



## **Analisis Strategi Bisnis Pada PT. Retrans Energi Perkasa dalam Meningkatkan Penjualan**

**Resti Annisa**

Institut Agama Islam Pelalawan, Indonesia

\*Email: [annisa.restiann@gmail.com](mailto:annisa.restiann@gmail.com)

---

### **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to find out what business strategies are suitable to be implemented at PT RETRANS ENERGI PERKASA. This descriptive research uses qualitative and quantitative analysis methods. Data processing uses SWOT matrix analysis, IE matrix, and Grand Strategy matrix. Through the QSPM matrix, results are obtained which show that a suitable strategy for use by the company is a market penetration strategy, where by implementing this strategy it is hoped that the company will be able to increase sales value, product quality and employee performance. Two other alternative strategies, namely product development and market development, are at the bottom of the list. For the company itself, it is hoped that it can apply this strategy to the planning system in order to prove the strategy that has been prepared.*

**Keyword:** SWOT Matrix, Market Penetration, QSPM

Copyright © 2022, BEDELAU.  
All rights reserved.

---

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan pembangunan konstruksi di Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun dan sedang mengalami pertumbuhan pesat bagi perusahaan konstruksi dalam beberapa waktu belakangan. Buletin Konstruksi Indonesia (2013), mengatakan negara dan bangsa Indonesia menghasilkan produk konstruksi untuk dibuktikan kepada dunia bahwa tingkat kesejahteraan yang telah dicapainya tidak main-main. Pada awal kemerdekaan, Indonesia belum dapat membangun prasarana dan sarana fisik karena perhatiannya masih tertuju pada pembangunan politik dan sosial. Pada saat itu bangunan fisik peninggalan kolonial dirasakan masih cukup untuk menopang kegiatan pemerintahan.

Namun, setelah lebih dari satu dekade berbangsa dan bernegara serta bergaul di kancah internasional, timbul kebutuhan pada para pendiri bangsa untuk mulai membangun citra dan jati diri bangsa dan negara dan membuktikannya kepada dunia sebagai negara yang merdeka dan mandiri. Gedung Conefo (MPR), Gelora Bung Karno, Gedung Nusantara, Jembatan Semanggi, dan Jalan By Pass Jakarta merupakan contoh-contoh karya anak bangsa Indonesia yang berhasil menjadi ikon kota dunia pada jamannya.

Pada umumnya kegiatan konstruksi dimulai dari perencanaan yang dilakukan oleh konsultan perencana (*team Leader*) dan kemudian dilaksanakan oleh kontraktor konstruksi yang disebut sebagai manajer proyek/kepala proyek. Dalam suatu konstruksi biasanya

dilakukan sebuah perencanaan terpadu. Hal ini terkait dengan metode penentuan besarnya biaya yang diperlukan, rancang bangun, dan efek lain yang akan terjadi saat pelaksanaan konstruksi. Sebuah jadwal perencanaan yang baik, akan menentukan suksesnya sebuah bangunan yang terkait dengan pendanaan, dampak lingkungan, keamanan lingkungan, ketersediaan material, logistik, ketidaknyamanan publik terkait dengan pekerjaan konstruksi, persiapan dokumen tender, dan lain sebagainya.

Penyedia bahan dan material konstruksi (Malik 2010:24) dijelaskan bahwa jaminan ketersediaan bahan dan material bangunan di pasar sangat berpengaruh terhadap kecepatan dan ketepatan waktu penyelesaian pekerjaan. Tidak jarang para pengusaha jasa pelaksana konstruksi mengalami keterlambatan penyelesaian pekerjaan akibat keterlambatan pasokan atau hilangnya bahan dan material bangunan di pasar. Keterlambatan pasokan bahan bangunan atau hilangnya bahan bangunan di pasaran tidak dapat dijadikan alasan atas keterlambatan penyelesaian pekerjaan. Itulah mengapa para pengusaha jasa konstruksi dituntut untuk dapat bermitra dengan para pemangku kepentingan yang berkaitan dengan bahan dan material bangunan. Bahan dan material bangunan biasanya disediakan oleh usaha-usaha penyedia bahan bangunan, baik usaha perorangan maupun badan usaha, mulai dari penjual eceran, penyalur, distributor, agen dan pabrik. Untuk material alami (non-pabrik) biasa pula disediakan oleh penjual perorangan. Namun, kepada pengusaha jasa pelaksana konstruksi disarankan untuk menjalin kemitraan dengan penjual resmi yang menyediakan bahan alami secara legal. Hal ini untuk menjaga

