	0.11	4	0.44	2	0.22
S3	0.09	3	0.27	4	0.36
S4	0.1	4	0.4	3	0.3
S5	0.1	4	0.4	4	0.4
W1	0.1	1	0.1	2	0.2
W2	0.1	2	0.2	2	0.2
W3	0.11	3	0.33	3	0.33
W4	0.1	4	0.4	4	0.4
W5	0.09	2	0.18	2	0.18
TOTAL	1				0
O1	0.1	4	0.4	4	0.4
O2	0.1	4	0.4	2	0.2
O3	0.14	4	0.56	1	0.14
O4	0.1	1	0.1	2	0.2
O5	0.06	4	0.24	4	0.24
T1	0.1	4	0.4	4	0.4
T2	0.12	4	0.48	4	0.48
T3	0.08	2	0.16	2	0.16
T4	0.1	4	0.4	4	0.4
T5	0.1	2	0.2	2	0.2
TOTAL	1		6.46		5.81

Berdasarkan hasil analisis *QSPM matrix*, jumlah skor daya tarik untuk *diversification strategy* sebesar 6.46 sedangkan *product development strategy* sebesar 5.81. Oleh karena itu Youngsterpro direkomendasikan untuk lebih mengutamakan *diversification strategy* dalam menjalankan bisnisnya, sedangkan *product development strategy* dijadikan strategi alternatif untuk meningkatkan kinerja.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis, menunjukkan dalam rangka meningkatkan kinerja, Youngstrepro dapat mempertimbangkan strategi diversifikasi (*Diversification*) yang merupakan strategi terbaik untuk Youngsterpro dengan jumlah skor daya tarik sebesar 6.46. Selain itu startegi pengembangan produk juga bisa dipertimbangkan sebagai strategi alternative dengan jumlah skor alternatif sebesar 5.81.

Dari hasil simpulan menunjukkan seharusnya perusahaan lebih mengutamakan untuk menerapkan strategi diversifikasi dalam meningkatkan kinerja perusahaan dengan mengambil keuntungan dalam bidang *furniture* yang disebabkan adanya kebutuhan terhadap perlengkapan rumah. Maupun dengan mengembangkan produk yang berfokus pada kalangan yang telah memiliki rumah misalnya menawarkan paket konstruksi serta desain dengan harga yang terjangkau.

Daftar Pustaka

- David, F. R. (1995). *Strategic Management. Fifth Edition*. United States: Prentice-Hall International, Inc.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases. Sixteenth Edition*. United State: Pearson.
- Dwiputra, N., Baga, L. M., & Safari, A. (2017). Strategy Formulation for Improving the Business Performance on Property Family Company: A Case Study of PT XYZ, Bogor City, Indonesia. *The International Journal of Business & Management*, 5(9), 179-190.
- Hodgetts, D. J., & Stolte, O. M. E. (2012). Case-based research in community and social psychology: Introduction to the special issue. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 22, 379–389.
- Kristianti, R. A. (2017). *Manajemen Strategik*. Jakarta: PT Pustaka Mandiri.
- Majama, N. S., & Magang, T. I. (2017). Strategic Planning in Small and Medium Enterprises (SMEs): A Case Study of Botswana SMEs. *Journal of Management and Strategy*, 8(1), 74-103.
- Makanga, R. O., & Paul, D. S. (2017). INFLUENCE OF STARTEGIC MANAGEMENT PRACTICES ON PERFORMANCE OF KENYA POWER AND LIGHTING COMPANY LTD, NAIROBI COUNTRY, KENYA. *The Strategic Journal of Business and Change Management*, 4(16), 289-306.
- Nag, R., Hambrick, D. C., & Chen, M. J. (2007). What Is Strategic Management, Really? Inductive Derivation of a Consensus Definition of the Field. *Strategic Management Journal*, 28(9), 935-955.