

# PENERAPAN STRATEGI PENINGKATAN HASIL PENJUALAN DI GUDANG JAYA PLAZA TELUR DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN AHP

## IMPLEMENTATION OF THE STRATEGY FOR INCREASING SALES RESULTS IN GUDANG JAYA PLAZA TELUR USING SWOT AND AHP METHODS

Muhamad Kemal Suhud<sup>1</sup>, Indra Gumelar<sup>2</sup> & Afif<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Program Studi Teknik Industri, Sekolah Tinggi Teknologi Wastukencana, Purwakarta

<sup>1</sup> [kemalsuhud99@gmail.com](mailto:kemalsuhud99@gmail.com), <sup>2</sup> [indragumelar@wastukencana.ac.id](mailto:indragumelar@wastukencana.ac.id) &

<sup>3</sup> [afif@wastukencana.ac.id](mailto:afif@wastukencana.ac.id)

Corresponding author: [kemalsuhud99@gmail.com](mailto:kemalsuhud99@gmail.com)

**Abstrak.** Gudang Jaya Plaza Telur salah satu distributor telur ayam negeri untuk wilayah Kabupaten Purwakarta. Gudang Jaya Plaza Telur adalah Agen distributor telur ayam negri yang didirikan pada bulan Agustus 2021. Karena mengalami ketidakstabilan akibat kelemahan yang dialami Gudang Jaya Plaza Telur. Untuk idenfikasi dan merumuskan strategi pemasaran tersebut saya memilih menggunakan metode Analisa, yaitu SWOT dan AHP Pengertian SWOT adalah singkatan dari strengths (kekuatan), weaknesses (kelemahan), opportunities (peluang), dan threats (ancaman). untuk mengetahui keadaan organisasi secara lebih komprehensi Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan . Metode *Analitycal Hirerarrchy Process* adalah sebuah kerangka untuk mengambil keputusan dengan efektif atas persoalan yang kompleks dengan menyederhanakan dan mempercepat proses pengambilan keputusan memaksimalkan promosi dengan teknologi dan mendatangi konsumen yang tidak mengerti teknologi” nilai bobot 0.268, menjadi pasok telur unggulan di Kabupaten Purwakarta nilai bobot 0.168, meningkatkan pilihan stok telur untuk memenuhi permintaan nilai bobot 0.241, mempertahankan hubungan yang baik dengan konsumen lama dan mempererat hubungan dengan konsumen baru nilai bobot 0.199 , menambah cabang di kecamatan wilayah kabupaten purwakarta agar konsumen jauh, telur cepat diantarkan nilai bobot 0.345. Berdasarkan hasil penelitian meningkatkan efektifitas strategi Gudang Jaya Plaza Telur dengan sub kritearia meningkatkan kepuasan lebih besar dengan nilai 0.847 dari pada nilai meningkatkan pelayanan dengan nilai 0.153. kemudian melihat nilai *Consistency Indeks* (CI) 0.2 dan nilai *Indeks Ratio* (RI) sesuai yang sudah ditetapkan adalah 1.12.

Kata kunci: Penerapan Strategi, Metode SWOT, Metode AHP

**Abstract.** Gudang Jaya Plaza Telur, is one of the distributors of domestic chicken eggs for the Purwakarta Regency. Gudang Jaya Plaza Telur is a domestic chicken egg distributor agent that was established in August 2021. Due to instability due to weaknesses experienced by Gudang Jaya Plaza Telur. to identify and formulate the marketing strategy, I chose to use the analysis method, namely SWOT and AHP. Understanding SWOT stands for strengths (strengths), weaknesses (weaknesses), opportunities (opportunities), and threats (threats). to know the state of the organization more comprehensively SWOT analysis is the identification of various factors systematically to formulate a company strategy. The Analytical Hierarchy Process method is a framework for making effective decisions on complex issues by simplifying and accelerating the decision-making process, maximizing promotions with technology, and coming to consumers who do not understand technology”, the weight value is 0.268, being the leading egg supply in Purwakarta Regency, the weight value is 0.168, increasing the choice of egg stock to meet the demand for the weight value of 0.241, maintaining good relations with old consumers and strengthening relationships with new consumers, the weight value of 0.199, adding branches in the sub-district of the Purwakarta district so that consumers are far away, eggs are delivered quickly, the weight value is 0.345 Based on the results of the study, increasing the effectiveness of the Gudang Jaya Plaza Telur strategy with the sub-criteria of increasing satisfaction with a value of 0.847 then the value of increasing service with a value of 0.153. then look at the value of the Consistency Index (CI) of 0.2 and the value of the Index Ratio (RI) according to what has been set is 1.12.

Keywords : Strategy Implementation, SWOT Method, AHP Method

## 1 Pendahuluan

Dalam ekonomi, persaingan atau kompetisi adalah bersaingnya para penjual yang sama-sama berusaha mendapatkan keuntungannya pangsa pasar, dan jumlah penjualan. Para penjual biasanya mengungguli persaingan dengan membedakan harga, produk, distribusi dan promosi.(Engel, 2014:50). Persaingan adalah mekanisme efektif dan efisien yang tujuannya menemukan peluang atas masalah-masalah baru untuk menghadapi tantangan-tantangan baru yang ada.

