

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Subyek dan Obyek Penelitian

4.1.1. Sejarah Singkat Usaha JASTIPSBY_NAGI

Usaha Jastipsby_nagi menjadi salah satu pelopor di Nusa Tenggara Timur khususnya Kota Larantuka dalam bisnis penitipan barang. Usaha ini hidup berlandaskan pada pengalaman pemilik semasa berkuliah di salah satu Universitas Swasta Surabaya, dimana harga barang yang ada di Surabaya sangat murah jika dibandingkan dengan harga barang di Nusa Tenggara Timur untuk jenis barang yang sama dan jika barang dikirim melalui jasa titip barang seperti JNE dan J&T harganya bisa melampaui harga barang yang dibeli. Oleh karena itu, tercetuslah usaha jasa titip barang ini.

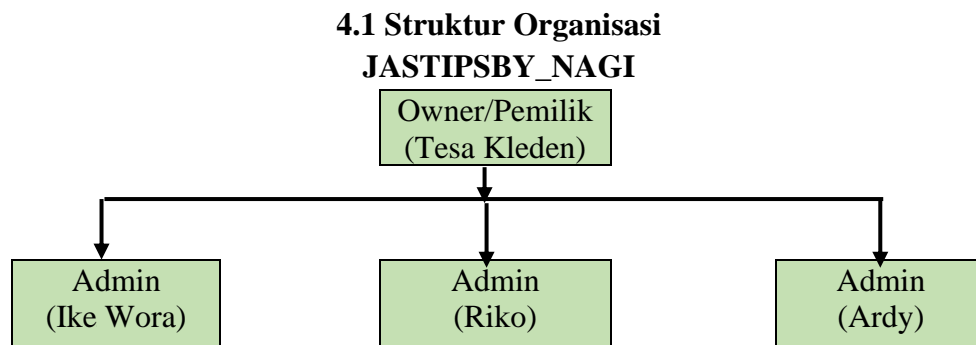
Jasa titip barang Surabaya-Nusa Tenggara Timur ini beroperasi sejak tanggal 29 April 2021 dan dijalankan oleh anak muda NTT bernama Tesa Kleden. Untuk lokasi Jastipsby_nagi yang berada di Surabaya dengan alamat Jl. Klampis Semalang gang 3 no 19 (belakang) RT 03/Rw 03 Kelurahan Klampis ngasem Kecamatan sukolilo, Surabaya Jawa Timur Kodepos 60117 dan untuk lokasi yang berada di NTT dengan alamat Sandominggi larantuka (lorong telkomsel lama di belakang toko baru besar). Usaha ini dimulai dari rumah kontrakan kecil di Surabaya dan hanya mengandalkan orang terdekat untuk bisa menggunakan jasanya. Namun, seiring berjalannya waktu usaha ini berkembang pesat hingga mampu mempekerjakan 2 orang karyawan di Surabaya, karena pada beberapa bulan setelah usaha ini dibangun pemiliknya pulang ke Nusa Tenggara Timur untuk memenuhi panggilan kerja.

Kurang lebih enam bulan setelah bekerja di salah satu Bank Pemerintah, owner ini memilih untuk *resign* dan kembali untuk mengurus usahanya bersama sang kekasih. Jumlah karyawan ditambah dan di Surabaya kedua owner ini memutuskan untuk mengontrak rumah yang lebih besar lagi dari sebelumnya karena jumlah permintaan pengiriman yang semakin hari semakin bertambah banyak.

Jastipsby_nagi memiliki tingkatan layanan untuk pelanggannya (*service level*) adalah satu kali 24 jam. Hal itu dapat dilakukan karena proses distribusi Jastipsby_nagi memiliki kompetensi dan kearifan sumber daya manusia yang tinggi, Jastipsby_nagi mampu melayani semua customernya secara cepat, dengan dimilikinya jaringan distribusi yang baik dengan parah ABK kapal yang menuju ke-NTT, proses operasional yang baik, layanan sistem teknologi informasi tepat guna dan terakomodasinya sinergi antara customer dan usaha Jastipsby_nagi. Jastipsby_nagi ini juga memberikan rekomendasi agar pengiriman barang sampai di tangan konsumen dengan menjaga keamanan barang secara maksimal, dan sampai di tangan konsumen tepat pada waktunya.

Jasa titip barang ini hadir maka akan lebih memudahkan orang untuk melakukan pengiriman barang. NTT terkhususnya kota Lantuka merupakan salah satu kota yang menggunakan jasa penitipan barang yang tergolong cukup banyak. Jasa titip barang yang dikenal oleh masyarakat kota larantuka yang bernama Jastipsby_nagi awalnya hanya melayani pengiriman barang ke-kota larantuka, seiring perkembangannya usaha jasa titip barang ini tidak lagi hanya melayani pengiriman ke-kota larantuka saja tetapi bisa melayani sampai ke pulau seberang, yakni: adonara, solor, hingga lembata. Usaha jasa titip barang ini sangat ramai digunakan di kota

larantuka, adonara, solor, dan lembata. Adapun susunan struktur organisasi dalam usaha jasa titip ini sebagai berikut:



Tugas dan wewenang masing-masing jabatan adalah sebagai berikut:

1. *Owner/Pemilik:*

Pada posisi jabatan ini merupakan pucuk pimpinan pada suatu usaha dalam hal ini adalah orang yang akan mengambil segala keputusan yang ada pada usaha Jastipsby_nagi untuk keberlangsungan usaha. Owner akan bertanggung jawab terhadap operasional serta bagaimana menjalankan kebijakan-kebijakan yang menyangkut usaha Jastipsby_nagi. Owner juga mengendalikan setiap admin dan mengontrol kinerja admin dan mengevaluasinya serta membantu menyelesaikan setiap permasalahan yang terjadi pada admin. Di usaha Jastipsby_nagi ini owner juga mengatur segala kegiatan promosi yang berada di Jastipsby_nagi yaitu mengatur perencanaan promosi apa yang akan dijalankan, berapa budget yang dibutuhkan, serta semua yang berhubungan dengan promosi. (yang berhubungan langsung dengan ABK dan yang menghubungi *customers* ketika barang dikirim dari Surabaya dan pengambilan di rumah owner)

2. *Admin:*

Admin bertugas untuk mengatur tentang segala bentuk administrasi yang terjadi di Jastipsby_nagi. Admin memiliki peranan yang sangat penting untuk menjaga dan mengamankan semua barang yang akan di kirimkan ke-konsumen oleh Jastipsby_nagi. Admin di Jastipsby_nagi juga bertugas untuk mengatur pengiriman dan pemesanan barang dari Surabaya ke-NTT serta mengatur atau mengelola barang sehingga tidak terjadi penumpukan atau bahkan kehilangan barang. Usaha Jastipsby_nagi ini, admin juga melakukan kegiatan promosi yang berada di Jastipsby_nagi yaitu mengatur perencanaan promosi apa yang akan dijalankan, berapa budget yang dibutuhkan, serta semua yang berhubungan dengan promosi.

4.1.2. Visi dan Misi JASTIPSBY_NAGI

4.1.2.1 Visi

Mengembangkan dan meningkatkan layanan jasa pengiriman barang, serta menjadi jasa pengiriman barang terkemuka dan terpercaya yang diakui oleh seluruh masyarakat.

4.1.2.2 Misi

1. Keamanan: Jastipsby_nagi akan memberikan jasa layanan yang prima dan selalu senantiasa dengan sepenuh hati untuk menjaga keamanan dan keutuhan barang yang dikirim hingga sampai ke-tangan konsumen.
2. Tepat Waktu: Jastipsby_nagi akan selalu menjaga ketepatan waktu pengiriman dengan memperhitungkan jarak dan hambatan yang akan terjadi selama perjalanan.

3. Ramah: Jastipsby_nagi akan melayani dengan ramah pada setiap konsumen.
4. Kualitas: Jastipsby_nagi akan selalu siap melayani dengan responsif dalam menangani setiap keluhan yang dialami oleh konsumen.

