



Jurnal Ilmiah Aset
Vol. 26 No. 2

September 2024
p-ISSN 1693-928X
e-ISSN 2685-9629

Analisis Strategis Rukita Winter

Yonatan Stenly Sugiarto
Muhammad Yusup Alwi
Muhammad Satrio Hilmiawan Ibrahim
Tiarapuspa
Desty Survia

Universitas Trisakti
JL. Kyai Tapa No. 1 Grogol, Jakarta Barat, Indonesia
Email : tiara.puspa@trisakti.ac.id

Abstrak: *Rukita as a boarding house service provider is one of the main players in fulfilling the housing needs of students, workers, and the general public. With the tight competition in the boarding house market, especially in metropolitan areas such as West Jakarta, Rukita Winter has its own challenges to ensure its excellence and competitiveness. Successfully attracting the attention of boarding house tenants requires the right action in business strategy. Therefore, Rukita Winter always strives to adjust its business strategy to meet the needs and preferences of boarding house tenants. This study aims to identify and analyze the business strategies implemented by Rukita Winter. In addition, this study also aims to analyze the strengths (Strengths), weaknesses (Weaknesses), opportunities (Opportunities), and threats (Threats) faced by Rukita Winter's business. The method used involves the use of the IFE (Internal Factor Evaluation), EFE (External Factor Evaluation), IE (Internal-External), and QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) matrices to analyze Rukita Winter's position. This study is expected to contribute to increasing knowledge and understanding of SWOT analysis and how its application can help Rukita Winter in formulating business strategies.*

hal. 71-78
DOI: 10.37470/1.26.2.238

Diterima : 23 Juli 2024
Disetujui : 7 Agustus 2024

Keywords: *strategic analysis, business strategy, SWOT.*

PENDAHULUAN

Kos yang disebut juga “Kost” adalah kamar yang disewakan atau disewakan untuk jangka waktu tertentu berdasarkan harga yang disepakati dan syarat-syarat pemilikinya. Umumnya pemesanan kamar dilakukan untuk jangka waktu satu tahun. Rumah sewa berbeda dengan rumah kos karena merupakan rumah sewa yang disewakan untuk umum, khususnya bagi mahasiswa yang tinggal di dekat kampus untuk jangka waktu tertentu sesuai dengan perjanjian sewa dan biaya yang ditentukan. (Wardhani dkk., 2022).

Asrama memegang peranan yang sangat penting dalam menyediakan tempat tinggal sementara bagi berbagai kalangan, seperti pelajar dan masyarakat umum. Pertama, asrama menyediakan akomodasi bagi mahasiswa yang datang dari luar daerah selama masa studinya, sehingga mereka bisa fokus pada pendidikan tanpa perlu khawatir dengan masalah tempat

tinggal. Selain itu, kost juga menjadi solusi bagi masyarakat umum yang membutuhkan hunian sementara, terutama bagi mereka yang bekerja di perkantoran atau tidak memiliki rumah tetap. Apalagi asrama menciptakan lingkungan yang mendukung pengembangan kepribadian mahasiswa. Jauh dari keluarga, siswa perlu menjadi lebih disiplin, mandiri, dan bertanggung jawab terhadap dirinya sendiri. Terakhir, kos-kosan bukan sekadar tempat tinggal, namun juga ruang menjalin silaturahmi dan membina hubungan sosial. Mereka memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk melakukan aktivitas di luar lingkungan akademik dan memperluas jaringan sosialnya. Oleh karena itu, kos-kosan tidak hanya menyediakan tempat tinggal tetapi juga berkontribusi dalam membentuk pengalaman hidup yang berharga.

