

ANALISIS SWOT SEBAGAI LANDASAN STRATEGIS PENINGKATAN**DAYA SAING PADA BLUE BIRD GROUP**Dean Seshar Rahmadina¹, Azzatillah², Urip Triandri³, Ananda Adi Riansyah⁴^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Wiralodra¹seshardean@gmail.com, ²azzatillah09@gmail.com, ³urip.triandri@unwir.ac.id ⁴ananda.adiriansyah@unwir.ac.id

ABSTRACT- *The goal of this study is to find both internal and external factors that affect competitiveness of Blue Bird Group, one of Indonesia's leading transportation companies, using SWOT analysis. Through a qualitative approach, this research collected data via interviews, observations, and documentary studies. The SWOT analysis results indicate that Blue Bird's main strengths are its strong brand image and extensive network, while its primary weakness is dependence on the domestic market. Opportunities that can be leveraged include expansion into online transportation services, and the threats faced are intense competition from ride-sharing companies. Based on these findings, this study recommends several strategies to enhance the competitiveness of Blue Bird Group, including service diversification and the development of digital innovations. This research provides strategic insights for Blue Bird in maintaining and enhancing its position in the dynamic transportation industry.*

Keywords: *SWOT Analysis, Competitiveness, Blue Bird*

ABSTRAK- Studi ini berencana untuk mengenali faktor internal dan eksternal yang memengaruhi intensitas salah satu perusahaan transportasi terkemuka di Indonesia yaitu Blue Bird Group, menggunakan analisis SWOT. Melalui metodologi subjektif, penelitian ini mengumpulkan informasi melalui pertemuan, persepsi, dan studi dokumentasi. Hasil pemeriksaan SWOT menunjukkan bahwa kekuatan utama Blue Bird adalah brand image yang kuat dan jaringan luas, sementara kelemahan utamanya adalah ketergantungan pada pasar domestik. Peluang yang dapat dimanfaatkan adalah ekspansi ke layanan transportasi online, dan ancaman yang dihadapi adalah persaingan ketat dari perusahaan ride-sharing. Berdasarkan temuan ini, penelitian ini merekomendasikan beberapa strategi untuk meningkatkan daya saing Blue Bird Group, termasuk diversifikasi layanan dan pengembangan inovasi digital. Penelitian ini memberikan wawasan strategis bagi Blue Bird dalam mempertahankan dan meningkatkan posisinya di industri transportasi yang dinamis.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Daya Saing, Blue Bird

PENDAHULUAN

PT. Blue Bird Indonesia, perusahaan transportasi terkemuka di Indonesia, telah menghadapi tantangan finansial yang signifikan dalam beberapa waktu terakhir. Persaingan yang semakin sengit dalam industri transportasi menyebabkan PT Blue Bird Tbk (BIRD), penyedia layanan taksi, melaporkan penurunan laba bersih 15,79 persen menjadi Rp 98,92 miliar pada triwulan I-2018, turun dari Rp 117,47 miliar pada periode yang sama tahun lalu.

Pendapatan perusahaan juga turun, sebesar 973,37 miliar, dibandingkan dengan laba tahun 2017 yang sebesar Rp 1,03 triliun. Pendapatan dari sewa kendaraan pada tahun 2018 juga turun 3,20% menjadi Rp 786,59 miliar dibandingkan dengan tahun lalu yang sebesar Rp 849,37 miliar (*Annual Report Blue Bird Group, 2017*).

Wheelen dan Hunger (2012:16) menyatakan bahwa teori SWOT merupakan salah satu metode untuk menentukan faktor-faktor, baik internal maupun eksternal, yang mempengaruhi kapasitas organisasi untuk mencapai tujuannya. Akronim "SWOT" merupakan singkatan dari "*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*," Sebagaimana dikemukakan oleh Freddy Rangkuti (2003). Analisis logis yang dikenal dengan analisis SWOT berupaya untuk memaksimalkan peluang dan kekuatan sekaligus meminimalkan ancaman dan kelemahan. Analisis SWOT adalah

pendekatan penting bagi Blue Bird Group untuk bersaing dengan semakin banyak nya perusahaan di industri transportasi. Dengan memeriksa faktor internal dan eksternal yang memengaruhi posisi dan kinerja. kompetitifnya, Blue Bird dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang perlu dipertimbangkan dalam perumusan strategi bisnisnya.

