

BAB V

PEMBAHASAN

A. Strategi Pengembangan Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Usaha Kontruksi CV Abdi Jaya di Kecamatan Sumobito Kabupaten Jombang

Pengertian umum strategi yaitu suatu proses yang menentukan adanya perencanaan terhadap para top manajer yang sungguh berarah pada tujuan jangka panjang perusahaan yang disertai dengan penyusunan akan upaya bagaimana agar mencapai tujuan yang diharapkan. Sementara pengertian khusus strategi yaitu suatu tindakan yang bersifat terus-menerus mengalami peningkatan dan dilakukan sesuai dengan sudut pandang tentang apa yang diinginkan serta diharapkan oleh para konsumen untuk masa depan.¹²⁶

Pengembangan merupakan usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih di tekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintergrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja.¹²⁷

¹²⁶ Taufiqurrohman, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. DR. Moestopo Beragama, 2016), hal 21

¹²⁷ Marihot Tua Efendi Hariandja, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002), hal. 168

Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan adalah proses yang dilakukan oleh suatu organisasi guna untuk mencapai suatu tujuan yang diharapkan pada masa yang akan datang, antara lain dengan meningkatkan pengetahuan keterampilan, maupun kemampuan pengelola dan karyawan.

Suatu setiap perusahaan tentunya ingin memiliki pelanggan atau konsumen yang mempunyai sikap loyal terhadap perusahaan tersebut, loyalitas pada konsumen berarti komitmen yang kuat dari konsumen untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk jasa yang disukai secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menimbulkan perilaku untuk berpindah.¹²⁸

Perusahaan CV Abdi Jaya dalam menjalankan strategi usahanya untuk meningkatkan loyalitas konsumen dengan menggunakan 3 faktor, yang meliputi: Kualitas pelayanan, kepuasan pelangga, dan kepercayaan pelanggan.

1. Kualitas Pelayanan Pada Usaha Kontruksi CV Abdi Jaya

Strategi yang digunakan perusahaan CV Abdi Jaya dalam meningkatkan kualitas segi pelayanan yaitu menanaggapi dan melayani klien dengan tanggap dan cekatan, disertai dengan pengetahuan-pengetahuan terkait proyek pembangunan, ketika masuk pada tahap

¹²⁸ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hal 135&136.

pembangunan perusahaan jasa mengupayakan agar proyek dapat selesai tepat pada waktunya, pemilihan terkait material bangunan yang diatur langsung oleh direktur perusahaan, dan perusahaan melakukan estimasi dana dan estimasi waktu terlebih dulu, agar nantinya ketika proses pembangunan waktu dan dana yang ditentukan diawal kontrak tidak membengkak dan tidak ada perubahan. Dan untuk tambahan nilai pada perusahaan ini adalah perusahaan CV Abdi Jaya ini sudah berlegalitas dan memiliki akta sertifikat serta memiliki surat izin usaha.

Hasil penelitian ini mendukung secara konsisten literatur yang dijelaskan oleh Cut Mutiawati, dkk bahwa apabila yang diukur kualitas barang maka disebut juga kualitas produk sedangkan kualitas jasa, lebih dikenal dengan kualitas jasa, lebih dikenal dengan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah kemampuan pemberi pelayanan dalam melayani pengguna jasa atau barang tersebut.¹²⁹

Hasil penelitian ini mendukung secara konsisten hasil penelitian oleh Inka Janita Sembiring Suharyono Andriani Kusumawati dalam jurnalnya bahwa kualitas pelayanan adalah upaya perusahaan memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta

¹²⁹ Cut Mutiawati, dkk, *Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), hal 7

dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan.¹³⁰

Jadi, dalam suatu perusahaan upaya meningkatkan kualitas pelayanan menjadi hal penting dilakukan agar dapat meningkatkan loyalitas konsumen atau memberikan rasa pada pelanggan untuk menggunakan jasa perusahaan secara berulang.

2. Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Kontruksi CV Abdi Jaya

Startegi yang diguankana Perusahaan CV Abdi Jaya dalam memberikan rasa puas terhadap para pelanggan yang menggunakan jasanya dengan dengan meningkatkan kualitas program kerja yang telah dirancang, seperti mengutamakan kepentingan pelanggan, megupayakan dengan maksimal untuk menyelesaikan pembangunan tepat pada waktunya, mempertahankan nilai kesopanan dalam melayani pelanggan, dan mempererat komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan, selalu memberikan informasi yang baik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, dan selalui merendahkan diri untuk tidak sungkan meminta komentar, saran dan kritik terkait proses dan hasil kinerja perusahaan, untuk mengetahui pelanggan tersebut memiliki rasa puas terhadap perusahaan.

Dalam penjelasan kepuasan pelanggan perusahaan CV Abdi Jaya mengutamakan harapan yang diinginkan pelanggan dengan begitu

¹³⁰ Inka Janita Sembiring Suharyono Andriani Kusumawati, " Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonald's Mt.Haryono Malang", *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*|Vol. 15 No. 1 Oktober 2014

pelanggan akan menerima hasil dengan rasa puas, seperti yang dijelaskan oleh Inka Janita Sembiring Suharyono Andriani Kusumawati dalam jurnalnya bahwa kepuasan pelanggan berhubungan erat dengan dua hal yaitu harapan dan hasil yang diterima. Kepuasan pelanggan yaitu kesesuaian antara harapan dengan persepsi pelayanan yang diterima (hasil yang diperoleh atau kenyataan yang dialami).¹³¹

Dan hal ini pula sesuai dengan yang disampaikan oleh hendy irawan dalam bukunya bahwa Kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dengan hasil dari kinerja yang dirasakan. Kepuasan pelanggan inilah yang menjadi dasar menuju terwujudnya pelanggan yang loyal atau setia terhadap suatu produk.¹³²

3. Kepercayaan Pelanggan Pada Usaha Kontruksi CV Abdi Jaya

Perusahaan CV Abdi Jaya menjadikan kepercayaan pelanggan adalah salah satu komponen utama dalam suatu perusahaan jasa untuk meningkatkan loyalitas konsumen, oleh karena itu perusahaan CV Abdi Jaya dalam memberikan dan menumbuhkan rasa percaya terhadap pelanggan yang bekerja sama dengannya adalah dengan memberikan pengalaman yang baik selama bekerja sama, seperti selalu bertutur kata yang baik sopan, santun, memberikan kualitas yang sangat tinggi dalam melayani pelanggan, memberikan informasi terkait mitra-mitra yang telah menjalani kerja sama dengan perusahaan CV Abdi Jaya didukung

¹³¹ *Ibid*, hal 4

¹³² Hendy Irawan, *Kepuasan Pelayanan Jasa*, (Jakarta : Erlangga, 2004), hal.37

oleh bukti dari dokumentasi, surat-surat perjanjian kerjasama, saling menghormati keputusan satu sama lain apapun keputusannya, dan sangat mengutamakan kebutuhan pelanggan daripada kebutuhan pribadi perusahaan.

Pentingnya kepercayaan pelanggan dalam hal ini sesuai dengan yang dijelaskan oleh Tutut Istikomah dalam skripsinya bahwa Kepercayaan pelanggan merupakan hal penting sebagai penentu dari perilaku pelanggan dalam melakukan proses pembelian. Hal ini muncul sebagai hasil dari pengalaman pelanggan dari penggunaan layanan sebelumnya secara keseluruhan dengan produk atau jasa perusahaan, dan terdapat atribut yang tidak berwujud ataupun yang berwujud.¹³³

