

# Strategi Persaingan Usaha melalui Analisis SWOT pada Perusahaan Sewa Kendaraan Eksekutif PT. A

Vitantri<sup>1</sup>, Anisah Azzahra Lubis<sup>2</sup>, Rama Gita Suci<sup>3</sup>, Aulia Faradiva<sup>4</sup>, Nadia Thalía  
Ramadhani<sup>5</sup>, Riska Nurazila<sup>6</sup>

Universitas Muhammadiyah Riau <sup>-1</sup>230301067@student.umri.ac.id

<sup>-2</sup>230301093@student.umri.ac.id

<sup>-3</sup>ramagita@umri.ac.id

<sup>-4</sup>230301089@student.umri.ac.id

<sup>-5</sup>230301092@student.umri.ac.id

<sup>-6</sup>230301087@student.umri.ac.id

**Abstrak**—Perkembangan sektor jasa transportasi yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk memiliki strategi bersaing yang tepat agar mampu mempertahankan keberlanjutan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal Perusahaan Sewa Kendaraan Eksekutif PT. A melalui pendekatan analisis SWOT, sehingga dapat dirumuskan strategi persaingan yang relevan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara langsung kepada pemilik dan karyawan sebagai sumber data utama, serta informasi pendukung yang diperoleh dari situs resmi, media sosial perusahaan, dan literatur terkait industri transportasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. A memiliki kekuatan pada variasi armada, kualitas layanan, lokasi strategis, dan reputasi yang baik. Kelemahan utama terletak pada keterbatasan armada, belum adanya aplikasi pemesanan, serta promosi digital yang belum optimal. Peluang pertumbuhan usaha terlihat dari meningkatnya kebutuhan transportasi eksekutif dan potensi kerja sama dengan berbagai instansi, sementara ancaman meliputi persaingan ketat, kenaikan biaya operasional, dan kondisi eksternal seperti cuaca. Berdasarkan analisis SWOT, dirumuskan strategi SO, WO, ST, dan WT untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Penelitian ini memberikan gambaran strategis yang dapat menjadi acuan dalam pengembangan usaha PT. A di masa mendatang.

**Keywords:** Strategi Bersaing, Analisis SWOT, Transportasi Eksekutif

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan sektor jasa transportasi di Indonesia mengalami dinamika yang cepat seiring dengan meningkatnya mobilitas penduduk, pertumbuhan sektor pariwisata dan bisnis, serta perubahan preferensi pelanggan terhadap layanan yang lebih nyaman dan andal, sehingga perusahaan jasa transportasi dituntut untuk senantiasa meningkatkan kualitas layanan dan efisiensi operasional agar tetap kompetitif di pasar (Purnandika & Hana Septiana, 2024). Kondisi struktur biaya operasional yang rentan terhadap fluktuasi harga bahan bakar dan biaya distribusi juga menambah tekanan pada margin usaha sehingga strategi manajerial yang adaptif menjadi kebutuhan pokok bagi pelaku industri transportasi. Penekanan terhadap perencanaan strategis dan evaluasi lingkungan usaha menjadi semakin penting untuk memastikan kelangsungan usaha dan peluang pertumbuhan di tengah persaingan yang ketat (Gea, 2024).

Setiap perusahaan tentu memiliki keinginan untuk meningkatkan penjualan agar memperoleh laba yang cukup besar, karena secara umum tujuan utama perusahaan adalah mencapai laba yang maksimal (Lia Nirawati et al., 2022). Untuk mewujudkan hal tersebut, perusahaan harus menjalankan kegiatannya dengan cara yang efektif dan efisien, terutama dalam dunia usaha yang semakin kompetitif dan dinamis. Dalam kondisi persaingan yang tinggi, perusahaan dituntut untuk memiliki perencanaan strategis yang presisi agar mampu mengidentifikasi dan memahami setiap perubahan lingkungan usaha serta menangkap setiap peluang yang muncul seperti yang dinyatakan oleh Wemaer et al. (2022) yang menunjukkan bahwa tingginya tingkat persaingan menuntut perencanaan strategis yang tepat agar perusahaan dapat membaca dan menerjemahkan setiap perubahan dan menangkap setiap peluang yang ada.

