

FORMULASI STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MELALUI ANALISIS SWOT DAN QSPM PADA PERUSAHAAN EKSPEDISI PT. BILISA MULTI TRANS

Nabila Anjely Danisa¹, Siska Noviaristanti²

¹ Prodi Studi S1 MBTI, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

² Prodi Studi S1 MBTI, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom
nabilaanjely@telkomuniversity.ac.id, siskamarhen@telkomuniversity.ac.id

Abstract

An expedition company is a company that provides goods delivery services between locations, and one example is PT. Bilisa Multi Trans, which focuses on serving the agricultural sector. This study aims to formulate business development strategies to increase the company's productivity and competitiveness amid competition in the expedition industry. The method used is qualitative descriptive, with data collection techniques including interviews, observations, and documentation. The analysis was conducted using IFE, EFE, IE, SWOT, and QSPM matrices to evaluate the company's internal and external conditions. The analysis results show that the company has an IFE score of 2.880 and an EFE score of 2.582, placing it in a growth strategy position. The main strategy recommended based on the QSPM analysis is market penetration through marketing, with the highest score of 5.644. This strategy is considered the most appropriate to expand the customer base and strengthen market position. This study is expected to serve as a basis for strategic decision-making for PT. Bilisa Multi Trans in the future.

Keywords: Expedition Company, IFE, EFE, SWOT, QSPM

Abstrak

Perusahaan ekspedisi adalah perusahaan yang menyediakan jasa pengiriman barang antar lokasi, dan salah satu contohnya adalah PT. Bilisa Multi Trans yang fokus melayani sektor pertanian. Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi pengembangan bisnis guna meningkatkan produktivitas dan daya saing perusahaan di tengah persaingan industri ekspedisi. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis dilakukan menggunakan Matriks IFE, EFE, IE, SWOT, dan QSPM untuk mengevaluasi kondisi internal dan eksternal perusahaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa perusahaan memiliki skor IFE sebesar 2,880 dan EFE sebesar 2,582, yang menempatkannya pada posisi strategi pertumbuhan. Strategi utama yang direkomendasikan berdasarkan analisis QSPM adalah penetrasi pasar dengan pemasaran, yaitu skor tertinggi sebesar 5,644. Strategi ini dinilai paling tepat untuk memperluas basis pelanggan dan memperkuat posisi pasar. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pengambilan keputusan strategis bagi PT. Bilisa Multi Trans ke depan.

Kata Kunci: Perusahaan Ekspidisi, IFE, EFE, SWOT, QSPM

I. PENDAHULUAN

Sektor logistik dan transportasi darat memiliki peran strategis dalam mendukung distribusi barang dan pertumbuhan ekonomi nasional. Perusahaan ekspedisi yaitu perusahaan yang bergerak di bidang

jasa pengiriman barang dari satu tempat ke tempat yang lain, sesuai tujuan yang diminta oleh konsumen. Perusahaan ekspedisi berfungsi sebagai penghubung dalam rantai pasok yang memastikan barang sampai secara tepat waktu dan efisien. Di tengah pertumbuhan ekonomi, industri ekspedisi mengalami peningkatan signifikan setiap tahunnya, yang mendorong persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat. Salah satu perusahaan yang turut menghadapi tantangan ini adalah PT. Bilisa Multi Trans, sebuah perusahaan ekspedisi yang beroperasi di sektor pertanian.

PT. Bilisa Multi Trans memiliki layanan utama berupa pengangkutan barang berat tonase pada komoditas seperti jagung dan beras. Meski memiliki keunggulan seperti loyalitas pelanggan, lokasi strategis, dan hubungan relasional yang kuat, perusahaan juga menghadapi tantangan serius seperti keterbatasan armada serta ketergantungan pada sektor agribisnis yang musiman. Selain itu, munculnya pesaing informal yang menawarkan harga lebih murah dan peraturan pemerintah terkait usia kendaraan operasional turut menambah tekanan eksternal terhadap perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis yang tepat bagi PT. Bilisa Multi Trans. Proses analisis dimulai dengan mengevaluasi faktor internal menggunakan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan faktor eksternal menggunakan matriks EFE (*External Factor Evaluation*). Hasil kedua matriks tersebut kemudian dipetakan dalam matriks IE (*Internal-External*) dan dikombinasikan dalam analisis SWOT untuk menghasilkan alternatif strategi. Selanjutnya, metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) digunakan untuk memilih strategi yang paling layak berdasarkan total skor daya tarik. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategi yang konkret dan aplikatif.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Manajemen Strategi

