Analisis dan Perencanaan Strategis dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM: Studi pada Perusahaan Jasa Pengiriman di Jakarta

¹⁾Junias Robert Gultom, ²⁾Afrizal, ³⁾Dinda Ariandini

^{1,2,3)}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi

^{1,2,3)}Institut Bisnis dan Informatika (IBI) Kosgoro 1957

Email: ¹⁾junias.robert75@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan strategi bisnis yang paling cocok dan berdaya saing. Sebelum itu, penelitian ini mengidentifikasi dan menilai komponen lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang mempengaruhinya. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) digunakan untuk melakukan penelitian ini. Analisis ini adalah analisis yang digunakan untuk menilai peluang dan ancaman di lingkungan bisnis serta kekuatan dan kelemahan internal perusahaan. Metode pengambilan *sample purposive* digunakan untuk penelitian ini. Penelitian ini melibatkan dilakukan pada Perusahaan jasa Pengiriman di Jakarta dengan melibatkan semua karyawan J&T Cargo cabang Cilandak dan orang-orang yang pernah menjadi pelanggannya. Hasilnya menunjukkan bahwa J&T Cargo cabang Cilandak dapat menggunakan strategi pemasaran seperti meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan kualitas layanan, melakukan promosi yang efektif, tepat sasaran dan mengembangkan kualitas sumber daya manusia.

Kata Kunci: Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman

Abstract

The aim of this research is to find the most suitable and competitive business strategy. Before that, this research identifies and assesses the components of the company's internal and external environment that influence it. SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) was used to conduct this research. This analysis is an analysis used to assess opportunities and threats in the business environment as well as the company's internal strengths and weaknesses. The purposive sampling method was used for this research. This research involved all employees of J&T Cargo Cilandak branch and people who had been their customers. The results show that J&T Cargo Cilandak branch can use marketing strategies such as increasing market share, improving service quality, carrying out effective, targeted promotions and developing the quality of human resources.

Keywords: *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*

Pendahuluan

Analisis strategi sangat penting untuk keberhasilan bisnis dalam persaingan bisnis yang semakin kompleks dan berubah-ubah, untuk membuat strategi yang efektif, analisis seperti SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) sangat penting (Wamaer et al., 2022). Salah satu pemain utama dalam sektor logistik dan pengiriman adalah J&T Cargo dan akan menjadi fokus analisis strategi penelitian ini.

Sebagai bagian dari Perusahaan Jasa pengiriman di Jakarta J&T Express, J&T Cargo telah berkembang pesat dan mempengaruhi industri pengiriman dan logistik (Prasetya et al., 2023). Oleh karena itu perlu memahami strategi yang tepat sangat penting untuk mempertahankan dan meningkatkan posisinya di pasar (Kuncoro, 2010). Studi kasus ini pada J&T Cargo diharapkan dapat membantu mengembangkan strategi yang dapat membantu perusahaan berkembang dalam menghadapi dinamika persaingan yang berubah-ubah.

J&T Group, perusahaan logistik pertama di Asia Tenggara yang berfokus pada e-commerce, berbasis teknologi. Perusahaan ini mencakup berbagai industri seperti pergudangan, rantai pasokan, pengiriman ekspres, dan pengiriman kargo, serta pengiriman internasional dan antar kota. Pada Januari 2021, J&T Group memiliki hingga 350.000 karyawan, beroperasi di lebih dari 23.000 toko, memiliki 8.000 kendaraan milik sendiri, lebih dari 240 gudang sortir skala besar, dan 600 set alat sortir otomatis. Namun, persaingan harga yang semakin ketat telah menyebabkan adanya keluhan kepada J&T Cargo dalam beberapa waktu terakhir. Oleh karena itu, meninjau kembali dan merancang strategi yang lebih sesuai dengan kondisi dan kebutuhan nyata yang dihadapi sangat penting untuk menyelesaikan masalah bisnis dengan mempertimbangkan situasi internal-eksternal (Sembiring et al., 2023). Pengembangan strategi baru dapat dilakukan dengan memperhatikan kondisi internal dan eksternal, sehingga penentuan strategi alternatif yang paling relevan diperoleh untuk dipertimbangkan penerapannya pada perusahaan J&T Cargo Cilandak.

