

Analisis Pengambilan Keputusan Strategi Bisnis Pada Distro Starcross Di Bandar Lampung Dengan Menggunakan Soft System Methodology

Vonny Tiara Narundana¹, Satrio Sobri Hamid²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung
Jl. Zainal Abidin Pagar Alam No.26, Labuhan Ratu, Kedaton, 35142, Bandar Lampung, Indonesia

E-mail:

vonny.tiara@ubl.ac.id

satrio.16011101@studentubl.ac.id

Abstract

The high competition in the distribution business in the city of Bandar Lampung has an impact on the management of Starcross distributions so that the income received fluctuates every month, this makes researchers aim to find out what alternative strategies are suitable for which Starcross distribution is a priority. for Starcross Distros. in Bandar Lampung. This research uses descriptive analysis method and uses Soft System methodology (SSM) and Annalitical Hierarchy Process (AHP) method. The results of this study indicate that there are three sub-criteria for internal factors and two sub-criteria for external factors. The results of the decision making model using AHP show that the Goal at Starcross Bandar Lampung distribution increases sales with the first priority strategy, namely improving brand image through the Community, Promotion through the Word of Mouth, promotion via the internet and following market trends that consumers are interested in. The alternative strategy for the priority distribution of Starcross in Bandar Lampung is to increase the brand image through the community.

Keywords: *Business Strategy, Annalitical Hierarchy Process (AHP), Soft System Methodology (SSM)*

Abstrak

Tingginya persaingan dalam usaha distro yang ada di kota Bandar Lampung memberikan dampak bagi manajemen Distro Starcross sehingga pendapatan yang di terima mengalami fluktuasi setiap bulan nya, hal ini membuat peneliti bertujuan untuk mengetahui alternatif strategi apa yang sesuai dengan Distro Starcross manakah yang menjadi prioritas bagi Distro Starcross di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan metode analisis dekrif dan menggunakan metode *Soft System methodology (SSM)* dan metode *Annalitical Hierarki Process (AHP)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor internal terdapat tiga sub-kriteria dan faktor eksternal terdapat dua sub-kriteria. Hasil model pengambilan keputusan dengan menggunakan AHP menunjukkan bahwa Goal pada Distro Starcross di Bandar Lampung peningkatan penjualan dengan strategi prioritas pertama dengan meningkatkan brand image melalui Komunitas, Promosi Via *Word of Mouth*, promosi via Internet dan Mengikuti Trend pasar yang diminati konsumen. Alternatif strategi Prioritas distro Starcross di Bandar Lampung yaitu Meningkatkan Brand Image Melalui Komunitas

Kata kunci: *Strategi Bisnis, Annalitical Hierarki Process (AHP), Soft System Methodology (SSM)*

Pendahuluan

Pada era globalisasi saat ini persaingan pasar berkembang sangat ketat. Baik perkembangan teknologi dan bisnis, dalam persaingan bisnis yang sangat ketat saat ini semakin bertambah banyaknya usaha baru yang bermunculan maka untuk para pelaku bisnis yang telah memaksimalkan produknya dan barang yang akan di tawarkan dapat bersaing saat ini. Perusahaan harus mampu mengerahkan upaya untuk menciptakan keunggulan barang dalam jangka panjang, Distro Starcross di Bandar Lampung yang berada di Jl. Jend. Sudirman No.47, Rw. Laut, Engal, Kota Bandar Lampung, Lampung 35127, berdiri bisnis di Bandar Lampung tahun 2019

Tabel 1 Data Omset Perbulan Distro Starcross Di Bandar Lampung

| NO | TAHUN | PENJUALAN PERBULAN | OMSET PER BULAN | PRESENTASE |
|-----|--------------------|--------------------|-----------------|---------------|
| 1. | 2019 | April | Rp70.150.500 | - |
| 2. | | May | Rp89.163.250 | 27,10 |
| 3. | | Juni | Rp112.602.250 | 26,28 |
| 4. | | Juli | Rp38.945.500 | -65,41 |
| 5. | | Agustus | Rp21.325.500 | -45,24 |
| 6. | | September | Rp28.696.700 | 34,56 |
| 7. | | Oktober | Rp22.411.700 | -21,90 |
| 8. | | November | Rp23.024.000 | 2,73 |
| 9. | | Desember | Rp28.229.400 | 22,60 |
| 10. | 2020 | Januari | Rp24.264.500 | -14,04 |
| 11. | | Febuary | Rp17.796.000 | -26,65 |
| 12. | | Maret | Rp20.046.500 | 12,64 |
| 13. | RATA – RATA | | | -47,31 |