4.1.3. Produk Yang Dikirimkan.

Untuk produk/barang yang didistribusikan oleh Jastipsby_nagi terdiri dari berbagai perlengkapan rumah tangga seperti tempat tidur, lemari, kursi, meja, sofa, televisi dan pakaian hingga berbagai aneka jenis jajanan. Untuk produk/barang Jastipsby_nagi tidak hanya melakukan pengiriman saja tetapi Jastipsby_nagi juga melayani pemesanan untuk barang yang akan di cari di Surabaya dan sekitarnya. (barang yang dipesan konsumen melalui shopee, dan lain-lain kirimnya ke Gudang Surabaya dan dikirim ke NTT dengan Jastipsby_nagi ini. Hal ini dilakukan konsumen untuk menghemat biaya kirim jika langsung dikirim dengan shopee, dan lain-lain)

4.1.4. Pemasaran dan Wilayah Pengiriman

4.1.4.1. Pemasaran

Jastipsby_nagi sebagai penyedia jasa pengiriman barang berusaha menjadi *Inter Consumer Good Distributor* dimana Jastipsby_nagi memberikan pelayanan secara tepat waktu, dan menjaga keamanan barang dengan semaksimal mungkin serta memberikan harga perkilo setiap barang yang sangat terjangkau.

Selain memiliki jaringan yang luas yang seharusnya lazim dimiliki usaha jasa titip barang sebagai distributor ada beberapa keunggulan lain yang dimiliki Jastipsby_nagi untuk meningkatkan efektifitas pemasarannya diantaranya:

1. Memiliki kompetensi dan kearifan sumber daya manusia yang tinggi,
2. Jastipsby_nagi mampu melayani semua customernya secara cepat,
3. Proses operasional yang baik.
4. Layanan sistem teknologi informasi tepat guna
5. Terakomodasinya sinergi antara customer dan usaha Jastipsby_nagi.
6. Harganya yang terjangkau.
7. Jastipsby_nagi dapat menjaga keamanan barang secara maksimal hingga sampai di tangan konsumen.

Dengan beberapa keunggulan tersebut usaha jastipsby_nagi dapat bersaing dengan baik dengan para pesaing yang memiliki bidang yang sama sebagai penyedia jasa pengiriman barang.

4.1.4.2. Wilayah Pengiriman

Usaha Jastipsby_nagi memiliki wilayah distribusi dengan jaringan yang cukup luas mencakup empat wilayah yaitu Larantuka, Adonara, Solor dan Lembata.

4.1.5 Faktor Kunci keberhasilan (*Key Success Faktor*).

Faktor kunci keberhasilan (*Key Success Faktor*) adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan suatu usaha. Untuk *Key Success Faktor* pada Usaha jastipsby_nagi terdiri dari:

a. Kualitas produk

Kualitas suatu produk memiliki peranan yang sangat penting bagi kelangsungan usaha jasa titip barang, karena dengan menjaga kualitas produk yang baik akan membuat konsumen merasa puas karena apa yang diinginkan

oleh konsumen bisa terpenuhi dan akhirnya konsumen akan menjadi loyal terhadap jastipsby_nagi. Untuk usaha jasa titip barang ini ke-amanan barang yang paling diperhatikan.

b. Kualitas Layanan

Kualitas Layanan jastipsby_nagi ini memiliki peranan yang sangat penting. karena usaha jasa titip barang ini selain menjaga ke-amanan barang estimasi barang untuk sampai di tangan konsumen pun sangat di perhatikan oleh jastipsby_nagi karena usaha ini merupakan usaha jasa untuk pengiriman barang antar wilayah. Maka dibutuhkan saluran distribusi yang baik, dengan tujuan untuk mempermudah konsumen dalam melakukan pengiriman barang dan pemesanan barang sehingga konsumen tidak akan berpindah ke pesaing di bidang yang sama yaitu usaha jasa titip barang.

c. Kepercayaan dan Reputasi Usaha

Reputasi suatu usaha akan memberikan dampak yang sangat besar terhadap kelangsungan usaha. Hal ini terjadi ketika reputasi suatu usaha sudah baik di benak para konsumennya maka untuk kelangsungan Pengiriman barang berikutnya oleh jastipsby_nagi akan dengan mudah dipercaya oleh para konsumen. Ini terjadi karena konsumen sudah mengenal jastipsby_nagi dan juga sudah percaya barang-barang yang di kirimkan melalui jastipsby_nagi memiliki kualitas ke-amanan dan estimasi sampainya yang sangat cepat. Selain itu dengan menggunakan jasa titip barang jastipsby_nagi untuk ongkos pengirimannya pun tergolong cukup murah pada setiap lokasi pengiriman.

Harganya mulai dari Rp 15.000/kg untuk daerah Larantuka, dan Rp 20.000/kg untuk daerah Adonara, Solor dan Lembata.

4.1.6 Karasteristik Usaha

Karasteristik usaha akan mengidentifikasi karasteristik- karasteristik dalam usaha jastipsby_nagi dengan penekanan terhadap relevansi pada strategi yang dilakukan jastipsby_nagi. Untuk karasteristik usaha dalam penelitian ini diuraikan mengenai karasteristik jastipsby_nagi dimana usaha jastipsby_nagi ini, yang menjadi penyedia jasa pengiriman barang yang akan di distribusikan ke-NTT khususnya daerah Larantuka, Adonara, Solor dan Lembata. Adapun untuk karasteristik usaha jastipsby_nagi sebagai berikut:

1. Kondisi persaingan

Untuk kondisi persaingan jastipsby_nagi termasuk persaingan yang sempurna dimana banyak pesaing yang bergerak dalam usaha yang sama dalam penyedia jasa pengiriman barang. Adapun pesaing bagi jastipsby_nagi seperti Yesjastip_vester (Surabaya-Larantuka), dan J&T.

2. Ancaman dari pendatang baru

Ancaman bagi pendatang baru untuk usaha jasa pengiriman barang yang sama sangat mudah masuk. Industri yang bergerak dalam bidang penyedia jasa pengiriman barang ini memungkinkan pendatang baru masuk karena usahannya mudah untuk ditiru dan teknologi yang digunakan relative mudah, sehingga pesaing baru akan mudah masuk.

3. Perilaku konsumen

Konsumen memiliki daya tawar (*bergaining power*) yang tinggi karena pesaing cukup banyak. konsumen akan dengan mudah beralih pada pesaing bila merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh jastipsby_nagi.

4. Ketergantungan pada jadwal kapal laut

Untuk usaha jasa titip barang ini memiliki ketergantungan dengan jadwal kapal laut, karena untuk pengiriman barang ke-NTT khususnya daerah larantuka, adonara, solor dan lembata membutuhkan alat transpostasi kapal laut. Sehingga proses distribusi jastipsby_nagi sangat bergantung dengan jadwal keberangkatan kapal yang akan menuju ke-NTT.

4.1.7 Sasaran Jangka Panjang.

Sasaran jangka panjang atau tujuan jangka panjang (*strategic objective*) merupakan hasil yang akan dicapai oleh jastipsby_nagi dimasa yang akan datang yang memberikan arah secara umum dan pedoman spesifik untuk mengevaluasi cita-cita jastipsby_nagi. Untuk sasaran jangka panjang jastipsby_nagi meliputi:

1. Posisi pasar
 - a. Berusaha menjadi penyedia jasa pengiriman barang terbaik di larantuka, adonara, solor dan lembata.
 - b. Memperluas jaringan pendistribusian sampai ke-seluruh NTT dengan meningkatkan SDM, keamanan barang dan ketepatan waktu dalam pengiriman barang.
2. Profitabilitas

Dapat mencapai profit yang sudah di targetkan oleh jastipsby_nagi pertahunnya.

