

PROTOTYPE APLIKASI PERUMUSAN STRATEGI MANAJEMEN STRATEGIS PADA ORGANISASI BISNIS MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DAN QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)

¹⁾Ari Wedhasmara, ²⁾Rahmat Izwan Heroza, ³⁾Ken Ditha Tania

^{1,2,3)}Jurusan Sistem Informasi

Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya

Jl. Palembang – Prabumulih KM.32 Indralaya Ogan Ilir Sumatera Selatan – Indonesia

Email : a_wedhasmara@unsri.ac.id; rahmatheroza@unsri.ac.id; kenya.tania@gmail.com

Abstract-- *The bankruptcy of PT Nyonya Meneer as one of the largest producers of herbal medicine in Indonesia, the change in the form of trade transactions from manual to digital forms, and the fact that Digital Disruption in the world is the background of the importance of formulating organizational strategies in achieving competitive advantage for organizations. The strategy formulation method used consists of three stages, the input stage using IFE (Internal Factors Evaluation) and EFE (External Factors Evaluation) matrices, in the second stage matching, using the Internal and External matrix tools, and the final stages. Is the decision stage, where the tool used is QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). The results obtained are application prototypes formulating strategic management strategies in business organizations that can provide a general strategy and sequence of strategies based on user interest.*

Keywords: *Strategic Management, IFE, EFE, Internal / External Matrix, QSPM*

Abstrak—*Bangkrutnya PT Nyonya Meneer sebagai salah satu produsen jamu terbesar di Indonesia, berubahnya bentuk transaksi perdagangan dari manual ke dalam bentuk digital, serta menjadi kenyataannya Digital Disruption di dunia menjadi latar belakang pentingnya perumusan strategi organisasi dalam mencapai keunggulan kompetitif bagi organisasi. Adapun metoda perumusan strategi yang digunakan terdiri dari tiga tahapan, tahapan input dengan menggunakan tools matriks IFE (Internal Factors Evaluation) dan matriks EFE (External Factors Evaluation), pada tahapan kedua adalah tahapan matching, dengan menggunakan tool matriks Internal dan Eksternal, serta tahapan akhir adalah tahapan decision, dimana tool yang digunakan adalah QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). Adapun hasil yang didapatkan adalah prototipe aplikasi perumusan strategi manajemen strategis pada organisasi bisnis yang dapat memberikan strategi umum dan urutan strategi berdasarkan ketertarikan dari pengguna.*

Kata Kunci : *Manajemen Strategis, IFE, EFE, Matrik Internal/Eksternal, QSPM*

I. PENDAHULUAN

Manajemen Strategis merupakan suatu seni dan pengetahuan yang menghantarkan organisasi bisnis dalam mencapai tujuannya, dengan pemilihan strategi bisnis yang selektif berdasarkan hasil perumusan strategis, yang kemudian diimplementasikan dan dievaluasi berdasarkan kesesuaian strategi dengan pencapaian tujuan dengan melihat perubahan yang cepat saat ini

terhadap bisnis, diperlukan suatu strategi yang bersifat agile sehingga dapat mengikuti perubahan bisnis yang saat ini didrive berdasarkan keinginan konsumen.

Masih segar dalam ingatan kita, pada tahun 2017 telah terjadi perubahan didunia bisnis Indonesia, [1]yaitu keruntuhan PT Nyonya Meneer selaku produsen jamu terkemuka nasional di Indonesia, tidak dapat dipungkiri sebagai akibat kurangnya strategi dan kreativitas dalam peningkatan kualitas produk serta peningkatan penjualan, persaingan yang ketat bukan menjadi alasan karena didasarkan permintaan pasar yang masih ada dan cenderung meningkat, sehingga dapat dikatakan usaha jamu masih dapat dikatakan memiliki prospek yang cukup baik [2].

Pemanfaatan Sistem Informasi / Teknologi Informasi (SI/TI) saat ini menjadi suatu keharusan dikarenakan peluang dan ancaman yang datang akibat “digital disruptions” akan datang secara cepat menjadi kenyataan. Hal ini terlihat dari kecenderungan perbankan yang mulai mengubah arah bisnis menjadi bisnis digital, tidak dapat dihindari dengan adanya teknologi internet saat ini telah mengubah cara bisnis saat ini, seperti kurangnya konsumen mendatangi kantor bank dalam bertransaksi dalam beberapa tahun terakhir, hal ini dikarenakan kemampuan bertransaksi telah berubah menjadi bentuk digital dengan memanfaatkan smartphone dan tablet. Bisnis digital inilah yang kemudian diimplementasikan oleh beberapa perbankan di dunia, seperti Hana Bank di Korea Selatan, Commonwealth Bank di Australia, dan The Development Bank of Singapore (DBS) di Singapura [3].