Bersarkan data Tabel 3 dapat di ketahui pada dari bulan April 2019 sampai dengan Maret 2020 mengenai pendapatan Distro Starcross Berfluktuasi cenderung menurun dengan jumlah rata-rata perkembangan sebesar -47,31%

Sehingga peneliti/penulisan mengambil judul “*Analisis Pengambilan Keputusan Strategi Bisnis Pada Distro Starcross di Bandar Lampung Dengan Menggunakan Soft System Methodology*”

Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mempelajari, mengumpulkan data dan informasi berbagai literatur dan tulisan ilmiah dari berbagai sumber yang dapat dipergunakan sebagai landasan teori dalam penulisan skripsi ini

1. Observasi Lapangan

Menurut Arikunto, Suharsimi (2002). Observasi adalah pengamatan secara langsung terhadap suatu

Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)

ISSN: 2745-892x

Vol. 2, No. 2, Oktober 2021

objek yang terdapat di lingkungan baik yang sedang berlangsung saat itu atau masih berjalan yang meliputi berbagai aktifitas perhatian terhadap suatu kajian objek dengan menggunakan pengindraan. Tindakan yang dilakukan dengan sengaja atau sadar dan sesuai urutan. Penelitian ini dilakukan dengan mengadakan tinjauan langsung ke Distro Starcross Cabang Bandar Lampung,

2. Desain Penelitian

Sesuai dengan tujuan, objek, prosedur dan waktu yang tersedia untuk penelitian ini, maka desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian deskriptif (Habiburrahman, dkk, 2018:30) yaitu suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu obyek, suatu kondisi, suatu system pemikiran, ataupun suatu kelas pariwisata pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi gambaran atau lukisan secara sistematis, *factual* dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang di selidiki.

3. Teknik Pengumpulan data

1. Deep Structure Interview (DSI)
2. Kuisioner

Nama Narasumber Penelitian

| No | Nama Narasumber | Organisasi |
|----|------------------------------------|----------------------|
| 1 | Ilham Dwi S | Supervisor/Headstore |
| 2 | Rian Karisma | Shopkeeper |
| 3 | Appin Purisky Redaputri SMB.,M.M., | Akademisi (Dosen) |
| 4 | M. Ahyar | Inventory |
| 5 | Tinezia | Pesaing |

Soft Systems Methodology (SSM)

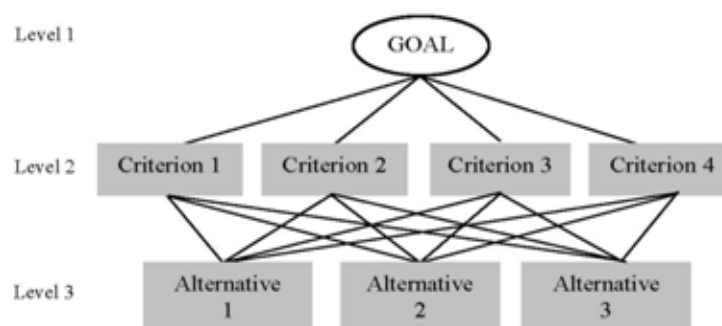
Menurut Barusman (2017) Soft Systems Methodology adalah sebuah metodologi, yang menetapkan prinsip-prinsip untuk penggunaan metode, yang memungkinkan dilakukan dalam situasi permasalahan yang tidak terstruktur dimana pemeliharaan hubungan setidaknya sama pentingnya dengan pencarian tujuan dan menjawab pertanyaan tentang apa yang harus kita lakukan sama pentingnya dengan menentukan bagaimana melakukannya (Jackson, 2003) .