Menurut Aditya Wahana (2014) Kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu perusahaan diukur melalui analisis SWOT. Untuk memahami cakupan bisnis kita, kita perlu mengetahui keempat variabel ini. Kekuatan internal Blue Bird, seperti armada kendaraan yang besar, teknologi canggih, dan reputasi merek yang kuat, memberikan dasar yang kuat untuk mengembangkan keunggulan kompetitif. Penggunaan teknologi untuk mengoptimalkan operasional armada dan meningkatkan pelayanan pelanggan adalah contoh bagaimana Blue Bird dapat memanfaatkan kekuatannya internalnya.

Namun, Blue Bird juga harus mengatasi kelemahan internalnya, seperti biaya operasional yang tinggi atau kurangnya inovasi dalam layanan. Melalui langkah-langkah perbaikan yang diperlukan, seperti efisiensi biaya melalui manajemen armada yang lebih baik atau pengembangan inovasi layanan baru, Blue Bird dapat meningkatkan kinerja dan efisiensi operasionalnya.

Selain itu, Blue Bird harus memanfaatkan peluang pasar yang ada, seperti peningkatan permintaan akan transportasi berbasis teknologi atau ekspansi ke pasar baru. Dengan mengembangkan strategi ekspansi yang tepat, seperti memperluas jangkauan layanan atau

Dean Seshar Rahmadina, dkk mengembangkan layanan berbasis teknologi, Blue Bird dapat mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Tidak ketinggalan, Blue Bird juga harus mengantisipasi bahaya yang mungkin muncul, seperti persaingan yang semakin ketat atau perubahan administrative yang merugikan. Dengan mengambil langkah-langkah pencegahan yang diperlukan, seperti diversifikasi layanan atau meningkatkan kerjasama dengan pemerintah, Blue Bird dapat mengurangi dampak negatif ancaman.

Dengan demikian, melalui Analisis SWOT yang komprehensif, Blue Bird dapat merumuskan strategi yang tepat untuk memperkuat posisinya di pasar transportasi dan mencapai tujuan bisnisnya dengan lebih efektif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penkualitatif deskriptif. Data primer dan data sekunder digunakan dalam penelitian ini. “Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari perorangan atau individu seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti,” Hal tersebut dikemukakan oleh Husein Umar (2013:42). Data primer berasal dari wawancara dan pemberian kuesioner kepada 3 pemangku kebijakan Blue Bird. Menurut Nur Indrianto dan Bambang Supomo (2013:143) data sekunder adalah: “Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain)”. Dalam hal ini data sekunder didapatkan dari analisis dokumen-dokumen perusahaan seperti laporan

tahunan, kebijakan internal, dan publikasi industri untuk memperoleh data tentang kinerja perusahaan dan tren industri. Analisis SWOT dengan matriks, analisis diagram, dan *External Factor Analysis Summary (EFAS)* dan *Internal Factor Analysis Summary (IFAS)* digunakan untuk analisis data. Menurut Bayu Waspodo(2009) IFAS = *Internal Strategic Factors Analysis Summary* (Analisis Faktor Strategi Internal), yakni terdiri dari kekuatan dan kelemahan dari perusahaan. EFAS = *External Strategic Factors Analysis Summary* (Analisis Faktor Strategi Eksternal), yakni terdiri dari peluang dan ancaman terhadap Perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Perumusan Strategi

Berdasarkan informasi yang didapat dari laporan tahunan perusahaan periode 2013-2017, berikut ini merupakan analisis faktor internal dan analisis faktor eksternal dari PT Blue Bird Group:

Faktor Internal

1. Sumber Daya Manusia

a. Komitmen Pengelolaan SDM

Blue Bird Group memandang karyawan sebagai aset atau modal yang sangat berharga dan dapat ditingkatkan atau dikembangkan, sehingga manajemen SDM pada umumnya melibatkan secara aktif setiap anggota manajemen untuk terus mengembangkan calon-calon pemimpin perusahaan di masa mendatang.