Dan akhirnya perlahan tapi pasti “digital disruptions” menjadi kenyataan, hal ini terjadi pada 3 perusahaan besar (Mizuho, Mitsubishi UFJ, dan Sumitomo Mitsui) perbankan di Jepang yang mulai merestrukturisasi infrastrukturnya dengan mulai menutup beberapa branches, sales force, dan back office. Hal ini terjadi selain karena adanya beban dari biaya infrastruktur, kurangnya profit, dan berkurangnya jumlah nasabah yang diakibatkan krisis kependudukan terkait dengan menurunnya jumlah usia produktif, serta adanya kompetitor dibidang layanan finansial berbasis on-line, yaitu Ant Financial Services Group, yang merupakan afiliasi dari Alibaba Group Holding, perusahaan E-Commerce terbesar di China, dan beberapa layanan perbankan Jepang berbasis on-line lainnya, seperti SBI Sumishin Net Bank, Sony Bank, Rakuten Bank [4].

Oleh karena itu dipandang perlu untuk merancang dan membangun suatu prototipe aplikasi perumusan strategi manajemen strategis dengan menggunakan analisis SWOT dan QPSM berbasis SI/TI, dimana aplikasi ini akan mempercepat dalam pengambilan keputusan implementasi strategi, berdasarkan tahapan perumusan strategi dalam manajemen strategis, yang terdiri dari 3 tahapan, yaitu tahapan input, tahapan pencocokan, dan tahapan penentuan alternatif strategi.

II. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Tahap *Literature Review* dan Penetapan Metodologi Perumusan Strategi

Tahap pertama adalah literature review, dimana peneliti melakukan kajian pustaka terkait dengan pelaksanaan perumusan strategi dalam manajemen strategis, adapun hasil dari tahapan ini adalah penentuan perumusan strategi dalam manajemen strategis, serta penetapan tools dan teknik dalam melaksanakan perumusan strategi.

2.2 Tahap Desain Aplikasi

Pada tahap ini dilakukan perancangan terhadap proses bisnis yang terjadi dalam perumusan strategi dalam manajemen strategis. Hasil dari tahapan ini adalah hasil perancangan proses bisnis dalam bentuk *Data Flow Diagram* (DFD) dan hasil perancangan basis data dalam aplikasi perumusan strategi dalam bentuk *Entity Relationship Diagram* (ERD).

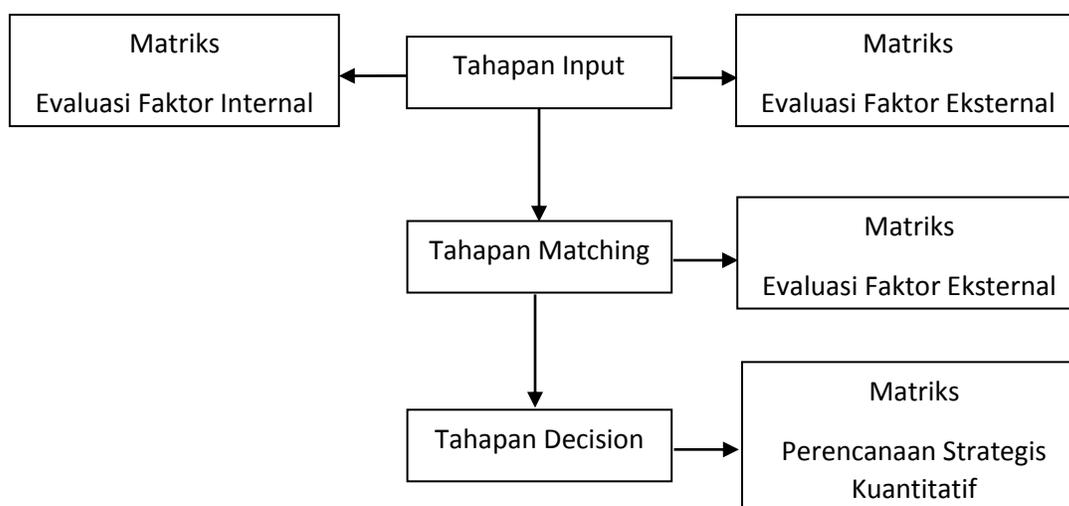
2.3 Tahap Implementasi Aplikasi

Tahapan implementasi aplikasi adalah merupakan implementasi dari tahapan desain aplikasi kedalam program dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan penggunaan MySQL sebagai basis data, semuanya *dibundling* dalam satu aplikasi perangkat lunak XAMPP.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Penetapan Metodologi Perumusan Strategi.