3. Produktivitas

- a. Meningkatkan operasional usaha jastipsby_nagi dari tahun ketahun sehingga pengiriman barang akan bisa sampai ke seluruh kota NTT sesuai target jastipsby_nagi.
- b. Meningkatkan tingkat layanan (service level) dengan maksimal 24 jam setelah konsumen melakukan pengiriman barang hingga sampai ke-tangan konsumen.

4.2. Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal

4.2.1 Identifikasi Faktor Internal.

4.2.1.1 Kekuatan

a. Harga (*Prize*)

Pemilik jastipsby_nagi menyampaikan terkait harga produk/barang yang akan dikirimkan oleh jastipsby_nagi telah sesuai dengan wilayah yang dituju.

Penjelasan Tesa Kleden sebagai berikut:

“Setiap wilayah memiliki ongkos kirim yang berbeda mulai dari Larantuka dengan ongkos kirim Rp 15.000/Kg, dan untuk Adonara, Solor dan Lembata memiliki ongkos kirim Rp 20.000/Kg. jastipsby_nagi sebagai penyedia jasa pengiriman barang jika dibandingkan dengan penyedia jasa pengiriman barang yang sejenis seperti J&T ternyata jastipsby_nagi memiliki ongkos pengiriman yang jauh lebih murah”.

Dari penjelasan tersebut menunjukkan harga yang ditentukan lebih murah dibanding pesaingnya. Hal ini disebabkan barang yang akan dikirimkan

ke-Larantuka, Adonara, Solor dan Lembata menggunakan alat transportasi kapal laut, sedang pesaingnya menggunakan transportasi udara.

b. Terjaminnya Keamanan Dalam Pengantaran Barang

Pemilik *jastipsby_nagi* menyampaikan terkait keamanan produk/barang yang akan dikirimkan oleh *jastipsby_nagi* telah sesuai dengan prosedur pengiriman.

Penjelasan dari Tesa Kleden sebagai berikut:

“Jastipsby_nagi sangat menjaga keamanan barang yang akan dikirim selama dalam perjalanan hingga sampai ke-tangan konsumen. Dan apabila barang selama dalam proses pengiriman terjadi kerusakan atau kehilangan maka dari pihak Jastipsby_nagi akan mengganti barang tersebut”.

Dari penjelasan tersebut menunjukkan keamanan produk/barang akan dikirim oleh *Jastipsby_nagi* sangat dijaga keamanannya. Hal ini bertujuan dengan jaminan keamanan yang baik, agar pelanggan tidak merasa takut untuk melakukan pengiriman barang melalui *jastipsby_nagi*.

c. Strategi Promosi (Promotion)

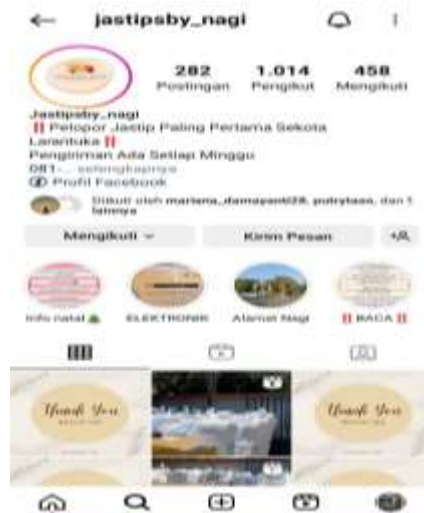
Pemilik *jastipsby_nagi* menyampaikan terkait strategi promosi yang dilakukan oleh *jastipsby_nagi* dengan menggunakan berbagai media.

Penjelasan Tesa Kleden sebagai berikut:

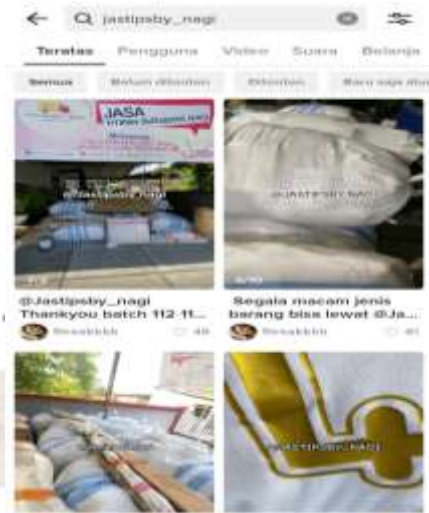
“Untuk promosi yang diterapkan oleh jastipsby_nagi dilakukan dengan berbagai cara dengan menggunakan media elektronik mulai dari Instagram, facebook, tiktok hingga whatsapp dimana penggunaan media elektronik saat ini sangat efektif untuk menarik minat konsumen untuk menggunakan jasa layanan dari jastipsby_nagi, selain menggunakan media elektronik jastipsby_nagi juga melakukan promosi dengan Word of mouth dengan begitu promosi yang dilakukan pun dapat lebih efektif. strategi promosi lainnya yang diterapkan oleh Jastipsby_nagi dengan melakukan penurunan harga. Promosi ini di lakukan pada saat-saat tertentu seperti dihari raya natal dan tahun baru”.

Berikut media promosi yang digunakan jastipsby_nagi:

Gambar 4.1
Promosi (Instagram)



Gambar 4.2
Promosi (TikTok)



Gambar 4.3
Promosi (Facebook)



Gambar 4.4
Promosi (Whatsapp)



d. Kecukupan Karyawan

Pemilik jastipsby_nagi menyampaikan terkait Kecukupan Karyawan jastipsby_nagi telah sesuai dengan jumlah kebutuhan pengiriman barang.

Penjelasan Tesa Kleden sebagai berikut:

“Untuk jumlah karyawan yang ada di jastipsby_nagi yang berada di Surabaya maupun NTT memiliki karyawan yang cukup untuk melakukan proses pengiriman barang secara merata ke-wilayah yang akan dituju, adapun Tesa Kleden selaku pemilik membantu ke-tiga karyawan yang dimiliki yaitu Ike Wora, Riko dan Ardy. Ke-tiga karyawan tersebut memiliki tugas yang sama. Karyawan yang dimiliki jastipsby_nagi sudah cukup untuk melakukan proses pengiriman barang secara keseluruhan ke-wilayah Larantuka, Adonara, Solor dan Lembata”.

Dari penjelasan tersebut menunjukkan bahwa jastipsby_nagi memiliki kecukupan karyawan dalam melakukan proses pengiriman barang ke-Larantuka, Adonara, Solor dan Lembata jika dibandingkan dengan pesaingnya.

e. Loyalitas Karyawan dan Sistem kekeluargaan yang kuat

Pemilik jastipsby_nagi menyampaikan terkait loyalitas karyawan dan sistem kekeluargaan yang kuat pada jastipsby_nagi.

Penjelasan Tesa Kleden sebagai berikut:

“Untuk menumbuhkan rasa loyalitas, jastipsby_nagi menanamkan rasa memiliki pada usaha penyedia jasa pengiriman barang ini pada karyawannya, hal ini bertujuan untuk membuat karyawan bekerja secara aktif karena merasa memiliki pada usaha ini akan membuat karyawan merasa seperti usaha ini milik pribadi. jastipsby_nagi juga memiliki budaya kerja yang menggunakan sistem kekeluargaan antar karyawan, sehingga karyawan yang satu dengan yang lainnya merasa seperti keluarga. DiJastipsby_nagi sistem kekeluargaan sangat kuat, hal ini ditunjukkan dengan hubungan yang erat antara rekan kerja dan pemilik usaha ini. Hubungan yang harmonis antar karyawan terjadi berkaitan dengan masalah pekerjaan atau masalah diluar pekerjaan. Hubungan kekeluargaan yang kuat pada jastipsby_nagi dapat menciptakan suasana yang nyaman sehingga karyawan merasa dihargai satu sama lain, merasa betah dan bertahan lama di jastipsby_nagi”.

Karyawan jastipsby_nagi menyampaikan terkait loyalitas karyawan terhadap jastipsby_nagi.