Perusahaan atau toko harus mampu memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Seiring berjalannya pertumbuhan ekonomi serta pertumbuhan teknologi dan arus informasi yang semakin cepat dan mudah didapat. Sebuah perusahaan dan toko harus memaksimalkan mungkin untuk mencari laba keuntungan. Hal ini menjadi faktor pendorong bagi perusahaan untuk terus berinovasi dan berimprovisasi dalam memasarkan produknya sehingga mampu mempertahankan konsumennya dari kompetitor.

Purwakarta merupakan kota industri dengan UMK yang cukup tinggi menjadi potensi berkembangnya kegiatan ekonomi, khususnya sektor informal. Ada beberapa kompetitor lokal yang mulai bermunculan, dan bahkan terus bermunculan dan terus berkembang, seperti Da'i Telur, Wijaya Telur, Lentera Telur, Eden Farm,Dsb.

Analisa *SWOT* penting dilakukan bagi pelaku usaha bisnis untuk membantu menganalisa strategi bisnis yang akan dijalankan. Pelaku bisnis dapat menentukan *strength* atau kekuatan yang dimana menjadi strategi utama perusahaan atau toko untuk menjalankan kegiatan bisnisnya, *weakness* atau kelemahan yang perlu diwaspadai untuk mengantisipasi agar strategi utama perusahaan atau toko tidak mudah terbaca oleh para kompetitor, dari setiap kegiatan perusahaan atau toko mempunyai kelemahan perusahaan yang harus diminimalisir oleh pelaku usaha. Pelaku usaha juga diharapkan dapat membaca *Opportunities* atau peluang dalam usahanya agar dapat mengembangkan bisnis lebih besar lagi. Ancaman atau *Threats* bagi pelaku usaha halangan utama bagi para pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya.

Untuk mempertahankan bisnis dalam menghadapinya persaingan dari kompetitor yang membutuhkan strategi paling tepat. Gudang Plaza Jaya Telur dapat bertahan untuk waktu saat ini sampai waktu yang akan mendatang. Masalah lainnya adalah hasil penjualan yang bersifat fluktuatif, yang mana penjualan tidak menentu menyebabkan sulitnya dalam mempertahankan hasil penjualan agar tidak terjadinya penurunan yang signifikan.

Analisis *SWOT* sangat membantu perusahaan dalam menganalisa kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta menentukan peluang yang bisa diambil dan ancaman yang bisa diatasi. Jika perusahaan atau toko ingin tetap bertahan didalam menghadapi persaingan kompetitor, maka perusahaan harus mampu menganalisa semua peluang dan ancaman, agar volume penjualan juga meningkat.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah :

1. Faktor – faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk meningkatkan hasil penjualan Gudang Jaya Plaza Telur ?
2. Bagaimana strategi peningkatan penjualan di Gudang Jaya Plaza Telur menggunakan metode *SWOT* ?
3. Bagaimana hasil pengambilan keputusan dengan menggunakan metode *AHP* ?

### 1.3 Tujuan Masalah

Tujuan dari penelitian yang dilakukan ini yaitu untuk memperbaiki persediaan penyimpanan produk yang berada di Gudang Jaya Plaza Telur agar permasalahan yang terjadi dapat teratasi. Adapun tujuan lain dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang dalam meningkatkan hasil penjualan Gudang Jaya Plaza Telur.
2. Untuk mengetahui strategi yang tepat untuk meningkatkan hasil penjualan dengan metode *SWOT* di Gudang Jaya Plaza Telur.
3. Untuk mengetahui hasil pengambilan keputusan dengan menggunakan metode *AHP*.

## 2 Kajian Pustaka

### 2.1 Strategi

Menurut Tjiptono Fandy (2008) dalam Irawan Saputra (2021:67) bahwa Strategi berasal dari kata Yunani *strategia* (*stratus* = militer ; dan *ag*= memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi zaman dulu yang sering diwarnai perang, dimana jenderal membutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang. Strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk menciptakan tujuan tertentu. strategi militer didasarkan pada pemahaman akan kekuatan dan penempatan posisi lawan, karakteristik fisik medan perang, kekuatan dan karakter sumber daya yang tersedia, sikap orang menempati tutorial tertentu serta antisipasi terhadap setiap perubahan yang mungkin terjadi.

### 2.2 Pemasaran

Pemasaran merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk memaksimalkan strategi penjualan dan untuk memperoleh keuntungan demi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Menurut *American Marketing Association* dalam (Jeklin, 2016:10) "Pemasaran adalah fungsi dari organisasi dan serangkaian suatu proses penciptaan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai bagi para konsumen serta mengelola hubungan antara konsumen dengan perusahaan untuk memberikan manfaat bagi konsumen dan produsen.