Seperti yang dikemukakan oleh Lepojevuc & Dukic, 2018 yang dikutip kedalam skripsi Tutut Istikomah bahwa Kepercayaan muncul sebagai hasil dari pengalaman pelanggan dari penggunaan layanan sebelumnya secara keseluruhan dengan produk atau jasa perusahaan, dan terdapat atribut yang tidak berwujud ataupun yang berwujud.¹³⁴

¹³³ Tutut Istikomah, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Kereta Api Indonesia*, (Semarang, Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019), hal 17&18

¹³⁴ *Ibid*, hal 20

B. Hambatan Dan Solusi Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Usaha Kontruksi CV Abdi Jaya

1. Kendala Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Usaha Kontruksi CV Abdi Jaya

Menurut data temuan penelitian, terdapat kendala dan solusi yang dihadapi perusahaan CV Abdi Jaya dalam meningkatkan loyalitas konsumen adalah:

a. Kualitas Pelayanan

Kendala yang dihadapi perusahaan CV Abdi Jaya pada kualitas pelayanan adalah pada pola kinerja karyawan dibagian kuli bangunan, karyawan yang bekerja sebagai kuli bangunan memiliki kualitas berbeda-beda, akan tetapi ada beberapa kuli bangunan yang tidak memiliki semangat dan tanggung jawab dalam bekerja, dan ada yang bermalas-malasan, hal itu dapat menjadi kendala dalam perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, karena karyawan tersebut dapat menghambat proses pembangunan, dampaknya pada waktu pembangunan yang tidak selesai tepat waktu dan membutuhkan tambahan waktu lagi, hal itu akan menjadi nilai negatif bagi perusahaan dimata pelanggan.

b. Kepuasan Pelanggan

Kendala yang dihadapi perusahaan CV Abdi Jaya ketika meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dari estimasi dana yang membengkak disebabkan oleh naiknya harga pokok material

bangunan, dan pada musim hujan yang turun ketika masih masuk waktu jam kerja, hal tersebut membuat proses pembangunan harus dihentikan, dan waktu pembangunan menjadi terbuang sia-sia, kejadian tersebut membuat pelanggan akan merasa kurang puas karena perusahaan tidak dapat mengestimasi dana dengan baik sehingga terjadi pembengkakan akibat naiknya harga bahan-bahan bangunan tersebut.

c. Kepercayaan Pelanggan

Kendala yang dihadapi perusahaan CV Abdi Jaya dalam mendapatkan kepercayaan pelanggan adalah dengan memperbaiki kualitas pelayanan perusahaan dan meningkatkan rasa puas pelanggan terhadap kinerja dan totalitas perusahaan. Jadi apabila perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan keinginan pelanggan, dan pelanggan merasa puas atas kerjasama dengan perusahaan, serta kinerja perusahaan yang baik, maka perusahaan akan mudah mendapatkan kepercayaan pelanggan. Begitupun sebaliknya, jika kendala pada kualitas pelayanan seperti karyawan yang tidak patuh pada aturan, dan kepuasan pelanggan seperti ada kejadian ketika material mengalami kelangkaan dan kenaikan harga, rasa puas pelanggan dapat berkurang dan berdampak pada kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

2. Solusi Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Usaha Kontruksi CV Andi Jaya

a. Kualitas Pelayanan

Solusi yang digunakan oleh perusahaan CV Abdi Jaya untuk menangani kendala dalam meningkatkan kualitas pelayanan adalah dengan memperbaiki kinerja karyawan yang dulunya buruk menjadi lebih baik lagi, dengan melaukan rekrutmen pekerja, melaukan evaluasi dan brifing sesudah dan sebelum proses pembangunan dimulai, selalu memberikan arahan langsung dari direktur utama perusahaan, dan selalu dibimbing.

