



+62 878-9658-6407

087896586407

<https://dinastirev.org/JEMSI>

editor@dinastirev.org

ANALISIS PERUMUSAN STRATEGI BISNIS PADA PT. TRI WANKA SEJAHTERA

Laynita Sari¹

¹⁾ Program Doktorat Manajemen UPI YPTK Padang, Indonesia

<p>ARTICLE INFORMATION</p> <p>Received: 26 April 2020 Revised: 2 Mei 2020 Issued: 10 Mei 2020</p> <p>Corresponding author: Laynita Sari E-mail: laynitasari4@gmail.com</p>  <p>DOI:10.31933/JEMSI</p>	<p>Abstrak: PT. Tri Wanka Sejahtera merupakan PT yang bergerak di bidang usaha jasa biro perjalanan. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis bagaimana kondisi internal dan eksternal PT. Tri Wanka Sejahtera, kemudian akan disusun strategis bisnis perusahaan dalam menghadapi persaingan. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif dan jenis penelitian adalah studi kasus. Teknik pengumpulan data yaitu menggunakan wawancara, survey dan kuesioner yang dilakukan terhadap pihak-pihak terkait di dalam perusahaan. Data-data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks CPM, Matriks TOWS, Matriks IE, Matriks SPACE, Matriks Grand Strategy dan Matriks QSPM. Dari hasil analisis matriks QSPM, strategi yang tepat yang dapat dijalankan untuk PT. Tri Wanka Sejahtera adalah dengan melakukan pengembangan pasar, kemudian diikuti oleh strategi penetrasi pasar, pengembangan produk, dan integrase horizontal.</p> <p>Kata Kunci: PT. Tri Wanka Sejahtera, pengembangan pasar, penetrasi pasar</p>
---	--

PENDAHULUAN

Pariwisata di Indonesia saat ini terus berkembang, dan tentu kabar yang menggembirakan bagi industri pariwisata di Indonesia, khususnya di Bukittinggi. Salah satu pendorong dalam perkembangan industri pariwisata tentu tidak terlepas dari peranan pihak swasta diantaranya adalah akomodasi, promosi kuliner, transportasi penumpang, kegiatan budaya, kegiatan olah raga maupun hiburan, dan salah satunya ialah Tour and Travel. Peranan Tour and Travel tentu sangat vital terhadap turis lokal dan asing dan tentu saja membutuhkan pendampingan dalam perjalanan wisatanya.

PT. Tri Wanka Sejahtera adalah salah sebuah perusahaan yang bergerak dalam industri pariwisata di Bukittinggi yang bergerak dalam usaha jasa biro perjalanan. Jasa travel diminati karena travel dinilai lebih aman, nyaman dan efektif. PT. Tri Wanka Sejahtera mempunyai

pesaing serupa dalam bidang usaha travel. Persaingan saat ini dirasakan semakin ketat, dan untuk memenangkan persaingan ini, maka PT. Tri Wanka Sejahtera melakukan analisis terhadap faktor internal dan eksternal perusahaannya.

Adapun masalah eksternal yang dihadapi oleh PT. Tri Wanka Sejahtera adalah dengan sesama usaha sejenis yang memungkinkan adanya persaingan antara sesama jasa Tour and Travel. Persaingan yang semakin meningkat ini akan mempengaruhi keuntungan atau laba yang akan diterima oleh PT. Tri Wanka Sejahtera. Munculnya banyak travel dengan pelayanan yang variatif juga mengakibatkan usaha mengalami untung rugi, karena dengan adanya pelayanan yang jauh berbeda memungkinkan konsumen yang sudah menjadi pelanggan tetap, akan berpindah ke travel lain, dan bila hal itu terjadi maka dapat dipastikan perusahaan mengalami kerugian. Kendala internal antara lain adalah jumlah karyawan, disiplin kerja karyawan, area parkir, biaya promosi, dan sistem yang belum semua update.