Penelitian ini bertujuan membantu Perusahaan jasa pengiriman dalam merancang strategi yang tepat dengan memahami kekuatan dari dalam serta tantangan dari luar, melalui pendekatan ini Perusahaan diharapkan dapat menemukan keunggulan kompetitifnya dan melangkah dengan arah yang jelas untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Tinjauan Pustaka

Manajemen Strategi

Fred R. David (David, 2016) mengungkapkan manajemen strategis merupakan kombinasi antara seni dan ilmu dalam merancang, melaksanakan, serta menilai keputusan-keputusan yang melibatkan berbagai fungsi organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sementara Stephen P. Robbins dan Mary Coulter dalam buku Manajemen (Robbins, 2006) mengemukakan bahwa seorang manajer memiliki tugas utama mengembangkan strategi organisasi melalui tahapan perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian untuk itu diperlukan manajemen strategis. Berdasarkan kedua pandangan tersebut, manajemen strategis secara umum dapat diartikan sebagai proses perusahaan dalam mengelola sumber dayanya untuk mencapai target dan tujuan organisasi.

Penelitian terkait perumusan strategi Perusahaan menggunakan metode SWOT dan analisis QSPM pada perusahaan jasa pengiriman yakni PT. Pos Indonesia di kota Makassar pada penelitian tersebut (Clarisa et al., 2023) mengungkapkan rumusan strategi Perusahaan yang diimplementasikan dapat meningkatkan daya saing dan mampu menempatkan perusahaan bertahan di tengah persaingan industri jasa pengiriman saat ini. Hasil serupa juga dapat dilihat pada penelitian (Setiawati et al., 2020) berdasarkan formulasi strategi dan pendekatan QSPM memutuskan strategi pengembangan Produk sangat relevan pada industri jasa pengiriman saat ini khususnya Cargo Citylink. Intinya strategi dan pengelolaan menjadi faktor kunci bagi kelangsungan dan perkembangan perusahaan, terutama di tengah perubahan lingkungan bisnis yang semakin dinamis.

Matriks SWOT

Dalam dunia yang terus berubah, setiap organisasi perlu tahu di mana posisi organisasi saat ini dan akan ke mana arah organisasi. Di sinilah analisis SWOT berperan. SWOT adalah singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Dengan memahami keempat hal ini, kita bisa menyusun rencana yang lebih bijak untuk bertumbuh dan beradaptasi.

Setiap bagian dari SWOT dapat diuraikan dalam penjelasan berikut:

- Kekuatan (*Strengths*) hal ini berkaitan dengan hal apa yang kita lakukan dengan baik dan menjadi kelebihan yang membedakan kita dari yang lain, sehingga dapat dikatakan sesuatu yang bisa kita banggakan.
- Kelemahan (*Weaknesses*) mengetahui secara jujur dengan melihat sisi-sisi yang perlu diperbaiki, yang menjadi kekurangan hal ini diperlukan sebagai dasar perbaikan untuk tumbuh lebih kuat.
- Peluang (*Opportunities*) merupakan kesempatan baru yang terbuka, peluang bisa diperoleh dari kekuatan yang kita miliki atau kesempatan yang muncul dari perubahan di sekitar kita.
- Ancaman (*Threats*) hal ini merupakan sesuatu yang mengancam keberlangsungan bisnis mengingatkan bahwa dunia di luar tidak selalu bisa kita kendalikan. Ada risiko yang harus kita sadari, supaya kita siap menghadapi tantangan tanpa kehilangan arah.

Untuk membantu memahami hubungan antara semua ini, sebuah tools yang dapat digunakan yang disebut Matriks SWOT. Matriks ini seperti peta jalan: membantu para manajer mencocokkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman agar strategi yang dibangun lebih kokoh. Menurut David Fred dan David Forest (2017), matriks SWOT adalah alat yang sangat berguna untuk membaca posisi bisnis saat ini, sekaligus merancang langkah cerdas ke depan.

Pada akhirnya, mengenal kekuatan, mengakui kelemahan, memanfaatkan peluang, dan mewaspadaikan ancaman merupakan hal penting tidak hanya untuk bertahan, tapi juga untuk berkembang dan mampu bersaing di tengah perubahan dunia. Dikemukakan (David Fred & David Forest, 2017) matriks SWOT merupakan alat yang sangat berguna untuk membaca posisi bisnis saat ini, sekaligus merancang langkah cerdas ke depan.