### 2.3 Gudang

Gudang merupakan suatu fasilitas yang berfungsi sebagai lokasi penyaluran barang dari *supplier* (pemasok), sampai ke *end user* (pengguna). Dalam praktik operasional setiap perusahaan cenderung memiliki suatu ketidakpastian akan permintaan. Hal ini mendorong timbulnya kebijakan dari perusahaan untuk melakukan sistem persediaan (*inventory*) agar permintaan dapat diantisipasi dengan cermat. Dengan adanya kebijakan mengenai *inventory* ini mendorong perusahaan untuk menyediakan fasilitas gudang sebagai tempat untuk menyimpan barang *inventory*.

### 2.4 Analisis SWOT

Pengertian SWOT adalah singkatan dari *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman). Dimana SWOT ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi profit dan non profit dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensi Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2009) dalam (Setiyadi et al., 2011:69)

#### 2.4.1 Tabel EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)

Berikut ini adalah cara-cara penentuan Faktor Strategi Eksternal (EFAS) :

- Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
- Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
- Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya.
- Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing –masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

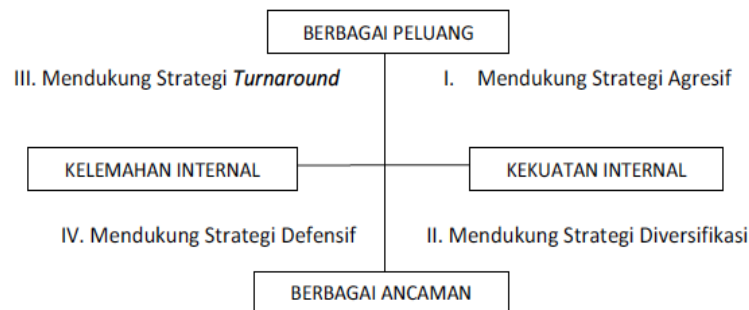
### 2.4.2 Tabel IFAS ( Internal Factor Analysis Summary)

Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *Strength* and *Weakness* perusahaan . Tahapnya adalah sebagai berikut :

- Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00)
- Hitung rating (dalam kolom ketiga) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif ( semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata rata industry atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif dan sebaliknya.
- Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*) .
- Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat diunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

### 2.4.3 Diagram Cartesius

Langkah selanjutnya adalah menelaah melalui diagram analisis SWOT dengan membuat titik potong antara sumbu X dan Sumbu Y, dimana nilai dari sumbu X didapat dari selisih antara total *strength* dan total *weakness*, sedangkan nilai sumbu Y didapat dari selisih antara total *Opportunities* dan total *threat*.



Gambar 1 Diagram Cartesius

Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan Question Mark pada BCG Matrix. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. Misalnya, Apple menggunakan strategi peninjauan kembali teknologi yang dipergunakan dengan cara menawarkan produk produk baru dalam industri microcomputer.

Kuadran 4: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal (Sri yati prawitasari, 2012:28).

#### 2.4.4 Matriks SWOT

Untuk membuat suatu rencana harus mengevaluasi faktor eksternal maupun faktor internal. Analisis faktor-faktor haruslah menghasilkan adanya kekuatan (strength) yang dimiliki oleh suatu organisasi, serta mengetahui kelemahan (weakness) yang terdapat pada organisasi itu. Sedangkan analisis terhadap faktor eksternal harus dapat mengetahui peluang (opportunity) yang terbuka bagi organisasi serta dapat mengetahui pula ancaman (treath) yang dialami oleh organisasi yang bersagkutan.(Sedarmayanti, 2014:86)

Tabel 1 Matriks SWOT

IFAS EFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESSES (W)
	Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal	Tentukan 5-10 kekuatan internal
OPPORTUNIES (O)	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang menggunakan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T)	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Pada tabel diatas menunjukkan matriks swot yang akan dijelaskan dibawah sebagai berikut :

1. Strategi SO  
Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya
2. Strategi ST  
Strategi ST adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO  
Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada
4. Strategi WT  
Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

#### 2.5 Analitcyal Hierarchy Process

Metode *Analitcyal Hirerarrchy Process* adalah sebuah kerangka untuk mengambil keputusan dengan efektif atas persoalan yang kompleks dengan menyederhanakan dan mempercepat proses pengambilan keputusan dengan memecahkan persoalan tersebut kedalam bagian- bagiannya, menata bagian atau variabel ini dalam suatu susunan hirarki, member nilai numerik pada pertimbangan subjektif tentang pentingnya tiap variabel dan mensintesis berbagai pertimbangan ini untuk menetapkan variabel yang mana yang memiliki prioritas paling tinggi dan bertindak untuk mempengaruhi hasil pada situasi tersebut.(Sedarmayanti, 2014:19).