Tabel 1. Jumlah Karyawan PT. Blue Bird Group

Dean Seshar Rahmadina, dkk

Status Kepegawaian	2017	2016
Karyawan Tetap	3,398	3,688
Karyawan Kontrak	273	273
Total	3,671	3,961

Sumber : Annual Report Blue Bird tahun 2017

Tabel 2. Jumlah Karyawan Berdasarkan Level Jabatan PT. Blue Bird Group

Level Jabatan	2017	2016
General Manager	18	21
Manager	98	69
Assistant Manager	141	151
Supervisor	534	572
Staff	2,767	3,052
Petugas Lapangan	113	96
Total	3,671	3,961

Sumber : Annual Report Blue Bird tahun 2017

b. Perencanaan SDM dan Rekrutmen

Melalui jenjang karier dan penunjukan pemangku kepentingan, perusahaan secara khusus merekrut kandidat untuk posisi tertentu yang membutuhkan kompetensi dan keterampilan tertentu. Selain itu, perusahaan memanfaatkan layanan perekrutan untuk memenuhi persyaratan tenaga kerjanya, terutama untuk anggota staf dengan keterampilan khusus atau posisi manajerial.

c. Pelatihan dan Pengembangan SDM

Perusahaan mengadakan perencanaan dan pengukuran program pelatihan, seperti manajemen sumber daya manusia berbasis kompetensi, untuk pelatihan dan pengembangan SDM, untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang profesional, dapat diandalkan, dan dapat dipercaya. Perusahaan memiliki area kekuatan untuk memberikan berbagai kantor pendidikan dan persiapan bagi karyawan serta pengemudi di berbagai tingkatan pekerjaan yang disesuaikan

dengan kebutuhan Organisasi, dan sarana untuk mengembangkan keterampilan luar biasa serta penguasaan khusus para pekerja dan pengemudi.

d. Pelatihan dan Persiapan Pengemudi

Sebagai sumber daya yang signifikan dalam kegiatan bisnis Organisasi, persiapan bagi pekerja diperlukan oleh Organisasi untuk bekerja pada hakikat SDM sebagai salah satu manfaat dalam mengerjakan presentasi Organisasi. Persiapan yang diberikan untuk menyiapkan SDM ini dilakukan melalui beberapa fase termasuk persiapan pendahuluan, persiapan penting, persiapan peningkatan, dan persiapan profesional.

e. Pelatihan untuk Manajemen dan Staf

Selain itu, Organisasi menyediakan program dan kesempatan bagi semua karyawan yang tertarik mempelajari hal-hal baru dan meningkatkan keterampilan mereka untuk mengikuti berbagai kelas, lokakarya, dan sesi pelatihan.

2. Operational

Blue Bird didirikan untuk memberikan layanan transportasi berkualitas yang belum ada pada saat itu. Blue Bird memelopori penerapan tarif taksi berbasis argo dan menyediakan radio dan AC untuk seluruh armadanya. Blue Bird memiliki jumlah armada banyak yang tersebar diseluruh kota besar Indonesia antara lain seperti, Jakarta, Bekasi, Surabaya, Bandung, Cilegon, Semarang, Manado, Makassar, Denpasar, Medan, Mataram, Pekanbaru, Padang, Palembang, Batam.

Armada yang digunakan Blue Bird merupakan mobil yang memiliki kualitas yang baik dan mesin yang prima. Blue Bird

Dean Seshar Rahmadina, dkk menyediakan dua segmen khususnya bagian taksi dan non-taksi. Taksi eksekutif dan taksi reguler membentuk pasar taksi, sementara bus, limusin, persewaan mobil, dan layanan non-taksi lainnya membentuk pasar non-taksi.

Blue Bird memberikan layanan cicilan elektronik kepada nasabah yang tidak membawa uang tunai. Layanan cicilan elektronik ini berkolaborasi dengan bank-bank besar di Indonesia, termasuk Bank Mandiri, Bank BCA, dan Bank BNI antara lain. Dalam armada taksi terdapat nomor layanan pelanggan yang akan menjawab keberatan, ide, dan reaksi dari pelanggan. Selain itu, terdapat kepribadian sopir taksi untuk memberi kepastian bahwa, sebagai pelanggan, kami berada di tangan yang aman dan akan aman sampai kami mencapai tujuan.

Tabel 3. Jumlah Jenis Armada PT. Blue Bird Group

Jenis Armada	2017	2016
Taksi Reguler	22,411	24,873
Taksi Eksekutif	973	1,114
Limusin dan Mobil Sewa	5,103	5,169
Bus	514	560
Total	29,001	31,716

Sumber : Annual Report Blue Bird tahun 2017

3. Pemasaran

Blue Bird menawarkan layanan taksi reguler kepada pelanggan yang mengutamakan layanan yang sangat baik. Layanan taksi Leader difokuskan pada klien gaji, pelancong, dan klien korporat kelas atas. Memberikan layanan berkualitas tinggi sangat penting agar dapat bersaing dengan sukses di pasar. Oleh karena itu, Blue Bird pada umumnya melakukan berbagai kemajuan dan peningkatan tanpa henti demi kepuasan pelanggan. Gerai Blue Bird Gathering

tersebar di berbagai daerah utama di Indonesia seperti pusat perbelanjaan, tempat-tempat hiburan, dan penginapan.