	<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
Threats	<p>ST</p> <p>Memanfaatkan potensi untuk menghadapi ancaman</p>	<p>WT</p> <p>Meminimalkan kelemahan untuk menghadapi ancaman</p>
Opportunities	<p>SO</p> <p>Memanfaatkan potensi untuk meraih peluang</p>	<p>WO</p> <p>Mengatasi kelemahan untuk meraih peluang</p>

Gambar 1. Matrix SWOT

(Sumber: Fred R David, 2017)

Matriks IFAS-EFAS

Dalam mengelola bisnis, Sangatlah penting kemampuan memahami hal yang mempengaruhi perusahaan baik dari dalam maupun dari luar. **Matriks IFAS** (Internal Factor Assessment Strategy) dan **Matriks EFAS** (External Factor Assessment Strategy) sangat berperan Keduanya membantu kita melihat faktor-faktor yang bisa memperkuat atau justru menghambat perjalanan bisnis.

Agar semua faktor ini bisa diukur dengan lebih objektif, setiap elemen diberi bobot, mulai dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting), dengan total bobot maksimal 1,0. Selain itu, masing-masing faktor juga diberi rating dari 1 sampai 4. Untuk faktor positif seperti kekuatan dan peluang, semakin besar pengaruhnya, semakin tinggi pula ratingnya (mendekati 4). Sebaliknya, untuk faktor negatif seperti kelemahan dan ancaman, semakin besar dampaknya, ratingnya justru lebih rendah.

Dengan pendekatan ini, kita tidak hanya menilai bisnis berdasarkan perasaan atau intuisi saja, tetapi dengan pemahaman yang lebih terukur. Karena di dunia bisnis yang penuh ketidakpastian, mengenali potensi dan tantangan sejak awal adalah kunci untuk melangkah lebih pasti menuju masa depan.

Matriks IE (Internal-Eksternal)

Matriks ini membantu perusahaan dalam melihat posisi strategis melalui kombinasi skor IFAS di sumbu X dan EFAS di sumbu Y (Desirino, 2021). Hasilnya, perusahaan dipetakan ke dalam salah satu dari sembilan sel, masing-masing dengan arah strategi yang berbeda (Prastiti et al., 2019) : rekomendasi strategi perusahaan tumbuh dan membangun, dengan penetrasi pasar, melakukan pengembangan produk, atau integrasi dapat dilihat pada bagian sel 1, 2 dan 4. b. sedangkan Sel 3, 4, dan 7 menyarankan perusahaan untuk mempertahankan dan memelihara, dengan fokus pada penguatan pasar dan produk. Sementara itu Sel 4, 5, dan 7 menggambarkan kondisi perusahaan melakukan *hold* dan *maintain* atau pertahankan dan pelihara. Strategi yang biasa digunakan adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. c. sedangkan strategi panen atau divestasi, seperti divestasi aset, diversifikasi, hingga likuidasi dilakukan perusahaan jika posisi di matrix pada Sel 6,8 dan 9. Posisi ini menjadi dasar dalam memilih strategi terbaik, yang kemudian

dikembangkan lebih lanjut melalui kombinasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam analisis SWOT.

Matriks SPACE

Menurut Larisang dan Kamil (Larisang & Kamil, 2021). *Strategic Position and Action Evaluation (SPACE)* adalah sebuah matriks yang membantu menentukan posisi strategis terbaik bagi perusahaan. Matriks ini membagi pilihan strategi ke dalam empat kuadran, yaitu strategi agresif, konservatif, defensif, dan kompetitif, tergantung pada kondisi yang dihadapi perusahaan.

Matriks SPACE mengandalkan dua sumbu utama yang mencerminkan faktor internal dan eksternal perusahaan. Dari sisi internal, yang dinilai adalah kekuatan finansial (*financial strength* atau FS) dan keunggulan kompetitif (*competitive advantage* atau CA). Sementara dari sisi eksternal, yang diperhatikan adalah stabilitas lingkungan (*environmental stability* atau ES) dan kekuatan industri (*industry strength* atau IS).

Dengan memahami empat faktor ini, perusahaan dapat membaca dengan lebih jernih di mana mereka berdiri dan memilih langkah strategis yang paling masuk akal untuk tumbuh, bertahan, atau bersaing di tengah dinamika pasar.