### 2.5.1 Langkah-Langkah AHP

Adapun langkah-langkah dalam metode AHP. Mendefinisikan masalah dan menentukan solusi kedalam stuktur hirarki. Mendefinisikan masalah dan menentukan solusi yang diinginkan

1. Membuat struktur hirarki yang diawali dengan tujuan umum, dilanjutkan dengan kriteria-kriteria, sub kriteria dan alternatif-alternatif pilihan yang ingin di ranking

Tabel 2 Tingkat kepentingan

Nilai	Interprestasi
1	Kedua elemen sama penting
3	Satu elemen sedikit lebih penting dari elemen yang lainnya
5	Satu elemen lebih penting dari pada elemen lainnya
7	Satu sangat penting dari pada elemen lainnya
9	Satu elemen mutlak lebih penting dari elemen lainnya
2,4,6,8	Nilai diantara nilai pertimbangan-pertimbangan yang berdekatan

2. Menghitung konsistensi rasio (CR)

$$CR = \frac{CI}{RI} = \dots \dots \dots (2.6)$$

Dimana CR merupakan singkatan dari Consistency ratio, CI singkatan dari Consistency index Dan RI singkatan dari Random consistency index. Random index (RI) konsistensi hirarki berdasarkan ratio index. Jika nilai < 0,1 maka perhitungan bisa dinyatakan benar, namun jika > 0,1 maka perbaikan harus diperbaiki.

## 3 Metode

### 3.1 Lokasi dan waktu penelitian

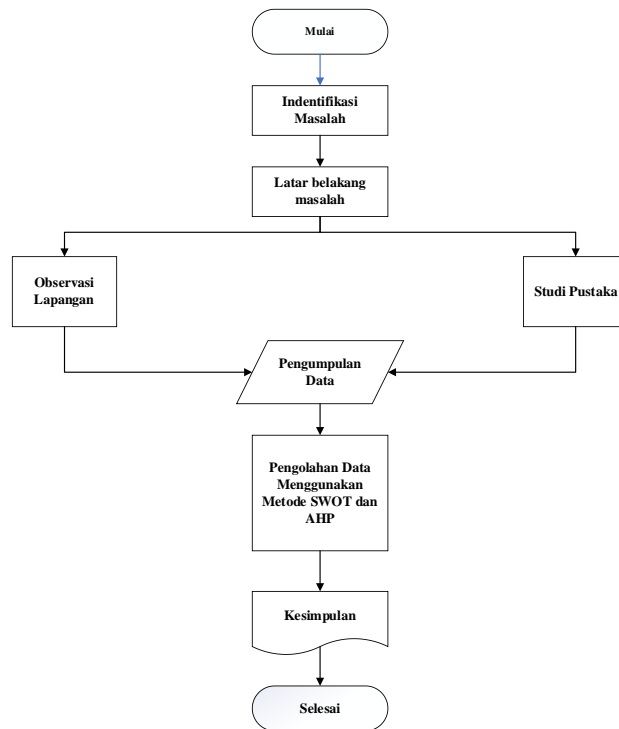
Penelitian ini berlokasi di Jl.Veteran, Gg.Flamboyan III, Desa Ciwareng, Kecamatan Babakan Cikao, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2021 saat melakukan kegiatan Kerja Praktek.

### 3.2 Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data ini adalah analisis kualitatif yang akan digunakan sebagai referensi untuk mengetahui faktor-faktor apa saja untuk pengambilan keputusan, langkah – langkah dalam pengolahan data sebagai berikut :

1. Survey dengan cara wawancara kepada narasumber yang berwenang di Gudang Jaya Plaza Telur menentukan strategi baru.
2. Pengisian kuesioner
3. Uji validitas
4. Uji realibilitas
5. Pembuatan Analisis dengan SWOT.
6. Pembuatan matriks IFAS dan matriks EFAS
7. Menganalisis Lingkungan IE
8. Perhitungan analisis AHP
9. Hasil dari SWOT dan AHP untuk pertimbangan dalam mengambil keputusan.

### 3.3 Diagram Alir



Gambar 2 Diagram Alir

## 4 Hasil dan Pembahasan

### 4.1 Indikator Internal

- a. Indikator Kekuatan ( *Strengths*)
  1. Harga selalu relatif rendah dari pesaing
  2. Telur yang fresh dan bersih
  3. Kualitas pelayanan kepada konsumen
  4. Tempat yang strategis
  5. Garansi
- b. Indikator kelemahan ( *Weakness*)
  1. Pelayanan kepada konsumen kurang maksimal
  2. Kurang promosi
  3. Pengantaran dengan sepeda motor
  4. Sistem akutansi yang manual
  5. Cuaca jika hujan

### 4.2 Indikator Eksternal

- a. Peluang ( *Opportunities*)
  1. Bertumbuhnya populasi masyarakat
  2. Promosi dengan sosial media
  3. Bertambahnya pilihan jenis telur
  4. Supplier
  5. Meningkatnya varian bahan baku makanan yang menggunakan telur
- b. Ancaman ( *Threats*)
  1. Bertambahnya pesaing baru
  2. Hancurnya telur saat pengantaran ke Gudang Jaya Plaza Telur
  3. Modus penipuan
  4. Sistem jatuh tempo
  5. Harga pasar nasional