Berdasarkan kondisi diatas, adanya kendala eksternal dan internal yang harus dihadapi oleh PT. Tri Wanka Sejahtera, serta adanya banyak pesaing usaha dibidang yang sama setelah melihat perkembangan travel yang ada dan resiko bersaing dengan pemilik usaha lainnya, maka saya tertarik untuk meneliti dengan judul “Analisis Perumusan Strategi Bisnis pada PT.Tri Wanka Sejahtera”.

KAJIAN PUSTAKA

Menurut Assauri (2008:168) “strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah”

Pearce dan Robinson (2008:299), dalam buku Manajemen strategi menguraikan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opprotunity, Threat*) merupakan suatu cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor (internal & eksternal). Analisis ini berdasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Faktor Internal analisis SWOT:

1. *Strenght*: Sumber daya (keuangan atau *Financial*, manusia, energy, mesin, bangunan dan sebagainya) keterampilan atau keunggulan khas yang di miliki oleh individu atau organisasi lain. *Strenght* atau kekuatan di sebut juga *core distinctive*.
2. *Weakness*: Keterbatasan atau kekurangan sumber daya, keterampilan, kapabilitas yang menghambat kemajuan perusahaan, baik secara kinerja (*competency*), *profits income, improvement managerial & product*.

Faktor Eksternal analisis SWOT:

1. *Opportunity*: Situasi penting yang menguntungkan bagi perusahaan. Kemungkinan peluang tersebut tidak datang dua kali, akan tetapi perusahaan yang mampu melihat berbagai peluang baik dari kacamata bisnis, sangat berperan besar dalam pencapaian *targets* dan *goals* perusahaan.
2. *Threat*: Situasi yang penting tidak menguntungkan, dapat dihilangkan dan dapat di perbaiki. Bagaimanapun cara perusahaan mengatasinya. Hambatan tersebut tentu memiliki kapabilitas untuk menghambat dan merupakan sesuatu yang tidak menguntungkan.

Ada Tiga tahap dalam membuat analisis SWOT (David 2009:283) yaitu tahap input, tahap pencocokan, dan tahap keputusan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu metode yang berguna untuk menolong memecahkan masalah yang terjadi pada masa sekarang serta berpusat pada masalah yang aktual. Metode deskriptif menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu (Taver dalam Sugiono, 2000: 22). Dalam merumuskan strategi, terdiri dari tiga langkah. Pertama, kita melakukan penginputan menggunakan matriks IFE dan matriks EFE. Kedua, kita melakukan pencocokan dengan matriks TOWS, matriks IE dan *Grand Strategy*. Ketiga, mengambil keputusan menggunakan matriks QSPM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Input

Pada tahap ini, kita akan merinci apa saja faktor internal perusahaan yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan, dan apa saja faktor eksternal perusahaan yang terdiri dari peluang dan ancaman. Pada kekuatan dari PT. Tri Wanka Sejahtera terdiri dari pembayaran dapat dicicil, karyawan kompeten, promosi dari perusahaan, harga kompetitif, dan bekerjasama dengan instansi. Pada kelemahan dari PT. Tri Wanka Sejahtera terdiri dari karyawan sedikit, adanya karyawan yang kurang disiplin, area parkir kurang memadai, biaya promosi terbatas, dan kantor saat ini masih mengontrak. Untuk peluang, PT. Tri Wanka Sejahtera terdiri dari pemesanan tiket dari instansi, segmen pasar semakin luas, suasana Kota Bukittinggi yang nyaman, pemesanan ulang tiket, dan adanya pelanggan baru dari pesaing. Untuk ancaman, PT. Tri Wanka Sejahtera terdiri dari banyaknya piutang yang tak tertagih, produk yang sama dari kompetitor, promosi dari pesaing, beralihnya pelanggan ke kompetitor, dan krisis ekonomi global.

