

# Analisis SWOT Strategi Peningkatan Pelayanan Transportasi PT Kereta Api Indonesia (Persero)

**Daena Irawati\*, Dexi Triadinda, Dini Yani**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Buana Perjuangan Karawang, Karawang

Jalan Ronggo Waluyo Simabaya, Puseurjaya, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat, Indonesia

Email: <sup>1,\*</sup>Mn18.daeanaairawati@mhs.ubpkarawang.ac.id, <sup>2</sup>dexitriadinda@ubpkarawang.ac.id, <sup>3</sup>diniyani@ubpkarawang.ac.id

Email Penulis Korespondensi: Mn18.daeanaairawati@mhs.ubpkarawang.ac.id

Submitted: 12/07/2022; Accepted: 31/10/2022; Published: 31/10/2022

**Abstrak**—Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi peningkatan pelayanan yang dapat diterapkan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 2 Bandung. Pelayanan merupakan point penting dalam bisnis terutama dalam bidang jasa, dan dalam penelitian ini terdapat permasalahan yang terjadi yaitu strategi peningkatan pelayanan. Dengan menggunakan Analisis SWOT yang dilakukan pengolahan data wawancara dengan menggunakan Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan EFE (External Factor Evaluation). Untuk menguraikan faktor kekuatan dan kelemahan menggunakan IFE sedangkan peluang dan ancaman menggunakan EFE. Dari hasil Strength dan Opportunities (SO) sebesar 4,56, Strength dan Threats (ST) sebesar 3,65, Weaknesses dan Opportunities (WO) sebesar 4,29, Weaknesses dan Threats sebesar 3,38. Kombinasi alternatif strategi yang tertinggi dan berada pada kuadran I yaitu SO yang diharapkan dengan adanya kekuatan dan dapat mengimplementasikan peluang dapat meningkatkan pelayanan yang ada untuk pelayanan yang lebih baik ke depannya.

**Kata Kunci:** Analisis SWOT; Matriks IFE; Matriks EFE

**Abstract**—The purpose of this study is to determine the service improvement strategy that can be applied by PT Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 2 Bandung. Service is an important point in especially business in the service sector, and in service research the problems that occur are improvement strategies. By using SWOT analysis, interview data was processed using the IFE (Internal Factor Evaluation) and EFE (External Factor Evaluation) Matrix. To describe the factors of strength and weakness using IFE while opportunities and threats using EFE. From the results of Strength and Opportunities (SO) of 4.56, Strength and Threats (ST) of 3.65, Weaknesses and Opportunities (WO) of 4.29, Weaknesses and Threats of 3.38. The combination of the highest alternative strategy and being in quadrant I, namely SO, is expected to have strength and can implement opportunities to improve existing services for better services in the future.

**Keywords:** SWOT Analysis; IFE Matrix; EFE Matrix

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi belakangan ini membuat kehidupan masyarakat mengalami banyak perubahan. Perubahan pola berpikir yang semakin kritis dan semakin memahami hak dan kewajiban sebagai warga. Terlebih pada jaman seperti ini di mana terdapat virus yang menyebar dan membuat sebagian besar perusahaan di semua bidang mengalami kesulitan. Virus Corona yang menyebar pada tahun 2019 ini juga membuat kegiatan manusia menjadi terhambat. Dengan demikian menuntut peran pemerintah untuk memenuhi beragam tuntutan kebutuhan dari berbagai macam aspek kehidupan khususnya pelayanan.

(Rahmadana et al., 2020) mengemukakan pelayanan publik sebagai tempat di mana beragam aspek pemerintahan yang bersih serta good governance mampu diartikulasikan dengan mudah. Dan UU No. 25 Tahun 2009 mengenai Pelayanan Publik mendefinisikan pelayanan publik seperti berikut: "Pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang di sediakan oleh penyelenggara pelayanan publik".

Dalam Pelayanan publik terdapat beberapa macam permasalahan yang sering dirasakan oleh masyarakat seperti ketidakpastian pelayanan publik, waktu, serta kenyamanan. Pelayanan diskriminasi pelayanan publik menurut agama, etnis, instansi, serta pertemanan. Ketiga, rentetan birokrasi, suap pungutan liar yang dianggap wajar serta bisa diterima, rentasi tidak kepada pengguna melainkan terhadap kepentingan pelayanan bagi pejabat, sehingga dibutuhkan strategi untuk memperbaiki pelayanan yang kurang.