Berdasarkan hasil kajian pustaka didapatkan perumusan strategi dilakukan dengan menggunakan kerangka kerja perumusan strategi komprehensif, yang terdiri dari tiga tahapan (David F. R., 2011). Adapun tiga tahapan tersebut dijelaskan pada gambar dibawah ini.

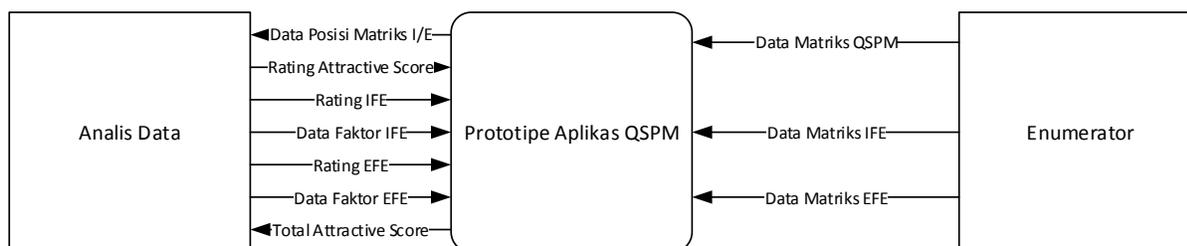


Gambar 1 Kerangka Kerja Perumusan Strategi Komprehensif

3.2 Desain Aplikasi

a. Diagram Konteks

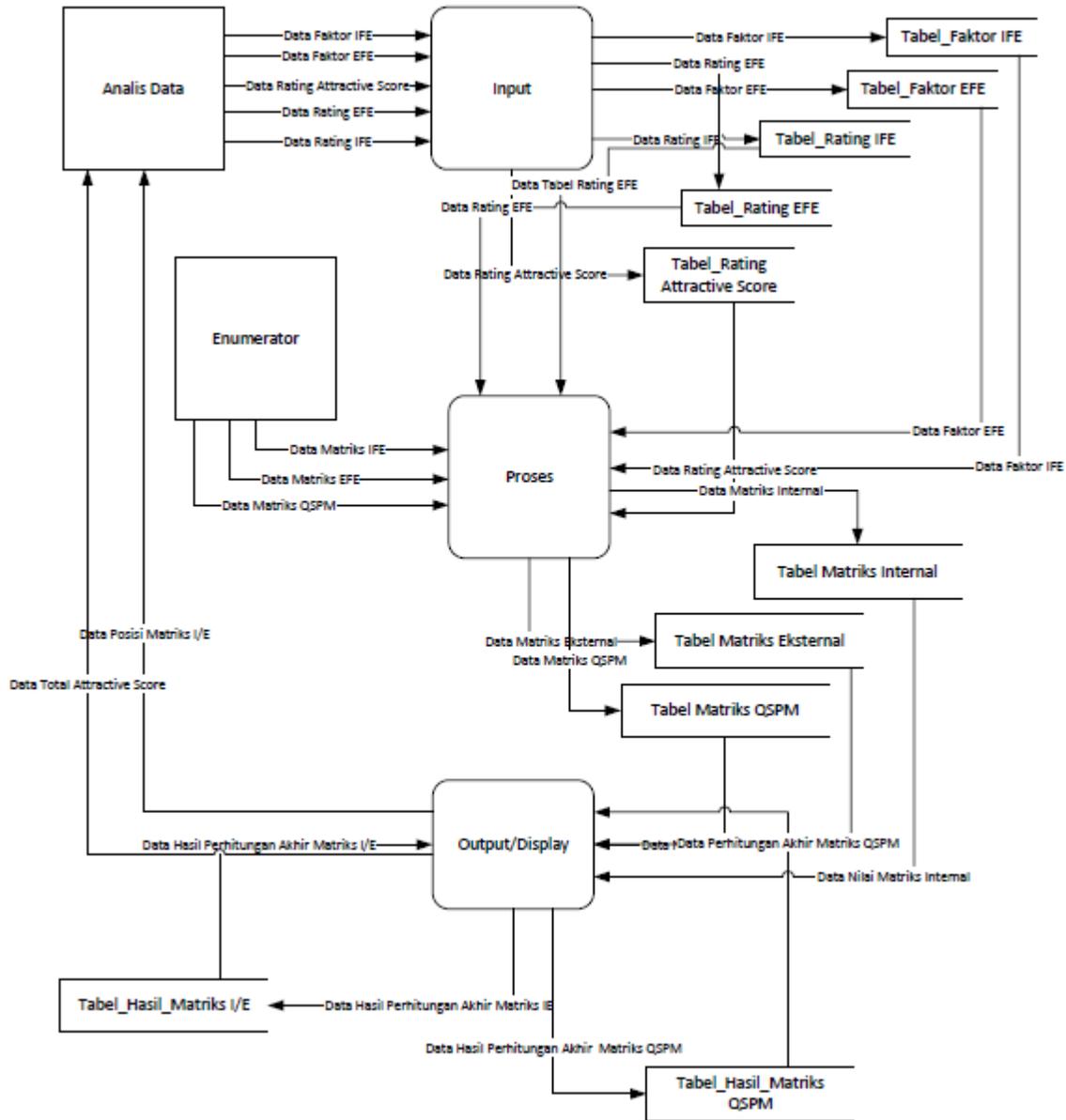
Diagram ini menunjukkan keterkaitan entitas dengan proses yang akan dibangun pada aplikasi, adapun entitas yang terlibat adalah Analis Data selaku penginput pada tabel master, dan Enumerator yang memasukkan data terkait dengan Matriks IFE dan EFE, serta keluaran Prototipe Aplikasi QSPM berupa data Posisi Matrik I/E dan data Total Attractive Score sebagai penghasil alternatif strategi.