Matriks QSPM

adalah sebuah alat analisis yang membantu perusahaan mengevaluasi berbagai pilihan strategis secara objektif dalam proses perumusan strategi. Alat ini didasarkan pada identifikasi faktor internal dan eksternal yang telah dilakukan sebelumnya (David Fred & David Forest, 2017). Melalui QSPM, perusahaan bisa menentukan strategi yang paling tepat di antara berbagai alternatif yang tersedia, dengan mempertimbangkan faktor-faktor kunci keberhasilan baik dari dalam maupun luar organisasi.

QSPM dapat diterapkan secara bertahap ataupun dilakukan sekaligus. Pengembangan QSPM juga membantu memastikan bahwa semua faktor penting diperhitungkan dengan adil, sehingga mengurangi risiko adanya aspek penting yang terlewat atau diberi bobot berlebihan. (Gultom et al., 2024).

Metode, Data dan Analisis

Penelitian ini diklasifikasikan sebagai penelitian deskriptif kualitatif dengan studi pada perusahaan jasa pengiriman di Jakarta J&T Cargo, yang berlokasi di Cilandak, adalah subjek penelitian ini. Objek ini dipilih karena terdapat keluhan akan biaya pengiriman yang tinggi dan persaingan harga yang semakin ketat. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui interaksi langsung dengan pihak manajemen dan pelanggan melalui observasi dan wawancara, yang memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap situasi nyata di lapangan. Pada penelitian ini juga dilakukan analisis dengan menggunakan data sekunder dari berbagai literatur, buku maupun jurnal sebagai bahan kajian hal ini bertujuan untuk merumuskan strategi yang relevan digunakan pendekatan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman atau dikenal dengan SWOT serta analisis Rencana Strategis *Quantitative Strategic Planning Matrix* atau QSPM, dengan melalui pemanfaatan matriks IFE dan EFE, matriks SWOT, serta matriks QSPM.

Hasil dan Pembahasan

1. Analisis Faktor Variabel

Menurut penelitian lingkungan internal yang dilakukan pada J&T Cargo Cilandak Adapun faktor-faktor berikut merupakan komponen strategi internal yang dilihat berdasarkan kekuatan dan kelemahan.

a. Kekuatan (*Strength*)

- 1) Jaringan Pengiriman yang Luas
- 2) Teknologi yang Canggih
- 3) Kecepatan Pengiriman
- 4) Paket Terlindungi
- 5) Reputasi yang Baik

b. Kelemahan (*Weakness*)

- 1) Tingkat Keluhan masih cukup banyak
- 2) Ketergantungan pada Teknologi
- 3) Biaya Pengiriman Yang Tinggi
- 4) Keterbatasan Kapasitas

Hasil penelitian lingkungan eksternal yang dilakukan pada J&T Cargo Cilandak menunjukkan bahwa faktor-faktor strategi eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman adalah sebagai berikut:

a. Peluang (*opportunity*)

- 1) Pertumbuhan E-Commerce yang pesat
- 2) Perubahan Kebiasaan Pelanggan
- 3) Kolaborasi dengan Perusahaan E-Commerce
- 4) Pertumbuhan Ekonomi Indonesia yang Stabil

b. Ancaman (*threats*)

- 1) Peningkatan Biaya Bahan Bakar
- 2) Teknologi yang dikembangkan Oleh Pesaing
- 3) Gangguan Teknologi yang Dapat Terjadi
- 4) Persaingan Harga yang Ketats

2. Tahap Input

a. Analisis matriks Faktor Evaluasi Internal- IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Tabel 1. IFE

Faktor Evaluasi Internal				
No	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Rating	Bobot	Bobot x Rating
1	Jaringan Pengiriman yang Luas	3	0,11	0,33
2	Teknologi yang Canggih	4	0,13	0,52
3	Kecepatan Pengiriman	3	0,11	0,33
4	Paket Terlindungi	3	0,09	0,27
5	Reputasi yang Baik	4	0,15	0,60
Total (<i>Strength</i>)				2,05
No	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Rating	Bobot	Bobot x Rating
1	Tingkat Keluhan yang masih tinggi	3	0,10	0,30
2	Ketergantungan pada Teknologi	2	0,12	0,24
3	Biaya Pengiriman relatif tinggi	2	0,08	0,16
4	Keterbatasan Kapasitas	1	0,11	0,11
Total (<i>Weakness</i>)				0,81
Total			1,00	2,86