Perkembangan dalam bidang jasa di Indonesia juga semakin meningkat dan beragam. Tentunya dengan perkembangan yang meningkat persaingan dan perubahan bisnis pun terjadi dan dibutuhkan strategi untuk memperbaiki permasalahan yang ada. Strategi dirangkai dan dilaksanakan guna meraih beragam tujuan yang sudah ditentukan, sekaligus mempertahankan serta memperluas kegiatan organisasi pada bidang baru dalam rangka mengimbangi lingkungan (seperti kegiatan para pesaing, perkembangan teknologi, perubahan kondisi ekonomi, perubahan permintaan, serta perubahan sumber persediaan) (Julia & Masyuroh, 2022).

PT Kereta Api (Persero) yakni Badan Usaha Milik Negara Indonesia yang menyelenggarakan jasa angkutan kereta api. Layanan PT Kereta Api Indonesia mencakup angkutan penumpang serta barang. Kereta Api adalah alat transportasi yang digunakan oleh masyarakat yang bepergian ke luar kota maupun antar kota untuk masyarakat yang ingin menghindari kemacetan dan ingin menghemat waktu. Maka dari itu setiap stasiun sebagai sarana penumpang untuk menggunakan kereta diharapkan memberikan kenyamanan dan keamanan kepada para penumpang. PT Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 2 Bandung yang merupakan kantor pusat dan sebagai suatu unit pelayanan publik yang

menyediakan pelayanan transportasi dalam bidang perkeretaapian di Bandung PT KAI (persero) DAOP 2 Bandung mempunyai 4 Stasiun di Bandung, yaitu: Stasiun Bandung, Stasiun Cimahi, Stasiun Kiaracondong, dan Stasiun Padalarang.

Pada tahun 2022 Virus Corona masih saja terjadi sehingga ada berbagai peraturan yang wajib dipatuhi masyarakat. Seperti peraturan yang dikeluarkan dari PT KAI (persero) DAOP 2 Bandung. Di mana jika ingin menaiki kereta lokal cukup dengan sudah vaksin dosis 1 dan menunjukkan bukti vaksin pada aplikasi peduli lindungi apabila belum vaksin wajib melampirkan surat keterangan dari dokter atau antigen. Sedangkan persyaratan kereta antar kota wajib menunjukkan bukti RT-PCR 2x24 jam maupun Rapid Antigen 1x24 jam, membuktikan bukti vaksin melalui aplikasi peduli lindungi.

Dalam pengoperasian kereta apa sehari-hari, ditemukan permasalahan terkait pelayanan yang dirasakan oleh penumpang. Sehingga dibutuhkan strategi dengan menggunakan analisis internal serta eksternal. Analisis SWOT merupakan identifikasi beragam faktor secara sistematis guna merumuskan strategi perusahaan, analisis tersebut didasarkan terhadap logika yang mampu memaksimalkan kekuatan (strength) serta peluang (opportunities), namun secara bersamaan bisa meminimalisir kelemahan (weaknesses) serta ancaman (threats) (Astuti & Ratnawati, 2020).

Pelayanan merupakan poin penting dalam bisnis terutama dalam bidang jasa, akan tetapi terkadang perlu tinjauan kembali untuk mengetahui apakah harus dilakukan strategi peningkatan pelayanan atau tidak, seperti penelitian milik (Jannah et al., 2017) hasil kuadran analisis SWOT terlihat bahwa posisi pelayanan pada kuadran satu yang maknanya mendukung strategi agresif maupun pertumbuhan sebab sumbu y berada di posisi peluang dengan nilai 0.71 serta sumbu x berada pada “kuat” dengan nilai 0.30. Diperkuat oleh hasil penelitian dari (Annisa, 2020) hasil penelitian membuktikan bahwasannya dari sisi internal berada di koordinat 0.54, sedangkan pada matrik faktor sedangkan pada sisi eksternal berada di koordinat 0.37 dan berada pada kuadran 1. Sehingga dari pemetaan matrik internal serta matrik eksternal membuktikan masih berada di posisi “kuat” serta masih memiliki peluang bisnis. Namun berbeda dengan hasil penelitian dari (Akbar & Arisman, 2020) Hasil penelitian berdasarkan metode SWOT dengan nilai Internal Strategic Factor Summary (IFAS) yakni 2,95 serta nilai Eksternal Strategic Factor Analysis Summary (EFAS) yakni 3,22. Posisi garis cartesius dalam diagram SWOT berada di kuadran 3 yang bermakna sangat mendukung Turn-Around serta strategi yang diterapkan yakni strategi WO.