Gambar 2 Diagram Konteks Prototipe Aplikasi Perumusan Strategi menggunakan Analisis SWOT dan QSPM

b. Diagram Level 1

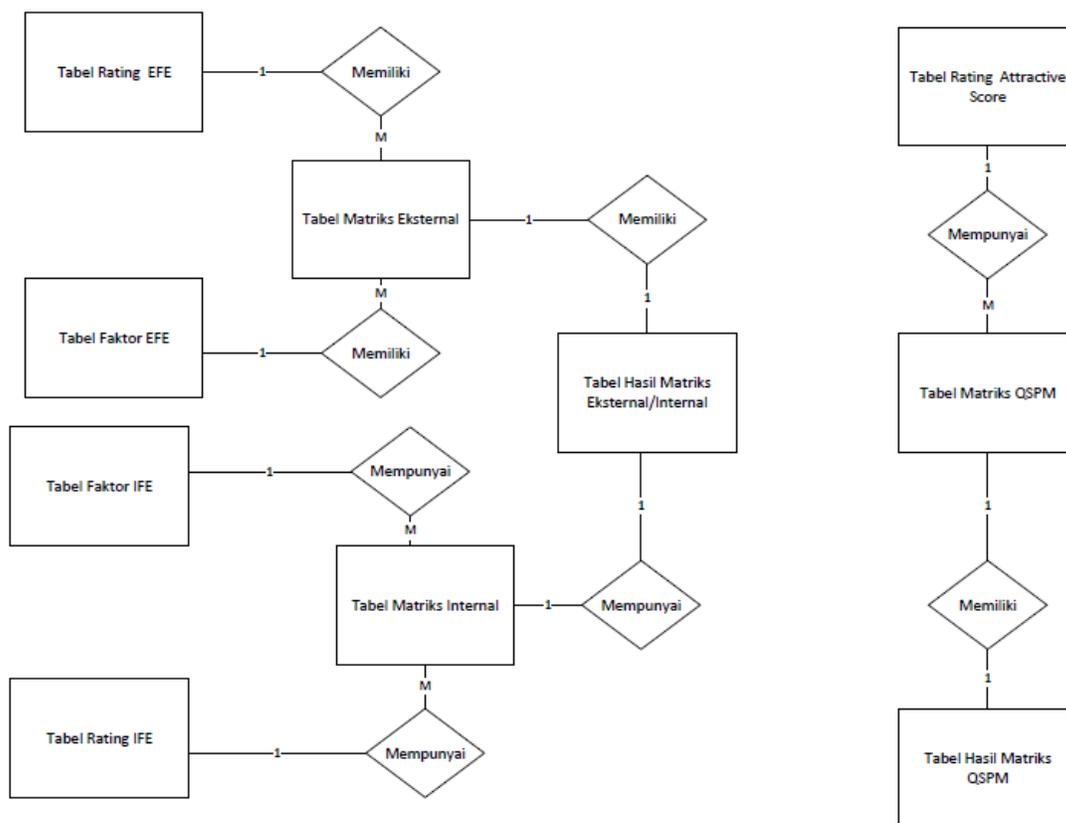
Pada diagram ini dijelaskan detail proses dari diagram konteks, dimana pada notasi proses terdiri dari tiga proses, yaitu proses penginputan pada tabel master, proses penghitungan matrik I/E setelah terlebih dahulu menginputkan item-item EFE dan IFE serta faktor-faktor terkait dengan Matriks QSPM, yang kemudian oleh proses Output akan dikembalikan kepada Entitas Analis Data dalam bentuk Alternatif Strategi berdasarkan Total Attractives Score yang diperoleh dari pengisian tabel QSPM.