Untuk menjangkau pelanggan, Blue Bird memiliki jaringan distribusi yang beragam yang mencakup gerai eksklusif untuk taksi reguler dan eksekutif di hotel-hotel premium, kantor-kantor, dan pusat perbelanjaan. Organisasi ini mengandalkan area-area kekuatan pada informasi nilai dan merek untuk menarik dan mempertahankan klien. Selain itu, armada taksi Blue Bird saat ini berjumlah 20.000 unit, berarti ada banyak taksi yang beroperasi di jalan raya untuk mencari penumpang. Organisasi menyebarkan pemberitahuan dan mempromosikan pelayanannya melalui media kertas dan elektronik serta media lainnya, termasuk sponsor untuk kegiatan tertentu.

Tabel 4. Pendapatan Operasional PT. Blue Bird Group

Tahun	Laba Bersih
2015	824,000,000,000
2016	510,203,000,000
2017	427,495,000,000

Sumber : Annual Report Blue Bird tahun 2017

Tabel 4 menunjukkan bahwa sejak tahun 2015, pendapatan operasional taksi semakin menurun, hal itu dikarena munculnya pesaing yang memiliki inovasi dengan transportasi *online* yang memungkinkan *costumer* lebih mudah memesan dengan cara *online*. Sedangkan Blue Bird selama ini lebih dikenal dengan taksi konvensional dengan cara memesan melalui call center.

Dean Seshar Rahmadina, dkk

4. Good Corporate Governance (GCG)

Untuk menghasilkan nilai jangka panjang bagi pemegang saham, Dewan Komisaris memberikan penekanan signifikan pada praktik Tata Kelola Perusahaan yang Baik. Perusahaan telah mengembangkan kode etik GCG setelah IPO yang mengacu pada pedoman yang ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Komite Nasional Kebijakan Tata Kelola (KNKG).

Pada tahun 2015, perusahaan juga membentuk Komite Nominasi dan Remunerasi dalam rangka mematuhi ketentuan pasar modal dan melengkapi penerapan praktik GCG. Pelaksanaan GCG dalam Organisasi dilakukan dengan mengacu pada standar GCG, yaitu kejujuran, tanggung jawab, kewajiban, kebebasan, serta kepatutan dan kewajaran. Secara lebih rinci, perusahaan mengacu pada Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 32/SEOJK.04/2015 tentang Peraturan Penyelenggaraan Organisasi Publik yang berisi pandangan, standar, dan anjuran dalam rangka penyelenggaraan organisasi terbuka.

5. Keuangan

Kondisi keuangan Blue Bird dari tahun 2015-2017 laba bersih yang diperoleh mengalami penurunan. Pada tahun 2015 laba bersih yang diperoleh adalah Rp. 824,000,000,000, pada tahun 2016 Rp. 510,203,000,000, dan pada tahun 2017 memperoleh laba bersih sebesar Rp.427,495,000,000.

Tabel 5. Laporan Laba Bersih PT. Blue Bird Group

Tahun	Laba Bersih
2015	824,000,000,000
2016	510,203,000,000
2017	427,495,000,000

Sumber : Annual Report Blue Bird tahun 2017

Kondisi keuangan Blue Bird melemah sejak tahun 2015, hal itu dapat dilihat dari tabel diatas yang menunjukkan bahwa laba bersih yang diperoleh oleh Blue Bird mengalami penurunan sejak tahun 2015-2017.

Tabel 6. Pendapatan Neto PT. Blue Bird Group

Tahun	Pendapatan Neto	
2015	Rp	5,472,328,000,000
2016	Rp	4,796,096,000,000
2017	Rp	4,203,846,000,000

Sumber : Annual Report Blue Bird tahun 2017

Perusahaan membukukan laba bersih sebesar Rp4,20 triliun pada tahun 2017. Melihat kondisi yang sangat menantang sepanjang tahun 2017, pencapaian ini sesuai dengan asumsi manajemen. Jika dibandingkan dengan tahun 2016, laba perusahaan pada tahun berjalan mengalami penurunan sebesar 15,80 persen yang disebabkan oleh penurunan laba bersih dan kenaikan beberapa biaya langsung dan biaya operasional.