Tujuan dari penelitian ini yakni guna mengetahui bagaimana strategi peningkatan pelayanan menggunakan Analisis SWOT dan mengetahui apa saja kekuatan (Strength), Kelemahan (Weaknesses), Peluang (Opportunities), serta Ancaman (Threats). Serta mengetahui apa saja pelanggaran dan solusi pada kereta api lokal yang dapat memberikan manfaat bagi PT Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 2 Bandung.

## 2. METODE PENELITIAN

### 3.1 Manajemen Pemasaran

(Hery, 2019) mengemukakan Manajemen Pemasaran didefinisikan sebagai suatu seni serta ilmu saat memilih pasar sasaran serta mendapatkan, menjaga, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan, serta mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Berdasarkan (Satriadi et al., 2021) Manajemen pemasaran merupakan suatu rangkaian perencanaan, proses pelaksanaan, pengawasan serta kegiatan pengendalian pemasaran suatu produk, agar sebuah perusahaan bisa mencapai target secara efektif dan efisien. Menurut (Yulia et al., 2019) Manajemen Pemasaran adalah sebagai analisis, perencanaan, penerapan, serta pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan – tujuan organisasi.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, mampu disimpulkan bahwasannya Manajemen Pemasaran adalah suatu seni dan ilmu suatu rangkaian perencanaan, proses perencanaan, penerapan, pengawasan, dan pengawasan serta kegiatan pengendalian pemasaran suatu produk dengan menumbuhkan pelanggan serta menciptakan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul agar tercapai target perusahaan secara efektif dan efisien.

### 3.2 Analisis SWOT

Menurut (Fatimah, 2016) Analisis SWOT merupakan suatu instrumen pengidentifikasian beragam faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan ketika merumuskan strategi perusahaan. Menurut (Nisak, 2013) Analisis SWOT (SWOT analysis) yaitu meliputi berbagai upaya guna mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Menurut (Hasiholan et al., 2021) Analisis SWOT yakni suatu analisis yang hendak memberikan output berupa arahan serta tidak memberi solusi ajaib terhadap suatu permasalahan.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat di simpulkan bahwa Analisis SWOT adalah Suatu Instrumen yang mencakup berbagai upaya guna mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang akan memberikan output berupa arahan yang menentukan kinerja perusahaan dan digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan.

### 3.4 Pelayanan

Menurut (Haryanto & Sembiring, 2021) pelayanan yakni aktivitas yang diberikan saat membantu, menyiapkan, serta mengurus baik itu berupa barang maupun jasa dari satu pihak lainnya. Menurut (Muh, Nur Eli Brahim, 2021) Pelayanan merupakan kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen maupun pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud

serta tidak bisa dimiliki. (Pamekas, 2021) mengemukakan pelayanan merupakan suatu yang tidak berwujud, tetapi mampu memenuhi kebutuhan pelanggan maupun masyarakat. pelayanan tidak bisa menyebabkan peralihan hak maupun kepemilikan serta ditemukan interaksi antara penyedia jasa bersama pengguna jasa.

Berdasarkan berbagai definisi di atas, mampu disimpulkan bahwasannya Pelayanan merupakan Kegiatan memberikan bantuan, menyiapkan dan mengurus kebutuhan masyarakat yang tidak dapat dimiliki baik berupa barang maupun jasa dari satu pihak lain.

### 3.5 Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan Metode Deskriptif Kualitatif. (Anggito & Setiawan, 2018) mengemukakan Penelitian Kualitatif merupakan pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi di mana peneliti berperan sebagai instrumen kuncinya. Pengambilan sampel sumber data dilaksanakan secara purposive sampling. (Rukajat, 2018) mengemukakan Penelitian Deskriptif sebagai penelitian yang berusaha menggambarkan fenomena yang terjadi secara nyata, realistis aktual nyata dan pada saat ini, sebab penelitian ini untuk membuat deskripsi, gambaran, maupun lukisan secara sistematis, faktual, serta akurat perihal berbagai fakta, sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

### 3.6 Populasi dan Sampel

Populasi di penelitian ini yakni penumpang Kereta Api Lokal jurusan Bandung-Purwakarta. Waktu untuk penelitian ini di lakukan pada bulan April 2022 sampai dengan Bulan Juni 2022. Guna menentukan sampel yang akan digunakan peneliti menerapkan Teknik Purposive Sampling. Menurut (Ismail, 2018) Purposive sampling merupakan teknik untuk menentukan sampel berdasarkan pertimbangan maupun tujuan dan nilai guna individu terhadap penelitian.