b. Kapuasan Pelanggan

Solusi untuk menghadapi kenaikan harga yang tida sesuai dengan estimasi dana diawal kontrak, dengan mengadakan dana darurat untuk menutupi kekurangan aibat naiknya harga bahan material, sehingga seperti yang dijelaskan pelanggan diawal kontrak sudah diberikan informasi mengenai dana darurat, dan sudah menyediakan diawal kontrak, dengan ketentuan pemakaian dana darurat tersebut harus sesuai dengan keadaan yang memang sudah sangat mendesak, tujuannya pelanggan tida akan merasa kecewa karena tida akan terjadi adanya pembengkakan dana, sebab ada dana untuk kejadian darurat ketika proses pembangunan.

c. Kepercayaan Pelanggan

Karena kendala untuk mendapatkan kepercayaan adalah dari kualitas pelayanan, dan rasa puas pelanggan, jika kualitas masih rendah, dan mitra-mitra yang pernah bekerja sama dengan perusahaan tidak memiliki rasa puas terhadap kinerja perusahaan, maka solusinya adalah perusahaan harus memperbaiki kualitas dalam melayani pelanggan seperti kecekatan, ketanggapan dalam berdiskusi dengan pelanggan, pemilihan material yang berkualitas, dan sangat terkendali, sehingga mengurangi kesalahan dalam proses pembangunan, dengan begoitu kualitas pelayanan dan reputasi perusahaan menjadi baik dan dipercaya oleh pelanggan.

C. Analisis SWOT Pada Strategi Pengembangan Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Usaha Kontruksi CV Abdi Jaya

Sesuai dengan yang dijelaskan oleh Muhammad Afridhal dalam jurnalnya bahwa Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats).¹³⁵

¹³⁵ Muhammad Afridhal, “Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen”, Jurnal S. Pertanian 1 (3) : 223 – 233 (2017).

1. *Strenghts* (Kekuatan) pada CV Abdi Jaya Kecamatan Sumobito, Kabupaten Jombang

Kekuatan yang dimiliki CV Abdi Jaya adalah Memiliki kantor yang lengkap dengan fasilitas wifi, memiliki struktur organisasi, Kualitas karyawan perusahaan dalam bidang kontruksi, Perusahaan sudah berlegalitas lengkap, Memiliki akta notaris, Karyawan yang ahli dalam bidang arsitektur dan sipil, Memiliki finansial dan fasilitas perusahaan yang mendukung, Memiliki *team work* yang sangat kompak, Etos kerja perusahaan yang tinggi, Memiliki visi dan misi yang jelas, Kecekatan dalam pelayanan

Analisis kekuatan sesuai dengan yang telah dijelaskan oleh Destri Sonatasia, Onsardi, Ety Arini bahwa analisis kekuatan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kekuatan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Yang perlu di lakukan di dalam analisis ini adalah setiap perusahaan atau organisasi perlu menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan di bandingkan dengan para pesaingnya.¹³⁶

2. *Weakneses* (Kelemahan) pada CV Abdi Jaya Kecamatan Sumobito, Kabupaten Jombang.

Kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan CV Abdi Jaya adalah Kantor yang masih jadi 1 dengan rumah pemilik perusahaan, Pajak yang rutin dibayar, Kurangnya jumlah tenaga kerja dibagian proyek

¹³⁶ Destri Sonatasia, Onsardi, Ety Arini, “*Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong*”, Jurnal: Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu, 2019

pembangunan, Termasuk jasa kontruksi masih skala kecil dan menengah, Rekrutmen tenaga kerja yang belum terstruktur.

Sesuai dengan pendapat Destri Sonatasia, Onsardi, Ety Arini, bahwa analisis kelemahan merupakan situasi ataupun kondisi yang merupakan kelemahan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Merupakan cara menganalisis kelemahan di dalam sebuah perusahaan ataupun organisasi yang menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan/organisasi.