## 4.3 Tabel IFAS

Tabel 3 IFAS

Uraian	Bobot	Rating	Skor
<b>a. Kekuatan</b>	<b>Bn</b>	<b>Rn</b>	<b>BnXRn</b>
1. Harga selalu relatif rendah dari pesaing	0.09	3	0.51
2. Telur yang fresh dan bersih	0.10	5	0.95
3. Kualitas pelayanan kepada konsumen	0.11	3	0.72
4. Tempat yang strategis	0.10	3	0.60
5. Garansi	0.11	5	1.05
<b>Jumlah</b>			3.83
<b>b. Kelemahan</b>	<b>Bn</b>	<b>Rn</b>	<b>BnXRn</b>
1. Pelayanan kepada konsumen yang kurang maksimal	0.10	3	0.60
2. Kurang Promosi	0.10	3	0.60
3. Pengantaran dengan sepeda motor	0.11	3	0.66
4. Sistem akutansi yang manual	0.10	3	0.60
5. Cuaca jika hujan	0.09	3	0.57
<b>Jumlah</b>			3.03
<b>Jumlah Skor Keseluruhan</b>	1		6.86

Contoh perhitungan bobot, rating dan skor pada faktor internal adalah :

1. Pertama dalam mencari nilai bobot yaitu dari 11 responded yang sudah diolah dengan mendapatkan nilai rata – rata kemudian dibagi dengan nilai total rata – rata.  

$$\frac{\text{Jumlah dalam indikator rata-rata}}{\text{Jumlah Total Keseluruhan}} = n$$
2. Kedua untuk mencari nilai rating dari 11 responded yang sudah diolah dengan mendapatkan nilai rata – rata dari setiap indikatornya .
3. Kemudian yang terakhir yaitu nilai skor yang hasilnya didapatkan dari setiap indikator nilai bobot x nilai rating yang kemudian dijumlahkan keseluruhanya di faktor internal.

## 4.4 Tabel EFAS

Tabel 4 EFAS

Uraian	Bobot	Rating	Skor
<b>a. Peluang</b>	<b>BN</b>	<b>Rn</b>	<b>BnXRn</b>
1. bertumbuhnya populasi masyarakat	0.08	4	0.68
2. Promosi dengan sosial media	0.10	3	0.60
3. Bertambahnya pilihan jenis telur	0.11	5	1.20
4. Supplier	0.09	3	0.57

5. Meningkatnya varian bahan baku makanan dengan menggunakan bahan telur	0.10	3	0.63
<b>Jumlah</b>			3.68
<b>b. Ancaman</b>	<b>Bn</b>	<b>Rn</b>	<b>BnXRn</b>
1. Bertambahnya pesaing baru	0.10	3	0.60
2. Hancur telur saat pengantaran ke Gudang Jaya Plaza Telur	0.11	3	0.63
3. Modus penipuan	0.11	3	0.63
4. Sistem Jatuh tempo	0.10	3	0.60
5. Harga pasar nasional	0.09	3	0.57
<b>Jumlah</b>			3.03
<b>Jumlah Skor Keseluruhan</b>	1		6.71

1. Pertama dalam mencari nilai bobot yaitu dari 11 responded yang sudah diolah dengan mendapatkan nilai rata – rata kemudian dibagi dengan nilai total rata – rata.  

$$\frac{\text{Jumlah dalam indikator rata-rata}}{\text{Jumlah Total Keseluruhan}} = n$$
2. Kedua untuk mencari nilai rating dari 11 responded yang sudah diolah dengan mendapatkan nilai rata – rata dari setiap indikatornya .
3. Kemudian yang terakhir yaitu nilai skor yang hasilnya didapatkan dari setiap indikator nilai bobot x nilai rating yang kemudian dijumlahkan keseluruhanya di faktor internal.

Maka total hasil skor matriks IFAS dan EFAS adalah sebagai berikut :

- Total skor kekuatan (*Strength*) = 3.83
- Total skor kelemahan (*Weakness*) = 3.03
- Total skor peluang (*Opportunities*) = 3.68
- Total skor ancaman (*Threats*) = 3.03

#### 4.5 Diagram Cartesius

Dari hasil perhitungan matriks IFAS dan EFAS terdapat nilai skor yang untuk perhitungan diagram *cartesius* yang dimana nilainya merumuskan titik koordinat agar mengetahui hasil skor bergerak ke arah yang ditentukan diagram *cartesius*. Berikut dibawah ini rumus diagram *cartesius*.

$$\bullet \frac{S-W}{2}; \frac{O-T}{2} \quad (1)$$

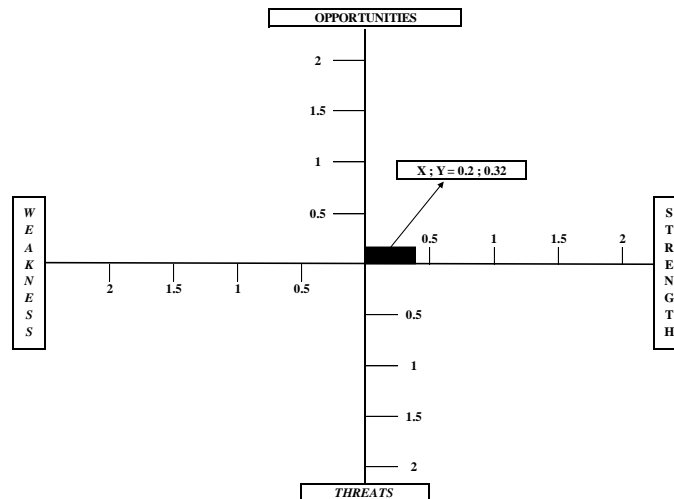
$$\bullet \frac{3,83-3,03}{2}; \frac{3,68-3,03}{2} \quad (2)$$

$$\bullet \frac{3,83-3,03}{2}; \frac{3,68-3,03}{2} \quad (3)$$

$$\bullet \frac{0,2}{2}; \frac{0,325}{2} \quad (4)$$

$$\bullet X ; Y = 0.2 ; 0.32 \quad (5)$$

Jadi titik koordinatnya pada diagram cartesius adalah (0.20 ; 0.32) berikut dibawah adalah diagram *cartesius*.