### 3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data di penelitian ini dengan cara wawancara dan observasi. Observasi dilakukan pada penumpang kereta api lokal dan wawancara kepada 5 penumpang kereta api lokal dikarenakan menggunakan Teknik Purposive Sampling di mana kriteria yang di inginkan hanya sebanyak 5 penumpang dari berbagai kalangan usia, teknik ini dilakukan untuk memperkuat hasil pada penelitian ini. Lalu data yang telah didapat akan dimasukkan ke dalam tabel IFE dan EFE yang akan digunakan dalam Analisis SWOT. Beberapa faktor yang sudah didapat akan diberikan skor (Weight) pada hasil Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) serta Matriks EFE (External Factor Evaluation).

### 3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data di penelitian ini menerapkan Analisis SWOT, yang menguraikan melalui Analisis Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) guna menguraikan berbagai faktor internal seperti Kelemahan dan kekuatan perusahaan, dan Analisis Matriks EFE (Eksternal Factor Evaluation) untuk menguraikan berbagai faktor eksternal seperti Peluang serta Ancaman yang ada pada perusahaan. Setelah mendapatkan skor bobot dari hasil Matriks IFE dan EFE dibuatkan diagram Kartesius Analisis SWOT dan selanjutnya dibuatkan Matriks Analisis SWOT.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Hasil Penelitian di lapangan yang sudah peneliti lakukan pada bulan April tahun 2022, ditemukan masalah pada kereta api lokal tujuan Bandung-Purwakarta yaitu, Pelayanan pada kereta perlu ditingkatkan dalam beberapa aspek. Sehingga peneliti melakukan Analisis Matriks IFE dan EFE dari hasil wawancara ke pada 5 penumpang kereta api lokal tujuan Bandung-Purwakarta.

#### a. Analisis Matriks IFE dan EFE

Menurut (Setyorini et al., 2016) Analisis matriks IFE (Internal Factor Evaluation) digunakan melalui identifikasi faktor internal perusahaan untuk mengetahui kekuatan serta kelemahan perusahaan. Matriks IFE menunjukkan kondisi kekuatan dan kelemahan dengan cara menentukan bobot dan ratingnya. Menurut (M. Nur Ali Ramadhan, 2013) Matrik Eksternal Factor Evaluation (EFE) dipakai saat mengetahui berbagai faktor eksternal perusahaan yang berkaitan dengan peluang serta ancaman yang dianggap penting. Selain menggunakan Matriks IFE dan EFE digunakan pula diagram kuadran Analisis SWOT dan Matriks SWOT.

Tabel 1. Matriks IFE

No	Faktor internal dominan	Jumlah	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<b>STRENGTHS</b>					
1	Harga tiket Murah	22	0,07	4,4	0,32
2	pemesanan tiket mudah dengan menggunakan Aplikasi	21	0,07	4,2	0,29
3	Berhenti di setiap stasiun	22	0,07	4,4	0,32
4	Tersedia charger HP	20	0,07	4	0,26
5	Tersedia tempat menaruh minum	20	0,07	4	0,26

No	Faktor internal dominan	Jumlah	Bobot	Rating	Bobot x Rating
6	Pegawai loket ramah	19	0,06	3,8	0,24
7	Tersedia Toilet	17	0,06	3,4	0,19
8	Akses Stasiun mudah	20	0,07	4	0,26
	<b>TOTAL</b>	<b>161</b>	<b>0,53</b>		<b>2,16</b>
	<b>WEAKNESSES</b>				
1	Tidak boleh makan jika perjalanan di bawah 2 jam	18	0,06	3,6	0,21
2	Harus menunjukkan bukti Antigen	21	0,07	4,2	0,29
3	Dilarang membawa anak kecil di bawah 2 tahun	17	0,06	3,4	0,19
4	Perjalanan relatif lama	21	0,07	4,2	0,29
5	Berdesakkan	21	0,07	4,2	0,29
6	duduk tidak sesuai no yang tertera pada tiket	22	0,07	4,4	0,32
7	Tempat duduk kurang nyaman	21	0,07	4,2	0,29
	<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>0,47</b>		<b>1,89</b>
	<b>TOTAL KESELURUHAN</b>	<b>302</b>	<b>1,00</b>		<b>4,05</b>