3. *Opportunities* (Peluang) Pada CV Abdi Jaya Kecamatan Sumobito, Kabupaten Jombang

Peluang yang dimiliki Perusahaan CV Abdi Jaya adalah adanya Pelibatan usaha jasa kontruksi Nasional terhadap perusahaan, agar dapat bersaing secara lebih luas, Memiliki jaringan dan relasi yang cukup luas, Pengalaman/ Reputasi perusahaan yang baik, Menerima segala permintaan klien terkait proyek pembangunan, Memiliki website resmi yang bisa dikunjungi setiap saat oleh pelanggan, Perkembangan pasar industri kontruksi yang cukup besar

4. *Threats* (Ancaman) Perusahaan CV Abdi Jaya Kecamatan Sumobito, Kabupaten Jombang

Ancaman yang dihadapi perusahaan CV Abdi Jaya adalah Perubahan harga material bangunan, menurunkan tingkat kualitas perusahaan, Kelangkaan material yang berkualitas tinggi, memaksa perusahaan untuk menggunakan bahan bangunan yang lain, Perusahaan

yang banyak berdiri dibidang jasa kontruksi, menambah pesaing untuk menarik pelanggan, Penurunan harga ketika pelelangan, para kontraktor menawarkan harga yang paling rendah untuk memenangkan tender, Risiko politik yang tidak menentu, seperti perubahan kebijakan pemerintah, proyek ditentang oleh masyarakat, perang. Keselamatan tenaga kerja ketika proses pembangunan, seperti kecelakaan, musibah di proyek yang menimpa tenaga kerja.¹³⁷

Analisis SWOT merupakan analisis yang dilakukan seorang manajer dalam membuat strategi dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman. Berdasarkan perhitungan menggunakan analisis SWOT terdapat beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh Perusahaan jasa kontruksi CV Abdi Jaya, diataranya adalah:

1. Strategi SO

Strategi SO adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan agar peluang yang ada bisa dimanfaatkan. Strategi SO pada perusahaan CV Abdi Jaya adalah:

1. Menerima kerja sama dengan usaha kontruksi nasional untuk dapat bersaing lebih luas, dan mendapatkan proyek lebih besar serta keuntungan meningkat

¹³⁷ *Ibid*, hal 17

2. Perusahaan melakukan pengenalan perusahaan atau promosi dengan cara menjemput bola, dan memberikan informasi di website resmi perusahaan dengan membagi tim sesuai tugas dan kewajiban
3. Meningkatkan kualitas SDM perusahaan, untuk memperbaiki dan menciptakan reputasi baik terhadap perusahaan
4. Perusahaan menanamkan etos kerja tinggi dan semangat bergabung serta diskusi dengan teman seprofesi untuk menambah wawasan dan relasi lebih erat
5. Memberikan arahan dan motivasi pada tenaga kerja dalam menerima tender untuk meningkatkan kualitas SDM dan perusahaan

2. Strategi WO

Strategi WO adalah strategi yang mencoba meminimalkan kelemahan atau memperbaiki kelemahan dalam rangka mencoba meraih peluang yang ada. Strategi WO pada perusahaan CV Abdi Jaya yaitu :

- a. Memiliki jaringan dan relasi cukup banya untuk menambah tenaga kerja yang dibutuhkan perusahaan
- b. Menyediakan website resmi yang berisi informasi tentang perkembangan baik perusahaan
- c. Perusahaan membayar pajak karena perusahaan sudah memiliki surat izin usaha untuk berdagang dan bersaing secara lebih luas walaupun masih dalam lingkup skala kecil
- d. Pertumbuhan pasar dibidang kontruksi dapat menjadi sarana untuk mengadakan rekrutmen tenaga kerja

3. Strategi ST

Strategi ST adalah strategi yang menggunakan kekuatan untuk mencoba mengatasi atau memperkecil ancaman yang dihadapi. Strategi ST pada perusahaan CV Abdi Jaya yaitu :