Saat ini terdapat tren peningkatan permintaan rumah kos, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta. Sebagai pusat perekonomian dan bisnis nasional, Jakarta

memiliki potensi pasar rumah kos yang cukup besar, didorong oleh peningkatan jumlah penduduk, migrasi ke ibu kota, dan pertumbuhan ekonomi yang pesat. Tren tersebut didukung oleh data Badan Pusat Statistik pada tahun 2023 yang menunjukkan peningkatan signifikan pada penduduk usia produktif di Jakarta. Selain itu, Badan Pusat Statistik pada tahun 2022 menyoroti PDB per kapita Jakarta yang mengalami pertumbuhan signifikan.

Rukita yang merupakan penyedia jasa kost merupakan salah satu pemain utama dalam pemenuhan kebutuhan hunian bagi mahasiswa, pekerja, dan masyarakat umum. Sebagai badan usaha di bidang kos-kosan, Rukita menerapkan strategi bisnis yang cermat. Untuk mempertahankan dan memperluas layanannya, Rukita dengan tagline "Rumah Yang Tumbuh Bersama Anda" menjadi contoh penyedia kos yang sukses menerapkan strategi bisnis secara efektif. Keberhasilan tersebut tercermin dengan hadirnya berbagai unit kost Rukita di lokasi strategis di Jabodetabek. Salah satu contoh yang dapat diambil adalah dengan melihat tren permintaan rumah kos yang semakin meningkat, terutama yang memiliki fasilitas dan kenyamanan tinggi. Rukita bekerjasama dengan pemilik kos setempat dan mendirikan sebuah tempat bernama "Winter" atau Rukita Winter. Rukita Winter merupakan salah satu jenis kost yang diciptakan untuk memenuhi permintaan di Jakarta Barat dan memberikan pengalaman hidup yang nyaman dan modern bagi para penyewa.

Rukita Winter menghadapi banyak tantangan dari berbagai lingkungan, baik internal maupun eksternal, yang dapat diprediksi dan dikelola dengan baik, maupun yang tidak dapat diprediksi dan dikelola dengan baik. Oleh karena itu, tidak ada jaminan bahwa pemilik usaha berada dalam posisi aman, artinya setiap bisnis pasti akan menghadapi banyak permasalahan yang kompleks. (Adiningrum, Yunanda, Angelita, & Mulyaningsih, 2022). Dengan ketatnya persaingan pasar kost, khususnya di wilayah metropolitan seperti Jakarta Barat, Rukita Winter menghadapi tantangan unik dalam memastikan keunggulan dan daya saingnya. Berhasil menarik perhatian para penghuni kost memerlukan tindakan jitu dalam pengelolaan strategis. Oleh karena itu, pengembangan manajemen strategis harus dilakukan oleh Rukita Winter. Manajemen strategis adalah ilmu dan seni merancang, menerapkan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang membantu organisasi mencapai tujuannya. (Arista, Setiawan, Damianus, & Septyanto, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi bisnis yang diterapkan oleh Rukita Winter. Selain itu juga berupaya menganalisis kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), dan ancaman (T) yang dihadapi oleh bisnis Rukita Winter. Metodologinya melibatkan penggunaan matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE) dan Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) untuk menganalisis posisi Rukita Winter. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai analisis SWOT dan bagaimana penerapannya dapat membantu Rukita Winter dalam merumuskan strategi bisnis.

Dengan menggabungkan matriks IFE dan EFE, penelitian ini diarahkan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi internal dan eksternal Rukita Winter. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi landasan bagi pemilik bisnis dan praktisi untuk mengevaluasi efektivitas keputusan bisnis yang diambil perusahaan. Lebih lanjut, analisis ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagaimana perusahaan dapat beradaptasi terhadap dinamika lingkungan bisnis yang terus berubah. Proses analisis strategis akan dilakukan dengan menggunakan matriks IFE, EFE, SWOT, IE, dan QSPM. Oleh karena itu, penelitian ini merupakan investigasi akademis dan bertujuan untuk memberikan kontribusi praktis bagi para praktisi bisnis dalam menghadapi tantangan pasar dan merumuskan strategi yang tepat untuk mengoptimalkan kinerja bisnisnya