Pada tabel 1 dapat dilihat bahwa kekuatan yang di miliki oleh PT Kereta Api Indonesia pada jenis kereta lokal yaitu, Harga tiket murah yang menjadikan kekuatan utama dengan Bobot Skor sebanyak 0,32, Pada posisi kedua yaitu Pemesanan tiket mudah dengan menggunakan aplikasi KAI Access dengan Skor 0,29, Selanjutnya pada posisi ketiga yaitu kereta berhenti pada setiap stasiun dengan bobot 0,32, lalu posisi keempat tersedianya tempat untuk Charger Handphone dengan skor 0,26, lalu posisi kelima yaitu tersedia tempat menaruh minum dengan skor 0,26, Posisi keenam yaitu pegawai loket yang ramah dengan skor 0,24, selanjutnya posisi ketujuh yaitu Tersedianya Toilet dengan skor 0,19, dan terakhir akses menuju stasiun yang mudah dengan skor 0,26.

Sedangkan untuk faktor kelemahan utama tidak boleh makan jika perjalanan di bawah 2 jam dengan skor 0,21 , pada posisi kedua kelemahan harus menunjukkan bukti antigen dengan skor 0,29, selanjutnya posisi ke tiga dilarang membawa anak kecil di bawah 2 tahun dengan skor 0,19, lalu posisi ke empat perjalanan relatif lama dengan skor 0,29 , lalu posisi ke lima yaitu berdesakkan dengan skor 0,29, lalu duduk tidak sesuai nomor yang tertera pada tiket dengan skor 0,32, dan pada posisi ke tujuh tempat duduk kurang nyaman dengan skor 0,29.

**Tabel 2.** Matriks EFE

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
	<b>Opportunities (peluang)</b>			
1	Dengan harga relatif murah kereta dapat memuat barang dan penumpang dengan skala besar	0,12	4,20	0,51
2	Moda Transportasi darat semakin banyak dan menghambat waktu sehingga lebih memilih memakai transportasi kereta api	0,11	3,80	0,41
3	Dengan adanya stasiun di setiap kota yang strategis	0,11	4,00	0,46
4	Belum ada moda transportasi seperti kereta api	0,13	4,40	0,56
5	Semakin banyak pengguna menggunakan aplikasi KAI access	0,11	4,00	0,46
	<b>Total</b>	<b>0,59</b>		<b>2,40</b>
	<b>Threats (Ancaman)</b>			
1	Adanya penawaran harga lebih murah dari moda transportasi lain	0,10	3,60	0,37
2	Semakin banyak transportasi jasa Travel dan Bus yang siap mengantarkan ke tempat tujuan lebih cepat.	0,10	3,60	0,37
3	Adanya moda transportasi yang lebih bagus dalam mengutamakan protokol kesehatan	0,10	3,40	0,33
4	Keadaan ekonomi menurun akibat COVID 19	0,11	3,80	0,41
	<b>Total</b>	<b>0,41</b>		<b>1,49</b>
	<b>Total EFE</b>	<b>1</b>		<b>3,89</b>

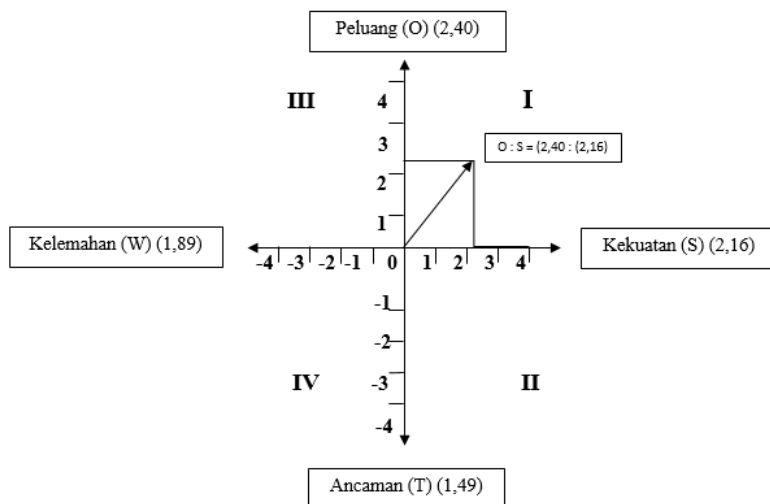
Pada tabel 2 dapat dilihat bahwa posisi pertama pada peluang yaitu dengan harga relatif murah kereta dapat memuat penumpang dan barang dalam skala besar dengan skor 0,51, selanjutnya pada posisi kedua Moda Transportasi darat semakin banyak dan menghambat waktu sehingga lebih memilih memakai transportasi kereta api dengan skor 0,41, lalu pada posisi ketiga adanya stasiun di setiap kota dan strategis dengan skor 0,46, lalu posisi keempat belum ada moda transportasi seperti kereta api dengan skor 0,56, dan terakhir pada posisi kelima semakin banyak pengguna menggunakan aplikasi KAI access dengan skor 0,46.