Gambar 3 Diagram level 1 Prototipe Aplikasi Perumusan Strategi menggunakan Analisis SWOT dan QSPM

c. Entity Relationship Diagram (ERD)

Rancangan tabel-tabel didalam Prototipe Aplikasi Perumusan Strategi menggunakan Analisis SWOT dan QSPM, disertai dengan hubungan antar tabel.

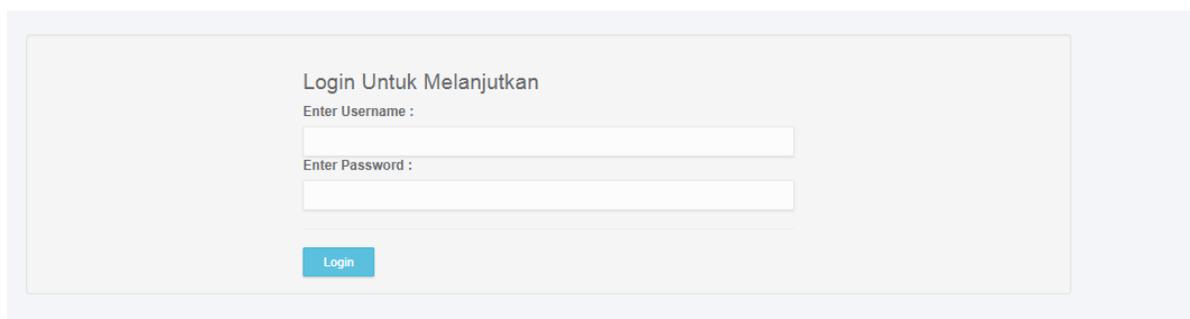


Gambar 4 Prototipe Aplikasi Perumusan Strategi menggunakan Analisis SWOT dan QSPM

6.2 Tahapan Implementasi Aplikasi

a. Form Login

Form ini digunakan untuk masuk kedalam system serta membatasi hak akses bagi user, tampilan dari form ini seperti yang tampak pada gambar dibawah ini.



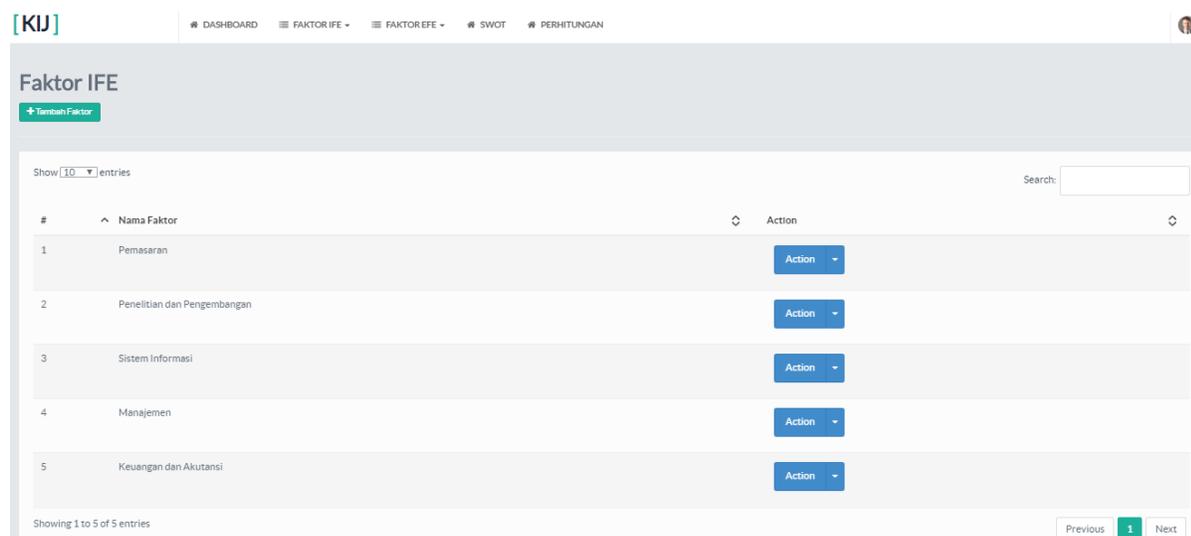
The image shows a login form with the following elements:

- Title: Login Untuk Melanjutkan
- Label: Enter Username :
- Input field for Username
- Label: Enter Password :
- Input field for Password
- Button: Login

Gambar 5 Form Login

b. Form Input Faktor Internal Factors Evaluation (IFE)

Form Ini digunakan untuk memasukan klasifikasi faktor-faktor internal yang dapat dijadikan acuan dalam pengisian faktor Strength dan Weakness dalam Organisasi.