Tabel 1. Internal Factor Evaluation (IFE)

FAKTOR INTERNAL KUNCI PT. TRI WANKA SEJAHTERA	BOBOT	PERINGKAT	RATA2 TERTIMBANG
KEKUATAN			
Pembayaran dapat dicicil	0.19	4	0.76
Karyawan kompeten	0.09	4	0.36
Promosi dari perusahaan	0.03	3	0.09
Harga Kompetitif	0.07	3	0.21
Bekerjasama dengan instansi	0.12	4	0.48
	0.50		1.9
KELEMAHAN			
Karyawan sedikit	0.20	1	0.2
Adanya karyawan yang kurang disiplin	0.05	2	0.1
Area parkir kurang memadai	0.09	2	0.18
Biaya promosi terbatas	0.09	2	0.18
Kantor masih mengontrak	0.07	2	0.14
	0.5		0.8
GRAND TOTAL	1.00		2.7

PT. Tri Wanka Sejahtera mempunyai nilai rata-rata tertimbang 2,7 hal ini menginformasikan bahwa strategi perusahaan dalam memanfaatkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan berada di atas rata-rata dan dapat disimpulkan bahwa kondisi internal perusahaan cenderung kuat.

Tabel 2. External Factor Evaluation (EFE)

FAKTOR EKSTERNAL KUNCI PT. TRI WANKA SEJAHTERA	BOBOT	PERINGKAT	RATA2 TERTIMBANG
PELUANG			
Pemesanan Tiket dari instansi	0.18	4	0.72
Segmen pasar semakin luas	0.05	3	0.15
Suasana Kota Bukittinggi yang nyaman	0.15	4	0.6
Pemesanan ulang tiket	0.09	3	0.27
Adanya pelanggan baru dari pesaing	0.03	3	0.09
	0.5		1.83
ANCAMAN			
Banyaknya piutang tak tertagih	0.13	1	0.13
Produk yang sama dari kompetitor	0.09	2	0.18
Promosi dari Pesaing	0.1	1	0.1
Beralihnya Pelanggan ke kompetitor	0.09	1	0.09
Krisis Ekonomi Global	0.09	2	0.18
	0.5		0.68
GRAND TOTAL	1		2.51

Nilai faktor eksternal PT. Tri Wanka Sejahtera adalah 2,51, angka ini diatas rata-rata 2,5. PT. Tri Wanka Sejahtera harus tetap berupaya maksimal untuk memanfaatkan peluang eksternal dan menghindari ancaman yang dapat mempengaruhi perusahaan.

Matriks CPM

Pada matriks CPM saya membandingkan PT. Tri Wanka Sejahtera dengan PT. WM Tour dan CV. Karya Bersama. Hal ini dikarenakan dua tour dan travel tersebut juga melakukan kerjasama dengan instansi yang juga telah bekerja sama dengan PT. Tri Wanka Sejahtera.

Tabel 3. Matriks CPM

FAKTOR PENENTU KEBERHASILAN	TRI WANKA SEJAHTERA			PT. WM TOUR			CV. KARYA BERSAMA		
	BOBOT	PERINGKAT	NILAI	BOBOT	PERINGKAT	NILAI	BOBOT	PERINGKAT	NILAI
Harga	0.23	4	0.92	0.15	2	0.3	0.21	4	0.84
Promosi	0.29	2	0.58	0.25	2	0.5	0.28	2	0.56
Kualitas Layanan	0.19	3	0.57	0.21	2	0.42	0.11	3	0.33
Lokasi Usaha	0.16	3	0.48	0.15	3	0.45	0.25	1	0.25
Kualitas Jasa	0.13	3	0.39	0.24	3	0.72	0.15	3	0.45
JUMLAH	1		2.94	1		2.39	1		2.43

Hasil Matriks CPM di atas, dapat diketahui bahwa total skor PT. Tri Wanka Sejahtera adalah 2,94, sedangkan total skor untuk PT. WM Tour adalah 2,39 dan CV. Karya Bersama adalah 2,43. Angka tersebut menunjukkan bahwa posisi PT. Tri Wanka Sejahtera masih cukup baik bila dibandingkan dengan dua pesaing utamanya.