Sedangkan faktor ancaman pada posisi kesatu adanya penawaran harga lebih murah dari moda transportasi lain dengan skor 0,37, lalu posisi kedua semakin banyak transportasi jasa Travel dan Bus yang siap mengantarkan ke tempat

tujuan lebih cepat dengan skor 0,37, lalu ketiga adanya moda transportasi yang lebih bagus dalam mengutamakan protokol kesehatan dengan skor 0,33, dan terakhir pada posisi keempat yaitu keadaan ekonomi menurun akibat COVID 19 dengan skor 0,41.

### b. Diagram Kartesius Analisis SWOT

Sesudah diperoleh hasil dari analisis matriks IFE serta EFE, kemudian di buat Diagram Kartesius Analisis SWOT, Data dari yang akan di masukkan yaitu hasil dari Total setiap faktor atau bobot x rating. Berikut adalah gambaran dari diagram kartesius analisis SWOT PT KAI.



**Gambar 1.** Diagram Kartesius Analisis SWOT

Hasil Diagram Analisis SWOT pada gambar di atas menunjukkan PT KAI berada pada posisi titik kuadran I dengan titik koordinat IFAS 2,40 dan EFAS 2,16 hal menunjukkan bahwa perusahaan memiliki peluang serta kekuatan sehingga perusahaan harus memanfaatkan peluang dan kekuatan dengan seoptimal mungkin. Dan dengan adanya peluang dan kekuatan di diharapkan akan menuju kepada peningkatan pelayanan yang lebih baik agar lebih nyaman untuk menaiki kereta api.

### c. Matriks SWOT

Nilai yang di dapat dari matriks IFE dan EFE yang sudah diaplikasikan dengan diagram kartesius akan dirumuskan untuk membuat kombinasi alternatif strategi SO, ST, WO, serta WT dari faktor internal serta eksternal. Kombinasi alternatif strategi ini akan digunakan perusahaan saat menjalankan bisnis ke depannya. Berikut kombinasi alternatif strategi SO, ST, WO, serta WT yang akan diaplikasikan di matriks SWOT.

**Tabel 3.** Matriks SWOT

Faktor Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	<ol style="list-style-type: none"> <li>Harga tiket Murah.</li> <li>Pemesanan tiket mudah dengan menggunakan Aplikasi.</li> <li>Berhenti di setiap stasiun.</li> <li>Tersedia charger HP.</li> <li>Tersedia tempat menaruh minum.</li> <li>Pegawai loket ramah.</li> <li>Tersedia Toilet.</li> <li>Akses Stasiun mudah.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Tidak boleh makan jika perjalanan di bawah 2 jam.</li> <li>Harus menunjukkan bukti Antigen.</li> <li>Dilarang membawa anak kecil di bawah 12 tahun.</li> <li>Perjalanan relatif lama.</li> <li>Berdesakkan.</li> <li>Duduk tidak sesuai no yang tertera pada tiket.</li> <li>Tempat duduk kurang nyaman.</li> </ol>
<b>Faktor Eksternal</b>		