Lingkungan eksternal maupun internal perusahaan memiliki dampak yang signifikan terhadap daya saing dan kelangsungan usaha (Pereira et al., 2022). Perubahan lingkungan eksternal seperti kemajuan teknologi, regulasi transportasi, perilaku konsumen, dan persaingan baru dapat menjadi

peluang sekaligus ancaman (Darmawan & Ali, 2024). Sementara itu, kondisi internal perusahaan seperti armada, kualitas layanan, teknologi operasional, dan sumber daya manusia juga menentukan apakah perusahaan dapat memanfaatkan peluang atau menghadapi kelemahan yang memperlemah posisi. Oleh karena itu, analisis terhadap kondisi internal dan eksternal menjadi sangat penting agar perusahaan transportasi eksekutif dapat menentukan strategi yang tepat (Sanadji et al., 2022).

Menganalisis kondisi internal dan eksternal perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT. Metode analisis SWOT sendiri adalah suatu pendekatan yang digunakan untuk menemukan keterkaitan antara peluang dan ancaman dari luar perusahaan dengan kekuatan dan kelemahan internalnya (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) (Ningrum & Istanti, 2021). Tujuan dari analisis SWOT adalah untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan serta menelaah peluang dan ancaman yang dihadapi, sehingga organisasi dapat merumuskan strategi bersaing yang unggul dan berkelanjutan (Ramadhanti, 2023).

PT. A merupakan salah satu perusahaan jasa transportasi eksekutif yang melayani rute antar kota seperti Pekanbaru, Tembilahan, Medan, Padang, Bukittinggi, dan Solok. Perusahaan ini menyediakan layanan sewa kendaraan premium seperti Innova Reborn, Pajero, dan Fortuner yang ditujukan bagi masyarakat umum, pegawai dinas, hingga kalangan mahasiswa. Persaingan di bidang transportasi saat ini cukup ketat, dengan banyaknya penyedia jasa serupa yang menawarkan tarif dan layanan kompetitif. Kondisi tersebut menuntut PT. A untuk memiliki strategi yang tepat dalam menjaga kualitas pelayanan, efisiensi operasional, dan kepuasan pelanggan agar tetap mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Penelitian oleh Feri et al. (2024) menggunakan analisis SWOT untuk meningkatkan pelayanan transportasi umum di Surabaya menunjukkan betapa pentingnya identifikasi faktor internal dan eksternal sebagai dasar perencanaan strategis. Oleh karena itu, penelitian mengenai penerapan analisis SWOT pada PT. A menjadi penting, karena dapat memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai bagaimana perusahaan dapat mempertahankan dan memperkuat posisi di pasar jasa transportasi eksekutif baik dari aspek operasional maupun strategis.

Strategi merupakan suatu perencanaan yang disusun secara sistematis dan tercermin dalam visi serta misi perusahaan, berfungsi sebagai pedoman dalam mencapai tujuan utama organisasi melalui implementasi yang tepat dan berkelanjutan (Deliabilda et al., 2021). Strategi juga dipahami sebagai serangkaian langkah yang dirancang oleh manajemen untuk mengarahkan kegiatan perusahaan agar selaras dengan kebutuhan pelanggan dan kondisi lingkungan bisnis yang dinamis (Julio Pasaribu et al., 2022). Strategi bersaing merupakan upaya pengaturan sasaran perusahaan baik jangka panjang maupun jangka pendek dengan memanfaatkan seluruh sumber daya dan aset yang dimiliki secara optimal untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien (Hintoro & Wijaya, 2021). Selain itu, strategi bersaing juga mencakup kemampuan perusahaan dalam memahami dan menyesuaikan diri terhadap regulasi serta dinamika industri yang memengaruhi daya tarik sektor tertentu, sehingga dapat menciptakan posisi kompetitif yang menguntungkan di pasar (Sitorus & Jane, 2024).

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan suatu metode analisis strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan menyusun rencana kerja secara terstruktur dalam proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan aspek penting dalam organisasi, baik di sektor pemerintahan maupun swasta (Jannah et al., 2024). Tujuan utama analisis SWOT adalah meningkatkan efektivitas strategi organisasi melalui pemahaman terhadap kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal yang memengaruhi kinerja (Sari et al., 2024).