Berdasarkan analisis pada matriks IFE yang tercantum dalam tabel, dapat diketahui bahwa total nilai IFE mencerminkan kondisi internal organisasi secara menyeluruh 2,86 pada faktor internal J&T Cargo Cabang Cilandak, Faktor kekuatan dengan nilai tertinggi 0,60 yaitu reputasi yang baik. Sedangkan faktor kelemahan nilai terendah yaitu keterbatasan kapasitas dengan nilai 0,11.

b. Analisis matrik EFE (Eksternal Factor Evaluation)

Tabel 2. EFE

Faktor Evaluasi Eksternal				
No	Peluang (<i>opportunity</i>)	Rating	Bobot	Bobot x Rating
1	Pertumbuhan E-Commerce yang pesat	4	0,13	0,52
2	Perubahan Kebiasaan Pelanggan	6	0,15	0,90
3	Kolaborasi dengan Perusahaan E-Commerce	3	0,12	0,36
4	Pertumbuhan Ekonomi Indonesia yang Stabil	1	0,07	0,07
Total (<i>opportunity</i>)				1,85
No	Ancaman (<i>threats</i>)	Rating	Bobot	Bobot x Rating
1	Peningkatan Biaya Bahan Bakar	5	0,14	0,70
2	Teknologi yang dikembangkan Oleh Pesaing	2	0,12	0,24
3	Gangguan Teknologi yang Dapat Terjadi	2	0,13	0,26
4	Persaingan Harga yang Ketat	5	0,14	0,70
Total (<i>threats</i>)				1,9
Total			1,00	3,75

Nilai total faktor eksternal adalah 3,75 berdasarkan matriks EFE. Nilai tertinggi pada faktor peluang yakni perubahan kebiasaan pelanggan memiliki nilai 0,90. adapun nilai terendah dari faktor ancaman yaitu teknologi yang dikembangkan oleh pesaing memiliki nilai sebesar 0,24.

3. Tahap Analisis

a. Kuadran SWOT

Dengan mengolah nilai matriks IFE yang sebesar 2,86 dan matriks EFE yang sebesar 3,75, kita dapat membentuk acuan dalam matriks kuadran SWOT untuk lebih memahami posisi perusahaan tersebut.

	Kuat (3.0 - 4.0)	Sedang (2.0 - 2.9)	Lemah (1.0 - 1.9)
Kuat (3.0 - 4.0)	I	II (2.86 : 3,75)	III
Sedang (2.0 - 2.9)	IV	V	VI
Lemah (1.0 - 1.9)	VII	VIII	IX

Gambar 2. Matrik Internal Eksternal (IE)

Dari gambar tersebut, dapat dipahami bahwa J&T Cargo Cilandak berada di kuadran II yaitu 2,86 ; 3,75. Untuk mencapai pertumbuhan yang lebih besar, J&T Cargo Cilandak disarankan untuk menerapkan strategi diversifikasi yang mencakup penetrasi pasar, pengembangan produk, dan pengembangan pasar.

b. Matriks SWOT

<p style="text-align: center;">STRATEGI SO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Segmen Pasar diperluas untuk mengurangi potensi persaingan • J&T memiliki kesempatan untuk bekerja sama dengan perusahaan e-commerce untuk meningkatkan konektivitas. • J&T dapat meningkatkan pengalaman pelanggan 	<p style="text-align: center;">STRATEGI WO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dapat melakukan perkembangan produk baru • Memberikan arahan pada karyawan agar mengutamakan kepuasan pelanggan • Meningkatkan kegiatan Distribusi
<p style="text-align: center;">STRATEGI ST</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penetapan Harga sesuai dengan Penetrasi Pasar • Melakukan Integrasi Saluran Promosi • Lakukan Promosi Penjualan 	<p style="text-align: center;">STRATEGI WT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Layanan berbeda dengan memberikan pengalaman saat transaksi pemasaran berlangsung • Penambahan karyawan • Mempertahankan kualitas sangatlah Penting

4. Tahap Pengambilan Keputusan

a. Matriks Strategi Kuantitatif untuk Perencanaan (QSPM)