<b>Peluang (O)</b>	<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi WO</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dengan harga relatif murah kereta dapat memuat barang dan penumpang dengan skala besar.</li> <li>2. Moda Transportasi darat semakin banyak dan menghambat waktu sehingga lebih memilih memakai transportasi kereta api.</li> <li>3. Dengan adanya stasiun di setiap kota yang strategis.</li> <li>4. Belum ada moda transportasi seperti kereta api.</li> <li>5. Semakin banyak pengguna menggunakan aplikasi KAI access.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengoordinasi Waktu keberangkatan.</li> <li>2. Menjaga Kebersihan Toilet.</li> <li>3. Menjaga kepercayaan penumpang dengan terus meningkatkan pelayanan.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengatur penumpang sesuai No pesanan dalam tiket agar lebih nyaman.</li> <li>2. Menambah petugas untuk mengatur penumpang.</li> <li>3. Menunjukkan Kartu vaksin bagi yang sudah vaksin 1.</li> <li>4. Meningkatkan kenyamanan kursi penumpang.</li> </ol>
<p><b>Ancaman (T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya penawaran harga lebih murah dari moda transportasi lain.</li> <li>2. Semakin banyak transportasi jasa Travel dan Bus yang siap mengantarkan ke tempat tujuan lebih cepat.</li> <li>3. Adanya moda transportasi yang lebih bagus dalam mengutamakan protokol kesehatan.</li> <li>4. Keadaan ekonomi menurun akibat COVID 19.</li> </ol>	<p><b>Strategi ST</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menambah track jalur kereta api Bandung-Purwakarta agar tidak memakan waktu lama.</li> </ol>	<p><b>Strategi WT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat promosi lebih menarik.</li> </ol>

### 3.1 Analisis Matriks SWOT untuk Strategi SO

Sesudah mengamati kekuatan serta peluang dari analisis SWOT milik perusahaan mampu meningkatkan strategi dan memaksimalkan kekuatan serta memanfaatkan peluang yang tersedia bagi strategi pemasaran pada PT Kereta Api Indonesia dengan mengoordinasi waktu keberangkatan agar tepat waktu dan dapat meningkatkan kepercayaan penumpang lalu menjaga kebersihan toilet agar penumpang nyaman dan diharapkan perusahaan dapat meningkatkan pelayanan untuk loyalitas penumpang lebih baik.

### 3.2 Analisis Matriks SWOT untuk Strategi WO

Sesudah mengamati kelemahan serta peluang milik PT Kereta Api Indonesia diharapkan agar dapat memperbaiki dengan melihat peluang yang ada dengan cara mengatur penumpang sesuai nomor yang tertera pada tiket untuk kenyamanan penumpang dan menambahkan petugas untuk mengatur penumpang agar tidak berdesakan sehingga penumpang nyaman. Untuk pengunjung diharapkan menunjukkan vaksin dosis 1 agar tidak harus menunjukkan surat antigen dan untuk kursi agar ditingkatkan demi kenyamanan penumpang.

### 3.3 Analisis Matriks SWOT untuk Strategi ST

Dari hasil kekuatan serta ancaman, kekuatan dipakai untuk mengatasi ancaman yang ada pada PT Kereta Api Indonesia dengan cara menambahkan trek jalur kereta Bandung-Purwakarta agar tidak harus memakan waktu lama di perjalanan.

### 3.4 Analisis Matriks SWOT untuk Strategi WT

Dari kelemahan dan ancaman PT Kereta Api Indonesia dapat meminimalkan kelemahan internal yang ada untuk menghindari ancaman eksternal dengan cara membuat promosi lebih menarik sehingga calon penumpang yang ragu-ragu akan berminat setelah melihat promosi yang menarik.

Dari penelitian yang telah dilakukan terdapat perbandingan dengan penelitian terdahulu bahwa dalam PT Kereta Api Indonesia menunjukkan peluang bisnis yang kuat dan bersifat progresif yang menandakan bahwa perusahaan dapat memperbesar pertumbuhan secara maksimal. Sedangkan dalam penelitian (Akbar & Arisman, 2020) Hasil penelitian dengan metode SWOT dengan nilai Internal Strategic Factor Summary (IFAS) yakni 2,95 serta nilai External Strategic Factor Analysis Summary (EFAS) adalah 3,22. Posisi garis cartesius pada diagram SWOT berada di kuadran 3 yang bermakna sangat mendukung Turn-Around serta strategi yang dipakai yakni strategi WO.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian serta analisis yang sudah dilakukan dari penulis di PT Kereta Api Indonesia (Persero), dapat disimpulkan bahwa data yang di dapat dari hasil wawancara kepada 5 narasumber penumpang kereta api lokal di olah dengan menggunakan analisis matriks IFE dan EFE serta didapatkan hasil yaitu Strength dan Opportunities (SO) sebesar 4,56 , Strength dan Threats (ST) yakni 3,65, Weaknesses serta Opportunities (WO) yakni 4,29, Weaknesses serta Threats sebesar 3,38. Kombinasi alternatif strategi yang tertinggi dan berada di kuadran I yakni menunjukkan peluang bisnis yang kuat dan bersifat progresif yang menandakan bahwa perusahaan dapat memperbesar pertumbuhan secara maksimal dan SO yang diharapkan dengan adanya kekuatan dan dapat mengimplementasikan peluang dapat meningkatkan pelayanan yang ada untuk pelayanan yang lebih baik ke depannya.