TINJAUAN TEORETIS

Evaluasi Faktor Internal Matriks (IFE)

Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE) adalah ringkasan dan evaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam berbagai fungsi bisnis. Hal ini memberikan landasan untuk mengidentifikasi dan menilai hubungan antara komponen-komponen ini. (Fred R. & Hutan R., 2017). Selain itu, berdasarkan penelitian Nurairin dan Yan Orgianus (2022), matriks Internal Factor Evaluation (IFE) merupakan alat untuk mengembangkan strategi dan dapat digunakan untuk menilai kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan. Matriks IFE menyajikan kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam bentuk bobot, peringkat, dan skor pada faktor internal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa matriks IFE digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal suatu perusahaan dan untuk menunjukkan kekuatan dan kelemahan yang ada di dalamnya sesuai dengan peringkat dan bobot yang diberikan.

Evaluasi Faktor Eksternal Matriks (EFE)

Menurut Fred R. & Forest R. (2017), matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) memungkinkan ahli strategi untuk merangkum dan mengevaluasi informasi terkait ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, teknologi, dan persaingan. faktor. Matriks EFE menyajikan peluang dan ancaman perusahaan dalam bentuk bobot, penilaian, dan skor pada faktor eksternal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa matriks EFE digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal suatu perusahaan dan untuk menunjukkan peluang dan ancaman yang ada di dalamnya sesuai dengan peringkat dan bobot yang diberikan.

Matriks Internal-External (IE)

Matriks IE sering disamakan dengan matriks BCG (The Boston Consulting Group), namun terdapat perbedaan antara matriks IE dan BCG: matriks IE menjelaskan implikasi strategis yang berbeda pada setiap kuadran, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih rinci mengenai strategi bisnis yang sebaiknya diterapkan oleh suatu perusahaan (Kusriani, 2022).

Matriks SWOT

Menurut Fred R. & Forest R. (2017), matriks SWOT merupakan alat pencocokan penting yang membantu manajer mengembangkan kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), dan ancaman (T) ke dalam empat jenis strategi. : Strategi SO (kekuatan-peluang), strategi WO (kelemahan-peluang), strategi ST (kekuatan-ancaman), dan strategi WT (kelemahan-ancaman). Pertama, strategi SO (kekuatan-peluang) melibatkan penggunaan sumber daya internal untuk memanfaatkan peluang di lingkungan eksternal. Kedua, strategi WO (kelemahan-peluang) bertujuan untuk memanfaatkan peluang eksternal untuk mengatasi kelemahan internal. Kelemahan menghalangi perusahaan dalam memanfaatkan peluang, oleh karena itu kelemahan harus segera diatasi. Ketiga, strategi ST (kekuatan-ancaman) melibatkan penggunaan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau meminimalkan kerusakan yang disebabkan oleh ancaman eksternal. Terakhir, strategi WT (kelemahan-ancaman) merupakan taktik defensif yang bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Perusahaan harus memitigasi kelemahan untuk menghindari ancaman. Analisis SWOT membandingkan faktor eksternal seperti peluang dan ancaman yang dimasukkan dalam matriks EFAS (External Factor Analysis

Summary) dengan faktor internal seperti kekuatan dan kelemahan yang dimasukkan dalam matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) (Rangkuti, 2015).

Matriks Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM)

Menurut metode Fred R. & Forest R. (2017), pengambilan keputusan melibatkan penggunaan QSPM. Mengikuti langkah-langkah yang diuraikan oleh Leven et al. (2023), langkah pertama yang dilakukan adalah menempatkan faktor internal dan eksternal pada kolom sebelah kiri, kemudian memberikan bobot pada faktor-faktor tersebut, mengidentifikasi alternatif strategi, kemudian menentukan Attractive Score (AS) untuk melanjutkan yang menunjukkan daya tarik strategi tersebut. Kisaran nilai AS adalah 1 = tidak menarik, 2 = cukup menarik, 3 = menarik, 4 = sangat menarik. Langkah selanjutnya adalah menghitung Total Attractiveness Score (TAS) dengan cara mengalikan bobot dan AS pada setiap barisnya. Jumlahkan semua TAS di setiap kolom QSPM. Setelah skor TAS diurutkan, skor TAS strategi alternatif yang bernilai tinggi menunjukkan bahwa strategi alternatif tersebut merupakan pilihan utama.