Strategi merupakan perpaduan antara seni dan ilmu dalam merancang, menjalankan, serta mengevaluasi keputusan lintas fungsi untuk mencapai tujuan organisasi melalui integrasi berbagai bidang seperti manajemen, pemasaran, keuangan, operasi, dan sistem informasi (David & David, 2013). Sementara itu, menurut Hunger & Wheelen, (1996) manajemen strategi mencakup serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang berdampak pada kinerja jangka panjang perusahaan, mulai dari analisis lingkungan hingga perumusan, implementasi, evaluasi, dan pengendalian strategi.

B. Formulasi Strategi

Formulasi strategi, menurut David & David (2013), adalah tahap penting yang mencakup penetapan visi-misi, analisis faktor eksternal, serta penilaian kekuatan dan kelemahan internal perusahaan. Terdapat tiga tahap dalam proses manajemen strategi, yaitu, *Input Stage*, *Matching Stage*, dan *Decision Stage*. Tahap pertama melibatkan analisis faktor eksternal dan internal melalui matriks EFE, CPM, dan IFE. Tahap kedua mencocokkan informasi tersebut untuk menghasilkan alternatif strategi melalui berbagai matriks seperti SWOT, SPACE, BCG, IE, dan Grand Strategy, kemudian tahap ketiga menggunakan QSPM untuk menentukan strategi terbaik berdasarkan daya tarik kuantitatif.

C. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Menurut David (2006), analisis lingkungan internal bertujuan mengevaluasi kinerja berbagai fungsi dalam perusahaan seperti manajemen, pemasaran, keuangan, produksi, R&D, dan sistem informasi. Sementara itu, analisis lingkungan eksternal berfokus pada identifikasi peluang dan ancaman yang berasal dari faktor-faktor luar seperti pasar, industri, dan lingkungan eksternal lainnya (David & David, 2013). Analisis lingkungan internal dan eksternal merupakan langkah penting untuk memahami kondisi perusahaan secara menyeluruh, baik dari aspek dalam maupun pengaruh luar, guna merumuskan strategi yang tepat.

D. Matriks IFE dan EFE

Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) digunakan untuk mengidentifikasi serta menilai kekuatan dan kelemahan utama dalam fungsi-fungsi internal perusahaan. Sedangkan Matriks *External Factor Evaluation* (EFE) berfungsi sebagai alat analisis strategis untuk mengevaluasi berbagai faktor eksternal seperti ekonomi, sosial, politik, teknologi, dan persaingan yang berdampak pada kinerja perusahaan David & David (2013). Kedua matriks tersebut merupakan alat analisis strategis yang digunakan untuk memahami kondisi internal dan eksternal perusahaan secara menyeluruh sebagai dasar perumusan strategi yang efektif.

E. Matriks IE dan SWOT

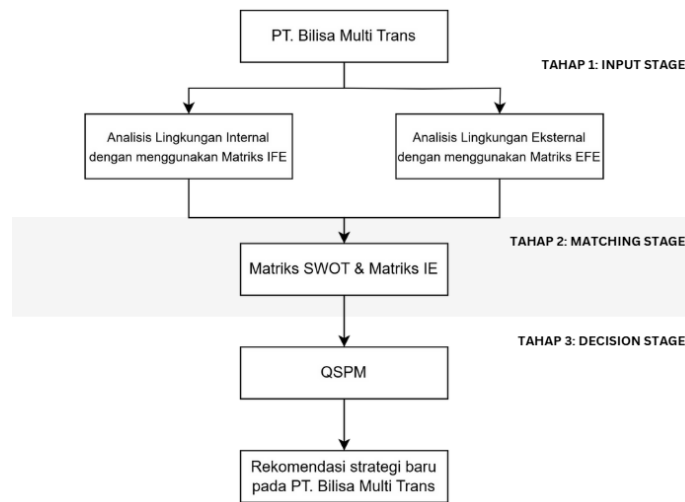
Menurut Yam (2019), Matriks Internal-Eksternal (IE) adalah alat strategis yang memetakan posisi divisi organisasi ke dalam sembilan kuadran berdasarkan skor tertimbang dari Matriks IFE dan EFE. Matriks ini terbagi menjadi tiga wilayah utama: *Grow and Build*, *Hold and Maintain*, serta *Harvest or Divest*. Hasil analisis dari Matriks IE kemudian direalisasikan pada analisis SWOT. Menurut Noviaristanti & Emiriza (2024), analisis SWOT merupakan metode perumusan strategi berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang relevan dengan kondisi pasar. Hasil analisis ini menghasilkan empat strategi utama, yaitu SO, WO, ST, dan WT yang menggabungkan faktor internal dan eksternal untuk menentukan langkah strategis yang tepat bagi perusahaan.

F. Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

Metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) adalah alat analisis yang digunakan untuk memilih strategi terbaik secara objektif, berdasarkan faktor internal dan eksternal yang telah dianalisis sebelumnya. Dengan pendekatan terstruktur dan berbasis data, QSPM membantu manajemen mengevaluasi alternatif strategi melalui perhitungan Total Nilai Daya Tarik (TND), di mana strategi dengan nilai tertinggi dipilih sebagai opsi paling tepat untuk diterapkan (David & David, 2013; Yam, 2019).

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur sistematis yang menjelaskan tahapan logis dalam proses penelitian untuk mencapai tujuan strategis yang diinginkan. Pada tahap pertama (*Input Stage*), dilakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian disusun dalam Matriks IFE dan EFE untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman PT. Bilisa Multi Trans. Selanjutnya pada tahap kedua (*Matching Stage*), data dari tahap pertama dipadukan dalam Matriks SWOT dan IE untuk menghasilkan berbagai alternatif strategi yang sesuai dengan kondisi perusahaan. Pada tahap ketiga (*Decision Stage*), penelitian ini menggunakan Matriks QSPM untuk memilih strategi terbaik berdasarkan nilai daya tarik tertinggi secara objektif. Melalui pendekatan ini, strategi yang dipilih didasarkan pada pertimbangan analitis, bukan sekadar intuisi atau asumsi manajerial. Tujuan dari kerangka pemikiran ini adalah memberikan arah yang jelas dan terukur dalam merumuskan strategi pengembangan bisnis yang efektif bagi PT. Bilisa Multi Trans.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran (Olahan Penulis, 2025)

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan terhadap PT. Bilisa Multi Trans dengan menggunakan berbagai alat analisis strategi, seperti Matriks IFE (Internal Factor Evaluation), Matriks EFE (External Factor Evaluation), Matriks IE, Analisis SWOT, dan Matriks QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). Pendekatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi posisi strategis perusahaan, serta mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal, bersama dengan peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal menggunakan Matriks IFE dilakukan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan PT. Bilisa Multi Trans. Hasil perhitungan menunjukkan total skor sebesar 2,88, terdiri dari skor kekuatan 2,22 dan kelemahan 0,65. Skor kekuatan yang lebih tinggi mencerminkan posisi internal perusahaan yang cukup kuat. Ini menunjukkan bahwa PT. Bilisa Multi Trans mampu mengoptimalkan potensi internal yang dimiliki. Sumber daya, manajemen operasional, dan layanan menjadi faktor utama yang mendukung keberlanjutan dan pengembangan bisnis perusahaan.

Tabel 1. Hasil Analisis Matriks IFE

Faktor Internal	Bobot	Total Rating	Rata-Rata
Kekuatan			
Struktur perusahaan yang jelas	0.059829	4	0.239316
Model Bagi Hasil yang Adil	0.047009	4	0.188034
Sistem kekeluargaan mendorong loyalitas	0.051282	4	0.205128
Fleksibilitas dalam pengambilan keputusan operasional	0.059829	4	0.239316
Pelanggan tetap dan berkelanjutan	0.059829	3	0.179487