Penjelasan Riko sebagai berikut:

“Seluruh karyawan sangat loyal terhadap jastipsby_nagi, bentuk loyalitas yang diberikan karyawan kepada jastipsby_nagi berupa dengan bekerja sepenuh hati untuk memuaskan keinginan konsumen dalam melakukan pengiriman barang dengan melakukan pengiriman yang cepat dan pelayanan yang ramah kepada konsumen. Tesa kleden selaku pemilik pun tidak membedakan setiap karyawannya, tetapi sangat memperhatikan kesejahteraan karyawannya dengan menanamkan sikap memiliki terhadap jastipsby_nagi dengan begitu semua karyawan pun bisa bekerja dengan nyaman”.

karyawan jastipsby_nagi menyampaikan terkait hubungan karyawan dengan pemilik jastipsby_nagi.

Penjelasan Ardy sebagai berikut:

“DiJastipsby_nagi sistem kekeluargaan sangat kuat, hal ini ditunjukkan dengan hubungan yang erat antara rekan kerja dan pemilik usaha ini. Hubungan yang harmonis antar karyawan dan pemilik terjadi berkaitan dengan masalah pekerjaan atau masalah diluar pekerjaan. Hubungan kekeluargaan yang kuat pada jastipsby_nagi dapat menciptakan suasana yang nyaman sehingga karyawan merasa dihargai satu sama lain, merasa betah dan bertahan lama di jastipsby_nagi”.

Dari penjelasan tersebut menunjukkan dengan adanya loyalitas karyawan dan sistem kekeluargaan yang baik yang dimiliki Jastipsby_nagi maka usaha ini pun akan selalu berkembang karena dengan loyalitas karyawan dan sistem kekeluargaan yang baik maka karyawan pun bekerja semaksimal mungkin dalam melakukan proses pengiriman barang.

f. Profitabilitas

Pemilik jastipsby_nagi menyampaikan terkait profitabilitas jastipsby_nagi yang mengalami peningkatan sejak awal berdiri.

Penjelasan Tesa Kleden sebagai berikut:

“Sebagai penyedia jasa pengiriman barang ini yang ditunjukkan pada aspek profitabilitas, pengiriman dan pemesanan hingga kepuasan konsumen melalui pelayanan yang kreatif dan inovatif dari seluruh

karyawannya yang sangat berkompeten. jastipsby_nagi termasuk usaha yang secara profit cukup baik, hal ini ditunjukkan dengan jumlah profit yang didapat oleh Jastipsby_nagi selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya yang mulai dari awal berdirinya usaha ini pada tahun 2021 memperoleh laba sebesar Rp 5.000.000 perbulannya hingga pada tahun 2022, 2023, 2024 ini mengalami peningkatan sebesar Rp 10.000.000 – Rp 15.000.000 perbulannya”.

Dari penjelasan tersebut menunjukkan profitabilitas jastipsby_nagi mengalami peningkatan setiap tahunnya hal ini disebabkan karena jastipsby_nagi memiliki pelayanan yang kreatif dan inovatif dari seluruh karyawannya yang sangat berkompeten dibanding pesaingnya.

g. Relasi Antara Jastipsby_nagi Dan Konsumen Terjalin Dengan Baik.

Pemilik jastipsby_nagi menyampaikan terkait relasi antara Jastipsby_nagi dengan konsumen terjalin dengan baik. .

Penjelasan Tesa Kleden sebagai berikut:

“Hubungan Jastipsby_nagi dengan konsumen terjalin dengan baik ditunjukkan dengan konsumen yang setelah menggunakan jasa dari Jastipsby_nagi mengatakan puas dengan pelayanan yang diberikan dan konsumen pun melakukan pengiriman kembali dengan menggunakan jasa dari Jastipsby_nagi. Dengan adanya relasi yang baik antara usaha Jastipsby_nagi dengan konsumen, maka konsumen akan mempercayai usaha Jastipsby_nagi dan akan menggunakan kembali jasa dari Jastipsby_nagi. Dengan adanya relasi yang baik dengan konsumen juga memiliki manfaat yakni konsumen pun juga akan melakukan promosi secara word of mouth kepada teman bahkan sodaranya. maka dengan relasi yang baik akan menambah jumlah profit dari Jastipsby_nagi”.

h. Pengantaranya tepat waktu

Pemilik jastipsby_nagi menyampaikan terkait pengantaranya produk/barang dengan jastipsby_nagi dapat sampai tepat waktu. .

Penjelasan Tesa Kleden sebagai berikut:

“Setiap pengiriman dan pemesanan barang yang sudah masuk ke-jastipsby_nagi akan dikirim sesuai jadwalnya dengan estimasi sampai 4 –

5 hari. Dengan estimasi sampai yang tepat waktu maka konsumen pun akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh jastipsby. Konsumen pada sebuah usaha penyedia jasa pengiriman barang memiliki peranan yang sangat penting karena mereka yang akan menggunakan jasa dari usaha ini”.

i. Citra usaha

Pemilik jastipsby_nagi menyampaikan terkait citra usaha yang dibangun jastipsby_nagi dimata konsumen.

Penjelasan Tesa Kleden sebagai berikut:

“Untuk membangun citra yang kuat dibenak konsumen, jastipsby_nagi melakukan banyak hal diantaranya dengan cara promosi berupa pelayanan yang diberikan jastipsby_nagi menjadi hal yang utama yang dilakukan jastipsby_nagi. Mulai dari menjaga keamanan barang, estimasi sampainya yang begitu cepat dan harganya yang sangat terjangkau. Hal ini dilakukan sehingga citra usaha yang baik akan melekat dibenak para konsumen. Dengan begitu image konsumen terhadap jastipsby_nagi menjadi penyedia jasa pengiriman barang yang baik. Hal lain yang mendukung langkah dalam membangun citra usaha adalah dengan cara memberikan layanan 24 jam sehingga setiap keluhan yang terjadi berkaitan dengan pengiriman barang hingga pemesanan barang dapat langsung disampaikan, apabila ada konsumen yang merasa kurang puas terhadap layanan yang diberikan jastipsby_nagi maka dapat secara cepat ditindak lanjuti oleh jastipsby_nagi”.

4.2.1.2 Kelemahan

a. Tempat penyimpanan barang masih tergabung dengan rumah tinggal

Pemilik jastipsby_nagi menyampaikan terkait tempat penyimpanan produk/barang yang akan dikirimkan dan yang sudah sampai digudang Larantuka.

Penjelasan Tesa Kleden sebagai berikut:

“Tempat penyimpanan barang jastipsby_nagi yang masih tergabung dengan rumah tinggal maka resiko kehilangan dan kerusakan pun cukup besar, sehingga ini bisa menjadi kelemahan yang dapat mempengaruhi keamanan barang konsumen”.

b. Kurang fokusnya karyawan karena barang terlalu banyak

karyawan jastipsby_nagi menyampaikan terkait beban pekerjaannya di jastipsby_nagi karena barang terlalu banyak.

Penjelasan Ike wora sebagai berikut:

“Sebenarnya dengan jumlah pengiriman barang semakin banyak akan menjadi kekuatan bagi jastipsby_nagi, tetapi hal ini dapat menjadi kelemahan, karena jumlah barang yang banyak bisa menimbulkan kurangnya fokus karyawan terhadap semua barang. Sering terjadi beberapa barang mengalami penumpukan secara keseluruhan barang yang ada harus segera diambil oleh konsumen agar tidak terjadi penumpukan digudang jastipsby_nagi. Namun sering kali terjadi ketika barang sampai digudang jastipsby_nagi beberapa konsumen sering tidak mengambil barangnya hingga berhari-hari dan barang tersebut menjadi menumpuk digudang jastipsby_nagi”.

c. Kurangnya pemberian diskon yang dilakukan jastipsby_nagi

konsumen jastipsby_nagi Dimas, Putri, Dinda, Nella, Riski, Anha dan Meylisa, menyampaikan terkait pemberian diskon yang dilakukan jastipsby_nagi.