Gambar 3 Diagram Cartesius

Berdasarkan hasil diagram *cartesius* menunjukkan bahwa Gudang Jaya Plaza Telur berada di kuadran I yaitu (*Aggressive*), hal ini merupakan situasi yang menguntungkan bagi Gudang Jaya Plaza Telur dikarenakan peluang dan kekuatan dapat dimanfaatkan kedua posisi tersebut. Untuk menyusun faktor – faktor strategis maka digunakan matriks SWOT yang diagramnya menunjukkan hasil *aggressive* yang dapat kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*).

#### 4.6 Matriks SWOT

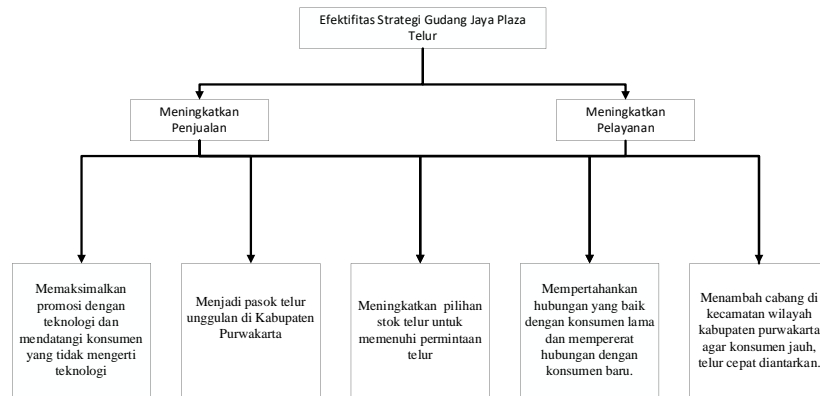
Matriks SWOT adalah alat yang digunakan rumus alternatif strategi Gudang Jaya Plaza Telur. Nilai – nilai dari faktor internal dan eksternal dapat digambarkan pada diagram analisis SWOT beserta rumus kombinasi alternatif – alternatif SWOT untuk menjalankan bisnis kedepannya.

##### Strategi S-O

1. Memaksimalkan promosi dengan teknologi dan mendatangi konsumen yang tidak mengerti teknologi
2. Menjadi pasok telur unggulan di Kabupaten Purwakarta
3. Meningkatkan pilihan stok telur untuk memenuhi permintaan telur
4. Mempertahankan hubungan yang baik dengan konsumen lama dan mempererat hubungan dengan konsumen baru.
5. Menambah cabang di kecamatan wilayah kabupaten purwakarta agar konsumen jauh, telur cepat diantarkan.

#### 4.7 Metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP)

Berdasarkan *Analytic Hierarchy Process* yang didapatkan dengan cara pengisian kuesioner ahp dengan menggunakan *software expert choice* dan harapan agar data yang diharapkan bisa lebih akurat dibandingkan dengan menyebarkan kuesioner dengan berdiskusi kepada karyawan dengan dengan metode *Focus Grup Disscuss*. Hal berikutnya setelah mendapatkan data yang di harapkan makan hasil yang didapatkan dengan model hirarki berkaitan pada AHP, pengisian kusioner *expert choice* ini diisi 5 responded. Berikut dibawah ini hirarki efeketifitas.



Gambar 4 Hirarki

Bisa dilihat pada gambar diatas terdapat kriteria – kriteria dan alternatif yang berasal dari SWOT dan akan diolah dengan menggunakan *software Expert choice*.

Dibawah ini adalah tabel hasil perhitungan *Expert Choice* Gudang Jaya Plaza Telur, menyusun dan menghitung nilai bobot dan dibawah ini tabel hasil perhitungan sebagai berikut :

Tabel 5 Hasil ExpertChoice Untuk Prioritas

No.	Uraian	Meningkatkan Penjualan	Meningkatkan Pelayanan	Prioritas
1	Bobot Prioritas	<b>0.847</b>	0.153	0.847
	<i>Consistency Indeks (CI)</i>	0.2		
	<i>Indeks Ratio (RI)</i>	1.12		
	<i>Consistency Ratio (CR)</i>	<b>0.2/1.12 = 0.17</b>		<b>0.17</b>
	Alternatif	Bobot	Bobot	Bobot
1	Memaksimalkan promosi dengan teknologi dan mendatangi konsumen yang tidak mengerti teknologi	<b>0.268</b>	0.222	<b>0.268</b>
2	Menjadi pasok telur unggulan di Kabupaten Purwakarta	0.73	<b>0.168</b>	<b>0.168</b>
3	Meningkatkan pilihan stok telur untuk memenuhi permintaan telur	0.114	<b>0.241</b>	<b>0.241</b>
4	Mempertahankan hubungan yang baik dengan konsumen lama dan mempercepat hubungan dengan konsumen baru.	<b>0.199</b>	0.135	<b>0.199</b>
5	Menambah cabang di kecamatan wilayah kabupaten purwakarta agar konsumen jauh, telur cepat diantarkan.	<b>0.345</b>	0.233	<b>0.345</b>