Faktor Eksternal

1. Pesaing

• GO-JEK

GO-JEK adalah perusahaan teknologi yang menyediakan layanan ojek untuk transportasi. Hingga Juni 2016, aplikasi GO-JEK

Dean Seshar Rahmadina, dkk telah diunduh sebanyak 10 juta kali di Google Play. Berikut beberapa jasa GO-JEK yang bisa dipesan secara online yaitu GO-CAR, GO-FOOD, GO-BOX, GO-CLEAN, GO-GLAM, GO-MART, GO-BLUEBIRD, dan GO-SEND.

• Grab

Grab adalah perusahaan digital yang melayani layanan pengiriman makanan dan produk, transportasi yang aman dan terjangkau, serta layanan pembayaran melalui ponsel dan uang tunai. Grab memenuhi beberapa pesanan online di Indonesia diantaranya GrabBike, GrabCar, GrabExpress, GrabFood, dan GrabHitchCar (Nebeng).

2. Kerjasama

Pada tanggal 1 Februari 2017, Blue Bird dan Gojek sepakat untuk melakukan kesepakatan bersama, khususnya mengenai kehadiran armada Taksi Blue Bird dalam aplikasi GO-JEK. Pelanggan dapat membayar taksi Blue Bird yang dipesan melalui aplikasi GO-JEK dengan menggunakan GO-PAY. Layanan GO-BLUEBIRD kemudian diluncurkan oleh Gojek dan Blue Bird pada tanggal 30 Maret 2017. Taksi Blue Bird dapat dipesan melalui aplikasi GO-JEK.

Pada tanggal 19 Desember 2017, Blue Bird resmi bekerja sama dengan Traveloka ditandai dengan Sigit Priawan Djokosoetono, Direktur Utama Blue Bird, dan Caesar Indra, Wakil Presiden Senior Pengembangan Bisnis. Penandatanganan perjanjian kerja sama dilakukan oleh Traveloka di kantor pusat Blue Bird. Kerja sama ini bertujuan untuk menyediakan layanan transportasi bandara bagi pelanggan Traveloka.

Layanan transportasi Blue Bird terbagi menjadi dua, yaitu transportasi Big Bird dan layanan antar-jemput bandara Blue Bird.

Faktor Eksternal dan Internal Terpilih

Tabel 7. Faktor Eksternal dan Internal PT. Blue Bird Group

Faktor Internal (Strength)	
Produk	Produk memiliki brand image yang kuat untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.
GCG	Praktik GCG (Good Corporate Governance) dijalankan secara konsisten.
Pemasaran	Memiliki pemasaran melalui outlet eksklusif (hotel-hotel mewah, perkantoran, dan pusat perbelanjaan).
Faktor Internal (Weakness)	
Keuangan	Keuntungan Blue Bird tahun 2016 menurun 38% dari tahun 2015
Pemasaran	Penghasilan operasional taksi tahun 2015 menurun 15% dari tahun 2016
Faktor Eksternal (Opportunity)	
Kerjasama	Adanya kerjasama bersama GO-JEK dengan meluncurkan GO-BLUEBIRD dan Traveloka.
Faktor Eksternal (Threat)	
Pesaing	Perusahaan transportasi digital seperti GO-JEK dan Grab

Setelah dilakukan penjabaran pada Faktor Eksternal dan Faktor Internal, terpilihlah Faktor Internal dan Eksternal seperti tabel diatas, pemilihan faktor tersebut telah disetujui oleh pihak perusahaan sendiri yaitu PT. Blue Bird Group. Faktor Eksternal dan Faktor Internal yang telah terpilih tersebut selanjutnya akan digunakan untuk pembobotan prioritas menggunakan kuesioner AHP (*Analytical Hierarchy Process*).