Berdasarkan proses penelitian yang sudah dilaksanakan terdapat berbagai keterbatasan yang dialami seperti jumlah responden yang diwawancarai hanya 5 orang saja dan objek penelitian yang di lakukan hanya berfokus pada kereta lokal saja. Dan diharapkan dengan adanya kekurangan dari penelitian ini bisa terus di perbaiki untuk penelitian ke depannya.

Penelitian ini memberikan rekomendasi untuk perusahaan adalah dapat meningkatkan pelayanan dengan menggunakan kekuatan dan peluang yang sudah diuraikan

#### REFERENCES

- Akbar, A., & Arisman. (2020). ANALISIS SWOT : STRATEGI PELAYANAN KESEHATAN DI RUTAN KELAS I CIPINANG. Nusantra: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 7(2), 408–420.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Metodologi penelitian kualitatif. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Annisa, M. L. (2020). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Berbasis SWOT Pada Online Store Shopee. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 199–210. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.305>
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.
- Fatimah, F. N. D. (2016). Teknik Analisis SWOT. Anak Hebat Indonesia.
- Haryanto, & Sembiring, H. R. U. (2021). Membangun Pribadi Prima Dalam Pelayanan Publik. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Hasiholan, L. B., Amboningtyas, D., & Pambudy, A. P. (2021). Peranan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Franchise Panganan Ringan Di Kota Semarang. *Media Sains Indonesia*.
- Hery. (2019). Manajemen Pemasaran. Gramedia widiasarana Indonesia.
- Ismail, F. (2018). Statistika Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Sosial. Kencana.
- Jannah, A., Suratno, A., & Sulistiyani, E. (2017). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Berbasis Swot Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Semarang Candisari. *Business Administration Department, Polines*, Vol. 3(ISSN:2461-0704), No.2.
- Julia, M., & Masyuroh, A. J. (2022). Literature Review Determinasi Struktur Organisasi: Teknologi, Lingkungan Dan Strategi Organisasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 383–395. <https://dinastirev.org/JEMSI/article/view/895/582>
- M. Nur Ali Ramadhan. (2013). MATRIKS INTERNAL FACTOR EVALUATION(IFE)DAN EXTERNAL FACTOR EVALUATION(EFE)BUAH NAGA ORGANIK (*Hylocereus Undatus* ). X, 1–21.
- Muh, Nur Eli Brahim, M. S. (2021). Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga SMK/MAK Kelas XI Semester 2. Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen. Program Keahlian Akuntansi dan Keuangan. Kompetensi Keahlian Akuntansi dan Keuangan Lembaga. Penerbit Andi.
- Nisak, Z. (2013). Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Academia*, 468–476.
- Pamekas, M. (2021). Pelayanan Prima. Penerbit Lakeisha.
- Rahmadana, M. F., Mawati, A. T., Siagian, N., Perangin-angin, M. A., Refelino, J., Tojiri, M. Y., Siagian, V., Nugraha, N. A., Manullang, S. O., Silalahi, M., Yendrianof, D., Sari, A. P., Supriadi, M. N., Sari, M. H. N., & Bahri, S. (2020). Pelayanan PUBLIK. Yayasan Kita Menulis.
- Rukajat, A. (2018). Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach. Deepublish.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., & Siwiyanti, L. (2021). Manajemen Pemasaran (M. Suardi (ed.)). Samudra Biru.
- Setyorini, H., Effendi, M., & Santoso, I. (2016). Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53. <https://doi.org/10.21776/ub.industria.2016.005.01.6>
- Yulia, farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). BUKU MANAJEMEN PEMASARAN\_compressed.pdf (Issue April, p. 79). CV Budi Utama.