

**ANALISIS PENERAPAN APLIKASI BERBASIS ONLINE
SEBAGAI BENTUK MANAJEMEN STRATEGIS DALAM BERBISNIS
(Penelitian di PT Pajajaran Transportasi Executive)**

Naila Sri Sukma Ayu

Prodi Akuntansi Syari'ah Fakultas Syariah dan Hukum

UIN SGD Bandung

email: nailasrisa@gmail.com

ABSTRAK

PT. Pajajaran Transportasi Executive adalah sebuah perusahaan jasa travel *door to door* dan kurir paket Bandung-Bogor, Bogor-Bandung yang terletak di daerah Panyileukan, Kota Bandung. Ketatnya persaingan usaha di Indonesia, maka dipandang perlu untuk menerapkan sistem manajemen strategis yang efisien agar dapat menguasai potensi pasar yang ada. Salah satu dari kebijakan strategis yang diambil adalah dengan menerapkan sistem aplikasi yang berbasis teknologi online. Selanjutnya akan dilakukan analisis SWOT dalam menilai kebijakan ini dan pendekatan yang dilakukan adalah menggunakan metode kualitatif yaitu dengan mewawancarai tim IT dari perusahaan ini serta pengumpulan data berdasarkan studi dokumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui salah satu dari sekian banyak strategi bisnis yang sesuai dengan perkembangan era industri 4.0. Selain itu, untuk mengetahui tingkat efektivitas sistem yang ditetapkan. Pengetahuan dan wawasan manusia yang tumbuh begitu pesat serta pola pikir dalam peradaban dunia semakin berkembang menjadi alasan terciptanya sebuah aplikasi yang membantu memudahkan seluruh aktivitas manusia di muka bumi.

Kata Kunci: Bisnis, Manajemen, Strategis, SWOT.

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan, baik perusahaan jasa, perusahaan dagang, ataupun manufaktur akan berorientasi pada laba yang maksimal agar kelangsungan sebuah perusahaan dapat berjalan dengan baik. Laba akan diperoleh sesuai target apabila ditunjang oleh sistem keuangan dan sistem manajemen yang baik pula.¹ Selain itu, laba juga dapat diperoleh dengan memaksimalkan marketing untuk menarik masyarakat yang berpotensi menjadi konsumen. Seluruh sistem ini dapat dengan mudah dilakukan dengan memanfaatkan teknologi yang ada.

Indonesia saat ini telah memasuki era industri 4.0. Industri serba digital yang disiapkan untuk menembus pasar global.² Industri 4.0 dikatakan juga sebagai revolusi digital karena didalamnya terdapat proliferasi komputer dan otomatisasi di semua bidang.³ Saat ini, tidak dapat dipungkiri bahwa seluruh kegiatan di berbagai sektor ditunjang oleh teknologi dan informasi.⁴ Dengan diterapkannya teknologi digital dapat memberikan kemudahan dan inovasi. Segala sesuatu dapat dilakukan dengan murah dan mudah. Terlebih dengan sistem online yang memanfaatkan jaringan internet layanan

menjadi cepat dan efisien serta memiliki jangkauan yang luas.⁵

Salah satu perusahaan yang menerapkan teknologi dalam sistem kinerjanya adalah PT. Pajajaran Transportasi Executive. Perusahaan ini adalah salah satu perusahaan jasa yang usianya baru menginjak 2,5 tahun. Pun begitu, meski terbilang baru tetapi travel ini sudah mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis yang telah berdiri sejak lama. Hal ini dapat dicapai karena perusahaan ini menerapkan aplikasi yang berbasis online dalam menjangkau seluruh potensi pasar sehingga dapat menguasainya.