Analisis SWOT juga diartikan sebagai teknik perencanaan strategis yang diimplementasikan untuk melakukan evaluasi menyeluruh terhadap empat elemen utama dalam suatu entitas bisnis, yaitu strengths, weaknesses, opportunities, dan threats (Kusumaningrum et al., 2024). Melalui identifikasi keempat faktor tersebut, organisasi dapat merumuskan sasaran yang lebih terarah serta mengenali elemen internal dan eksternal yang memberikan dukungan maupun hambatan terhadap pencapaian tujuan. Analisis SWOT terdiri dari dua elemen lingkungan utama, yaitu lingkungan eksternal dan lingkungan internal. Berikut faktor yang memengaruhinya:

1. Faktor internal pada analisis SWOT terdiri dari strength (kekuatan) dan weakness (kelemahan) (Yatminiwati & Ermawati, 2022). Untuk mengidentifikasi faktor internal

- biasanya mencakup: (a) Pengalaman baik yang berhasil atau gagal, (b) Finansial atau Anggaran, (c) Sumber daya yang dimiliki, dan (d) Kelemahan dan kekuatan
2. Faktor eksternal dalam analisis SWOT mencakup opportunity (peluang) dan threat (ancaman). Untuk mengidentifikasi faktor eksternal meliputi: (a) Lingkungan, (b) Peraturan, (c) Tren, (d) Budaya, ideologi, sosial politik, perekonomian, (e) Peristiwa yang sedang terjadi, (f) Sumber anggaran atau modal, dan (g) Perkembangan teknologi (Sasoko & Mahrudi, 2023).

Perusahaan dapat mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat dengan memahami empat elemen utama dalam analisis SWOT. Kekuatan (Strengths) mencakup kondisi yang memberi keunggulan kompetitif seperti teknologi unggul, kualitas produk, reputasi merek, dan sumber daya manusia yang kompeten. Kelemahan (Weaknesses) adalah faktor internal yang menghambat pencapaian tujuan, seperti keterbatasan sumber daya, kurangnya inovasi, dan efisiensi operasional yang rendah; mengenali kelemahan membantu perusahaan memperbaiki dan memperkuat kinerjanya. Peluang (Opportunities) merupakan faktor eksternal yang memberi potensi pertumbuhan, misalnya tren pasar positif, kemajuan teknologi, dan perubahan regulasi yang mendukung. Sementara ancaman (Threats) adalah faktor eksternal yang dapat merugikan, seperti meningkatnya persaingan, perubahan ekonomi, atau kebijakan pemerintah yang tidak menguntungkan. Dengan memahami keempat elemen ini, perusahaan dapat merancang strategi yang adaptif untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya (Rahmatika et al., 2024).

Suci et al. (2024) menegaskan bahwa hasil dari analisis tersebut perlu disusun dalam Matriks SWOT, yang berfungsi untuk mengelompokkan faktor-faktor strategis internal dan eksternal ke dalam empat kuadran strategi, yaitu SO (Strength-Opportunity), WO (Weakness-Opportunity), ST (Strength-Threat), dan WT (Weakness-Threat). Matriks ini merupakan alat penting dalam mengidentifikasi faktor yang paling berpengaruh terhadap kinerja perusahaan serta merancang langkah-langkah strategis untuk menyesuaikan kekuatan internal dengan tantangan eksternal yang ada.

Dalam analisis SWOT, setiap unsur dimasukkan ke dalam tabel berbentuk 2x2. Kekuatan dan kelemahan dicatat sebagai faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman digolongkan sebagai faktor eksternal. Penyusunan ini membantu memberikan gambaran menyeluruh tentang keadaan suatu organisasi atau proyek, sehingga dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi dan membuat keputusan yang lebih tepat.

**Tabel 1. Matriks SWOT**

<b>Lingkungan Internal</b>	<b>STRENGTH (S)</b> (Tentukan faktor kekuatan internal)	<b>WEAKNESSES (W)</b> (Tentukan faktor kelemahan internal)
<b>Lingkungan Eksternal</b>		
<b>OPPORTUNITIES (O)</b> (Tentukan faktor peluang eksternal)	<b>Strategi SO</b> Daftar kekuatan untuk meraih keuntungan dari peluang yang ada	<b>Strategi WO</b> Daftar untuk memperkecil kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada
<b>THREATS (T)</b> (Tentukan faktor ancaman eksternal)	<b>Strategi ST</b> Daftar kekuatan untuk menghindari ancaman	<b>Strategi WT</b> Daftar untuk memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber:Ulinnuha et al. (2023)

Menurut Ulinnuha et al. (2023) kombinasi Strategi yang terdiri dari kombinasi internal dan eksternal sebagai berikut :

- a. Strategi Strength-Opportunity (SO)  
Strategi SO adalah pendekatan yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengambil atau mengoptimalkan peluang yang ada.
- b. Strategi Strength-Threats (ST)  
Strategi ST menggunakan kekuatan internal guna menghadapi atau mengurangi dampak ancaman dari luar.