D. Pembobotan Prioritas

Perhitungan bobot pada pemetaan faktor internal dan eksternal dengan menggunakan jajak

pendapat AHP (*Analytical Hierarchy Process*) yang diisi oleh pendapat ahli dari PT. Blue Bird Group. Kuesiner ini diisi oleh tiga orang ahli yang terdapat di PT. Blue Bird Group. Berikut adalah tabel hasil pembobotan:

Tabel 8. Pemetaan Faktor Internal PT. Blue Bird Group

No	Kekuatan	Bobot
1	Produk memiliki brand image yang kuat untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.	0.31
2	Praktik GCG (Good Corporate Governance) dijalankan secara konsisten.	0.11
3	Memiliki pemasaran melalui outlet eksklusif (hotel-hotel mewah, perkantoran, dan pusat perbelanjaan).	0.29
No	Kelemahan	Bobot
1	Penghasilan operasional taksi menurun sejak tahun 2015	0.10
2	Kondisi keuangan Blue Bird melemah sejak tahun 2015	0.18

Dapat dilihat dari tabel hasil pengolahan kuesioner AHP (*Analytical Hierarchy Process*) yang didapat bahwa faktor internal yang memiliki prioritas dan bobot tertinggi adalah Produk memiliki brand image yang kuat untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa PT. Blue Bird Group memiliki brand image yang kuat dan bagus di mata para konsumen. Sedangkan prioritas dan bobot terendah adalah Penghasilan operasional taksi menurun sejak tahun 2015.

Tabel 9. Pemetaan Faktor Eksternal PT. Blue Bird Group

No	Peluang	Bobot
1	Adanya kerjasama bersama GO-JEK dengan meluncurkan GO-BLUEBIRD dan Traveloka.	0.79
No	Ancaman	Bobot
1	Perusahaan transportasi digital seperti GO-JEK dan Grab.	0.21

Dapat dilihat dari tabel 4.20 bahwa prioritas dan bobot tertinggi adalah Adanya kerjasama bersama GO-JEK dengan meluncurkan GO-

BLUEBIRD dan Traveloka, hal ini menunjukkan bahwa PT. Blue Bird Group memiliki lebih banyak peluang daripada ancaman.

F. Uji Konsistensi

Setelah melakukan perhitungan prioritas pembobotan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji konsistensi untuk mengetahui apakah bobot prioritas dari ahli konsisten atau tidak.

Tabel 10. Uji Konsistensi

	Faktor Internal	Faktor Eksternal
CI	0.10	-0.21
CR	0.09	-0.36

Berdasarkan hasil uji konsistensi pada kedua faktor, yaitu internal dan eksternal didapatkan nilai $CR \leq 0.1$ maka bobot prioritas dikatakan konsisten, sehingga tidak ada masalah dalam pengisian kuesioner AHP (*Analytical Hierarchy Process*).

Penentuan Strategi

Tabel 11. Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

Faktor Internal				
No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor Bobot
1	Produk memiliki brand image yang kuat untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.	0.31	5	1.57
2	Praktik GCG (Good Corporate Governance) dijalankan secara konsisten.	0.11	5	0.55
3	Memiliki pemasaran melalui outlet eksklusif (hotel-hotel mewah, perkantoran, dan pusat perbelanjaan).	0.29	5	1.44
Jumlah skor bobot Kekuatan			3.57	
No	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor Bobot
1	Penghasilan operasional taksi menurun sejak tahun 2015	0.10	2	0.21
2	Kondisi keuangan Blue Bird melemah sejak tahun 2015	0.18	5	0.91
Jumlah skor bobot kelemahan			1.12	

Sumber: Pengolahan Data Pada Kuesioner AHP

Dean Seshar Rahmadina, dkk

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil jumlah skor bobot kekuatan adalah sebesar 3.57 sedangkan hasil jumlah skor bobot kelemahan adalah 1.12. Untuk mendapatkan nilai *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) sendiri adalah dengan cara mengurangi nilai jumlah skor bobot kekuatan dengan jumlah skor bobot kelemahan. Setelah dilakukan pengurangan hasil yang didapat untuk nilai *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) adalah sebesar 2.44

Tabel 12. External Factor Analysis Summary (EFAS)

Faktor Internal				
No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor Bobot
1	Produk memiliki brand image yang kuat untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.	0.31	5	1.57
2	Praktik GCG (Good Corporate Governance) dijalankan secara konsisten.	0.11	5	0.55
3	Memiliki pemasaran melalui outlet eksklusif (hotel-hotel mewah, perkantoran, dan pusat perbelanjaan).	0.29	5	1.44
Jumlah skor bobot Kekuatan			3.57	
No	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor Bobot
1	Penghasilan operasional taksi menurun sejak tahun 2015	0.10	2	0.21
2	Kondisi keuangan Blue Bird melemah sejak tahun 2015	0.18	5	0.91
Jumlah skor bobot kelemahan			1.12	