Tinjauan Pustaka

Manajemen Strategis

Perkembangan ilmu manajemen yang sangat pesat mengakibatkan timbulnya cabang-cabang baru, seperti manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan, manajemen produksi, hingga manajemen strategis.⁶ Menurut Pearce II & Robinson, Manajemen Strategis adalah satu set keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi rencana yang dirancang untuk meraih tujuan suatu perusahaan.⁷

Manajemen strategis membahas hubungan organisasi dengan lingkungannya, baik internal maupun eksternal. Tidak hanya tentang merencanakan dan mengaplikasikan perencanaan strategis, tetapi juga mengambil kebijakan-kebijakan

¹ Christian Ray Wensen, dkk, *Penerapan Metode Process Costing System dalam Penentuan Harga Pokok Produksi pada PT. Conbloc Indonesia Surya*, FEB Universitas Sam Ratulangi Manado, hlm. 2

² Venti Eka Satya, *Strategi Indonesia Menghadapi Industri 4.0*, Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Vol. X, No.9, hlm. 1

³ M.A. Ghufroon, *Revolusi Industri 4.0 : Tantangan, Peluang, dan Solusi bagi Dunia Pendidikan*, Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, 2018, hlm. 333

⁴ Ramadhani Irma Tripalupi, *Pengelolaan Dokumen Elektronik Layanan Jasa Keuangan Berbasis Finansial Technology Center*, Jurnal AKSY, hal. 14

⁵ M.A. Ghufroon, op.cit, hlm. 336

⁶ Eddy Yunus, *Manajemen Strategis*, CV. Andi Offset, Yogyakarta, 2016, Hlm.1

⁷ Eddy Yunus, op.cit, Hlm.3

an jangka panjang untuk mencapai target perusahaan⁸

Beberapa hal yang berpengaruh dalam memperkuat manajemen strategis yaitu: konsumen, perbaikan, pengukuran kinerja, transformasi kultural, dan keterlibatan anggota organisasi.⁹

Bisnis

Menurut Griffin dan Ebert (1996), bisnis adalah segala bentuk aktivitas dalam menyediakan produk baik barang maupun jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Bisnis yang terjadi di era modern merupakan realitas yang amat kompleks.¹⁰

Ada banyak faktor yang berdampak pada kegiatan bisnis, yaitu faktor organisatoris-manajerial, ilmiah-teknologis, dan politik-sosial-kultural.¹¹

Analisis SWOT

Masuknya Indonesia di era perdagangan bebas abad 21 menyebabkan peningkatan persaingan di dunia bisnis. Perlunya strategi bisnis yang sangat matang agar dapat bersaing di mancanegara. Analisis SWOT saat ini tidak hanya menekankan pada kekuatan dan peluang ataupun fokus memperbaiki kelemahan dan mengatasi ancaman, tetapi juga digunakan dalam perencanaan strategis jangka panjang agar tujuan perusahaan

dapat dicapai dengan jelas sehingga dapat mengambil kebijakan yang tepat.¹²

Analisis SWOT meliputi analisis mengenai *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman) terhadap seluruh aspek dan elemen perusahaan maupun produk dari perusahaan tersebut.

Metode Penelitian

Pada penelitian ini digunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu suatu pendekatan investigasi karena peneliti bertatap muka dan mewawancarai langsung salah satu karyawan bidang IT di perusahaan ini. Data yang terkumpul berupa strategi marketing, tingkat efektivitas penggunaan aplikasi, dan *budgeting ads*.

Tempat penelitian dilakukan pada PT. Pajajaran Transportasi Executive yang berlokasi di Komplek Bumi Panyileukan Blok C/16 No. 6 Kelurahan Cipadung Kidul Kecamatan Panyileukan Kota Bandung.

Tahapan-tahapan dalam melakukan penelitian ini adalah:

1. Survey Pendahuluan

Objek yang akan diteliti adalah PT. Pajajaran Transportasi Executive, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi.

2. Identifikasi Masalah

Mengidentifikasi masalah yang akan diangkat dan menentukan judul penelitian.