METODE PENELITIAN

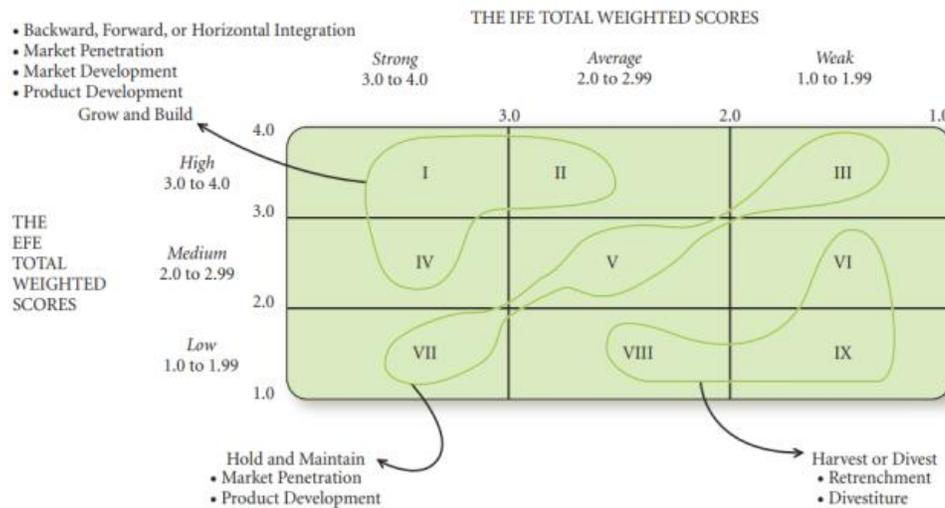
Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada strategi bisnis kost Rukita Winter yang berlokasi di Jakarta Barat. Penelitian kualitatif dapat mengimplementasikan peristiwa nyata yang terjadi di lapangan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi.

Pada tahap ini peneliti mengamati langsung Rukita Winter selama 30 hari atau satu bulan secara terus menerus. Peneliti juga melakukan wawancara langsung kepada satpam yang sudah lama bekerja di Rukita Winter, penghuni kost Rukita Winter, dan customer service representatif yang terdaftar di aplikasi Rukita untuk mendapatkan data yang valid. Selain itu, peneliti menganalisis bisnis serupa yang berkembang di wilayah Jakarta Barat dan sekitarnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT adalah alat analisis strategis yang umum digunakan untuk mengevaluasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi strategi perusahaan.

Gambar 1
Matrik IE (Sumber: Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Konsep dan Kasus. (2017)



Berdasarkan penelitian yang dilakukan melalui wawancara langsung dengan para informan antara lain satpam yang sudah lama bertugas di Rukita Winter, penghuni kost Rukita Winter, dan customer service representatif yang terdaftar di aplikasi Rukita, faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi bisnis Rukita Winter adalah sebagai berikut:

Kekuatan

- Sistem Manajemen yang Efisien:** Rukita Winter memiliki sistem manajemen yang terorganisir dengan baik, memastikan kelancaran operasional dan kepuasan penghuni.
- Fitur Komunikasi Online dengan Media Sosial:** Rukita mempunyai kemampuan berkomunikasi secara online dengan konten informasi yang komprehensif terutama melalui platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan lain-lain.
- Keamanan Baik (CCTV dan Penjaga Gerbang):** Rukita Winter mengutamakan keamanan penghuninya dengan kamera CCTV dan penjaga gerbang, menciptakan lingkungan hidup yang aman.
- Inisiatif Acara Komunitas:** Rukita sering mengadakan acara bersama warganya, seperti barbeque, karaoke malam, pertandingan futsal, dan lain-lain.
- Lokasi strategis:** Rukita Winter terletak di lokasi yang sangat strategis, seperti dekat kampus dan stasiun kereta api.