Penjelasan Dimas dan Putri sebagai berikut:

“Jastipsby_nagi ini hanya melakukan diskon atau penurunan harga ketika pada saat hari raya seperti pada hari raya natal dan tahun baru. Diskon jika dilakukan lebih sering maka akan menjadi kekuatan bagi jastipsby_nagi. Diskon dbisa dilakukan ketika konsumen melakukan jumlah pengiriman yang banyak dan sering menggunakan jasa dari jastipsby_nagi bisa mempengaruhi minat konsumen agar lebih tertarik lagi dalam melakukan pengiriman barang menggunakan jasa dari jastipsby_nagi”.

d. ketergantungan dengan jadwal keberangkatan kapal laut

Pemilik jastipsby_nagi menyampaikan terkait kendala yang dihadapi jastipsby_nagi dalam proses pengiriman barang.

Penjelasan Tesa Kleden sebagai berikut:

“Ketergantungan dengan jadwal keberangkatan kapal laut menjadikan kelemahan bagi jastipsby_nagi, karena jika keberangkatan kapal ditunda atau terlambat masuk maka akan mempengaruhi estimasi sampainya barang ketangan konsumen. konsumen akan merasa puas ketika pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen seperti sampainya barang tepat waktu”.

e. Kurang dikenal oleh masyarakat luas

Pemilik jastipsby_nagi menyampaikan terkait Bagaimana masyarakat mengenal jastipsby_nagi.

Penjelasan Tesa Kleden sebagai berikut:

“Kurang dikenal oleh masyarakat luas menjadi kelemahan bagi jastipsby_nagi, kurang dikenalnya jastipsby_nagi sampai ke pelosok desa karena promosi yang dilakukan oleh jastipsby_nagi menggunakan facebook, instagram, whatsapp, tiktok sedangkan akses internet yang sulit dijangkau dipedesaan menjadikan kendala bagi promosi yang dilakukan oleh jastipsby_nagi”.

4.2.2 Identifikasi Faktor Eksternal

4.2.2.1 Peluang

a. Terbukanya cabang jastipsby_nagi hingga keseluruh NTT

Pemilik jastipsby_nagi menyampaikan terkait peluang untuk membuka cabang jastipsby_nagi hingga keseluruh NTT.

Penjelasan Tesa Kleden sebagai berikut:

“Jastipsby_nagi memiliki peluang untuk membuka cabang hingga keseluruh NTT, dengan melakukan promosi yang gencar dan peningkatan kualitas pelayanan dapat mengambil kepercayaan konsumen untuk menggunakan jasa pengiriman barang jastipsby_nagi”.

b. Adanya kepercayaan konsumen.

konsumen jastipsby_nagi Voni, Anto, Indri, Tince, Amalia, Ida Goran, Dhano dan Olin menyampaikan terkait kepercayaan konsumen pada jastipsby_nagi.

Penjelasan Voni dan Anto sebagai berikut:

“Jastipsby_nagi dipercaya oleh konsumen karena jaminan keamanan yang diberikan. Jastipsby_nagi juga bisa dengan melakukan promosi dan peningkatan kualitas pelayanan, maka konsumen akan lebih mempercayai pengiriman barang dengan menggunakan jastipsby_nagi, kepercayaan konsumen sangat penting untuk dijaga karena dapat mempengaruhi jumlah permintaan pengiriman barang dan dapat menambah jumlah profit”.

c. Kemajuan pesat pada bidang teknologi

Pemilik jastipsby_nagi menyampaikan terkait teknologi yang digunakan jastipsby_nagi sebagai penyedia jasa pengiriman barang.

Penjelasan Tesa Kleden sebagai berikut:

“Kemajuan pesat pada bidang teknologi dapat membantu Jastipsby_nagi dalam melakukan promosi, sehingga dapat meningkatkan jumlah permintaan pengiriman barang. dengan kemajuan teknologi yang pesat maka promosi yang dilakukan bisa sampai ke pelosok desa. Kemajuan teknologi yang ada dapat memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian barang. Dengan kemajuan teknologi seperti ini maka jasa pengiriman barang pun semakin ramai digunakan. Sehingga jastipsby_nagi sebagai penyedia jasa pengiriman barang pun setiap tahun selalu mengalami peningkatan dalam jumlah pengiriman dan pemesanan barang”.

d. konsumen membutuhkan pelayanan dengan cepat dan akurat dan dengan harga yang terjangkau.

Konsumen jastipsby_nagi Yodi, Jorsi, Gerson, Daniel, Lusi, Hartini dan Hurem menyampaikan terkait yang diinginkan ketika melakukan pengiriman barang melalui jastipsby_nagi.

Penjelasan Yodi dan Jorsi sebagai berikut:

“Selain harga yang murah konsumen juga menginginkan kebutuhan konsumen akan pelayanan yang cepat dan akurat serta keamanan barang ketika terjadi sesuatu pada barang selama proses pengiriman maka

Jastipsby_nagi memiliki peluang dalam meningkatkan jumlah permintaan pengiriman barang”.

4.2.2.2 Ancaman

a. Masuk/Munculnya para pesaing baru

Pemilik jastipsby_nagi menyampaikan terkait munculnya para pesaing baru yang bisa menurunkan permintaan pengiriman barang.

Penjelasan Tesa Kleden sebagai berikut:

“Munculnya para pesaing baru menjadi ancaman yang dihadapi Jastipsby_nagi, karena adanya pesaing baru yang menawarkan jasa yang sama dan dengan harga yang kompetitif dapat menjadi ancaman yang paling ditakuti karena dapat mempengaruhi jumlah permintaan pengiriman barang yang akan menurun permintaannya”.

b. Persaingan harga yang kompetitif.

Pesaing Yesjastip dan J&T menyampaikan terkait harga pengiriman produk/barang yang dilakukan.

Penjelasan Yesjastip sebagai berikut:

“Yesjastip menetapkan harga pengiriman disetiap wilayahnya berbeda mulai dari Larantuka dengan ongkos kirim Rp 18.000/Kg, Adonara Rp 23.000/Kg, Lembata Rp 20.000/Kg, Hokeng Rp 15.000/Kg, Maumere Rp 8.000/Kg, Ende Rp 9.000/Kg”.

Penjelasan J&T sebagai berikut:

“J&T menetapkan harga pengiriman disetiap wilayahnya berbeda dengan ongkos kirim yang lebih mahal tetapi dengan menawarkan estimasi sampai yang begitu cepat harga ongkos kirim ditetapkan J&T mulai dari Larantuka dengan ongkos kirim Rp 82.000/Kg, Adonara Rp 88.000/Kg, Solor Rp 88.000/Kg, Lembata Rp 82.000/Kg”.

Dari penjelasan tersebut menunjukkan harga pengiriman disetiap wilayah berbeda Yesjastip menetapkan harga yang lebih murah dibanding J&T

tetapi dengan estimasi sampai 4-5 hari sedangkan J&T menetapkan harga yang jauh lebih mahal tetapi menawarkan estimasi sampai yang lebih cepat dan keamanan barang yang terjamin. Dibandingkan dengan jastipsby_nagi menetapkan harga yang jauh lebih murah.

- c. Konsumen berpindah menggunakan usaha penyedia jasa pengiriman barang yang lain.

Konsumen jastipsby_nagi Ridho, Mellania, Hawu, Siwi, Lily, Witak, Tatang dan Yolanda menyampaikan terkait akan berpindah menggunakan jasa pengiriman yang lain ketika pesaing Lebih unggul.

Penjelasan Ridho dan Mellania sebagai berikut:

“Masuknya pesaing baru maka persaingan harga dan kualitas pelayanan sangat diperhatikan, jika harga yang diterapkan begitu tinggi dibanding pesaingnya dan kualitas pelayanan yang diberikan pesaing lebih baik maka konsumen bisa berpindah ke pesaing dan itu akan mempengaruhi profit dari Jastipsby_nagi”.