Kedekatan relasi	0.064103	4	0.256410
Stabilitas keuangan perusahaan	0.055556	3	0.166667
Lokasi perusahaan strategis dekat jalur utama	0.055556	4	0.222222
Penggunaan truk bak paten yang sesuai untuk muatan curah	0.047009	3	0.141026
Kerja sama dengan bengkel langganan	0.055556	3	0.166667
Pemahaman terhadap pola pesaing informal dan pasar lokal	0.055556	4	0.222222
Total Bobot Kekuatan	0.611111		2.226496
Kelemahan			
Keterbatasan ekspansi karena kurangnya SDM handal	0.055556	2	0.111111
Cakupan Wilayah yang terbatas di pulau Jawa	0.047009	2	0.094017
Ketergantungan pada satu sektor (pertanian)	0.047009	2	0.094017
Belum ada sumber modal eksternal	0.038462	1	0.038462
Jumlah Armada Masih Terbatas	0.059829	2	0.119658
Jenis Muatan Terbatas, kurang fleksibel menerima muatan sektor lain.	0.055556	2	0.111111
Belum ada inovasi teknologi signifikan	0.038462	1	0.038462
Belum mengoptimalkan otomatisasi sistem serta digitalisasi keuangan dan operasional	0.047009	1	0.047009
Total Bobot Kelemahan	0.388889		0.653846
Total Keseluruhan IFE	1.000000		2.880342

Data Olahan Penulis 2025

B. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal menggunakan Matriks EFE bertujuan mengevaluasi peluang dan ancaman yang dihadapi PT. Bilisa Multi Trans. Hasil perhitungan menunjukkan total skor sebesar 2,58, dengan skor peluang 1,87 dan ancaman 0,70. Skor peluang yang lebih tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan eksternal yang lebih besar dibanding tekanan ancaman. Faktor seperti kebutuhan pasar, perkembangan teknologi, dan potensi kerja sama memberikan ruang ekspansi bagi perusahaan. Namun demikian, PT. Bilisa Multi Trans tetap perlu waspada terhadap dinamika persaingan dan perubahan regulasi yang dapat memengaruhi kinerja bisnisnya.

Tabel 2. Hasil Analisis Matriks EFE

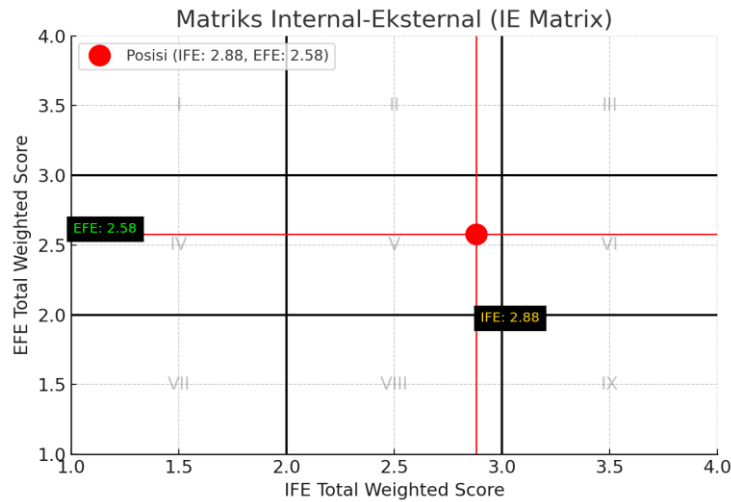
Faktor Internal	Bobot	Total Rating	Rata-Rata
Peluang			

Penggunaan Bak Truk Terbuka	0.067961	4	0.271845
Potensi Ekspansi Wilayah	0.048544	3	0.145631
Peluang investasi pada armada baru	0.072816	4	0.291262
Banyak perusahaan mempercayakan distribusi barang pada vendor logistik	0.063107	4	0.252427
Peningkatan pembangunan infrastruktur logistik nasional	0.048544	3	0.145631
Inovasi dan adaptasi teknologi	0.063107	3	0.189320
Penguatan relasi dan jaringan pelanggan untuk mempertahankan pasar	0.072816	4	0.291262
Keunggulan dalam reputasi dan kualitas layanan	0.072816	4	0.291262
Total Bobot Peluang	0.509709		1.878641
Ancaman			
Sektor Pertanian Musiman	0.038835	1	0.038835
Inflasi	0.053398	2	0.106796
Harga suku cadang yang semakin meningkat	0.058252	2	0.116505
Perubahan harga bahan bakar minyak	0.067961	2	0.135922
Risiko keterlambatan dan kerusakan	0.048544	1	0.048544
Pengetatan aturan mengenai usia kendaraan	0.053398	1	0.053398
Regulasi pemerintah belum mendukung persaingan sehat	0.038835	1	0.038835
Kesulitan untuk mencari suku cadang mobil	0.033981	2	0.067961
Perusahaan langganan mulai menggunakan truk sendiri	0.048544	1	0.048544
Banyaknya pendatang baru perorangan	0.048544	1	0.048544
Total Bobot Ancaman	0.490291		0.703883
Total Keseluruhan EFE	1.000000		2.582524