Tabel 3. Matriks QSPM

No	Faktor-Faktor Utama	Bobot	Alternatif Strategi					
			Penetrasi Pasar		Pengembangan Produk		Pengembang Pasar	
			AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Strength (Kekuatan)								
1	Jaringan Pengiriman yang Luas	0.11	3	0,33	2	0,22	4	0,44
2	Teknologi yang Canggih	0.13	4	0,52	3	0,39	3	0,39
3	Kecepatan Pengiriman	0.11	3	0,33	4	0,44	2	0,22
4	Paket Terlindungi	0.09	3	0,27	4	0,36	3	0,27
5	Reputasi yang Baik	0.15	4	0,60	3	0,45	3	0,45
Weakness (Kelemahan)								
1	Tingkat Keluhan yang tinggi	0.10	3	0,30	2	0,20	3	0,30
2	Ketergantungan pada teknologi	0.12	2	0,24	3	0,36	2	0,24
3	Biaya pengiriman yang tinggi	0.08	2	0,16	3	0,24	3	0,24
4	Keterbatasan Kapasitas	0.11	1	0,11	4	0,44	3	0,33
Opportunities (Peluang)								
1	Pertumbuhan e-commerce yang pesat	0.13	4	0,52	2	0,26	3	0,39
2	Perubahan Kebiasaan Pelanggan	0.15	6	0,90	2	0,30	2	0,30
3	Kolaborasi dengan perusahaan e-commerce	0.12	3	0,36	2	0,36	4	0,48
4	Pertumbuhan Ekonomi Indonesia yang Stabil	0.07	1	0,07	2	0,14	2	0,14
Threats (Ancaman)								
1	Peningkatan Biaya Bahan Bakar	0.14	5	0,70	1	0,14	3	0,42
2	Teknologi yang dikembangkan oleh Pesaing	0.12	2	0,24	4	0,48	4	0,48
3	Gangguan Teknologi yang akan terjadi	0.13	2	0,26	3	0,39	3	0,39
4	Persaingan harga yang Ketat	0.14	5	0,70	3	0,42	2	0,28
Total			6,61		5,59		5,76	

1. *Internal Faktor Evaluasi* (IFE) pada matriks IFE Total untuk bagian IFE pada matriks IFE adalah 2,86 berdasarkan hasil perhitungan matriks IFE menunjukkan faktor kekuatan dengan skor tertinggi yaitu Reputasi yang Baik dengan bobot terbesar yakni 1,5 dan skor TAS 0,6 pada strategi penetrasi pasar menghasilkan strategi meningkatkan kualitas dan layanan yang baik dan memberikan kenyamanan terhadap pelanggan. Dan teknologi yang canggih dengan bobot 1,3 dan skor tertinggi 0,52 menghasilkan strategi respons cepat terhadap perubahan. Namun faktor kelemahan dengan skor terendah adalah biaya pengiriman yang tinggi dengan skor TAS 0,24 menghasilkan strategi yang meningkatkan promosi diskon mingguan, hari besar dan tanggal kembar. Tingkat keluhan yang tinggi dengan skor TAS 0,30 menghasilkan strategi dengan meningkatkan komunikasi dengan memberi tahu orang bahwa J&T Cargo berbeda dari J&T Express dan menawarkan produk atau layanan yang lebih baik.
2. *External Faktor Evaluasi* (EFE) Nilai total Eksternal faktor pada Matrix EFE menurut hasil perhitungan adalah sebesar 3,75. EFE faktor menunjukkan faktor peluang tertinggi yaitu Perubahan Kebiasaan Pelanggan dengan bobot 1,5 dan TAS skor 0.90 dengan hasil strategi menyesuaikan kebiasaan masyarakat serba digital dan kolaborasi dengan perusahaan *E-commerce* dengan bobot 0.12 dan skor TAS 0,48 dengan hasil strategi membuka kerja sama dengan *e-commerce* seperti Shopee, Lazada, Tiktok shop dan yang terbaru kerja sama dengan Tokopedia. skor nilai terendah pada ancaman yakni Gangguan Teknologi yang akan terjadi memiliki skor TAS 1.04 dengan hasil strategi menetapkan prosedur pemulihan data yang efektif untuk mengembalikan sistem ke keadaan normal setelah gangguan dan Teknologi yang dikembangkan oleh kompetitor memiliki nilai skor TAS 0,24 dengan hasil strategi melakukan inovasi untuk mengejar ketertinggalan dibidang teknologi.
3. Berdasarkan hasil Analisis QSPM dengan 3 alternatif strategi, maka strategi yang memiliki nilai paling tinggi adalah penetrasi pasar dengan total Nilai 6.61 artinya perlu dilakukan pemasaran masif serta kerja sama dengan perusahaan untuk meningkatkan pertumbuhan bisnis.