- d. Pesaing mulai untuk meluaskan wilayah pengiriman

Pesaing Yesjastip dan J&T menyampaikan terkait jangkauan Wilayah pengiriman produk/barang yang dilakukan.

Penjelasan Yesjastip sebagai berikut:

“Yesjastip memiliki wilayah jangkauan pengiriman mulai dari Larantuka, Adonara, Lembata, Hokeng, Maumere, Ende”.

Penjelasan J&T sebagai berikut:

“J&T memiliki wilayah jangkauan pengiriman sudah sampai ke-luar negeri mulai dari Indonesia, Vietnam, Malaysia, Thailand, Filipina, Kamboja, Singapura, China, Uni Emirat Arab (UEA), Arab Saudi, Meksiko, Brasil dan Mesir”.

Dari penjelasan tersebut menunjukkan wilayah pengiriman Yesjastip belum sampai ke-seluruh NTT sedangkan J&T sudah mencapai wilayah pengiriman hingga ke-luar negeri dan jastipsby_nagi pun memiliki wilayah pengiriman yang masih lebih kecil dibanding ke-duanya.

e. Persaingan dalam tingkat pelayanan dan fasilitas terhadap konsumen.

Pemilik jastipsby_nagi menyampaikan terkait persaingan dalam tingkat pelayanan dan fasilitas terhadap kebutuhan konsumen.

Penjelasan Tesa Kleden sebagai berikut:

“Masuknya pesaing maka persaingan dalam tingkat pelayanan dan fasilitas sangat betul diperhatikan karena jika pelayanan dan fasilitas yang diberikan pesaing lebih baik maka tidak menutup kemungkinan konsumen akan berpindah menggunakan jasa pengiriman barang yang lain”.

Wawancara dengan pesaing Jastipsby_nagi.

Penyimpanan barang yang dilakukan pesaing Yesjastip dan J&T

Pesaing Yesjastip dan J&T menyampaikan terkait penyimpanan produk/barang yang dilakukan.

Penjelasan Yesjastip sebagai berikut:

“Yesjastip memiliki Gudang Khusus untuk penyimpanan barang di Malang tetapi untuk di Larantuka belum memiliki Gudang dan masih menggunakan rumah tinggal untuk dijadikan gudang sehingga rentan untuk kerusakan atau kehilangan barang”.

Penjelasan J&T sebagai berikut:

“J&T memiliki Gudang Khusus untuk penyimpanan barang disetiap wilayah yang akan dituju dengan tujuan agar semua barang yang hendak dikirim dapat terjamin keamanannya”.

Dari penjelasan tersebut menunjukkan gudang penyimpanan Yesjastip memiliki kesamaan dengan gudang jastipsby_nagi yaitu gudangnya masih

terikat dengan rumah tinggal sedangkan untuk gudang penyimpanan dari J&T lebih unggul dibanding dari ke-duanya.

Barang yang dikirim menggunakan Yesjastip dan J&T terjamin keamanannya

Pesaing Yesjastip dan J&T menyampaikan terkait barang yang hendak dikirim dapat terjamin keamanannya.

Penjelasan Yesjastip sebagai berikut:

“Yesjastip dalam proses pengiriman barang keamanannya terjamin, dengan memberi tanggung jawab selama pengiriman dibebankan kepada kurirnya apabila terjadi sesuatu seperti kehilangan atau kerusakan selama proses pengiriman kurirlah yang bertanggung jawab atas barang tersebut dan konsumen dapat langsung menghubungi kurirnya”.

Penjelasan J&T sebagai berikut:

“J&T selama proses pengiriman sangat menjamin untuk keamanan apabila terjadi kehilangan atau kerusakan barang pada saat proses pengiriman, memiliki pelacakan real time dan memiliki asuransi”.

Dari penjelasan tersebut menunjukkan untuk keamanan barang Yesjastip dan J&T sangat terjamin dengan memiliki sikap tanggung jawab yang berbeda. Dibanding dengan jastipsby_nagi memiliki keamanan yang lebih baik daripada jasa pengiriman Yesjastip.

Pelayanan dan fasilitas yang diberikan Yesjastip dan J&T pada konsumen

Pesaing Yesjastip dan J&T menyampaikan terkait pelayanan dan fasilitas yang diberikan.

Penjelasan Yesjastip sebagai berikut:

“Yesjastip dalam memberikan pelayanan kepada konsumen Yesjastip sudah bekerja dengan semaksimal mungkin untuk memberikan yang terbaik kepada konsumen, dengan memberikan fasilitas seperti Gudang yang cukup untuk menampung barang konsumen”.

Penjelasan J&T sebagai berikut:

“J&T Super (Cepat) Sesuai namanya, layanan J&T Super adalah layanan pengiriman tercepat yang dimiliki J&T. Jika konsumen menggunakan layanan ini, hanya butuh waktu 1-2 hari dan paket akan tiba dan dengan layanan reguler dengan tarif ongkos kirim yang standar”.

Dari penjelasan tersebut menunjukkan untuk pelayanan dan fasilitas yang diberikan J&T lebih baik dari Yesjastip. Jika dibanding dari segi pelayanan dan fasilitas jastipsby_nagi lebih unggul dari Yesjastip.

4.2.3 Analisis SWOT

4.2.3.1 Identifikasi Faktor Strategi (IFAS – EFAS)

Langkah pertama yang dilakukan dalam melakukan analisis SWOT adalah melakukan identifikasi faktor strategis lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Identifikasi faktor strategis jastipsby_nagi dapat disajikan dalam tabel 4.1 Dan tabel 4.2.

Dalam mengisi kolom rating dengan ketentuan pembobotan 1,00 (sangat penting) sampai dengan 0,00 (tidak penting). Total dari bobot ini haruslah berjumlah 1. Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Bobot di isi oleh penulis berdasarkan dari hasil wawancara dengan pemilik usaha jastipsby_nagi, Rating di-isi oleh pemilik jastipsby_nagi dengan besarnya pengaruh terhadap jastipsby_nagi yang bersangkutan dengan ketentuan di bawah ini.

1 = Dibawah rata-rata

2 = rata-rata

3 = Diatas rata-rata

4 = Sangat baik

Tabel 4.1
Faktor-Faktor Strategis
Lingkungan Internal (IFAS)

No	Critical Success factors	Bobot	rating	Bobot × Rating
Kekuatan				
1.	Harga terjangkau	0,10	4	0,4
2.	Terjaminnya keamanan dalam pengantaran barang.	0,08	4	0,32
3.	Strategi promosi	0,06	4	0,24
4.	Kecukupan karyawan	0,05	3	0,15
5.	Loyalitas karyawan	0,07	3	0,21
6.	Profitabilitas	0,05	3	0,15
7.	Relasi antara jastipsby_nagi dan konsumen terjalin dengan baik.	0,10	4	0,4
8.	Sistem kekeluargaan yang kuat	0,05	4	0,2
9.	Pengantaranya tepat waktu	0,09	4	0,36
10.	Citra usaha	0,08	4	0,32
		0,73		2,75
Kelemahan				
1.	Tempat penyimpanan barang masih tergabung dengan rumah tinggal	0,07	4	0,28
2.	Kurang fokusnya karyawan karena barang terlalu banyak	0,04	2	0,08
3.	Kurangnya pemberian diskon yang dilakukan jastipsby_nagi	0,05	4	0,2
4.	ketergantungan dengan jadwal keberangkatan kapal laut	0,06	2	0,12
5.	Kurang dikenal oleh Masyarakat luas	0,05	4	0,2
		0,27		0,88
Total		1,00		3,63

Sumber: Hasil Penelitian

Tabel 4.1 (IFAS) dapat disebutkan bahwa faktor internal yang dapat dijadikan kekuatan utama adalah harganya yang terjangkau yang dapat diandalkan untuk memberikan kemudahan kepada konsumen untuk melakukan pengiriman barang dan pemesanan barang, sedangkan kelemahan utama yang dapat menjadikan kendala bagi jastipsby_nagi adalah tempat penyimpanan barang masih tergabung dengan rumah tinggal, sehingga jika barang yang telah sampai dan belum diambil oleh konsumen maka akan mengakibatkan penumpukan di gudang jastipsby_nagi dan akan mempengaruhi Kurang fokusnya karyawan karena barang terlalu banyak di gudang.