agar pengelolaan bahan bangunan alami tidak merusak lingkungan.

PT RETRANS ENERGI PERKASA (REP) merupakan salah satu perusahaan trading hasil pertambangan seperti pasir beton, pasir silika, dan batu split yang memulai usaha sejak tahun 2010. PT REP sendiri berperan sebagai pembeli sekaligus penjual pasir dan batu sebagai bahan utama pembuatan bangunan konstruksi yang dibeli dari *supplier* lalu kemudian menjual kembali kepada perusahaan konstruksi. Kegiatan trading ini bertujuan untuk menjembatani antara *supplier* dengan perusahaan konstruksi di mana banyak dari perusahaan konstruksi tersebut tidak melakukan pembayaran tunai ketika membeli bahan bangunan. Sedangkan di pihak *supplier* penyedia bahan bangunan sendiri sangat membutuhkan dana dari hasil penjualan untuk diputar kembali sebagai modal kegiatan pertambangan selanjutnya. Maka dari itu perusahaan trading hadir untuk membeli bahan dari *supplier* dengan pembayaran secara tunai dan menjual kembali bahan-bahan tersebut kepada perusahaan konstruksi dengan mengadakan kontrak tertentu. Biasanya perusahaan konstruksi akan melakukan kontrak pembayaran selama beberapa bulan dan membayar tagihan sesuai kontrak yang disepakati (sistem jatuh tempo).

## METODE

Pada penelitian Kualitatif Deskriptif ini yang menjadi unit penelitian adalah PT REP. Penelitian ini difokuskan untuk menemukan usulan strategi bisnis yang tepat bagi PT REP dalam meningkatkan pendapatan, dan metode yang penulis gunakan adalah analisis SWOT. Pada tahap pengumpulan data, dimulai dengan mengumpulkan data baik data primer maupun sekunder. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi

yaitu mendatangi lokasi pertambangan serta kantor utama PT REP, selanjutnya melakukan wawancara terbuka dengan pimpinan dan beberapa manajer PT REP. Selain melakukan wawancara terbuka penulis juga membaca profil perusahaan, laporan jual beli, laporan invoice, dan beberapa laporan penting lainnya. Dari informasi tersebut kemudian didapat fakta variabel faktor internal dan variabel faktor eksternal pada PT REP.

Tahap berikutnya pengolahan data, dimulai dengan input dan penghitungan bobot faktor internal eksternal pada matrik IFE, matrik EFE, matrik Profil Persaingan. Kemudian tahap pencocokan menggunakan matrik SWOT, matrik IE, matrik *Grand Strategy*. Terakhir tahap keputusan menggunakan matrik QSPM.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-faktor internal dan eksternal diinput kedalam matrik Evaluasi Faktor Internal (IFE), matrik Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), matrik Profil Persaingan (CPM) dan dilakukan penghitungan bobot. Adapun faktor kekuatan dan kelemahan internal yang mempengaruhi PT REP yaitu:

Perusahaan penambangan pasir dan batu memiliki sejumlah kekuatan yang menjadi landasan untuk kelangsungan usahanya. Pertama, perusahaan mampu melakukan pembayaran deposit kepada vendor, khususnya pihak penambang pasir dan batu, yang merupakan langkah penting dalam memastikan pasokan bahan baku yang stabil. Selain itu, keberadaan cadangan dana memberikan keamanan finansial yang penting dalam menghadapi tantangan bisnis. Harga yang ditawarkan cukup kompetitif, dan perusahaan juga memiliki keuntungan tambahan berupa perusahaan afiliasi truk, yang mendukung proses logistik. Terlebih lagi, sudah terjalin kontrak kerja dengan perusahaan pemberi pekerjaan

sebelumnya, menunjukkan kepercayaan dan keterikatan yang telah terbangun. Produk pasir dan batu yang dihasilkan juga dikenal memiliki kualitas terbaik dan telah dipercaya oleh beberapa pelanggan, sementara hubungan yang baik terjalin dengan supplier dan klien, menciptakan jaringan yang kuat dalam rantai pasok.

Meskipun demikian, ada beberapa kelemahan yang perlu diatasi untuk meningkatkan kinerja dan daya saing perusahaan. Pertama, masih kurangnya tenaga kerja tambahan yang berpengalaman dapat menghambat efisiensi operasional. Selanjutnya, belum adanya sistem untuk quality control dapat mempengaruhi konsistensi dalam produk yang dihasilkan. Selain itu, jumlah armada truk yang dimiliki masih terbatas, yang dapat membatasi kapasitas pengiriman. Belum memiliki situs web perusahaan yang resmi juga menjadi kelemahan dalam hal pemasaran dan eksposur online. Rasio profitabilitas perusahaan yang rendah perlu diperhatikan untuk meningkatkan efisiensi dan pengelolaan biaya. Terakhir, fokus penjualan dan permintaan yang hanya terpusat di dalam Pulau Jawa dapat menghambat potensi pasar yang lebih luas. Dengan mengidentifikasi dan mengatasi kelemahan ini, perusahaan dapat meningkatkan daya saing dan potensi pertumbuhan di pasar.

Perusahaan penambangan pasir dan batu memiliki beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan bisnisnya. Pertama, bahan utama produksi, yaitu pasir dan batu, tersedia dalam jumlah yang cukup di dalam negeri, memberikan kestabilan pasokan dan potensi pengendalian biaya produksi. Selain itu, banyak permintaan dari perusahaan yang menjalankan proyek pemerintah, membuka peluang untuk mendapatkan kontrak proyek yang stabil dan berkelanjutan. Perusahaan juga

memiliki hubungan baik dengan vendor, yang dapat digunakan sebagai jalan untuk mencari kesempatan mendapatkan lahan pertambangan sendiri, meningkatkan kontrol atas pasokan bahan baku. Dipercaya sebagai supplier tetap oleh pelanggan, terutama perusahaan konstruksi, juga merupakan peluang untuk membangun hubungan yang berkelanjutan dan memperluas jaringan klien. Selain itu, meningkatnya permintaan produk pasir dan batu, terutama seiring dengan pertumbuhan sektor konstruksi, memberikan potensi peningkatan pendapatan dan pangsa pasar bagi perusahaan.

Namun, perusahaan juga dihadapkan pada sejumlah ancaman yang perlu diwaspadai. Pertama, terdapat potensi bahaya kecelakaan di lapangan, yang dapat membahayakan keselamatan pekerja dan mengganggu kelangsungan operasional. Selain itu, masalah teknis seperti cuaca buruk, pecah ban, atau macet dapat mengganggu proses produksi dan pengiriman, menyebabkan penundaan dan kerugian. Sistem pembayaran dari pihak klien yang sering mengalami keterlambatan juga menjadi ancaman terhadap arus kas perusahaan. Persaingan dengan perusahaan sejenis lainnya juga dapat mengurangi pangsa pasar dan margin keuntungan perusahaan. Terakhir, biaya distribusi yang meningkat akibat peraturan pemerintah mengenai kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Dengan memperhitungkan dan mengatasi ancaman-ancaman ini, perusahaan dapat meminimalkan risiko dan mengoptimalkan peluang untuk pertumbuhan dan keberlanjutan bisnisnya.