Menurut Checkland dan Poulter (2006) terdapat 7 Tahapan dalam Soft Systems Methodology, atau disebut juga SSM Classic.

Analytical Hierarchy Process (AHP)

AHP merupakan suatu model pendukung keputusan yang dikembangkan oleh Thomas L. Saaty. Model pendukung keputusan ini akan menguraikan masalah multi faktor atau multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hirarki, menurut Saaty (1993), hirarki didefinisikan sebagai suatu representasi dari sebuah permasalahan yang kompleks dalam suatu struktur multi level dimana level pertama adalah tujuan, yang diikuti level faktor, kriteria, sub kriteria, dan seterusnya kebawah hingga level terakhir dari alternatif. Prinsip kerja AHP adalah

menyederhanakan suatu persoalan kompleks dan tidak terstruktur, serta bersifat strategik dan dinamis melalui upaya penataan rangkaian variabelnya dalam suatu hirarki (Eriyatno et al, 2007). Suatu masalah yang kompleks dapat diuraikan ke dalam kelompok-kelompoknya yang kemudian diatur menjadi suatu bentuk hirarki sehingga permasalahan akan tampak lebih terstruktur dan sistematis.



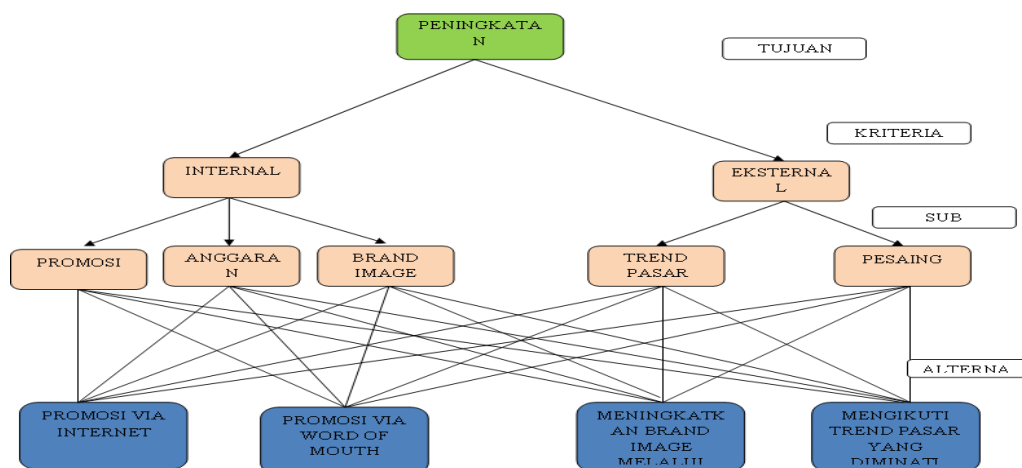
Gambar 1 Analytical Hierarchy Process (AHP)

Pembahasan

Analisis Pengambilan Keputusan Strategi Bisnis Distro Starcross Bandar Lampung menggunakan AHP

Berdasarkan hasil interview dengan narasumber sebelumnya, dapat di susun hierarchy AHP sebagai berikut:

Hierarki AHP Penelitian



Gambar 2 Struktur Hierarki AHP

Analisis Pengambilan Keputusan Strategi Bisnis Pada Distro Starcross Di Bandar Lampung Dengan Menggunakan Soft System Methodology (Vonny Tiara Narundana)

Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)

ISSN: 2745-892x

Vol. 2, No. 2, Oktober 2021

Hasil penggabungan Kuisisioner

Dari lima narasumber yang ada mewakili pihak internal manajer Distro Starcross Bandar Lampung, maka di buat satu kombinasi permodelan pengambilan keputusan di dapat hasil sebagai berikut