- c. Strategi Weakness-Opportunity (WO)  
Strategi WO berfokus pada upaya memperbaiki atau mengurangi kelemahan agar organisasi tetap dapat memanfaatkan peluang eksternal.
- d. Strategi Weakness-Threats (WT)  
Strategi WT adalah strategi yang bertujuan meminimalkan kelemahan sekaligus menghindari atau mengatasi ancaman yang dapat menghambat organisasi.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini difokuskan pada analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terdapat pada Perusahaan Sewa Kendaraan Eksekutif PT A, dengan tujuan untuk merumuskan strategi persaingan usaha yang tepat dan efektif bagi perusahaan tersebut. Penelitian dilakukan pada PT A, yaitu perusahaan jasa transportasi yang bergerak di bidang penyewaan kendaraan eksekutif dengan layanan antar jemput dalam kota maupun luar kota yang berlokasi di Pekanbaru.

Penelitian ini merupakan studi operasional yang berfokus pada analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan jasa transportasi. Pendekatan yang digunakan adalah analisis SWOT dengan penerapan Matriks SWOT secara kualitatif dan deskriptif, guna menentukan strategi bersaing yang relevan dengan kondisi usaha PT A di pasar jasa transportasi eksekutif.

Untuk mendukung penelitian ini, jenis sumber data yang digunakan terdiri dari:

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian melalui wawancara dengan pemilik dan karyawan PT A (Kaengke, 2021). Wawancara ini mencakup berbagai pertanyaan yang berkaitan dengan faktor internal (seperti kekuatan dan kelemahan perusahaan) serta faktor eksternal (seperti peluang dan ancaman yang dihadapi di pasar jasa transportasi eksekutif).
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber lain yang relevan dengan penelitian ini (Sulung & Muspawi, 2024). Data sekunder meliputi literatur, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, serta informasi pendukung yang diperoleh melalui situs resmi, media sosial perusahaan, dan sumber publik terkait kondisi pasar jasa transportasi di wilayah Pekanbaru.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara langsung, di mana peneliti berinteraksi secara langsung dengan pemilik dan karyawan PT. A untuk mendapatkan informasi yang mendalam terkait kondisi usaha, strategi pemasaran, serta tantangan yang dihadapi dalam menjalankan layanan antar jemput dalam kota maupun luar kota. Analisis data dilakukan menggunakan analisis data kualitatif, yaitu penelitian yang dilakukan dalam kondisi yang alami (bukan eksperimen), di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik trigulasi atau penggabungan berbagai metode. Analisis datanya bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih berfokus pada pendalaman makna daripada pencarian generalisasi (Sugiyono, 2020). Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai faktor internal dan eksternal perusahaan, sehingga dapat memberikan jawaban terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian. Analisis ini tidak menggunakan angka seperti dalam pendekatan kuantitatif, melainkan menekankan pada pengolahan data secara deskriptif agar informasi yang diperoleh menjadi sistematis dan bermakna.

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi teknik analisis deskriptif dan matriks analisis SWOT sebagai berikut:

- a. Teknik Analisis Deskriptif  
Metode ini bertujuan untuk menyajikan data yang diperoleh secara sistematis dan memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi, permasalahan, serta posisi daya saing PT A di industri jasa sewa kendaraan eksekutif, baik untuk layanan antar jemput dalam kota maupun luar kota. Hasil analisis deskriptif ini menjadi dasar untuk mengidentifikasi faktor-faktor SWOT.
- b. Matriks Analisis SWOT  
Analisis ini berfungsi untuk menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal dipadukan dengan kekuatan serta kelemahan internal perusahaan. Melalui Matriks SWOT, akan diperoleh empat set alternatif strategi, yaitu strategi SO (Strength-Opportunity), WO (Weakness-Opportunity), ST (Strength-Threat),

dan WT (Weakness-Threat). Hasil dari analisis matriks ini menjadi dasar dalam merumuskan strategi persaingan usaha yang paling sesuai bagi PT A untuk meningkatkan daya saing di bidang jasa transportasi eksekutif antar jemput dalam kota maupun luar kota di wilayah Pekanbaru.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Analisis SWOT Pada PT. A