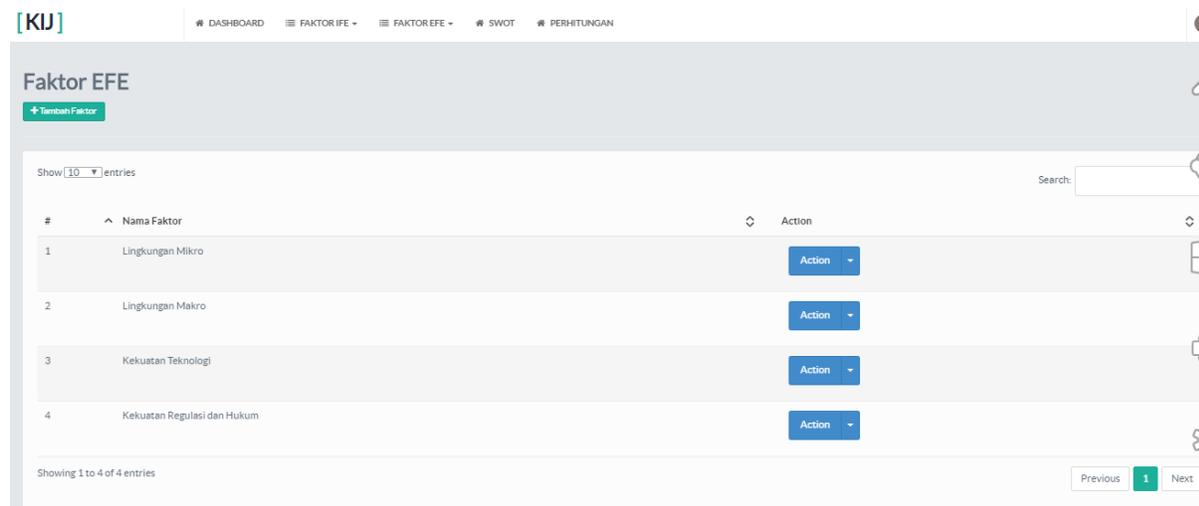
The image shows a web application interface with the following elements:

- Navigation menu: [KIJ], DASHBOARD, FAKTOR IFE, FAKTOR EFE, SWOT, PERHITUNGAN
- Section title: Faktor IFE
- Button: + Tambah Faktor
- Text: Show 10 entries
- Search input: Search: []
- Table with 3 columns: #, Nama Faktor, Action
- Table rows:
 - 1 Pemasaran Action
 - 2 Penelitian dan Pengembangan Action
 - 3 Sistem Informasi Action
 - 4 Manajemen Action
 - 5 Keuangan dan Akutansi Action
- Footer: Showing 1 to 5 of 5 entries, Previous 1 Next

Gambar 6 Form Input Klasifikasi Faktor Internal

c. Form Input Faktor EFE

Form ini digunakan untuk memasukan klasifikasi faktor-faktor eksternal yang dapat dijadikan acuan dalam pegisian faktor Opportunity dan Threat dalam Organisasi.



Gambar 7 Form Input Klasifikasi Faktor Eksternal

d. Form Input Faktor Strength dan Weakness Organisasi

Form ini digunakan oleh enumerator untuk memasukan faktor-faktor Kekuatan dan Kelemahan organisasi yang didapatkan dari hasil pengumpulan data di lapangan.

The screenshot shows a web application interface for 'Sub Faktor IFE'. It features a navigation menu with 'DASHBOARD', 'FAKTOR IFE', 'FAKTOR EFE', 'SWOT', and 'PERHITUNGAN'. A '+ Tambah Sub Faktor' button is visible. The main content is a table with 5 rows, each representing a factor. The table has columns for '#', 'Nama Faktor', 'Kekuatan', 'Kelemahan', and 'Action'. Each row includes an 'Action' button.

#	Nama Faktor	Kekuatan	Kelemahan	Action
1	Pemasaran	Promosi Digital Marketing, Branding, Social Media & Jaringan pemasaran yang besar	Penjualan produk belum mencapai target	Action
2	Pemasaran	Good item & good pricing	Retailer masih sedikit	Action
3	Penelitian dan Pengembangan	E-Commerce custom on - demand		Action
4	Sistem Informasi	Terdapat penunjang sistem ASANA application integration	Belum adanya penunjang sistem SCM real-time	Action
5	Manajemen	People Controlling & edukasi staff	Kurangnya product knowledge kepada customer	Action

Gambar 8 Form Input Faktor Kekuatan dan Kelemahan Organisasi

e. Form Input Faktor Opportunity dan Threat Organisasi

Form ini digunakan oleh enumerator untuk memasukan faktor-faktor Peluang dan Ancaman organisasi yang didapatkan dari hasil pengumpulan data di lapangan.