Data Olahan Penulis 2025

C. Matriks Internal Eksternal

Hasil analisis yang dilakukan pada Matriks IE, PT. Bilisa Multi Trans berada pada kuadran V dengan skor IFE 2,880 dan EFE 2,582, yang menunjukkan kondisi internal kuat dan eksternal sedang. Posisi ini mengarahkan perusahaan untuk menerapkan strategi *“Hold and Maintain”* guna mempertahankan kekuatan internal sambil merespons dinamika eksternal. Strategi yang sesuai pada kuadran ini adalah strategi penetrasi pasar serta strategi pengembangan produk agar tetap kompetitif di tengah persaingan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjaga keunggulan internal sekaligus lebih adaptif terhadap peluang dan ancaman pasar.



Gambar 2. Hasil Matriks IE PT. Bilisa Multi Trans (Olahan Penulis, 2025)

D. Matriks SWOT

Setelah menganalisis faktor internal dan eksternal, langkah selanjutnya adalah menyusun Matriks SWOT untuk merumuskan strategi yang tepat bagi PT. Bilisa Multi Trans. Matriks ini menggabungkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang telah diidentifikasi sebelumnya. Hasil analisis ini menghasilkan empat alternatif strategi: S-O, W-O, S-T, dan W-T. Strategi-strategi ini disesuaikan dengan posisi perusahaan dalam Matriks IE, yang berada di kuadran V, yang mengarah pada strategi Hold and Maintain. Dengan kata lain, perusahaan perlu mempertahankan kekuatan internal yang dimilikinya sambil tetap beradaptasi dengan perubahan eksternal yang terjadi.

Tabel 3. Hasil Analisis Matriks SWOT

	Faktor Internal	
Faktor Eksternal	Strength (S)	Weakness (W)
	1. Struktur perusahaan yang jelas 2. Model Bagi Hasil yang Adil 3. Sistem kekeluargaan mendorong loyalitas 4. Fleksibilitas dalam pengambilan keputusan operasional 5. Pelanggan tetap dan berkelanjutan 6. Kedekatan relasi 7. Stabilitas keuangan perusahaan 8. Lokasi perusahaan strategis dekat jalur utama	1. Keterbatasan ekspansi karena kurangnya SDM handal 2. Cakupan Wilayah yang terbatas di pulau Jawa 3. Ketergantungan pada satu sektor (pertanian) 4. Belum ada sumber modal eksternal untuk ekspansi 5. Jumlah Armada Masih Terbatas 6. Jenis Muatan Terbatas, kurang fleksibel menerima muatan sektor lain. 7. Belum ada inovasi teknologi signifikan