Bisa dilihat pada tabel diatas nilai peningkatan kriteria dalam meningkatkan efektifitas strategi Gudang Jaya Plaza Telur dengan sub kriteraria meningkatkan kepuasan lebih besar dengan nilai 0.847 dari pada nilai meningkatkan pelayanan dengan nilai 0.153. kemudian melihat nilai *Consistency Indeks (CI)* 0.2 dan nilai *Indeks Ratio (RI)* sesuai yang sudah ditetapkan adalah 1.12. berikut perhitungan nilai *Consistency Ratio (CR)*

$$\frac{\text{Consistency Indeks}}{\text{Indeks Ratio}} = \frac{0.2}{1.12} = 0.17 \text{ (6)}$$

Hasil tersebut menunjukan nilai dinyatakan sah karena nilai  $< 1.12$ . Agar bisa cepatnya mempertingkan cepatnya pengambilan keputusan pemilik bisa melakukan pilihan data alternatif yang sudah diuji oleh *expert choice* yang pertama seperti meningkatkan penjualan dengan “memaksimalkan promosi dengan teknologi dan mendatangi konsumen yang tidak mengerti teknologi” dengan nilai bobot 0.268 kemudian yang kedua meningkatkan pelayanan dengan cara “menjadi pasok telur unggulan di Kabupaten Purwakarta” dengan nilai bobot 0.168 kemudia yang ketiga meningkatkan pelayanan dengan cara “meningkatkan pilihan stok telur untuk memenuhi permintaan” dengan nilai bobot 0.241, kemudian yang keempat “mempertahankan hubungan yang baik dengan konsumen lama dan mempererat hubungan dengan konsumen baru” dengan nilai bobot 0.199 kemudian yang terakhir yaitu kelima adalah “menambah cabang di kecamatan wilayah kabupaten purwakarta agar konsumen jauh, telur cepat diantarkan” dengan nilai bobot 0.345.

## 5 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dengan mewawancarai kepada narasumber menanyakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Analisis dan pembahasan di bab sebelumnya, penelitian ini mengajukan beberapa kesimpulan :

1. Terdapat beberapa skor indikator – indikator yang berupa Streangth (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunitie (Peluang) dan Threats (Ancaman) di Gudang Jaya Plaza Telur sebagai berikut :\
  - a. Terdiri dari kekuatan (*Streagth*) : Dari segi nilai skor terendah adalah “harga relatif rebih dari pada pesaing” dengan nilai skor 0.51, “tempat yang strategis” dengan nilai skor 0.60, “kualitas pelayanan kepada konsumen” dengan nilai skor 0.72, “telur yang *fresh* dan bersih” dengan nilai skor 0.95 dan yang paling tertinggi yaitu “garansi” 1.05 dengan jumlah keseluruhan 3.83.
  - b. Terdiri dari kelemahan (*Weakness*) : dari segi nilai skor terendah adalah “cuaca jika hujan” dengan nilai skor 0.57, lalu nilai skor tertinggi yaitu “pengantaran dengan sepeda motor” dengan nilai skor 0.66 dan dengan nilai yang sama yaitu “pelayanan kepada konsumen yang kurang maksimal”, “kurang promosi” dan “sistem akutansi manual” dengan nilai skor 0.60 dengan jumlah keseluruhan 3.03
  - c. Jumlah keseluruhan tabel IFAS dan EFAS dengan nilai skor 6.86
  - d. Terdapat dari peluang (*Opportunitie*) : dari segi nilai yang terendah adalah “*supplier*” dengan nilai skor 0.57, lalu yang kedua yaitu “promosi dengan media sosial dengan nilai skor “ dengan nilai skor 0.60, lalu yang ketiga yaitu “meningkatnya varian bahan baku dengan menggunakan telur” yaitu dengan nilai skor 0.63, lalu yang keempat yaitu “bertumbuhnya popualasi masyarakat” dengan nilai skor 0.68 dan yang terakhir adalah “bertambahnya pilihan jenis telur” dengan nilai skor 1.20
  - e. Terdapat dari ancaman : dari segi nilai yang terendah adalah “harga pasar nasional” dengan nilai skor 0.57, yang kedua yaitu “sistem jatuh tempo dan bertambahnya pesaing baru” dengan nilai skor 0.60 dan yang tertinggi adalah “hancurnya telur saat pengantaran” dan “modus penipuan” dengan nilai yang sama yaitu 0.63.
  - f. Jumlah keseluruhan tabel EFAS adalah 3.03. Hal ini hampir menyelesaikan IFAS dan EFAS jika menjumlahkan yaitu dengan nilai skor 6.71.
2. Gudang Jaya Plaza Telur berada di kuadran I yaitu (*Aggressive*), hal ini merupakan situasi yang menguntungkan bagi Gudang Jaya Plaza Telur dikarenakan peluang dan kekuatan dapat dimanfaatkan kedua posisi tersebut dengan baik.
3. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan Gudang Jaya Plaza Telur. Agar bisa cepatnya pengambilan keputusan pemilik bisa melakukan pilihan data alternatif yang sudah diuji oleh *expert choice* yang pertama seperti meningkatkan penjualan dengan “memaksimalkan promosi dengan teknologi dan mendatangi konsumen yang tidak mengerti teknologi” dengan nilai bobot 0.268 kemudian yang kedua meningkatkan pelayanan dengan cara “menjadi pasok telur unggulan di Kabupaten Purwakarta” dengan nilai bobot 0.168 kemudia yang ketiga meningkatkan pelayanan dengan cara “meningkatkan pilihan stok telur untuk memenuhi permintaan” dengan nilai bobot 0.241, kemudian yang keempat “mempertahankan hubungan yang baik dengan konsumen lama