Tabel 4.2
Faktor-Faktor Strategis
Lingkungan Eksternal (EFAS)

No	<i>Critical Success factors</i>	Bobot	rating	Bobot × Rating
Peluang				
1.	Terbukanya cabang jastipsby_nagi hingga keseluruhan NTT	0,12	4	0,48
2.	Adanya kepercayaan konsumen.	0,10	4	0,4
3.	Adanya peningkatan jumlah konsumen	0,08	4	0,32
4.	Kemajuan pesat pada bidang teknologi	0,07	4	0,28
5.	konsumen membutuhkan pelayanan dengan cepat dan akurat dan dengan harga yang terjangkau	0,10	4	0,4
		0,47		1,88
Ancaman				
1.	Masuk/Munculnya para pesaing baru	0,12	3	0,36
2.	Persaingan harga yang kompetitif.	0,11	3	0,33
3.	Konsumen berpindah menggunakan usaha penyedia	0,10	3	0,3

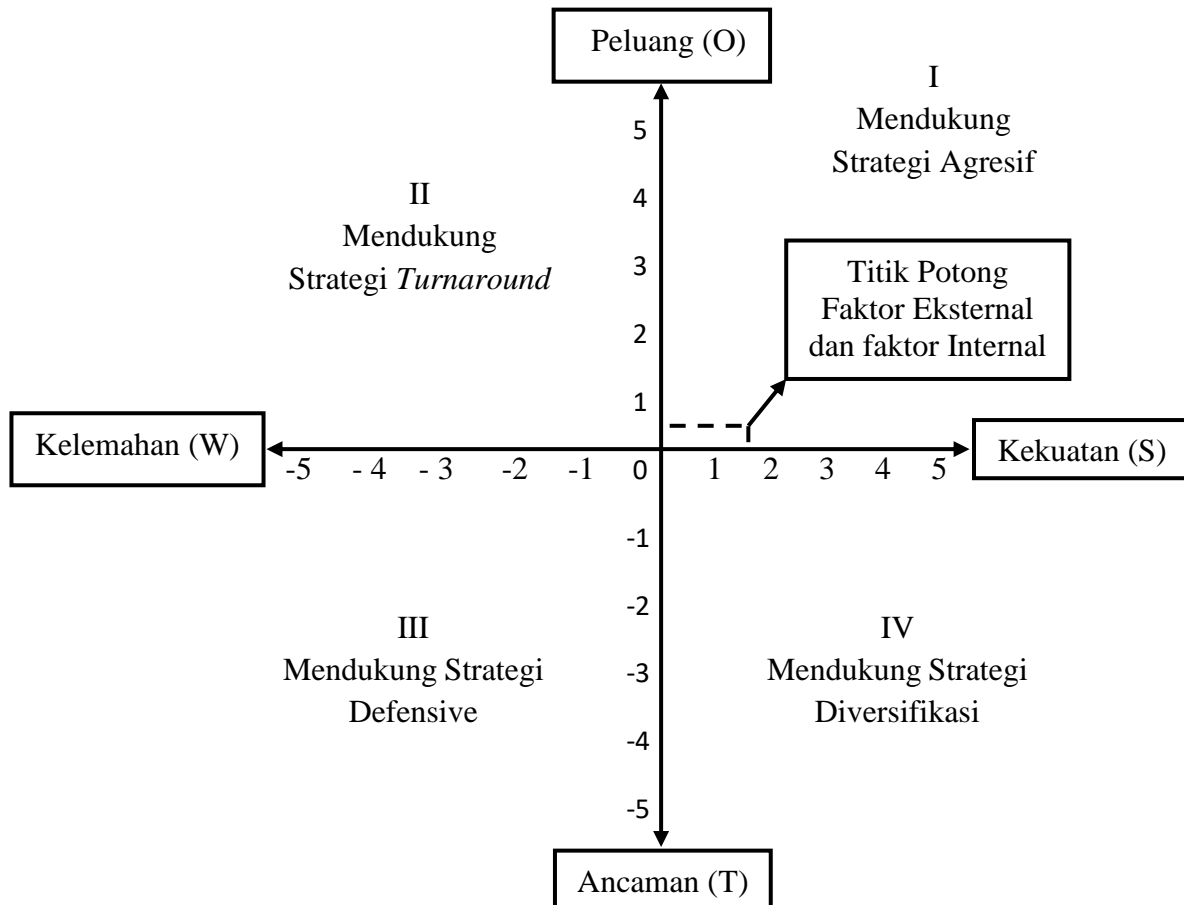
	jasa pengiriman barang yang Lain			
4.	Pesaing mulai untuk meluaskan wilayah pengiriman	0,10	3	0,3
5.	Persaingan dalam tingkat pelayanan dan fasilitas terhadap konsumen	0,10	3	0,3
Total		0,53		1,59
		1,00		3,47

Sumber: Hasil Penelitian

Tabel 4.2 (EFAS) dapat disebutkan bahwa faktor-faktor yang menjadi peluang utama adalah terbukanya cabang jastipsby_nagi hingga keseluruh NTT. Ancaman dalam lingkungan eskternal jastipsby_nagi adalah masuk/munculnya para pesaing baru sehingga dapat mempengaruhi profitabilitas jastipsby_nagi.

4.2.4 Matrik Grand

Gambar 4.5
Diagram Kuadran
Matrik Grand jastipsby_nagi



Sumber: Hasil Penelitian

Keterangan :

Nilai Kekuatan (Strenght) = 2,75

Nilai Kelemahan (weakness) = 0,88 -

Titik Perpotongan sumbu X = 1,87

Nilai Peluang (Opportunity)	= 1,88
Nilai Ancaman (Threat)	= <u>1,59</u> -
Titik Perpotongan Sumbu Y	= 0,29

Titik perpotongan faktor internal dan faktor eksternal berada pada kuadran I (1,87 ; 0,29)

Hasil analisis menempatkan titik posisi Jastipsby_nagi pada kuadran I dari diagram matrik grand. Posisi pada Kuadran I menjelaskan bahwa Jastipsby_nagi memiliki peluang dan kekuatan besar sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Kondisi ini mendukung pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Sehingga tidak menutup kemungkinan Jastipsby_nagi untuk memperluas pangsa pasar jasa pengiriman dan pemesanan barang.

4.2.5 Matrik Internal Eksternal

Langkah selanjutnya setelah identifikasi faktor-faktor strategis lingkungan internal dan lingkungan eksternal adalah melihat Matrik Internal Eksternal untuk mengetahui posisi strategi yang dapat dilakukan, seperti pada gambar 4.1. Total skor yang diperoleh pada tabel faktor strategis internal dan eksternal dapat menunjukkan posisi dimana perusahaan dapat lakukan. Pada Matrik Internal Eksternal tersebut.