Dari matrik IFE didapat total nilai tertimbang 3.478 yang mengidentifikasi bahwa PT REP berada di atas rata-rata

dalam seluruh kekuatan internalnya, total nilai tertimbang dari matriks EFE 2.847 yang mengindikasikan bahwa PT REP berada di atas rata-rata dalam upayanya untuk menjalankan strategi yang memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman eksternal. Pada matrik CPM PT REP mendapatkan skor tertinggi dari 2 pesaing lainnya, yaitu sebesar 3.576.

Pada tahap pencocokan, seluruh faktor internal dan eksternal dimasukkan kedalam matrik SWOT dan dilakukan analisis dengan menggabungkan tiap faktor melalui strategi SO, ST, WO, dan WT. Pada strategi SO didapatkan alternatif strategi integrasi ke belakang dan penetrasi pasar, pada strategi WO didapat alternatif penetrasi pasar; pengembangan produk; pengembangan pasar, pada strategi ST didapat alternatif penetrasi pasar dan pengembangan produk, dan pada strategi WT didapat alternatif penetrasi pasar. Proses selanjutnya pada tahap pencocokan adalah menentukan posisi kuadran PT REP pada matrik Internal Eksternal (IE). Dari total nilai tertimbang matrik IFE (3.478) dan EFE (2.847), PT REP berada di posisi kuadran IV pada matrik IE, yaitu divisi tumbuh dan berkembang. Dalam divisi ini, ada strategi-strategi alternatif yang dapat dijalankan perusahaan, diantaranya adalah integrasi (ke belakang, ke depan, horizontal), penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Sedangkan pada Matrik Strategi Besar PT REP beradadi kuadran I, yang menunjukkan bahwa perusahaan berada di posisi yang bagus.

Tahap terakhir adalah keputusan, menggunakan matrik QSPM. Pada analisis QSPM yang dilakukan melalui matrik QSPM didapat 3 strategi yang dapat dipertimbangkan untuk diaplikasikan pada PT REP, yaitu penetrasi pasar dengan angka daya tarik

paling tinggi yaitu sebesar 5.208, kemudian pengembangan produk dengan nilai daya tarik sebesar 4.290, dan terakhir pengembangan pasar dengan nilai daya tarik sebesar 3.387. Untuk hasil strategi pengembangan produk dan strategi pengembangan pasar terdapat perbedaan nilai yang tidak terlalu jauh, namun tidak ada salahnya untuk mengimplementasikan kedua strategi tersebut setelah pengimplementasian strategi integrasi horizontal dilakukan secara bersamaan pada PT REP.

Dari tahap akhir penyusunan strategi yang komprehensif, yaitu tahap keputusan dengan pengolahan data melalui matriks QSPM diketahui bahwa strategi integrasi horizontal merupakan strategi dengan daya tarik paling tinggi untuk diimplementasikan pada PT REP.

Dalam kaitannya dengan kondisi perusahaan saat ini strategi integrasi horizontal dapat diterapkan pada perusahaan dengan melakukan beberapa hal berikut: 1) Membuat kebijakan terkait peraturan pembayaran biaya produksi yang dibutuhkan untuk memperbaiki keadaan *cash flow* perusahaan, serta membuat kesepakatan atas peraturan tersebut dengan klien yang sebelumnya sudah ditetapkan dalam kontrak. Untuk klien yang didapati melanggar perjanjian tersebut akan diberikan ketegasan dari perusahaan mengenai sanksi apa yang harus dijalankan, atau perusahaan akan mengurangi kiriman bahan produksi; 2) Membuka lowongan pekerjaan yang dibutuhkan pada bidangnya, khususnya untuk staff ahli dibagian lapangan. Perusahaan saat ini kekurangan staff ahli untuk ditempatkan di lapangan, maka sebaiknya perusahaan membuka lowongan pekerjaan khusus untuk bidang ini. Tahap berikutnya yang harus dilakukan perusahaan setelah mendapatkan tambahan tenaga kerja adalah membuat *system quality control*,