dan mempererat hubungan dengan konsumen baru” dengan nilai bobot 0.199 kemudian yang terakhir yaitu kelima adalah “menambah cabang di kecamatan wilayah kabupaten purwakarta agar konsumen jauh, telur cepat diantarkan” dengan nilai bobot 0.345

## Referensi

Anggoro, Rahman Bayu. 2008. “Evaluasi Kualitas Pelayanan Pendidikan.”

*E Jurnal Manajemen Unud* 4(8): 2332.

Arikunto, S. 1998. Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek. Rineka Cipta. Jakarta

Apple. M. James 1990. Tata letak Pabrik Dan Pemindahan Bahan. ITB Bandung.

Bowersox, Donald J. 1978. Manajemen Logistik: Integrasi Sistem-Sistem Manajemen Distribusi Fisik dan Manajemen Material (terjemahan Drs. A. Hasymi Ali). Jakarta: Penerbit Bumi Aksara

Cookson, M. D., & Stirk, P. M. R. (2019). 済無No Title No Title No Title. 17–24.

Djaelani, M. A. (2016). Kualitas Telur Ayam Ras (*Gallus L.*) Setelah Penyimpanan yang dilakukan Pencelupan pada Air Mendidih dan Air Kapur Sebelum Penyimpanan. *Buletin Anatomi Dan Fisiologi*, 24, 122–127.

Engel. (2014). 済無No Title No Title No Title. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.

Fitri Nur Wildana, E. U. S. U. (2017). Analisis Sistem Pengendalian Intern Persediaan Barang Dagang. *Jurnal MONEX*, Vol 6(No 2), 13–21.

Izzaty, R. E., Astuti, B., & Cholimah, N. (1967). Manajemen Pemasaran. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.

Jeklin, A. (2016). *Fungsi Pemasaran*. July, 1–23.

Na’am, J. (2017). Sebuah Tinjauan Penggunaan Metode Analythic Hierarchy Process (AHP) dalam Sistem Penunjang Keputusan (SPK) pada Jurnal Berbahasa Indonesia. *Jurnal Mediasisfo*, 11(1978–8126), 888–895.

Rachman, T. (2018). Analisis SWOT dalam Memenangkan Persaingan Bisnis. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.

Sedarmayanti. (2014). *Bab li Landasan Teori Pengertian Analisis Swot*. 13–31. [http://etheses.iainkediri.ac.id/40/3/BAB II.pdf](http://etheses.iainkediri.ac.id/40/3/BAB%20II.pdf)

Setiawan Hari Purnomo, Z. (2017). Manajemen Strategi: Sebuah Konsep Pengantar. *Buku*, 53(9), 1689–1699.

Setiyadi, S., Amar, K., Aji, T., Sunan, N., Jalan, K., & Sucipto, A. (2012). Penentuan Strategi Sustainability Usaha Pada Ukm Kuliner Dengan Menggunakan Metode SWOT - AHP. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 10(2), 68–77.

Shega, H. N. H., Rahmawati, R., & Yasin, H. (2012). Penentuan Faktor Prioritas Mahasiswa Dalam Memilih Telepon Seluler Merk Blackberry dengan Fuzzy AHP. *Jurnal Gaussian*, 1(1), 73–82.

Sri yati prawitasari. (2012). ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN BERDAYA SAING (Studi pada Dealer Honda Tunggal Sakti di Semarang). *Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*, 75.

Yulia, Y. (2019). *Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Strategi Asosiatif*. 2007, 45–61.

Yulianti, D. (2014). Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal Dalam Pencapaian Tujuan Perusahaan (Studi Kasus Di PT. Perkebunan Nusantara Vii Lampung). *Jurnal Sosiologi*, 16(2), 103–114.

Zulkhairi, M., & Pakasi, D. (2018). *Panduan FGD akbar iyyut*.