2. Tahap Pencocokan

Pada tahap pencocokan, kita menggunakan analisis matriks TOWS (*Threat, Opportunity, Weakness, Strength*). Kita akan mencocokkan antara kekuatan (*strength*) dengan peluang (*opportunity*), kelemahan (*weakness*) dengan peluang (*opportunity*), kekuatan (*strehght*) dengan ancaman (*threat*), dan antara kelemahan (*weaknes*) dengan ancaman (*threat*). Berikut kita lihat tabel pencocokannya:

Tabel 4. Matriks TOWS

	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
INTERNAL FAKTOR	1. Pembayaran dapat dicicil / belakangan (S1) 2. Karyawan kompeten (S2) 3. Promosi dari perusahaan (S3) 4. Harga Kompetitif (S4) 5. Bekerjasama dengan instansi (S5)	1. Karyawan sedikit (W1) 2. Adanya karyawan yang kurang disiplin (W2) 3. Area parkir kurang memadai (W3) 4. Biaya promosi terbatas (W4) 5. Kantor masih mengontrak (W5)
EKSTERNAL FAKTOR		
PELUANG (O)	S1, O1, S5	W1, O2
1. Pemesanan Tiket dari instansi (O1)	Melakukan kerjasama dengan beberapa instansi dan memberikan fasilitas bayar belakangan (setelah kwitansi cair) kepada karyawan instansi yang memesan tiket.	Melakukan rekrutmen karyawan baru
2. Segmen pasar semakin luas (O2)		W5, O2 Membeli kantor milik sendiri
3. Suasana Kota Bukittinggi yang nyaman (O3)	Strategi Integrasi Horizontal	W3, O5 Memperluas area parkir karena customer akan semakin bertambah
4. Pemesanan ulang tiket (O4)	S3, S4, O4, O5	
5. Adanya pelanggan baru dari pesaing O5)	Melakukan promosi dan harga yang kompetitif kepada customer sehingga customer akan memesan ulang tiket pada periode berikutnya dan tertariknya pelanggan baru karena adanya promo-promo yang dilakukan PT. Tri Wanka Sejahtera	Strategi Pengembangan Pasar
	Strategi Pengembangan Pasar	
ANCAMAN (T)	S1, T1	W4, T3
1. Piutang tak tertagih banyak (T1)	- Memberikan limit waktu pembayaran tagihan	Menambah biaya promosi dan mengalahkan pesaing
2. Produk yang sama dari competitor (T2)	- Melakukan Penagihan	Strategi Penetrasi Pasar
3. Promosi dari Pesaing (T3)	Strategi Penetrasi Pasar	W1, T4
4. Beralihnya Pelanggan ke competitor (T4)	S4, T3	Memberikan pendidikan dan arahan kepada karyawan agar disiplin dan memberikan pelayanan yang maksimal kepada customer
5. Krisis Ekonomi Global (T5)	Memberikan harga yang bersaing dan fasilitas kemudahan lainnya ke customer	Strategi Pengembangan Pasar
	Strategi Pengembangan Produk	

Dari hasil analisis matriks TOWS dapat diketahui bahwa strategi yang dapat diambil adalah strategi integrasi horizontal, strategi pengembangan pasar, strategi pengembangan produk, dan strategi penetrasi pasar.