PT. A merupakan salah satu perusahaan jasa transportasi yang berlokasi di Jalan Puyuh Mas, Sudirman, Pekanbaru. Usaha ini bergerak di bidang penyewaan kendaraan eksekutif yang melayani kebutuhan perjalanan antar jemput dalam kota maupun luar kota. PT. A telah berdiri selama 4 tahun dan didirikan oleh Bapak W selaku pemilik agen travel. Selama 4 tahun beroperasi, perusahaan ini mampu bertahan di tengah persaingan usaha transportasi yang semakin ketat di wilayah Pekanbaru. Dengan menyediakan berbagai pilihan kendaraan seperti Innova Reborn, Pajero, dan Fortuner, serta didukung oleh driver berpengalaman dan ramah, PT. A berhasil menarik kepercayaan masyarakat, mahasiswa, hingga instansi pemerintahan.

Keberhasilan perusahaan tidak terlepas dari strategi pelayanan yang baik, lokasi yang strategis, dan sistem operasional yang efisien (Perdana et al., 2024). Namun demikian, perusahaan juga menghadapi berbagai tantangan seperti persaingan harga antar penyedia jasa, kenaikan biaya operasional, serta pengaruh kondisi eksternal seperti cuaca dan pandemi terhadap permintaan layanan. Melalui wawancara dengan Bapak W, dapat diidentifikasi berbagai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) yang dihadapi oleh PT. A baik dari faktor internal maupun eksternal. Analisis ini menjadi dasar penting dalam merumuskan strategi bersaing agar perusahaan dapat terus berkembang dan mempertahankan eksistensinya di pasar transportasi eksekutif Pekanbaru. Berikut analisis SWOT terhadap PT. A:

1. Strength (S), kekuatan yang dimiliki oleh PT. A yaitu memiliki berbagai jenis unit kendaraan seperti Innova Reborn, Pajero, dan Fortuner sehingga pelanggan dapat memilih sesuai kebutuhan. Selain itu, kondisi armada yang terawat dengan baik, driver yang berpengalaman dan ramah, serta pelayanan yang cepat dan efisien menjadi nilai unggul perusahaan. Lokasinya yang strategis di pusat kota Pekanbaru juga memberikan keuntungan kompetitif, ditambah dengan reputasi baik di mata pelanggan karena telah dipercaya oleh berbagai kalangan seperti mahasiswa, masyarakat umum, dan pegawai dinas.
2. Weakness (W), kelemahan yang dimiliki yaitu jumlah armada yang masih terbatas, terutama pada saat musim ramai atau hari-hari besar sehingga perusahaan belum mampu memenuhi seluruh permintaan pelanggan. Selain itu, terkadang terjadi kendala perawatan kendaraan yang menyebabkan armada berkurang sementara waktu. Walaupun proses operasional sudah efisien, perusahaan belum memiliki aplikasi pemesanan khusus untuk pelanggan dan masih mengandalkan komunikasi melalui WhatsApp dan telepon.
3. Opportunity (O), peluang yang dimiliki oleh PT. A cukup besar, terlihat dari peningkatan permintaan layanan sewa eksekutif setiap tahunnya. Selain itu, terdapat peluang untuk memperluas wilayah layanan dan menjalin kemitraan dengan hotel, EO, serta instansi pemerintah. Kondisi ekonomi dan sektor pariwisata yang terus berkembang juga mendukung pertumbuhan usaha, terlebih dengan penggunaan teknologi GPS tracking yang meningkatkan keamanan dan kepercayaan pelanggan.
4. Threat (T), ancaman yang dihadapi antara lain persaingan ketat dengan perusahaan sejenis, terutama dalam hal tarif sewa. Selain itu, kenaikan harga bahan bakar dan biaya operasional dapat memengaruhi harga sewa kendaraan. Faktor eksternal seperti cuaca buruk dan pandemi juga berpengaruh terhadap permintaan layanan, misalnya ketika terjadi banjir di daerah tertentu yang menyebabkan rute perjalanan lebih lama dan biaya operasional meningkat.