	9. Penggunaan truk bak paten yang sesuai untuk muatan curah 10. Kerja sama dengan bengkel langganan 11. Pemahaman terhadap pola pesaing informal dan pasar lokal	8. Belum mengoptimalkan otomasi sistem serta digitalisasi keuangan dan operasional
Opportunities (O)	S-O strategies	W-O strategies
1. Penggunaan Bak Truk Terbuka 2. Potensi Ekspansi Wilayah 3. Peluang investasi pada armada baru 4. Banyak perusahaan mempercayakan distribusi barang pada vendor logistik 5. Peningkatan pembangunan infrastruktur logistik nasional 6. Inovasi dan adaptasi teknologi 7. Penguatan relasi dan jaringan pelanggan untuk mempertahankan pasar 8. Keunggulan dalam reputasi dan kualitas layanan	1. Perkuat hubungan dengan melakukan sistem mitra kerjasama pada perusahaan lain (S4, S9, S11, S5, O4, O7) 2. Meningkatkan pelanggan perorangan melalui relasi pada sektor pertanian (S4, S8, S6, O4, O1, O7, O8)	1. Tingkatkan kompetensi Sumber Daya Manusia internal melalui pelatihan (W1, W2 W6, O2, O5, O6) 2. Meningkatkan penggunaan software pada pencatatan internal untuk meningkatkan efisiensi operasional (W4, W8, O6)
Threats (T)	S-T strategies	W-T strategies
1. Sektor Pertanian Musiman 2. Inflasi 3. Harga suku cadang yang semakin meningkat 4. Perubahan harga bahan bakar minyak 5. Risiko keterlambatan dan kerusakan 6. Pengetatan aturan mengenai usia kendaraan 7. Regulasi pemerintah belum mendukung persaingan sehat 8. Kesulitan untuk mencari suku cadang mobil 9. Perusahaan langganan mulai menggunakan truk sendiri 10. Banyaknya pendatang baru perorangan	1. Pertahankan loyalitas pelanggan tetap untuk mengurangi risiko peralihan ke pendatang baru perorangan. (S4, S5, S6, T5, T10) 2. Optimalkan kerjasama dengan pihak ketiga (bengkel) untuk menjaga efisiensi perawatan kendaraan dan kelangkaan suku cadang. (S10, T5, T8)	1. Tingkatkan produktivitas armada yang ada dengan jadwal rotasi dan pemeliharaan yang efisien untuk menghadapi keterbatasan unit (W5, T6) 2. Perluas fleksibilitas muatan namun tetap mengikuti SOP internal tanpa mengeluarkan biaya perbaikan besar. (W6, T10)

E. Matriks QSPM

Melalui hasil analisis Matriks QSPM, strategi terbaik untuk PT. Bilisa Multi Trans adalah penetrasi pasar dengan pemasaran, yaitu skor tertinggi (5,644). Strategi ini menunjukkan pentingnya memanfaatkan kekuatan internal dan peluang pasar untuk memperluas pangsa pelanggan. Strategi pengembangan produk dengan peningkatan layanan menempati posisi kedua dengan skor (5,312), yang menekankan perlunya peningkatan kualitas layanan. Kedua strategi ini saling melengkapi dan mendukung upaya perusahaan dalam menghadapi persaingan. Hasil ini sejalan dengan posisi perusahaan pada kuadran V Matriks IE, yaitu strategi mempertahankan dan menumbuhkan (*Hold and Maintain*).

Tabel 4. Hasil Analisis Matriks QSPM

Faktor Internal	Bobot	Strategi Penetrasi Pasar (Pemasaran)		Strategi Pengembangan Produk (Peningkatan Layanan)	
		AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan					
S1	0,059829	3	0,179487	3	0,179487
S2	0,047009	3	0,141026	2	0,094017
S3	0,051282	4	0,205128	3	0,153846
S4	0,059829	3	0,179487	4	0,239316
S5	0,059829	4	0,239316	3	0,179487
S6	0,064103	4	0,256410	3	0,192308
S7	0,055556	2	0,111111	2	0,111111
S8	0,055556	4	0,222222	3	0,166667
S9	0,047009	3	0,141026	4	0,188034
S10	0,055556	2	0,111111	3	0,166667
S11	0,055556	4	0,222222	2	0,111111
			2,008547		1,782051
Kelemahan					
W1	0,055556	2	0,111111	3	0,166667
W2	0,047009	3	0,141026	2	0,094017
W3	0,047009	3	0,141026	2	0,094017
W4	0,038462	2	0,076923	1	0,038462
W5	0,059829	3	0,179487	3	0,179487
W6	0,055556	2	0,111111	3	0,166667
W7	0,038462	1	0,038462	2	0,076923
W8	0,047009	2	0,094017	3	0,141026
			0,893162		0,957265