Kelemahan

- Biaya Sewa Tinggi:** Rukita Winter memiliki

biaya sewa yang tinggi, di atas rata-rata kos-kosan di sekitarnya yaitu Rp 2.300.000 per bulan.

- Kebocoran Kebisingan Eksternal:** Kebocoran suara dari luar ruangan dapat mempengaruhi kualitas hidup.
- Masalah Teknis dengan WIFI:** Sering ada keluhan tentang masalah teknis dengan WIFI yang tersedia.
- Pembuangan Sampah oleh Hewan:** Adanya keluhan sampah yang sering dibuang hewan di depan kamar sehingga dapat mengakibatkan pencemaran lingkungan di kost.
- Penegakan Aturan yang Buruk:** Tidak jarang peraturan yang ditetapkan oleh Rukita Winter diabaikan.

Peluang

- Pertumbuhan Penduduk Usia Kerja:** Jakarta, sebagai ibu kota, mengalami migrasi penduduk yang signifikan demi mendapatkan kesempatan kerja dan pendidikan, yang menyebabkan bertambahnya populasi individu usia kerja.
- Kemitraan Kolaboratif dengan Influencer:** Bermitra dengan influencer dapat meningkatkan visibilitas Rukita Winter dan menarik basis pelanggan yang lebih luas, khususnya di kalangan demografi usia produktif dan pelajar.
- Peningkatan Permintaan dari Pelajar:** Pertumbuhan populasi muda, tren migrasi, dan kedekatannya dengan kampus berkontribusi pada peningkatan permintaan akan rumah kos.
- Peningkatan Fasilitas:** Mengadopsi kemajuan teknologi dalam layanan utilitas dapat meningkatkan efisiensi secara keseluruhan

dan menarik penduduk.

5. **Kerjasama dengan Universitas Tetangga:** Rukita dapat berkolaborasi dengan universitas terdekat dengan menawarkan diskon eksklusif dan kemitraan untuk menarik perhatian mahasiswa.

Ancaman

1. **Persaingan dengan Penyedia Kost Lainnya:** Rukita Winter menghadapi persaingan yang signifikan dari kos-kosan lain karena lokasinya yang strategis.
2. **Kemerosotan Ekonomi (Resesi):** Menurunnya daya beli akibat resesi dapat berdampak pada keterjangkauan akomodasi kost.
3. **Perubahan Peraturan (Pemerintah):** Peraturan pemerintah yang menghambat operasional bisnis Rukita Winter, seperti kenaikan pajak yang tinggi, dapat menimbulkan tantangan.
4. **Kekurangan Staf:** Kekurangan staf dapat mempengaruhi kualitas layanan, sehingga menimbulkan risiko perpindahan penduduk karena ketidakpuasan.
5. **Bencana seperti banjir dan pandemi:** Bencana alam dan pandemi dapat mengganggu operasional dan menimbulkan risiko warga tidak dapat menginap di Rukita Winter.

Tabel analisis Internal Factor Evaluation (IFE) dan External Factor Evaluation (EFE) dibuat berdasarkan hasil identifikasi SWOT sebelumnya. Informan menentukan bobot (skor) masing-masing faktor untuk mendapatkan pemahaman yang paling mendekati keadaan sebenarnya di lapangan, sedangkan penulis menentukan penilaian (peringkat) sesuai kondisi perusahaan untuk memperoleh penilaian yang obyektif. Skor yang ditargetkan diperoleh dari perkalian bobot dan rating, dan hasilnya adalah tabel analisis IFE

sebagai berikut:

Total Skor Tertimbang dapat berkisar dari yang terendah 1,0 hingga tertinggi 4,0, dengan skor rata-rata adalah 2,5. Total Skor Tertimbang yang jauh di bawah 2,5 menandakan organisasi tersebut lemah secara internal, sedangkan skor yang jauh di atas 2,5 menunjukkan posisi internal yang kuat. Berdasarkan tabel analisis IFE tersebut menunjukkan bahwa Rukita (Winter) memiliki Total Weighted Score sebesar 2,55 yang menunjukkan bahwa mereka memiliki posisi internal yang kuat. Setelah melakukan analisis IFE, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis EFE, dengan hasil sebagai berikut:

Total Skor Tertimbang dapat berkisar dari yang terendah 1,0 hingga tertinggi 4,0, dengan skor rata-rata adalah 2,5. Total Skor Tertimbang yang jauh di bawah 2,5 menunjukkan organisasi tersebut lemah secara eksternal, sedangkan skor yang jauh di atas 2,5 menunjukkan posisi eksternal yang kuat. Berdasarkan tabel analisis EFE ini terlihat bahwa Rukita (Winter) memiliki Total Weighted Score sebesar 2,63 yang menunjukkan bahwa mereka merespon dengan sangat baik terhadap peluang dan ancaman yang ada dalam layanannya. Langkah selanjutnya setelah mengidentifikasi faktor internal dan eksternal suatu perusahaan adalah pembuatan matriks SWOT. Matriks SWOT dirumuskan melalui proses penentuan strategi berdasarkan kombinasi hasil identifikasi faktor internal dan eksternal (Kusrini, 2022). Selanjutnya dalam rangka menentukan jenis strategi yang sesuai untuk kegiatan usaha ini, dilakukan konversi tabel perhitungan IFE dan EFE ke dalam matriks IE. Dari hasil perhitungan IFE dan EFE diketahui titik sumbu x (nilai EFE) = 2,63 dan titik sumbu y (nilai IFE) = 2,55.

Tabel 1
Analisis Tabel IFE

Faktor	Berat (0-1)	Peringkat	Skor Tertimbang
Kekuatan:		(3-4)	
Sistem Manajemen yang Efisien	0,09	3	0,27
Fitur Komunikasi Online dengan media sosial	0,11	3	0,33
Keamanan Baik (CCTV dan Penjaga Gerbang)	0,12	4	0,48
Inisiatif Acara Komunitas	0,05	3	0,15
Lokasi strategis	0,18	4	0,72
Kelemahan:		(1-2)	
Biaya Sewa Tinggi	0,20	1	0,20
Kebocoran Kebisingan Eksternal	0,10	2	0,20
Masalah Teknis dengan WIFI	0,10	1	0,10
Pembuangan Sampah oleh Hewan	0,02	2	0,04
Penegakan Aturan yang Buruk	0,03	2	0,06
Total	1,00		2,55

Sumber : diolah oleh penulis (2023)

Tabel 2
Analisis Tabel EFE

Faktor	Berat (0-1)	Peringkat	Skor Tertimbang
Peluang:		(3-4)	
Pertumbuhan Penduduk Usia Kerja	0,15	4	0,60
Kemitraan Kolaboratif dengan Influencer:	0,05	3	0,15
Peningkatan Permintaan dari Pelajar	0,20	3	0,60
Peningkatan Fasilitas	0,10	3	0,30
Kerjasama dengan Universitas Tetangga	0,10	4	0,40
Ancaman:		(1-2)	
Persaingan dengan Penyedia Kost Lainnya	0,05	2	0,10
Kemerosotan Ekonomi (Resesi)	0,15	1	0,15
Perubahan Peraturan (Pemerintah)	0,08	2	0,16
Kekurangan Staf	0,05	2	0,10
Bencana seperti banjir dan pandemi	0,07	1	0,07
Total	1,00		2.63

Sumber : diolah oleh penulis (2023)

Gambar 2
Matriks SWOT (Sumber: diolah penulis (2023))