The screenshot shows a web application interface for 'Faktor EFE'. It features a navigation menu with 'DASHBOARD', 'FAKTOR IFE', 'FAKTOR EFE', 'SWOT', and 'PERHITUNGAN'. A '+ Tambah Sub Faktor' button is visible. The main content is a table with 5 rows, each representing a factor. The table has columns for '#', 'Nama Faktor', 'Peluang', 'Ancaman', and 'Action'. Each row includes an 'Action' button.

#	Nama Faktor	Peluang	Ancaman	Action
1	Lingkungan Mikro	Banyaknya permintaan produk alمامater dari institusi / organisasi	Peningkatan pesaing di usaha sejenis	Action
2	Lingkungan Mikro	Perkembangan jumlah potensi konsumen	Terjadinya peningkatan harga bahan dari supplier	Action
3	Lingkungan Mikro	Adanya peluang kerjasama dengan perusahaan lain	Persaingan harga kompetitor dengan produk sejenis	Action
4	Lingkungan Mikro	Adanya permintaan produk setiap tahun ajaran baru	Ketersediaan bahan tekstil dari supplier	Action
5	Lingkungan Mikro		Loyalitas konsumen	Action

Gambar 9 Form Input Faktor Peluang dan Ancaman Organisasi

f. Form Perhitungan Matrik I/E

Form ini digunakan untuk memberikan nilai Bobot dan nilai Rating pada faktor internal yang telah diberikan oleh enumerator pada Faktor Kekuatan dan Kelemahan.

Matriks Faktor IFE

Keterangan:

- 1 = Sangat lemah
- 2 = Lemah
- 3 = Kuat
- 4 = Sangat Kuat

Kekuatan	Rata-rata Rating (1.00 - 4.00)	Rata-rata Bobot (Total = 1)	Skor Total
People Controlling & edukasi staff	3	0,005	0,0150
Budaya Fast Focus Friendly (3F)	4	0,005	0,0200
Penerapan manajemen Key Performance Indicator (KPI)	2	0,005	0,0100
SDM mencukupi	4	0,005	0,0200
Promosi Digital Marketing, Branding, Social Media & jaringan pemasaran yang besar	3	0,005	0,0150
Good Item & good pricing	2	0,005	0,0100
Pencatatan keuangan lengkap	1	0,005	0,0050
E-Commerce custom on - demand	2	0,005	0,0100
Terdapat penunjang sistem ASANA application integration	3	0,1	0,3000

Gambar 10 Form Input Perhitungan Faktor Kekuatan

Kelemahan	Rata-rata Rating (1.00 - 4.00)	Rata-rata Bobot (Total = 1)	Skor Total
Kurangnya product knowledge kepada customer	2	0,1	0,2000
Pembenahan manajemen waktu & job desk	3	0,2	0,6000
Beberapa staff yang belum mempunyai skill	4	0,1	0,4000
Penjualan produk belum mencapai target	4	0,2	0,8000
Retailer masih sedikit	4	0,03	0,1200
Belum adanya laporan keuangan	3	0,01	0,0300
Belum adanya penunjang sistem SCM real-time	3	0,22	0,6600
Total	Hitung	1,000	3,2150000000000003

Gambar 11. Form Input Perhitungan Faktor Kelemahan

Peluang	Rata-rata Rating (1.00 - 4.00)	Rata-rata Bobot (Total = 1)	Skor Total
Banyaknya permintaan produk alamater dari Institusi / organisasi	2	0.1	0.2000
Perkembangan jumlah potensi konsumen	2	0.05	0.1000
Adanya peluang kerjasama dengan perusahaan lain	3	0.1	0.3000
Adanya permintaan produk setiap tahun ajaran baru	4	0.05	0.2000
Adanya trend Fashion dengan customisasi pesanan sesuai keinginan konsumen	4	0.2	0.8000
Pertumbuhan Ekonomi Palembang (2017) sebesar 5.51 %	3	0.05	0.1500
Perkembangan teknologi informasi yang menunjang pemasaran	3	0.05	0.1500

Gambar 12 Form Input Perhitungan Faktor Peluang

Ancaman	Rata-rata Rating	Rata-rata Bobot	Skor Total
Peningkatan pesaing di usaha sejenis	3	0.05	0.1500
Terjadinya peningkatan harga bahan dari supplier	4	0.05	0.2000
Persaingan harga kompetitor dengan produk sejenis	4	0.05	0.2000
Ketersediaan bahan tekstil dari supplier	3	0.05	0.1500
Loyalitas konsumen	4	0.01	0.0400
Regulasi pemerintah terhadap pajak industri konveksi	2	0.19	0.3800
Total	hitung	1.000	3.02

Gambar 13 Form Input Perhitungan Faktor Ancaman

g. Form Perhitungan Matriks Internal/Eksternal

Form ini menghasilkan perhitungan akhir dari Matriks I/E dengan menunjukkan 9 cel yang menjadi posisi dari organisasi.