| Goal | Level 1 | Level 2 | Alts | Prty |
|------|----------------------------|-------------------------------|--|-------|
| | Percent internal (L: ,550) | | | 55 |
| | internal (L: ,550) | Percent promosi (L: 284) | | 15,6 |
| | internal (L: ,550) | Promosi | promosi via internet | 0,054 |
| | internal (L: ,550) | Promosi | promosi via word of mouth | 0,036 |
| | internal (L: ,550) | Promosi | meningkatkan brand image melalui komunitas | 0,036 |
| | internal (L: ,550) | Promosi | mengikuti trend pasar yang diminati konsumen | 0,03 |
| | internal (L: ,550) | Percent anggaran (L: ,416) | | 22,9 |
| | internal (L: ,550) | anggaran (L: ,416) | promosi via internet | 0,058 |
| | internal (L: ,550) | anggaran (L: ,416) | promosi via word of mouth | 0,047 |
| | internal (L: ,550) | anggaran (L: ,416) | meningkatkan brand image melalui komunitas | 0,076 |
| | internal (L: ,550) | anggaran (L: ,416) | mengikuti trend pasar yang diminati konsumen | 0,048 |
| | internal (L: ,550) | Percent brand image (L: ,300) | | 16,5 |
| | internal (L: ,550) | brand image (L: ,300) | promosi via internet | 0,038 |
| | internal (L: ,550) | brand image (L: ,300) | promosi via word of mouth | 0,029 |
| | internal (L: ,550) | brand image (L: ,300) | meningkatkan brand image melalui komunitas | 0,081 |
| | internal (L: ,550) | brand image (L: ,300) | mengikuti trend pasar yang diminati konsumen | 0,017 |
| | Percent external (L: ,450) | | | 45 |
| | external (L: ,450) | Percent trend pasar (L: ,125) | | 5,6 |
| | external (L: ,450) | trend pasar (L: ,125) | promosi via internet | 0,015 |
| | external (L: ,450) | trend pasar (L: ,125) | promosi via word of mouth | 0,014 |
| | external (L: ,450) | trend pasar (L: ,125) | meningkatkan brand image melalui komunitas | 0,02 |
| | external (L: ,450) | trend pasar (L: ,125) | mengikuti trend pasar yang diminati | 0,007 |

Sumber Data: Data yang diolah oleh peneliti tahun 2020

Overall Inconsistency: 0,02

Alternatif strategi bisnis pada Distro Starcorss di Bandar Lampung yaitu

1. Promosi Via Internet
2. Promosi Via World of Mouth
3. Meningkatkan Brand Image melalui komunitas
4. Mengikuti trend pasar yang diminati konsumen

Hasil Analisis Data Deskriptif prioritas peningkatan penjualan pada Distro Starcross di Bandar Lampung.

Berdasarkan hasil data yang di dapat dari analisis oleh peneliti, alternatif prioritas yang paling di prioritaskan oleh responden para ahli dalam meningkatkan brand image melalui komunitas dengan nilai sebesar (0,338), selanjutnya Promosi via *Word of Mouth* dengan nilai

sebesar (0,267), kemudian Promosi Via Internet dengan nilai sebesar (0,256) dan Mengikuti Trend Pasar Yang Diminati Konsumen (0,140), Selama ini starcross menggunakan promosi melalui promosi Via sosial media untuk meningkatkan pendapatan, dan starcross masi bertahan menggunakan promosi tersebut akan tetapi pendapatan starcross di cabang Bandar Lampung belum mengalami kenaikan

Tabel 4 Bobot Alternatif Prioritas Peningkatan Penjualan

| Alternatif prioritas peningkatan penjualan | Bobot |
|--|-------|
| Promosi Via Internet | 0,256 |
| Promosi Via <i>Word of Mouth</i> | 0,267 |
| Meningkatkan Brand Image Melalui Komunitas | 0,338 |
| Mengikuti Trend Pasar Yang Diminati Konsumen | 0,140 |

sumber : data diolah tahun 2020

Kesimpulan dan saran

Berdasarkan dari hasil pembahasan yang telah dilakukan dapat di simpulkan bahwa strategi utama untuk mencapai peningkatan penjualan pada Distro Starcross Cabang Bandar Lampung adalah dengan melalui komunitas barang atau distro tersebut akan menaikkan brand image di Bandar Lampung. Hal ini terlihat dari hasil analisis yang dilakukan dengan menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP).