- a. Memiliki kualitas tenaga kerja yang ahli dibidang kontruksi untuk menentukan dan mengatur estimasi dana dan dapat meminimalisir kerugian jika terjadi kenaikan harga pada bahan bangunan
- b. Pembagian tim kerja yang ahli dibidang sipil dan kontruksi untuk menentukan bahan bangunan jika bahan yang biasanya digunakan dan berkualitas baik terjadi kelangkaan
- c. Kecekatan dan tanggung jawab perusahaan dalam mengerjakan proyek pembangunan sebagai kekuatan bersaing dalam pasar jasa kontruksi
- d. Keahlian yang dimiliki karyawan perusahaan untuk meminimalisir risiko baik dari kesalahan maupun keselamatan tenaga kerja

4. Strategi WT

Strategi yang mencoba meminimalkan atau mengurangi kelemahan dalam rangka mencegah ancaman yang harus dihadapi. Strategi WT pada perusahaan CV Abdi Jaya yaitu :

- a. Meningkatkan SDM perusahaan baik dibidang kontruksi maupun teknik sipil, agar dapat mengatur dengan baik dan meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan

- b. Melakukan rekrutmen tenaga kerja yang baik, tanggung jawab, memiliki etos kerja yang tinggi agar nantinya dapat meminimalisir kesalahan dan risiko dalam bekerja diproyek pembangunan

Analisis bagi perumusan strategi ini umumnya dikenal dengan analisis SWOT, analisis SWOT merupakan instrumen yang bermanfaat dalam melakukan analisis strategi. Analisis ini berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam suatu perusahaan atau organisasi serta menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.¹³⁸

Analisis menggunakan matrik IFAS, faktor internal perusahaan yang paling berpengaruh adalah faktor identitas perusahaan yang berlegalitas lengkap, memiliki akta notaris, perusahaan serta karyawan memiliki etos kerja yang tinggi, dan kecekatan dalam melayani pelanggan. Kemudian berdasarkan analisis menggunakan matrik EFAS faktor eksternal yang paling berpengaruh adalah karena pemilik perusahaan memiliki banyak relasi dengan orang banyak yang berasal dari berbagai daerah, sehingga memiliki banyak jaringan untuk mudah mendapatkan pelanggan, serta perusahaan memiliki website resmi yang berisi tentang informasi-informasi terbaru perusahaan jasa kontruksi CV Abdi Jaya. Hasil analisis matrik IFAS dan EFAS yang diperoleh menunjukkan bahwa CV Abdi Jaya

¹³⁸ Destri Sonatasia, Onsardi, Ety Arini, “Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong”, Jurnal: Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu, 2019

memiliki bobot nilai yang baik dalam lingkungan internal yang berada pada posisi strengths dan bobot nilai yang baik dalam lingkungan eksternalnya yaitu berada dalam posisi oppotunities.

Disimpulkan bahwa posisi diagram SWOT pada perusahaan CV Abdi Jaya berada pada posisi sel I, yang menunjukkan bahwa usaha ini memiliki peluang dan kekuatan yang mendorong dimanfaatkannya peluang ini. Situasi ini menyarankan strategi yang berorientasi pada pertumbuhan atau agresif dengan menggunakan strategi SO. Strategi SO yang dapat digunakan meliputi:

- 1) Menerima kerja sama dengan usaha kontruksi nasional untuk dapat bersaing lebih luas, dan mendapatkan proyek lebih besar serta keuntungan meningkat
- 2) Perusahaan melakukan pengenalan perusahaan atau promosi dengan cara menjemput bola, dan memberikan informasi di website resmi perusahaan dengan membagi tim sesuai tugas dan kewajiban
- 3) Meningkatkan kualitas SDM perusahaan, untuk memperbaiki dan menciptakan reputasi baik terhadap perusahaan
- 4) Perusahaan menanamkan etos kerja tinggi dan semangat bergabung serta diskusi dengan teman seprofesi untuk menambah wawasan dan relasi lebih erat
- 5) Memberikan arahan dan motivasi pada tenaga kerja dalam menerima tender untuk meningkatkan kualitas SDM dan perusahaan