⁸ Marita Ahdiyana, *Memperkuat Manajemen Strategis Dengan pengukuran Kinerja Dalam Organisasi Sektor Publik*, Universitas Negeri Yogyakarta, 2009, Hlm.1

⁹ Marita Ahdiyana, op.cit, Hlm.2

¹⁰ K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis, Kanisius*, Yogyakarta, 2000, Hlm. 1

¹¹ K. Bertens, loc.cit

¹² Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2006.

3. Pengumpulan data

Pengumpulan Data berupa pertanyaan mengenai profil perusahaan, strategi yang dimiliki dan hasil yang diperoleh dari sistem yang telah diterapkan.

4. Analisis Data

Penulis melakukan analisis terhadap data yang telah diperoleh sesuai dengan rumusan masalah.

5. Kesimpulan

Setelah melakukan rangkaian penelitian, penulis menarik kesimpulan mengenai hasil dari penelitian ini.¹³

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua metode pengumpulan data, yaitu:

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data primer dari pihak yang dijadikan sebagai pemberi informasi.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data dari catatan dan laporan yang sesuai dengan rumusan masalah. Catatan yang diambil adalah berupa Laporan Website setiap bulan.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode ini merupakan sebuah metode yang menguraikan sebuah data dan membuat analisis sehingga dapat di-

tarik kesimpulan berdasarkan data yang telah diperoleh.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Aplikasi Berbasis Online

Aplikasi yang diluncurkan adalah aplikasi jasa transportasi seperti halnya ojek online, namun tentu rutenya dibatasi hanya untuk wilayah Bandung dan Bogor saja karena itu sesuai rute yang tersedia. Hal ini memudahkan konsumen untuk *booking seat* sesuai waktu yang diinginkan sehingga informasi dapat lebih mudah diterima. Dengan fitur yang menarik aplikasi ini sudah tersedia dan dapat diunduh dengan nama Pajajaran Trans.

Selain memudahkan konsumen, tersedia juga sistem *backoffice*. Sebuah teknologi yang memudahkan seluruh karyawan untuk mendapatkan informasi data setiap harinya sehingga pekerjaan ini tidak hanya bisa dilakukan di dalam kantor tetapi dapat diakses dimana saja.

Strategi Bisnis

Ada tiga hal utama yang dijadikan strategi dalam bisnis perusahaan ini selain mengedepankan pelayanan yang maksimal, yaitu dari segi *branding* produk. Ini dilakukan dengan menawarkan aplikasi yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain yang sejenis. Selain itu dengan melakukan *branding keyword* yang memanfaatkan jasa Google Ads.

Indonesia sebagai salah satu negara dengan pengguna media sosial terbanyak dapat menjadi potensi pasar yang begitu

¹³ Christian Ray Wensen, dkk, *Penerapan Metode Process Costing System dalam Penentuan Harga pokok Produksi pada PT. Conbloc Indonesia Surya*, FEB Universitas Sam Ratulangi Manado, Hlm. 2

besar. Oleh karena itu, *branding* dilakukan juga di berbagai media sosial seperti Instagram, Facebook, Line, dan WhatsApp.

Tentunya hal ini tidak didapatkan secara gratis, ada budget yang harus dianggarkan. Namun, yang ditekankan adalah budget minimum tetapi tetap dapat mencapai target.

Apabila persaingan sedang berada di angka rendah, budget yang dikeluarkan cukup Rp 150.000,-/hari dengan jumlah tayang di google sebanyak 200 tayang. Rata-rata dengan 200 tayang menghasilkan 100 klik apabila seluruhnya menggunakan jasa transportasi ini dalam satu bulan potensi yang ada adalah 3000 penumpang. Apabila persaingan sedang di angka tinggi dengan budget Rp 185.000,- akan menghasilkan 150 tayang dan rata-rata klik sebanyak 50 klik. Artinya dalam satu bulan menghasilkan 1500 penumpang. Dengan harga tiket Rp 120.000,- dan *surcharge* Rp 30.000,- maka akan menghasilkan pendapatan sebanyak Rp 450.000.000,- saat persaingan rendah dan Rp 225.000.000,- saat persaingan tinggi. Jika keuntungan dan pengeluaran dibagi masing-masing 50% artinya ada laba 50 kali lipat dari budget marketing yang dikeluarkan. Tentunya ini menjadi potensi pasar yang sangat luar biasa jika dimanfaatkan dengan baik.