dimana sistem ini bertujuan untuk mengontrol dan mempelajari proses pengambilan bahan dasar produk hingga pengantarannya kepada klien; 3) Merekrut manajemen yang profesional dibidangnya khususnya pertambangan dan merestrukturisasi seluruh sistem perusahaan agar dapat berjalan dengan lebih baik; dan 4) Memaksimalkan penggunaan web di internet untuk meningkatkan promosi dan menyebarkan aktivitas perusahaan agar lebih dekat dan diketahui perusahaan klien.

Dengan membuka cabang di daerah berpotensi selain Pulau Jawa dapat dijadikan peluang oleh PT REP untuk menerapkan strategi pengembangan pasar. Memenuhi permintaan produksi klien yang berasal dari pemerintah juga menjadi peluang besar bagi PT REP untuk terus mengembangkan wilayah pemasaran. Dengan kesempatan yang ada saat ini memungkinkan PT REP untuk lebih sering memenuhi permintaan-permintaan langsung dari pemerintah atau mengadakan kontrak kerja bersama pemerintah. Selain itu dengan persediaan dana yang sangat cukup dapat dimanfaatkan PT REP untuk mengalokasikan dana tersebut ke daerah lain yang berpotensi sebagai pasar baru dalam mengembangkan pasar.

Sumber daya produksi yang menjadi tumpuan utama PT REP dapat dijadikan senjata paling ampuh untuk bersaing dalam industri. Dengan kedekatan antara perusahaan dan *supplier* serta memberikan fasilitas untuk melengkapi kebutuhan pertambangan menjadi nilai tambah bagi perusahaan dalam melakukan pendekatan. Dimana dengan hubungan yang sudah terjalin itu PT REP bisa mendapatkan kesempatan untuk memperluas bidang produksi mereka.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kondisi internal PT. REP cukup baik dan kuat, sementara kondisi eksternalnya masih memerlukan peningkatan strategi agar dapat mengimbangi faktor internal dan eksternal yang ada. Strategi penetrasi pasar merupakan pilihan yang paling tepat berdasarkan analisis matriks QSPM. Selain itu, strategi pengembangan produk dan pengembangan pasar juga dapat dikembangkan dan dikombinasikan menjadi strategi kombinasi yang efektif. Untuk meningkatkan kinerja perusahaan, disarankan untuk menambah tenaga kerja manajemen profesional, melaksanakan sistem quality control, membuat kesepakatan perjanjian pembayaran biaya produksi, memperluas jaringan pasar dengan mencari kemitraan dengan pemerintah, dan membeli lahan pertambangan sendiri untuk memastikan pasokan bahan baku yang stabil. Dengan implementasi saran tersebut, diharapkan PT. REP dapat meningkatkan kinerja dan daya saingnya di pasar.

## REFERENSI

- Amir, M. Taufik. (2011). *Manajemen strategik : konsep dan aplikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- David, Fred R. (2010). *Manajemen Strategis Konsep*. (edisi 12). Jakarta : Salemba Empat.
- Faisal Afiff, Spec. Lic. & Iyus Wiadi, MPA. (2011). *Meretas pemikiran strategik : pemecahan masalah di indonesia melalui teropong ekonomi politik psikologi*. Jakarta : Refika Aditama.
- Malik, Alfian. (2010). *Pengantar Bisnis Jasa Pelaksana Konstruksi*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Umar, Husein. (2008). *Strategic Management in Action*. (edisi 5). Jakarta : PT Gramedia.
- YSS. 2013. Perkembangan Konstruksi Indonesia. Diakses 16 Oktober 2013 from <http://www.buletinkonstruksi.com>