Matriks Space

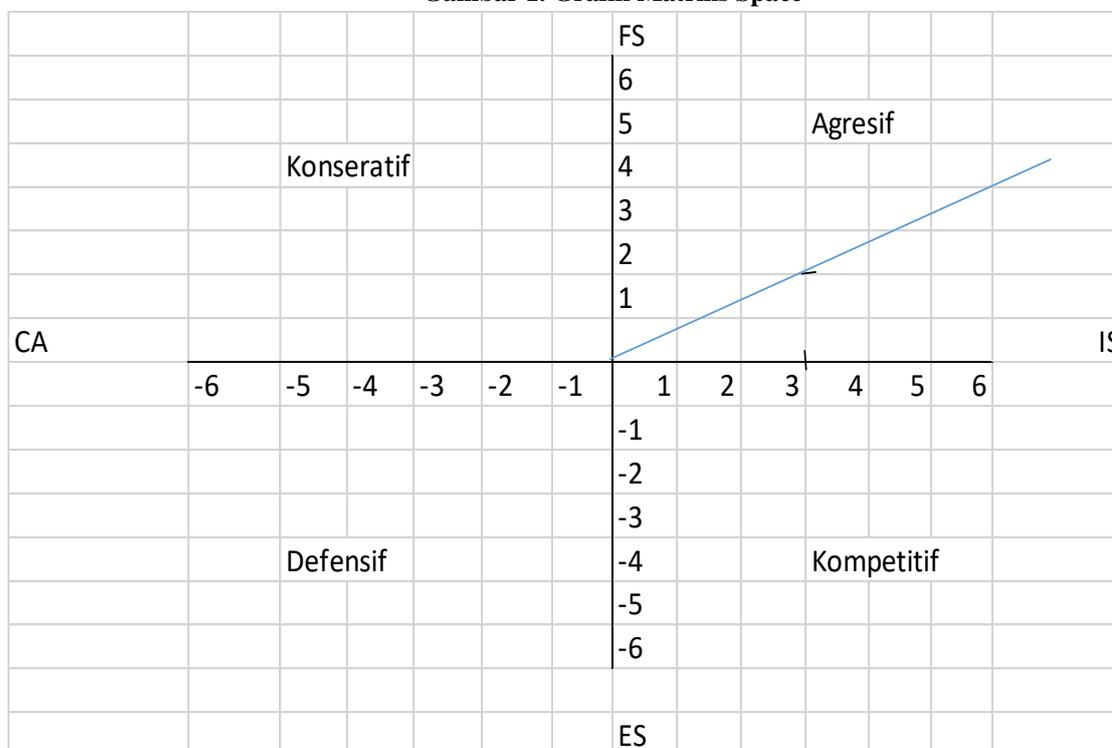
Pada matriks Space akan dianalisis melalui *Finance Strength*, *Industry Strength*, *Environment Strength*, dan *Competitive Advantage* seperti pada tabel 5 dan gambar 1 dibawah ini.

Dari grafik dan gambar di bawah tersebut dapat kita lihat bahwa PT. Tri Wanka Sejahtera berada pada posisi agresif. Hal ini berarti bahwa PT. Tri Wanka Sejahtera berada pada posisi yang baik untuk menggunakan kekuatan internalnya. Strategi yang cocok digunakan, antara lain pengembangan pasar, penetrasi pasar, pengembangan produk, diversifikasi horizontal.

Tabel 5. Matriks Space

		NILAI
KEKUATAN KEUANGAN (FINANCE STRENGTH / FS) = Y		
- Profit meningkat 5% dari tahun tahun sebelumnya		4
- Aset naik 5% dibanding tahun sebelumnya		3
JUMLAH		7
KEKUATAN INDUSTRI (INDUSTRY STRENGTH / IS) = X		
- Potensi laba		4
- Potensi pertumbuhan yang tinggi		4
JUMLAH		8
STABILITAS LINGKUNGAN (ENVIRONMENT STRENGTH / ES) = Y		
-Resiko bisnis yang tinggi		-2
- Tingkat Inflasi cenderung naik		-1
JUMLAH		-3
KEUNGGULAN KOMPETITIF (COMPETITIVE ADVANTAGE / CA) = X		
- Pembayaran Fleksibel		-1
- Harga Kompetitif		-1
JUMLAH		-2
KESIMPULAN:		
Rata-rata FS	3.5	
- Rata-rata IS	4	
- Rata-rata ES	-1.5	
- Rata-rata CA	-1	
Sumbu X (IS + CA)	3	
Sumbu Y (FS + ES)	2	

Gambar 1. Grafik Matriks Space



Matriks IE

Pada matriks IE, kita akan menghubungkan antara total rata-rta tertimbang IFE dengan total rata-rata tertimbang EFE. Hasil dari matriks IE PT. Tri Wanka Sejahtera dapat kita lihat pada gambar 2 berikut:

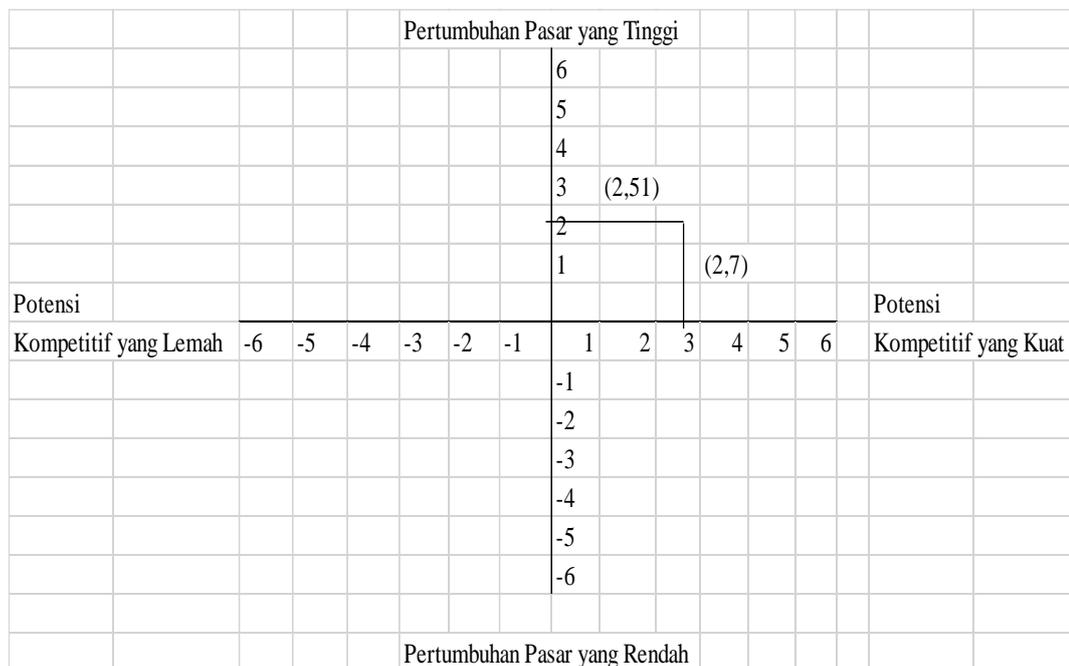
Gambar 2. Maatriks Internal Eksternal (IE)

		TOTAL RATA-RATA TERTIMBANG IFE		
		KUAT	RATA-RATA	LEMAH
		3,00 - 4,00	2,00 - 2,99	1,00 - 1,99
EFE	TINGGI 3,00 - 4,00			
	MENENGAH 2,00 - 2,9		IFE 2,7 EFE 2,51	
	RENDAH 1,00 - 1,99			

Pada matriks IE, hasil matriks IFE 2,7 dan hasil matriks EFE 2,51 hal ini menjelaskan bahwa kondisi internal dan eksternal PT. Tri Wanka Sejahtera mempunyai nilai rata-rata, dan di posisi untuk pertahankan dan pelihara. Ini memberikan informasi bahwa PT. Tri Wanka Sejahtera dalam masa pertumbuhan dan dapat menggunakan strategi penetrasi pasar, jaga dan pertahankan dan pengembangan produk.