Sumber: Pengolahan Data Pada Kuesioner AHP

Setelah melakukan proses AHP (*Analytical Hierarchy Process*) dapat disimpulkan posisi matriks SWOT (*strengths, weakness, opportunities, threats*) yang tepat bagi perusahaan adalah *strengths* dan *opportunities* (SO) dikarenakan PT. Blue Bird Group adalah suatu organisasi yang solid dan diharapkan. Teknik yang harus dijalankan adalah membantu strategi

pengembangan yang kuat (*Development-based system*).

Tabel 13. External Factor Analysis Summary (EFAS)

Faktor Eksternal				
No	Peluang	Bobot	Rating	Skor Bobot
1	Adanya kerjasama bersama GO-JEK dengan meluncurkan GO-BLUEBIRD dan Traveloka.	0.79	4	3.17
Jumlah skor bobot Peluang				3.17
No	Ancaman	Bobot	Rating	Skor Bobot
1	Perusahaan transportasi digital seperti GO-JEK dan Grab.	0.21	3	0.63
Jumlah skor bobot ancaman				0.63

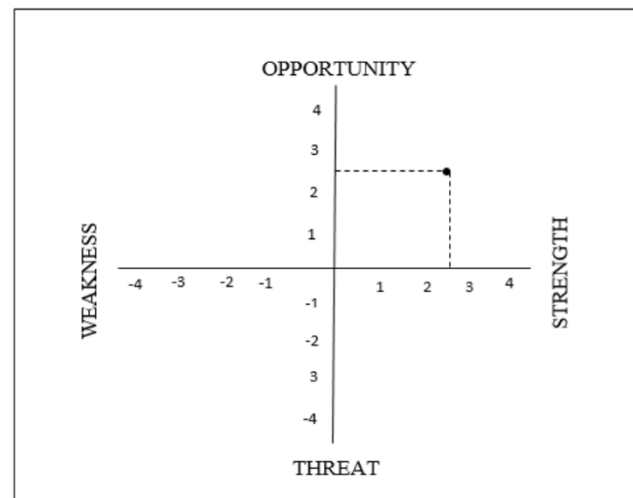
Sumber: Pengolahan Data Pada Kuesioner AHP

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa hasil jumlah skor bobot peluang adalah sebesar 3.17 sedangkan hasil jumlah skor bobot ancaman adalah 0.63. Untuk mendapatkan nilai *External Factor Analysis Summary* (EFAS) sendiri adalah dengan cara mengurangi nilai jumlah skor bobot peluang dengan jumlah skor bobot ancaman. Setelah dilakukan pengurangan hasil yang didapat untuk nilai *External Factor Analysis Summary* (EFAS) adalah sebesar 2.54.

Rekomendasi Strategi

Berdasarkan hasil perhitungan *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dengan nilai sebesar 2.44 dan untuk nilai *External Factor Analysis Summary* (EFAS) adalah 2.54 yang diperoleh dari hasil kuesioner AHP (*Analytical Hierarchy Process*), maka diperoleh hasil posisi matriks sebagai berikut :

Dean Seshar Rahmadina, dkk
Gambar 1. Posisi Matriks SWOT



Berdasarkan posisi matriks SWOT diatas dapat dilihat bahwa PT. Blue Bird Group berada pada kuadran 1 (positif, positif). Dengan posisi matriks SWOT seperti ini menandakan bahwa PT. Blue Bird Group adalah suatu perusahaan yang kuat dan juga berpeluang. Melihat nilai *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *External Factor Analysis Summary* (EFAS) nilai yang tertinggi terdapat pada EFAS yaitu peluang (*Opportunity*) oleh karenanya PT. Blue Bird harus dapat memanfaatkan dengan sebaik mungkin kerjasama yang telah berhasil dilakukan dengan para pesaingnya sendiri. Rekomendasi yang dapat diberikan adalah *Expansion (Growth)* yaitu perusahaan harus memanfaatkan peluang dan memanfaatkan aset organisasi untuk memaksimalkan setiap peluang terbuka yang muncul.