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka di sarankan:

1. Berdasarkan kesimpulan dan hasil penelitian, Distro Starcross Cabang Bandar Lampung. Sebaiknya memilih keputusan strategi bisnis memprioritaskan Meningkatkan Brand Image Melalui Komunitas untuk mencapai peningkatan penjualan dimana melalui komunitas Brand Image Distro Starcross lebih banyak tahu di masyarakat.
2. Selain fokus pada Meningkatkan Brand Image Melalui Komunitas sesuai alternatif prioritas pengambilan keputusan selanjutnya untuk mencapai peningkatan penjualan juga tetap harus berusaha Promosi Via *Word of Mouth* agar terciptanya komunikasi yang baik untuk menyampaikan tentang produk Distro Starcross yang ada di Cabang Bandar Lampung
3. Selanjutnya meningkatkan lagi Promosi Via Internet guna untuk lebih mengenalkan atau memasarkan Produk yang di pasarkan agar lebih banyak yang mengetahui melalui via internet agar terciptanya mereka lebih tahu Produk baru atau yang masi ada di distro
4. Meningkatkan Trend Pasar Yang Diminati Konsumen karna setiap selera konsumen berbeda beda ada yang menyukai kaos yang bergambar ada yang suka ada tulisan saja, jadi pihak produksi perlu lebih meningkatkan apa yang model atau pasar yang diminati konsumen seperti apa

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, M 2014 *Manajemen Dan Evaluasi Kinerja Karyawan Yogyakarta*: Penerbit Aswaja Pressindo

Arikunto, Suharsimi.(2002). Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.

Barusman, M Yusuf (Ed). (2017). *Soft System Methodology (ssm) Solusi Untuk Kompleksitas Manajemen. Universita Bandar Lampung. Lampung.*

Checkland, Poulter (2006). *Soft System Methodology in Action, Chichester*

David, Fred R. 2011, *Strategic Management*. Buku 1. Edisi 12 Jakarta

Habiburrahman, Iskandar, Dunan, Hendri, Haninun, (2019). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Model Strategi Pemberdayaan dan Pengembangan) Bandar Lampung: Pustaka Media*

Ismail, Solihin (2012). *Manajemen Strategik. Jakarta : Gramedia*

Jackson, M.C. (2003), *System Thinking Creative Holism For Managers. University Of Hulk*

Joewono (2012) *Pengertian Strategi Binis.dari <http://livrary>.*

Binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/BOL-S1-2016-00048%/20BAB%20II.pdf

Kasmir dan Jakfar (2012). *Studi Kelayakan Bisnis. Edisi Revisi. Jakarta : Kencana*

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008).*Dasar-dasarPemasaran*.Jilid 1.Edisi Kesembilan. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.

Madura (2010). *Pengertian bisnis. Diakses dari*

<http://libray.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/BOL-S1-2016-00048%/20BAB%20II.pdf>

Musa Hubeis dan Mukhamad Najib. *Manejemen Strategik (dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi). Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014*

Parnell, (2008) *Competitive Strategy and Performance Measurement in The Malaysian Context: An Exploratory Study. Management Decision, 46, 1, 5-31.*

Analisis Pengambilan Keputusan Strategi Bisnis Pada Distro Starcross Di Bandar Lampung Dengan Menggunakan Soft System Methodology(Vonny Tiara Narundana)

Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)

ISSN: 2745-892x

Vol. 2, No. 2, Oktober 2021

Rangkuti, (2004) *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta : PT. Gramedia**Pustaka Utama, Jakarta*Rangkuti Freddy (2013). *Analisis Swot : Teknik Menambah Kasus Bisnis. Jakarta : PT.**Gramedia Pustaka Utama*Sumarsan thomas (2013). *Sistem Pengambilan Manajemen. Edisi 1. Indeks. Jakarta*Usman (2013). *Manajemen Teori, Prakti, Dan Riset Pendidikan. Edisi Keempat. Jakarta Timur:**Bumi Aksara*Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND. Bandung: Alfabeta.*-----2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Jakarta:Alfabeta.*