Matriks QSPM

Data inputan sudah disimpan

Hasil :

I	II	III
IV	V	VI
VII	VIII	IX

Lokasi matriks : 1
Strategi yang terpilih : Tumbuh dan Membangun

silahkan lanjutkan tahap pengisian strategi SWOT

Gambar 14 Form Perhitungan Akhir Matriks I/E

h. Form Perhitungan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)

Form ini menghasilkan perhitungan akhir setelah penentuan strategi secara umum menggunakan matriks internal/eksternal, hasil dari matriks ini adalah urutan pelaksanaan strategi berdasarkan strategi umum, yang didasarkan pada nilai *attractive*.

Keterangan:

- 1 = Sangat Lemah
- 2 = Lemah
- 3 = Kuat
- 4 = Sangat Kuat

Alternatif Strategi	Rata-rata Rating (1.00 - 4.00)	Attractiveness Scores (AT)	Total Attractiveness Scores (TAS)	Peringkat
Modal besar	4	0.5	2.0000	4
SDM berpendidikan	4	0.5	2.0000	4
Penguatan Branding	3	0.5	1.5000	6
Peningkatan Kualitas Kaos	4	0.5	4.0000	2
Peningkatan HRD	3	1	3.0000	3
peningkatan kualitas SDM	4	2	8.0000	1
Total				

Hitung

Gambar 15 Form Perhitungan Akhir Matriks QSPM

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan perhitungan aplikasi perumusan strategi manajemen strategis didapatkan bahwa hasil perumusan strategi melalui tiga proses, yaitu tahapan input, tahapan matching, dan tahapan decision (pengambilan keputusan). Pada tahapan pertama aplikasi meminta user untuk memasukkan kekuatan dan kelemahan dari organisasi yang kemudian akan dihitung menggunakan matriks evaluasi faktor internal (IFE), kemudian aplikasi akan meminta user memasukan kembali peluang dan ancaman dari faktor luar organisasi, yang kemudian akan diproses melalui matriks evaluasi faktor eksternal (EFE). Pada tahapan kedua pada aplikasi perumusan strategi ini, aplikasi ini akan memproses hasil matriks internal dan matriks eksternal dalam matriks internal dan eksternal sehingga akan diperoleh strategi umum dari organisasi. Pada tahapan ketiga, akan dilakukan analisis dari hasil matriks internal dan eksternal, sehingga akan didapat analisis strategi Kekuatan-Peluang (S-O), strategi Kekuatan-Ancaman (S-T), strategi Kelemahan-Peluang (W-O), dan strategi Kelemahan-Ancaman (W-T), setelah diperoleh strategi tersebut maka setelah proses perhitungan akan didapatkan urutan Nilai ketertarikan terhadap pelaksanaan strategi. Hasil akhir inilah yang dapat dijadikan acuan dalam pelaksanaan strategi organisasi dalam mendapatkan keunggulan kompetitif dari para kompetitor.

4.2 Saran

Pembuatan aplikasi ini masih perlu dikembangkan lebih lanjut pada penggunaan metode untuk menghitung secara otomatis bobot (weighted) pada matriks IFE, matriks EFE, matriks I/E, dan QSPM, sehingga nilai jumlah total dari masing-masing matriks tersebut dapat berjumlah 100%.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. Turban dan e. al, *Decision Support Systems and Intelligent Systems*, New Jersey: Pearson Education, 2005.
- [2] G. Pasolang, “Nyonya Meneer masih Berdiri ?,” 15 Agustus 2017. [Online]. Available: <https://swa.co.id/swa/my-article/nyonya-meneer-masih-berdiri>.
- [3] S. K. Sia, C. Soh dan P. Weill, “How DBS Bank Pursued a Digital Business,” *MIS Quarterly Executive*, vol. 15:2, pp. 105-121, Juni 2016.
- [4] M. Obe, “Shrinking to survive: Japan's banks face a quiet crisis,” Nikkei Inc., Chiyoda-ku, 2018.
- [5] F. R. David, *Management Strategic : Concepts and Cases 13th Edition*, New Jersey: Pearson Education Inc., 2011.