Tabel 14. Bobot dan Ranking dari Strength

No	Faktor Internal	Bobot	Ranking
1	Produk memiliki brand image yang kuat untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.	0.31	1
2	Praktik GCG (Good Corporate Governance) dijalankan secara konsisten.	0.11	3
3	Memiliki pemasaran melalui outlet eksklusif (hotel-hotel mewah, perkantoran, dan pusat perbelanjaan).	0.29	2

Sumber: Pengolahan Data Pada Kuesioner AHP

Strength dan *Opportunity* adalah rekomendasi strategi yang terpilih untuk perusahaan PT. Blue Bird Group agar menjadi perusahaan yang lebih baik lagi. Dalam melakukan manajemen perusahaan dan pengambilan keputusan *Strength* dan *Opportunity* yang harus lebih diutamakan oleh perusahaan PT. Blue Bird Group. Berikut ini merupakan strategi berdasarkan *Strength* dan *Opportunity* pada perusahaan PT. Blue Bird Group :

1. Mempertahankan *brand image* dan pelanggan

- Melakukan kerjasama dengan Gojek dan Traveloka untuk meningkatkan profitabilitas dan nilai ROA (*Return On Assets*)
- Melakukan peremajaan armada taksi guna meningkatkan pelayanan dan efisiensi operasional
- Menaikkan keuntungan perusahaan dengan meningkatkan penghasilan operasional taksi

2. Mempertahankan sistem pemasaran

- PT. Blue Bird Group meluncurkan aplikasi My Blue Bird Taxi yang memungkinkan pelanggan melakukan reservasi online yang dapat diunduh melalui PlayStore maupun App Store.
- Memperluas sistem pemasaran melalui outlet-outlet eksklusif

Dean Seshar Rahmadina, dkk

- Perusahaan dapat melakukan peningkatan modal dari berbagai sumber, mengingat struktur modal tidak berpengaruh dikarenakan *Weighted Average Cost of Capital (WACC)* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap ROA (*Return On Assets*)

3. Mempertahankan praktek GCG (*Good Corporate Governance*)

- Perusahaan menyusun seperangkat prinsip GCG yang menyeluruh yang mengacu pada standar yang ditetapkan oleh Dewan Pengawas Strategi Pemerintah (KNKG) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK).
- Perusahaan melakukan kerja sama dengan IFC (*International Finance Corporation*) untuk membuat pedoman tata kelola perusahaan terkait dengan pelaksanaan GCG (*Good Corporate Governance*).

KESIMPULAN

Setelah melakukan proses AHP (*Analytical Hierarchy Process*) dapat disimpulkan posisi matriks SWOT (*strengths, weakness, opportunities, threats*) yang tepat bagi perusahaan adalah *strengths dan opportunities (SO)* dikarenakan PT. Blue Bird Group adalah suatu organisasi yang solid dan diharapkan. Teknik yang harus dijalankan adalah membantu strategi pengembangan yang kuat (*Development-based system*).

DAFTAR PUSTAKA

- BlueBird.2017.BlueBird & Gojek Hadirkan kolaborasi anak bangsa. Available at: <https://bluebirdgroup.com/news/blue-bird-go-jek-hadirkan-kolaborasi-anak-bangsa>
- BlueBird.2017.BlueBird dan Traveloka untuk kemudahan transportasi bandara. Available at: <https://www.bluebirdgroup.com/news/blue-bird-dengan-traveloka-untuk-kemudahan-transportasi-bandara/>
- Go-Jek, P. (2024) PT Go-Jek Indonesia. Available at: <https://www.go-jek.com/>
- Grab. (2024) PT Grab Indonesia. Available at: <https://www.grab.com/>
- Hunger, J.D. dan Wheelen, T.L. (2012). Strategic Management and Bussiness Policy: Toward Global Sustainability (13th Edition). New York: Pearson.
- Husein Umar (2013). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis. Penerbit Rajawali, Jakarta.
- Indriantoro, Nur., dan Supomo, Bambang. (2013). Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen. Penerbit BPF, Yogyakarta.
- Rangkuti, F. (2003). Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wahana, Aditya, dkk. 2014. Analisis Penerapan Social Media Sebagai Strategi Bisnis Oleh Pelaku Bisnis Online. Jurnal Sisfotenika, vol. 4, no. 2, hal – 84-94.
- Waspodo, Bayu. 2009. Kerangka Kerja Pengukuran Kinerja Berdasarkan Balanced Scorecard Untuk Departemen Sistem Informasi. Jurnal Komunikasi Massa, vol. 5, no. 1, hal- 65-77.