Grand Strategy

Gambar 3. Kurva Grand Strategy



Pada gambar diatas dapat kita lihat bahwa posisi PT. Tri Wanka Sejahtera berada pada kuadran I. maka strategi yang dapat digunakan oleh PT. Tri Wanka Sejahtera adalah strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan pasar, dan strategi pengembangan produk

3. Tahap Keputusan

Untuk pengambilan keputusan dari analisis yang telah kita lakukan sebelumnya, maka kita menggunakan matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matriks*), sesuai dengan tabel 6 dan alternatif strategi yang akan digunakan oleh PT. Tri Wanka Sejahtera dapat dilihat pada tabel 7 dibawah ini:

Tabel 6. Matriks QSPM

FAKTOR INTERNAL KUNCI BRI CAB. BUKITINGGI		BOBOT	ALTERNATIF STRATEGI							
			PENETRASI PASAR		PENGEMBANGAN PRODUK		INTEGRASI HORIZONTAL		PENGEMBANGAN PASAR	
			NDT	TNDT	NDT	TNDT	NDT	TNDT	NDT	TNDT
KEKUATAN										
S1	Pembayaran dapat dicicil / belakangan	0.19	4	0.76	3	0.57	2	0.38	4	0.76
S2	Karyawan kompeten	0.09	3	0.27	2	0.18	2	0.18	3	0.27
S3	Promosi dari perusahaan	0.03	2	0.06	3	0.09	3	0.09	4	0.12
S4	Harga Kompetitif	0.07	2	0.14	3	0.21	3	0.21	3	0.21
S5	Bekerjasama dengan instansi	0.12	3	0.36	4	0.48	2	0.24	3	0.36
KELEMAHAN										
W1	Karyawan sedikit	0.20	2	0.40	2	0.40	2	0.80	2	0.4
W2	Adanya karyawan yang kurang disiplin	0.05	2	0.10	2	0.10	1	0.10	2	0.1
W3	Area parkir kurang memadai	0.09	2	0.18	1	0.09	1	0.09	1	0.09
W4	Biaya promosi terbatas	0.09	1	0.09	1	0.09	2	0.18	2	0.18
W5	Kantor masih mengontrak	0.07	1	0.07	1	0.07	2	0.14	1	0.07
JUMLAH		1.00		2.43		2.28		2.41		2.56
FAKTOR EKSTERNAL KUNCI BRI CAB. BUKITINGGI		BOBOT	ALTERNATIF STRATEGI							
			PENETRASI PASAR		PENGEMBANGAN PRODUK		INTEGRASI HORIZONTAL		PENGEMBANGAN PASAR	
			NDT	TNDT	NDT	TNDT	NDT	TNDT	NDT	TNDT
PELUANG										
O1	Pemesanan Tiket dari instansi	0.18	3	0.54	3	0.54	2	0.36	3	0.54
O2	Segmen pasar semakin luas	0.05	2	0.10	2	0.10	2	0.10	2	0.10
O3	Suasana Kota Bukittinggi yang nyaman	0.15	1	0.15	1	0.15	1	0.15	2	0.30
O4	Pemesanan ulang tiket	0.09	2	0.18	2	0.18	2	0.18	3	0.27
O5	Adanya pelanggan baru dari pesaing	0.03	1	0.03	2	0.06	1	0.03	2	0.06
ANCAMAN										
T1	Piutang tak tertagih banyak	0.13	3	0.39	3	0.39	2	0.26	4	0.52
T2	Produk yang sama dari kompetitor	0.09	2	0.18	2	0.18	1	0.09	3	0.27
T3	Promosi dari Pesaing	0.10	3	0.30	2	0.20	2	0.20	2	0.2
T4	Beralihnya Pelanggan ke kompetitor	0.09	3	0.27	3	0.27	2	0.18	2	0.18
T5	Krisis Ekonomi Global	0.09	1	0.09	1	0.09	1	0.09	1	0.09
JUMLAH		1.00		2.23		2.16		1.64		2.53

Tabel 7. Alternatif Strategi

	PENETRASI PASAR	PENGEMBANGAN PRODUK	INTEGRASI HORIZONTAL	PENGEMBANGAN PASAR
QSPM FAKTOR INTERNAL	2.43	2.28	2.41	2.56
QSPM FAKTOR EKSTERNAL	2.23	2.16	1.64	2.53
TOTAL	4.66	4.44	4.05	5.09