**Tabel 2. Matriks SWOT**

<b>Lingkungan Eksternal</b> / <b>Lingkungan Internal</b>	<b>Strength (S)</b>	<b>Weaknesses (W)</b>
	1. Memiliki berbagai jenis unit kendaraan (Innova Grand, Reborn, Pajero, Fortuner). 2. Driver berpengalaman, ramah, dan telah mengikuti pelatihan. 3. Pelayanan cepat, efisien, dan tarif fleksibel. 4. Lokasi strategis di pusat kota Pekanbaru. 5. Reputasi baik dan memiliki pelanggan tetap dari berbagai kalangan.	1. Jumlah armada masih terbatas pada hari besar. 2. Kendala perawatan kendaraan yang menyebabkan armada berkurang sementara waktu. 3. Belum memiliki aplikasi pemesanan khusus (masih via WhatsApp/telepon). 4. Promosi digital belum sepenuhnya maksimal di semua platform.
<b>Opportunities (O)</b>	<b>Strategi (SO)</b>	<b>Strategi (WO)</b>
1. Peningkatan permintaan layanan sewa eksekutif setiap tahun. 2. Peluang kerja sama dengan hotel, EO, dan instansi pemerintah. 3. Perkembangan ekonomi dan pariwisata mendukung permintaan jasa. 4. Dukungan teknologi seperti GPS tracking meningkatkan kepercayaan pelanggan.	1. Memperluas pasar dengan memanfaatkan reputasi baik dan armada lengkap. 2. Menjalinkan kerja sama dengan hotel, instansi, dan EO untuk memperkuat jaringan bisnis. 3. Memanfaatkan kemajuan teknologi (GPS dan digital marketing) untuk promosi yang lebih luas.	1. Mengembangkan aplikasi pemesanan online agar lebih efisien dan menarik pelanggan online. 2. Menambah jumlah armada untuk memenuhi peningkatan permintaan layanan. 3. Mengoptimalkan pelatihan SDM agar perjalanan lebih profesional dan kompetitif.
<b>Threats (T)</b>	<b>Strategi (ST)</b>	<b>Strategi (WT)</b>
1. Persaingan ketat dengan penyedia jasa transportasi sejenis. 2. Kenaikan harga bahan bakar dan biaya operasional. 3. Cuaca buruk atau pandemi dapat menurunkan permintaan layanan.	1. Menjaga dan meningkatkan kualitas layanan agar pelanggan tetap loyal di tengah persaingan. 2. Menyediakan promo atau tarif fleksibel untuk bersaing dengan penyedia lain. 3. Memperluas jaringan mitra transportasi untuk menghadapi kondisi eksternal seperti cuaca buruk.	1. Meningkatkan efisiensi biaya operasional agar tetap kompetitif saat harga BBM naik. 2. Menyiapkan rencana perawatan preventif untuk meminimalkan downtime kendaraan. 3. Memberikan motivasi dan reward kepada karyawan agar semangat kerja meningkat.

Perencanaan dan strategi yang tersusun pada analisis SWOT di atas menjadi landasan penting bagi PT A dalam menghadapi kompetisi jasa transportasi eksekutif, baik untuk layanan antar jemput dalam kota maupun luar kota. Fokus utama strategi yang dirumuskan menitikberatkan pada penguatan kualitas layanan, peningkatan profesionalitas sumber daya manusia, serta pemanfaatan peluang pasar yang terus berkembang. Dengan pemahaman menyeluruh terhadap kondisi internal dan eksternal perusahaan, PT A dapat menyusun langkah strategis yang lebih tepat sasaran dan berkesinambungan.

Dari sisi kekuatan, PT A memiliki keunggulan berupa ketersediaan berbagai jenis unit kendaraan, driver yang berpengalaman, serta pelayanan yang cepat dan fleksibel. Keuntungan ini menjadi modal dasar bagi perusahaan untuk memperluas pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Strategi SO yang disusun, seperti memperluas kerja sama dengan hotel, event organizer, dan instansi pemerintah, menjadi langkah penting untuk memperkuat posisi PT A di pasar.

Dengan memanfaatkan reputasi baik dan dukungan teknologi seperti GPS tracking, PT A dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan memperluas jangkauan pemasarannya. Namun demikian, hasil analisis juga menunjukkan beberapa kelemahan, seperti jumlah armada yang terbatas pada hari-hari besar, keterlambatan perawatan kendaraan, serta belum adanya aplikasi pemesanan online. Kelemahan ini, apabila tidak ditangani, berpotensi menghambat efektivitas operasional perusahaan, terutama saat permintaan meningkat. Oleh karena itu, strategi WO seperti pengembangan aplikasi pemesanan khusus, penambahan unit kendaraan, serta optimalisasi pelatihan SDM menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Langkah-langkah ini akan membantu PT A memperbaiki kelemahan internal sekaligus memanfaatkan peluang besar yang ada di pasar.