Gambar 4.6
Matrik Internal Eksternal

		Kuat	Sedang	Lemah
		3,0 – 4,0	2,0 – 2,99	1,0 – 1,99
		SKOR FAKTOR INTERNAL		
SKOR FAKTOR EKSTERNAL	Tinggi	I	II	III
	Sedang	IV	V	VI
	Rendah	VII	VIII	IX
		3,47	3,63	
		3,0 – 4,0	2,0 – 2,99	1,0 – 1,99

Sumber: Hasil Penelitian

Berdasarkan posisi tersebut dapat ditentukan bahwa posisi *jastipsby_nagi* berada pada sel I. *Jastipsby_nagi* berada pada posisi strategi tumbuh dan membangun dimana *jastipsby_nagi* didesain untuk mencapai pertumbuhan, baik dalam meningkatnya permintaan pengiriman dan pemesanan barang, hingga meningkatnya jumlah profit *jastipsby_nagi*. Meningkatnya jumlah profit *jastipsby_nagi* ini akan dapat membantu *jastipsby_nagi* dalam pengembangan saluran distribusi ke daerah lainnya di NTT. Berkembangnya usaha *jastipsby_nagi* ini dilihat dari jumlah permintaan pengiriman barang dan juga jumlah pemesanan barang yang semakin meningkat setiap tahunnya dari sejak awal berdirinya usaha *jastipsby_nagi* ini di tahun 2021 yang hanya memperoleh keuntungan perbulannya

bekisar Rp 5.000.000 hingga ditahun di tahun 2022 dan tahun 2023 mengalami peningkatan profit berkisar Rp 10.000.000 – 15.000.000 perbulannya.

Profitabilitas jastipsby_nagi cukup bagus, ini dapat dilihat dari tahun 2021 cukup baik karena dapat mencapai sesuai yang ditargetkan, dan untuk lebih meningkatkan profit jastipsby_nagi ke-depannya maka jastipsby_nagi harus meningkatkan jumlah pengiriman dan pemesanan setiap tahunnya dan mengurangi biaya yang bisa diminimalkan seperti biaya listrik, biaya telpon dan biaya lainnya yang bisa diminimalkan. Hal lain yang juga harus dilakukan oleh jastipsby_nagi adalah strategi promosinya dengan melakukan progam promo di setiap bulannya atau pada saat hari raya besar, hal ini memungkinkan untuk menarik minat konsumen sehingga jumlah pengiriman dan jumlah pemesanan barang bisa lebih meningkat dari tahun-tahun sebelumnya. Secara kualitas pelayanan yang diberikan oleh jastipsby_nagi khususnya dalam pengiriman barang dan pemesanan barang tidak diragukan lagi kualitasnya karena untuk pengiriman barang dan pemesanan barang karyawan jastipsby_nagi sudah bekerja secara maksimal.

4.2.6 Analisis Strategi

Dari hasil analisis menggunakan matrik IE menunjukkan bahwa jastipsby_nagi berada pada Sel I, II, IV. Sel ini menunjukkan strategi prioritas jastipsby_nagi yaitu strategi tumbuh dan membangun. Beberapa alternatif strategi yang bisa dilakukan antara lain meliputi:

- a. Integrasi
- b. Penetrasi Pasar
- c. Pengembangan Pasar
- d. Pengembangan Produk.

Berikut strategi jastipsby_nagi yang dapat dilakukan, yaitu:

a. Strategi Integrasi

Pada strategi ini yang dapat dikembangkan oleh pihak jastipsby_nagi yaitu Integrasi ke Depan, salah satu cara yang efektif untuk menerapkan integrasi ke depan adalah meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh jastipsby_nagi, dengan kualitas pelayanan yang baik maka akan memperkuat wilayah pemasarannya.

b. Penetrasi Pasar

Penetrasi pasar jastipsby_nagi berkonsentrasi pada perluasan pangsa pasar saat sekarang ini. Penetrasi pasar dilakukan dengan merebut pelanggan dari pesaing atau menarik pelanggan dari pesaing dan menarik konsumen yang saat ini belum menggunakan jasa dari jastipsby_nagi. Penetrasi pasar dilakukan dengan cara menetapkan harga yang lebih rendah dan peningkatan kualitas pelayanan serta mengencarkan promosi secara lebih luas ke daerah lainnya di NTT.

c. Pengembangan Pasar

Jastipsby_nagi dalam melakukan pengembangan pasar ke daerah lainnya yang belum menggunakan jasa pengiriman dari jastipsby_nagi

atau kepada orang yang belum mengenal usaha ini. Pengembangan pasar ini bisa dilakukan dengan peningkatan kualitas layanan seperti kecepatan penanganan apabila terjadi kerusakan atau kehilangan barang pada saat proses pengiriman dan melakukan promosi yang lebih gencar sehingga semakin banyak orang mengenal usaha jastipsby_nagi.

d. Pengembangan Produk.

Strategi Pengembangan produk yang bisa dilakukan jastipsby_nagi yaitu dengan melakukan Service 24 jam kepada konsumen yang memerlukan penanganan khusus dimana barang kiriman dibawa langsung oleh petugas jastipsby_nagi. Service yang diberikan jastipsby_nagi kepada konsumen yang memerlukan waktu yang cepat, dimana barang yang dikirim selama estimasi 4-5 hari sesuai estimasi yang dijadwalkan.

4.2.7 Hasil Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis faktor-faktor strategi lingkungan internal (IFAS) dihasilkan skor sebesar 3,63 dan faktor-faktor strategi eksternal (EFAS) dihasilkan skor 3,47. Dan dari hasil Analisis matrik Grand menempatkan titik posisi Jastipsby_nagi pada kuadran I dari diagram matrik Grand. Kondisi ini mendukung pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Dan dengan menggunakan Matrik Internal Eksternal posisi jastipsby_nagi berada pada sel I. Jastipsby_nagi berada pada posisi strategi tumbuh dan membangun.

Berdasarkan hasil yang didapat, maka pihak jastipsby_nagi dapat menggunakan beberapa alternative strategi sebagai berikut

- a. Melakukan promosi dan pemasaran agresif.

Hal ini bisa dilakukan oleh Jastipsby_nagi untuk meningkatkan jumlah pengiriman dan pemesanan barang dengan begitu akan menambah profitabilitas Jastipsby_nagi. Promosi dan pemasaran agresif bisa dilakukan dengan promosi yang lebih intensif dan berfokus pada keunggulan layanan pengiriman barang jastipsby_nagi

Promosi yang dilakukan misalnya dengan menawarkan potongan harga setelah konsumen melakukan beberapa kali pengiriman atau potongan harga ketika berat barang yang akan dikirim sudah melampaui. Dengan melakukan promosi yang gencar mengenai penurunan harga dan kualitas pelayanan yang di dapat ketika konsumen menggunakan jasa dari jastipsby_nagi maka ketika konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh jastipsby_nagi maka tidak menutup kemungkinan konsumen akan melakukan promosi secara *word of mouth* ke orang terdekatnya bahkan keluarga. Dengan begitu maka jumlah pengiriman barang dan pemesanan barang akan meningkat dan menambah profit jastipsby_nagi.

b. Peningkatan kualitas layanan.

Memperbaiki atau meningkatkan kualitas layanan pengiriman jastipsby_nagi untuk memberikan pengalaman yang lebih baik kepada konsumen, seperti meningkatkan keandalan pengiriman. Kualitas layanan yang di berikan seperti estimasi pengiriman, keamanan barang lebih ditingkatkan lagi dengan melakukan pelayanan secara 24 jam untuk mendengarkan apabila ada keluhan dari konsumen saat melakukan

pengiriman barang menggunakan jastipsby_nagi. Dengan kualitas pelayanan yang prima yang diberikan jastipsby_nagi sesuai dengan permintaan konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan akan kembali menggunakan layanan jastipsby_nagi.

c. Pengembangan jaringan geografis.

Memperluas jangkauan layanan pengiriman barang jastipsby_nagi ke-daerah lainnya di NTT atau mengoptimalkan jaringan distribusi untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Meyakinkan konsumen yang ada untuk menggunakan layanan dari jastipsby_nagi lebih luas. Dalam hal ini bagaimana jastipsby_nagi dituntut untuk bisa meningkatkan jumlah permintaan pengiriman barang dan pemesanan barang. Memperluas jangkauan layanan pengiriman barang ke-daerah lainnya maka akan menambah pangsa pasar dengan menambahnya jumlah permintaan pengiriman barang dan pemesanan barang maka akan menambah profit dari jastipsby_nagi dan jastipsby_nagi pun semakin dikenal dan semakin di percaya oleh konsumen.