Dari tabel 7 tersebut, dapat kita lihat bahwa diantara empat strategi yang mempunyai total nilai daya tarik terbesar yaitu pengembangan pasar total nilai daya tariknya sebesar 5,09, kemudian penetrasi pasar total nilai daya tariknya sebesar 4,66, kemudian pengembangan produk total nilai daya tariknya sebesar 4,44, urutan paling akhir adalah strategi integrasi horizontal nilai total daya tariknya sebesar 4,05.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kekuatan utama dari PT. Tri Wanka Sejahtera terletak pada fasilitas pembayaran yang fleksibel pada instansi yang telah melakukan kerjasama, dimana pembayaran dapat dilakukan ke PT. Tri Wanka Sejahtera setelah kwitansi perjalanan cair. Karyawan yang kompeten, promosi dari perusahaan, dan harga yang kompetitif juga merupakan kekuatan utama dari PT. Tri Wanka Sejahtera yang menyebabkan customer menjatuhkan pilihannya pada PT. Tri Wanka Sejahtera dalam memilih tour and travel dalam melakukan perjalanan.
2. Pada Matriks IFE, diperoleh total skor PT. Tri Wanka Sejahtera sebesar 2,7 berarti bahwa PT. Tri Wanka Sejahtera sudah mempunyai strategi yang relatif baik dalam mengantisipasi kelemahan internal dan mengoptimalkan kekuatan yang ada. Sedangkan pada Matriks EFE, total skor PT. Tri Wanka Sejahtera sebesar 2,51. Hal ini memberikan informasi bahwa PT. Tri Wanka Sejahtera sedikit bisa mengatasi hambatan. PT. Tri Wanka Sejahtera juga mempunyai kemampuan yang cukup baik dalam meraih peluang yang ada. Pada Matriks TOWS dilihat bahwa PT. Tri Wanka Sejahtera sebaiknya menggunakan strategi pengembangan pasar, strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan produk, dan Integrasi Horizontal. Hasil analisis matriks *Grand Startegy*, perusahaan berada pada kuadran I di mana perusahaan berada pada posisi persaingan yang yang relatif kuat dan dilihat dari kondisi bisnis saat ini perusahaan berada dalam pertumbuhan pasar yang cepat. Berdasarkan hal tersebut, perusahaan dapat melakukan pengembangan, penetrasi pasar, dan pengembangan produk.
3. Pada matriks QSPM, PT. Tri Wanka Sejahtera dapat menjalankan strategi pengembangan pasar, strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan produk dan strategi integrase horizontal.

DAFTAR RUJUKAN

- Ali, H. (2018). Modul Manajemen Strategic. Jakarta: UMB.
- Assauri, S. (2008). Manajemen Pemasaran. Dasar, konsep, dan Strategi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- David, F. R. (2012). Strategic Management Concept and Cases. New York: Prentice Hall.
- Hitt, M. A. e., al. (H). (2009). Strategic Management; Competitiveness and Globalization. St. Paul: West Publishing Company.
- Hunger, T. L. W. J. D. (2010). Strategy Management and Business Policy (Twelfth ed.).
- Jauch, L. R. G. W. F. (2008). Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan (2 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, E. A. (2010). Analisis Perumusan Strategi Bisnis pada PT Samudera Nusantara Logistindo. *Binus Business Review*, 1(1), 169-184.
- Pearce, J. A. R., R.B (PR). (2013). Strategic Management; Formulation, Implementation and Control, Irwin Mc Graw-Hill Inc., . Singapore.
- Sanggili, A., Sudana, I. P., & Wijaya, N. M. S. (2003). Strategi Pemasaran Paket Wisata Pada Pt. Merrys Tour And Travel Service. *Jurnal IPTA*, 4(2), 38-43.
- Simanjuntak, S. B. (2016). Analisis Strategi Bersaing Pada Usaha Travel (Studi Kasus Pada PT. JAS Tour and Travel Medan).
- Sugiono. (2003). Metode penelitian bisnis (cetakan pertama ed.). Bandung: Alfabeta.
- Thompson, A. A. S., A.J (TS). (2008). Strategic Management; Concepts and Cases (11th ed.).