YANG	KAMI	Kekuatan: 1. Sistem Manajemen yang Efisien 2. Fitur Komunikasi Online dengan Media Sosial 3. Keamanan Baik (CCTV dan Penjaga Gerbang) 4. Inisiatif Acara Komunitas. 5. Lokasi strategis	Kelemahan: 1. Biaya Sewa Tinggi 2. Kebocoran Kebisingan Eksternal 3. Masalah Teknis dengan WIFI 4. Pembuangan Sampah oleh Hewan 5. Penegakan Aturan yang Buruk
Peluang: 1. Pertumbuhan Penduduk Usia Kerja 2. Kemitraan Kolaboratif dengan Influencer: 3. Peningkatan Permintaan dari Pelajar 4. Peningkatan Fasilitas 5. Kerjasama dengan Universitas Tetangga	JADI: 1. Menyelenggarakan acara komunitas seperti barbeque, karaoke, dan lain-lain untuk menarik perhatian calon pelanggan dari kalangan muda (S4, O1). 2. Berkolaborasi dengan influencer untuk meningkatkan pengaruh pemasaran media sosial Rukita (S2, O2).	DI MANA: 1. Meningkatkan kualitas ruangan untuk mencegah kebocoran suara dari luar ruangan (W2, O4). 2. Berkolaborasi dengan universitas terdekat untuk menawarkan diskon dan menurunkan harga sewa (W1, O5).	
Ancaman: 1. Persaingan dengan Penyedia Kost Lainnya 2. Kemerosotan Ekonomi (Resesi) 3. Perubahan Peraturan (Pemerintah) 4. Kekurangan Staf 5. Bencana seperti banjir dan pandemi	ST: 1. Menyediakan lingkungan yang aman untuk menanamkan rasa aman dan meningkatkan reputasi rumah kos (S3, T1). 2. Menerapkan sistem manajemen yang efisien untuk mengefektifkan penyewaan kamar, sehingga dapat meningkatkan reputasi kost (S1, T1).	WT: 1. Dengan menambahkan peredam suara, Rukita dapat meningkatkan pengalaman hidup penghuninya, mencegah mereka berpindah ke pesaing lain (W2, T1). 2. Meningkatkan efisiensi agar Rukita dapat menurunkan harga, memungkinkan warga untuk tetap tinggal di Rukita selama resesi (W1, T2).	

Tabel 3
Tabel Analisis QSPM - Alternatif Strategi

Faktor	Berat	Penetrasi Pasar		Pengembangan produk	
		SEBAGAI	ITU	SEBAGAI	ITU
Peluang:					
Pertumbuhan Penduduk Usia Kerja	0,15	3	0,45	4	0,60
Kemitraan Kolaboratif dengan Influencer:	0,05				
Peningkatan Permintaan dari Pelajar	0,20	3	0,60	4	0,80
Peningkatan Fasilitas	0,10	2	0,20	4	0,40
Kerjasama dengan Universitas Tetangga	0,10				
Ancaman:					
Persaingan dengan Penyedia Kost Lainnya	0,05	3	0,15	4	0,20
Kemerosotan Ekonomi (Resesi)	0,15	4	0,60	1	0,15
Perubahan Peraturan (Pemerintah)	0,08				
Kekurangan Staf	0,05				
Bencana seperti banjir dan pandemi	0,07				
Total	1,00				
Kekuatan:					
Sistem Manajemen yang Efisien	0,10				
Fitur Komunikasi Online dengan media sosial	0,10	4	0,40	2	0,20
Keamanan Baik (CCTV dan Penjaga Gerbang)	0,15				
Inisiatif Acara Komunitas	0,05	4	0,20	2	0,15
Lokasi strategis	0,15	1	0,15	4	0,60
Kelemahan:					
Biaya Sewa Tinggi	0,20	2	0,40	3	0,60
Kebocoran Kebisingan Eksternal	0,10	1	0,10	4	0,40
Masalah Teknis dengan WIFI	0,10	1	0,10	4	0,40
Pembuangan Sampah oleh Hewan	0,02				
Penegakan Aturan yang Buruk	0,03				
Total	1,00		3,35		4,50