Kesimpulan

Menurut penelitian, faktor internal yang menjadi kekuatan adalah reputasi yang baik, faktor internal yang menjadi kelemahan adalah Keterbatasan kapasitas dan faktor eksternal yang menjadi ancaman adalah Persaingan harga yang ketat, faktor eksternal yang menjadi peluang adalah Perubahan kebiasaan pelanggan. J&T Cargo Cabang Cilandak berada pada kuadran dua, perusahaan disarankan untuk melakukan strategi diversifikasi dengan penetrasi pasar, pengembangan produk dan pengembangan pasar agar mencapai pertumbuhan bisnis.

Berdasarkan analisis QSPM ada beberapa strategi yang diprioritaskan oleh J&T Cargo cabang Cilandak. Strategi-strategi ini dimulai dengan nilai skor yang paling tinggi, yang berarti bahwa Segmen Pasar diperluas untuk mengurangi potensi persaingan, Bekerja sama dengan perusahaan E-Commerce memungkinkan J&T meningkatkan kerja sama dan mutu layanan, mempertahankan kualitas dan jangkauan.

Referensi

- Clarisa, D., Maldun, S., & Juharni, J. (2023). Strategi Pelayanan Jasa Pengiriman PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Makassar. *Publician: Journal of Public Service, Public Policy, and Administration*, 2(2), 75–84. <https://doi.org/10.56326/jp.v2i2.2388>
- David, F. R. (2016). *Manajemen Strategis* (E. 15 ID (ed.); 15th ed.). Salema Empat.
- David Fred, & David Forest. (2017). Strategic Management. Concepts and Case by Forest David. In *Pearson Education Limited* .
- Desirino, C. (2021). *Strategi Pemasaran Perusahaan Jasa Pengiriman Dengan Metode SWOT dan QSPM Abstrak*. 3, 156–163.
- Gultom, J. R., Sidiq, A. Z., Azzahra, Z. Q., Nadirra, N., & Rahayu, W. A. (2024). Analisis Strategi dengan Metode SWOT, QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix), dan SPACE (Strategic Position and Action Evaluation) pada PT. Kimia Farma, Tbk. *Mediastima*, 30(1), 13–27. <https://ejournal-ibik57.ac.id/index.php/mediastima/article/view/1211/474>
- Kuncoro, E. A. (2010). PT Samudera Nusantara Logistindo Engkos Achmad Kuncoro. *Binus Business Review*, 1(9), 169–184.
- Larisang, L., & Kamil, I. (2021). Analisa Stategi Pengembangan Usaha Perusahaan Exspedisi Pada Pt. Uwais Global Logistik Menggunakan Metode Swot Dan Qspm. *PROFISIENSI: Jurnal Program Studi Teknik Industri*, 9(1), 90–103. <https://doi.org/10.33373/profis.v9i1.3314>
- Prasetya, S. G., Maria, M., & Maria, M. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Jasa Layanan Logistik J&T Express Dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(1), 129–136. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i1.1565>
- Prastiti, E. D., Mariam, I., & Siambaton, E. (2019). Analisis Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Dalam Strategi Pengembangan Bisnis Pada Pt Esa Jaya Global. *Epigram*, 15(2). <https://doi.org/10.32722/epi.v15i2.1241>
- Robbins, S. P. (2006). *Perilaku Organisasi*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Sembiring, H. A. Z., Perangin Angin, D. P. P. A., & Tanjung, A. A. (2023). Minimasi Biaya Pengiriman Perusahaan Jasa J&T Menggunakan Metode Transportasi. *Competitive*, 17(2), 77–78. <https://doi.org/10.36618/competitive.v17i2.2580>
- Setiawati, R., Fachrial, P., & Widia, R. (2020). Formulasi Strategi Peningkatan Penjualan Cargo Service Center PT Citilink Indonesia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 11(1), 35. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v11i1.2925>
- Wamaer, I. S., Tumbel, A., & Soepeno, D. (2022). Penerapan Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Pt . Ivana Papua Cargo Express. *Jurnal EMBA*, 10(1), 800–808.