Peluang					
O1	0,067961	4	0,271845	2	0,135922
O2	0,048544	3	0,145631	2	0,097087
O3	0,072816	3	0,218447	4	0,291262
O4	0,063107	4	0,252427	3	0,189320
O5	0,048544	2	0,097087	1	0,048544
O6	0,063107	2	0,126214	3	0,189320
O7	0,072816	4	0,291262	3	0,218447
O8	0,072816	4	0,291262	3	0,218447
			1,694175		1,388350
Ancaman					
T1	0,038835	3	0,116505	1	0,038835
T2	0,053398	2	0,106796	2	0,106796
T3	0,058252	2	0,116505	3	0,174757
T4	0,067961	3	0,203883	2	0,135922
T5	0,048544	1	0,048544	4	0,194175
T6	0,053398	1	0,053398	3	0,160194
T7	0,038835	2	0,077670	2	0,077670
T8	0,033981	1	0,033981	3	0,101942
T9	0,048544	3	0,145631	2	0,097087
T10	0,048544	3	0,145631	2	0,097087
			1,048544		1,184466
Total Skor			5,644428		5,312132

Data Olahan Penulis 2025

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis pada PT. Bilisa Multi Trans menggunakan Matriks IFE, EFE, IE, SWOT, dan QSPM, diperoleh kesimpulan strategis untuk pengembangan perusahaan. Skor IFE adalah (2,880) sedangkan EFE sebesar (2,582) ini menjelaskan bahwa perusahaan memiliki kondisi internal yang solid dan tantangan eksternal yang masih dapat diatasi. Perusahaan mampu mengelola sumber daya secara efektif dan memiliki peluang pasar yang dapat dimanfaatkan, meskipun tetap harus adaptif terhadap risiko eksternal. Analisis SWOT menghasilkan berbagai alternatif strategi, yang selaras dengan posisi kuadran V pada Matriks IE, yaitu strategi Hold and Maintain. Strategi utama yang dipilih adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk untuk memperkuat posisi di pasar serta meningkatkan layanan ekspedisi. Hasil perhitungan *Total Attractive Score* (TAS) pada QSPM menunjukkan strategi penetrasi pasar dengan pemasaran memiliki skor tertinggi (5,644), sehingga menjadi prioritas utama. Strategi ini difokuskan pada penguatan kemitraan, peningkatan akuisisi pelanggan, loyalitas, dan efisiensi operasional tanpa ekspansi besar, guna meningkatkan daya saing secara bertahap.

B. Saran

Dari hasil analisis sebelumnya, didapat beberapa saran strategis bagi PT. Bilisa Multi Trans untuk pengembangan bisnis di masa mendatang. Perusahaan disarankan mengoptimalkan jaringan relasi dan pelanggan tetap sebagai dasar kemitraan tanpa perlu ekspansi fisik. Koneksi di sektor pertanian juga perlu dimanfaatkan untuk menjangkau pelanggan individu yang membutuhkan layanan logistik fleksibel. Penguatan sumber daya manusia melalui peningkatan kemampuan manajerial dan pelatihan operasional bagi driver menjadi penting untuk mendukung kinerja. Selain itu, pemeliharaan dan peningkatan produktivitas armada perlu dilakukan agar tetap efisien meskipun jumlah unit terbatas. Diversifikasi jenis muatan yang dapat diangkut armada juga disarankan agar tetap kompetitif tanpa mengubah struktur operasional. Keterbatasan dalam penelitian ini membuka peluang bagi studi lanjutan untuk mengeksplorasi aspek lain yang belum terjangkau.

REFERENSI

- David, F.R. (2006). *Strategic management: Concepts and cases* (S. Rahoyo, Ed.; S.I. Budi, Trans.; 10th ed.). Jakarta, Indonesia: Salemba Empat.
- David, F.R., & David, F.R. (2013). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts* (16th ed.). Boston, MA: Pearson Education.
- Hunger, J.D., & Wheelen, T.L. (1996). *Strategic management* (A. Julianto, Ed.; 2nd ed.). Yogyakarta, Indonesia: Andi.
- Noviaristanti, S., & Emiriza, M. (n.d.). Strategizing digital transformation at PT XYZ: A novel approach with SWOT and Grey-AHP integration. *Asian Journal of Management Entrepreneurship and Social Science*, n/a(n/a), n/a. Retrieved from <https://ajmesc.com/index.php/ajmesc>
- Yam, H.J. (2019). *Manajemen strategi: Konsep dan implementasi* (R. Mirsawati, Ed.; 1st ed.). Jakarta, Indonesia: Raja Grafindo Persada.