Sumber : diolah oleh penulis (2023)

Berdasarkan Tabel 3, hasil evaluasi QSPM menunjukkan total skor Penetrasi Pasar sebesar 3,35, sedangkan Pengembangan Produk sebesar 4,50. Dapat disimpulkan bahwa melalui total skor tertinggi, alternatif strategi terbaik yang selaras dengan situasi Rukita Winter saat ini adalah dengan melakukan Pengembangan Produk. Strategi ini dapat membantu dalam mengembangkan produk dari ide atau konsep untuk memenuhi kebutuhan pasar sasaran. Dalam strategi pengembangan produk, fokus perusahaan adalah meningkatkan kualitas produk untuk menjaga loyalitas pelanggan.

SIMPULAN

Kesimpulan

Strategi yang dapat dilakukan Rukita Winter untuk memaksimalkan potensinya adalah dengan melakukan Pengembangan Produk. Pendekatan ini dapat membantu dalam mengembangkan produk dari ide atau konsep menjadi penawaran yang memenuhi kebutuhan target pasar. Dalam strategi pengembangan produk ini, fokus perusahaan harus pada peningkatan kualitas

produk untuk menjaga loyalitas pelanggan.

Meskipun penelitian ini dilakukan secara langsung melalui survei lapangan dan wawancara dengan pemilik, namun memiliki keterbatasan yaitu hanya terkait dengan kost Rukita Winter saja. Tidak bisa diterapkan pada kos-kosan lainnya. Dengan menganalisis hasil masing-masing matriks IFE, EFE, SWOT, IE, dan QSPM, penelitian selanjutnya dapat memberikan strategi bisnis terbaik bagi pemilik kost.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningrum, L., Yunanda, F. H., Angelita, T., Arista, E.Y., Setiawan, E., Damianus, S., & Septyanto, D. (2022). *Analisis Manajemen Strategi di Goresan Coffee*. Jurnal Ekonomi Trisakti, 2011-2018.
- David, FR, dan David FR, (2017). *Manajemen Strategis: Pendekatan Keunggulan Kompetitif, Konsep dan Kasus, Edisi Global* (16th ed.). Gerbang Edinburgh, Essex: Pearson Education Limited.
- Kusrini, W. (2022, September 5). *ANALISIS STRATEGI BISNIS PADA OLAHAN SUSU SEGAR "HOUSE*

- OF MILK." <https://e-journal.trisakti.ac.id/index.php/jet/article/view/14055>
- Leven, W. A., Liufeto, F. C., & Pasaribu, W. (2023). *Strategi Pembangunan Berkelanjutan Budidaya Ikan Bandeng (Chanos chanos) Menggunakan Pendekatan SWOT dan QSPM: Studi di Fahiluka, Kabupaten Malaka, Nusa Tenggara Timur*. Seri Konferensi IOP. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1224/1/012004>
- Mulyaningsih, S. A., & Puspa, T. (2022). *Analisa Strategi Bisnis Kedai Kopi Coffee Latar*. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 391.
- Nurairin, D. A., & Yan Orgianus. (2022). Perbaikan Strategi Pengembangan Perusahaan dengan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). *Jurnal Riset Teknik Industri*, 161–170. <https://doi.org/10.29313/jrti.v2i2.1335>
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wardhani, P.I., Pambudi, W.D., Fiaoza, J., Alfanisa, S., Susanto, H.Z., & Albani, N.K.A. (2022). *Identifikasi Pengaruh Pembangunan Kos-Kosan Terhadap Aktivitas Sosial Ekonomi di Pabelan Kabupaten Sukoharjo*. *LaGeografi*. <https://doi.org/10.35580/lageografia.v20i2.22475>