Dari lingkungan eksternal, ancaman seperti persaingan ketat, kenaikan biaya operasional, dan pengaruh kondisi eksternal seperti cuaca ekstrem menuntut PT A untuk memiliki strategi adaptif. Strategi ST, seperti menjaga kualitas layanan dan memberikan tarif fleksibel, dapat membantu perusahaan tetap kompetitif di tengah banyaknya penyedia layanan serupa. Selain itu, kerja sama dengan mitra transportasi dapat menjaga kestabilan operasional, terutama saat menghadapi kendala operasional seperti gangguan cuaca atau permintaan mendadak. Selanjutnya, strategi WT yang berfokus pada efisiensi biaya, perawatan kendaraan yang lebih terjadwal, serta peningkatan motivasi karyawan menjadi penting untuk mempertahankan performa perusahaan pada kondisi sulit. Dengan menerapkan perawatan preventif, PT A dapat meminimalkan downtime armada, sementara peningkatan motivasi karyawan melalui reward akan menciptakan lingkungan kerja yang lebih produktif dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan.

Secara keseluruhan, implementasi strategi yang dirumuskan melalui analisis SWOT memberikan gambaran komprehensif mengenai langkah yang perlu diambil PT A untuk terus berkembang di industri jasa transportasi eksekutif. Dengan memanfaatkan kekuatan, memperbaiki kelemahan, serta mengantisipasi ancaman melalui strategi yang terarah, PT A berpotensi besar untuk memperluas pangsa pasar, meningkatkan kualitas layanan, dan memperkuat posisinya sebagai penyedia layanan sewa kendaraan eksekutif yang terpercaya di Kota Pekanbaru dan sekitarnya.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SWOT terhadap PT. A sebagai penyedia jasa sewa kendaraan eksekutif di Pekanbaru, dapat disimpulkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan utama berupa armada yang bervariasi, driver berpengalaman, pelayanan yang cepat dan ramah, serta lokasi usaha yang strategis. Namun, PT. A masih menghadapi beberapa kelemahan seperti keterbatasan jumlah armada, belum tersedianya aplikasi pemesanan online, dan promosi digital yang belum optimal. Di sisi lain, peluang pertumbuhan cukup besar melalui meningkatnya permintaan jasa transportasi eksekutif serta potensi kemitraan dengan berbagai instansi. Ancaman yang dihadapi meliputi persaingan ketat, kenaikan biaya operasional, serta pengaruh kondisi eksternal seperti cuaca dan pandemi. Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa PT. A berada pada posisi yang mendukung untuk melakukan strategi pertumbuhan dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang pasar yang ada. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek dan cakupan penelitian, menambahkan variabel pendukung, serta menggunakan metode analisis yang lebih mendalam agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif dan dapat menggambarkan kondisi perusahaan secara lebih akurat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Darmawan, K. P., & Ali, H. (2024). *Faktor-faktor yang mempengaruhi Lingkungan Eksternal pada Perusahaan : Analisis Pasar , Peluang dan Perilaku Konsumen*. 2(3), 145–152.
- Deliabilda, S. A., Guntur, M., Lasut, R., & Mardi, H. M. (2021). *Formulasi Strategi Bersaing Prodi Magister Manajemen Universitas Pelita Bangsa Menggunakan Analisis SWOT & Matriks BCG Pendahuluan*. 1(2), 163–174.
- Feri, Indah Murti, & Yusuf Hariyoko. (2024). Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats) pada Peningkatan Pelayanan Transportasi Umum di Surabaya. *Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 4(06), 63–74.
- Gea, N. (2024). Strategi manajemen operasional pelayanan dalam situasi krisis ekonomi. *Jurnal*

*Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5, 356–362.