Analisis SWOT

Strength

1. Harga yang terjangkau dan lebih murah dari jasa transportasi lain yang sejenis
2. Kendaraan yang nyaman

3. Staff dan driver yang ramah
4. Dapat dijemput dan diantar sesuai keinginan
5. Memiliki aplikasi berbasis online yang tidak dimiliki jasa transportasi lain yang sejenis

Weaknesses

1. Aplikasi dan backoffice terkadang mengalami *error system*
2. Terlalu fokus pada penarikan konsumen baru sehingga konsumen lama tidak terlalu terkontrol dengan baik
3. Unit kendaraan yang tidak di cek secara berkala sehingga terkadang mengakibatkan gangguan di perjalanan

Opportunities

1. Banyaknya masyarakat yang berpotensi menjadi konsumen
2. Jasa transportasi lain belum menggunakan aplikasi berbasis online
3. Kebutuhan pasar yang semakin meningkat
4. Masyarakat ingin sesuatu yang serba instan

Threats

1. Sistem berbasis online rentan dengan adanya hack
2. Banyaknya kompetitor baru dengan perusahaan sejenis
3. Kendala di perjalanan yang tidak dapat di prediksi
4. Sifat konsumen yang tidak semuanya sama

5. Kurangnya pemahaman konsumen terhadap jasa *door to door* yang akan cukup menyita waktu

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan analisis mengenai penerapan aplikasi berbasis online sebagai bentuk manajemen strategis dalam berbisnis (studi kasus pada PT. Pajajaran Transportasi Executive), dapat disimpulkan bahwa:

1. Aplikasi yang berbasis teknologi sangat cocok diterapkan saat ini

karena mengikuti perkembangan zaman yang telah memasuki revolusi industri 4.0.

2. Dengan diterapkannya sistem ini, segala bentuk aktivitas dapat dilakukan dengan cepat dan mudah. Selain itu, tingkat efisiensinya tinggi, karena dengan adanya sistem digital ini potensi pasar dapat dijangkau dengan mudah sehingga lebih mudah pula untuk meningkatkan laba perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiyana, Marita. 2009. *Memperkuat Manajemen Strategis Dengan pengukuran Kinerja Dalam Organisasi Sektor Publik*, Universitas Negeri Yogyakarta, hlm.1
- Bertens, K. 2000. *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius. hlm. 1
- Bertens, K. loc.cit
- Ghufron, M.A. 2018. *Revolusi Industri 4.0 : Tantangan, Peluang, dan Solusi bagi Dunia Pendidika*. Jakarta: Universitas Indraprasta PGRI. hlm. 333
- Ghufron, M.A. op.cit, hlm. 336
- Marita Ahdiyana, op.cit, Hlm.2.
- Rangkuti, Freddy. 2016. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Satya, Eka Venti. *Strategi Indonesia Menghadapi Industri 4.0*. Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Vol. X, No.9. hlm. 1.
- Tripalupi, Ramadhani Irma. *Pengelolaan Dokumen Elektronik Layanan Jasa Keuangan Berbasis Financial Technology Center*. Jurnal AKSY. hlm. 14.
- Wensen, Christian dkk. *Penerapan Metode Process Costing System dalam Penentuan Harga Pokok Produksi pada PT. Conbloc Indonesia Surya*. FEB: Universitas Sam Ratulangi Manado. hlm. 2.
- Wensen, Christian dkk. loc.cit
- Yunus, Eddy. 2016. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV. Andi Offest, hlm.1
- Yunus, Eddy. op.cit, hlm.3.