- Hintoro, S., & Wijaya, A. F. (2021). ANALISIS STRATEGI BERSAING PADA BIZNET BRANCH SALATIGA MENGGUNAKAN PORTER ' S FIVE FORCES. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6), 729–738.
- Jannah, M., Indraputri, A. J., Puspita, V. E., Hidayat, R., & Maharani, I. (2024). Pentingnya Analisis Swot dalam Suatu Perencanaan dan Pengembangan Bisnis. *International Journal of Engineering, Economic, Sosial Politic, and Government*, 2(1), 9–17.
- Julio Pasaribu, Yolanda Novita Sari, Salsabila, & Hasyim. (2022). Pengambilan Keputusan Dalam Penyusunan Strategi Bersaing Usaha Pada UMKM Sate Madura Cak Heri Mnggunakan Analisis SWOT. *Jurnal Ilmiah AccUSI*, 5(1), 1–6.
- Kaengke, A. (2021). ANALISIS SISTEM PENGGAJIAN PADA PERUSAHAAN PT . MULTI PRIMA AGUNG ANALYSIS OF PAYROLL SYSTEM IN PT . MULTI PRIMA AGUNG. 9(2), 607–614.
- Kusumaningrum, H., Husna, M., Anindiya, C., Islam, U., Syarif, N., & Jakarta, H. (2024). PENTINGNYA ANALISIS SWOT DALAM SUATU PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS. *IJESPG (International Journal of Engineering, Economic, Social Politic and Government)*, 2, 137–147.
- Lia Nirawati, Acep Samsudin, Anggi Stifanie, Minanti Dwi Setianingrum, Muhammad Ryan Syahputra, Nurul Nabilla Khrisnawati, & Yunida Anggun Saputri. Universitas. (2022). Profitavilitas dalam Perusahaan. *Journal Manajemen Dan Bisnis*, 5, 2686–2484.
- Ningrum, M. P., & Istanti, E. (2021). Analisis SWOT sebagai Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha pada Aspek Operasional Perusahaan Cargo PT . Power Express Indonesia. *Journal Febubhara*, 1, 75–84. <https://doi.org/10.46821/benchmark.v1i2.145>
- Perdana, B. C., Mayjend, U., & Mojokerto, S. (2024). *Evaluasi Implementasi Strategi Manajemen Berbasis Teknologi dalam Meningkatkan Efisiensi Operasional Perusahaan*. 1(1), 27–33.
- Pereira, L., Hanggari, T., Rini, C., Pendidikan, U., Sorong, M., Internal, L., & Bersaing, K. (2022). INTERNAL TERHADAP KINERJA UKM MELALUI KEUNGGULAN BERSAING PADA UMKM DI KOTA SORONG. *Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), 162–169.
- Purnandika, R. A., & Hana Septiana. (2024). Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Transportasi Umum di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 25–32.
- Rahmatika, M., Salsabila, T., & Sanjaya, V. F. (2024). *Analisis swot dalam pengembangan strategi pemasaran pada produk fashion toko zelora lampung*. 35(3), 213–234.
- Ramadhanti, N. A. (2023). *SWOT Analysis to Determine Competitive Strategy at PT . Tarindo*. 1(3), 108–114.
- Sanadji, R. S., Abolladaka, J., History, A., Pada, S., Transportasi, J., Ao, O., Dalam, P., Daya, M., Pada, S., & Kupang, R. (2022). DAYA SAING PADA JASA TRANSPORTASI ONLINE AO. *Jurnal Economina*, 1(2).
- Sari, R. Y., Rusdinal, & Anisah. (2024). Analisis Swot Sebagai Alat Penting Dalam Proses Perencanaan Strategis Organisasi Non-Profit. *Jurnal Niara*, 17(1), 87–97.
- Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (2023). *Teknik analisis swot dalam sebuah perencanaan kegiatan*. 22(December 2022).
- Sitorus, R., & Jane, O. (2024). STRATEGI BERSAING YANG PALING TEPAT OLEH RUMAH SAKIT DI ERA DIGITAL. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(2008).
- Suci, R. G., Anggraini, F. T., Sundayu, N. N., & Amelia, R. (2024). *Analisis SWOT sebagai Penentu Strategi Persaingan pada Toko Slamet Pasar Pusat Pekanbaru*. 10, 1091–1097.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D (Kedua)*. Alfabeta.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). MEMAHAMI SUMBER DATA PENELITIAN: PRIMER, SEKUNDER, DAN TERSIER. 5(September), 110–116.
- Ulinuha, M., Fatmawati, W., & Marlyana, N. (2023). *Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan SWOT , Strengths , Weaknesses , Opportunities , Threats ( Studi Kasus Pada Walet Kofie )*. September, 75–91.
- Wemaer, I. S., Tumbel, A. L., & Soepeno, S. (2022). *PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PEMASARAN PT . IVANA PAPUA CARGO EXPRESS ANALYSIS SWOT APPLICATION IN MARKETING STRATEGY PT . IVANA PAPUA CARGO EXPRESS* *Jurnal EMBA Vol . 10 No . 1 Januari 2022 , Hal . 800-808*. 10(1), 800–808.
- Yatminiwati, M., & Ermawati, E. (2022). *Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk*. 14(2), 84–92.

