

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA JASA POOL MAINTENANCE PADA CV BERDIKARI JAYA ABADI DI BALI

Silvan Aprilano Hartono

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
silvanaprilano007@gmail.com

Mohammad Suyanto

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
suyanto@untag-sby.ac.id

ABSTRAK

Studi ini ditujukan untuk mengkaji dinamika lingkungan internal maupun eksternal sekaligus merancang langkah pertumbuhan bisnis bagi CV Berdikari Jaya Abadi, yang berfokus pada layanan pemeliharaan kolam renang di Bali. Menerapkan metodologi pendekatan kualitatif deskriptif, dengan Teknik penggalan data melalui wawancara dan observasi. Penggunaan metode SWOT, didukung oleh matriks IFAS dan EFAS guna memetakan berbagai elemen strategis organisasi. Kajian ini mengindikasikan bahwa nilai IFAS adalah 3,54 dan EFAS adalah 3,14, dengan koordinat SWOT (2,96; 2,02), yang menempatkan perusahaan dalam kuadran 1. Posisi tersebut mengindikasikan perusahaan didukung oleh potensi internal signifikan serta peluang pasar yang menjanjikan, sehingga pendekatan SO (Strengths–Opportunities) menjadi langkah yang paling tepat. Strategi tersebut mencakup perluasan kerja sama dengan hotel, vila, dan pengelola properti, peningkatan kualitas layanan berbasis teknologi, pengembangan kompetensi sumber daya manusia, serta penguatan reputasi perusahaan melalui peningkatan kepuasan pelanggan dan pemasaran digital. Diharapkan penerapan strategi ini dapat meningkatkan kapabilitas bersaingnya, memperluas penetrasi pasar, serta menjamin keberhasilan usaha dimasa depan.

Kata Kunci: *Strategi Pengembangan Usaha; Pool Maintenance; SWOT; IFAS; EFAS; Bali.*

A. PENDAHULUAN

Persaingan di sektor jasa semakin intensif seiring dengan kemajuan teknologi, perubahan dalam perilaku konsumen, dan meningkatnya ekspektasi terkait kualitas layanan. Situasi ini mendorong setiap perusahaan untuk merumuskan strategi bisnis yang jelas guna mempertahankan kelangsungan usaha dan menciptakan keunggulan kompetitif. Berbeda dengan sektor manufaktur yang lebih berorientasi pada produk, keberhasilan perusahaan jasa sangat bergantung pada kualitas layanan, kecepatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, profesionalisme tenaga kerja, serta kemampuan dalam membangun relasi berkelanjutan dengan konsumen. (Tjiptono, 2019) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah elemen kunci yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan, sedangkan (Parasuraman et al, 1988) mengemukakan bahwa mutu pelayanan dinilai berdasarkan 5 aspek utama yaitu keandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), jaminan rasa aman

(assurance), kepedulian (empathy), serta sarana fisik (tangibles). Oleh karenanya, perusahaan jasa dituntut untuk senantiasa membenahi mutu pelayanan guna menjaga daya saing di tengah kompetisi yang semakin kompleks.

Hal ini juga berlaku bagi industri jasa perawatan kolam renang yang memiliki karakteristik pelayanan berbasis keahlian teknis serta hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Jasa perawatan kolam renang tidak hanya berfokus pada kebersihan kolam, tetapi juga mencakup pengelolaan kualitas air, pemeliharaan sistem filtrasi, perawatan instalasi perpipaan, perbaikan peralatan, hingga renovasi fasilitas kolam renang. Kualitas layanan yang diberikan berdampak langsung pada keamanan, kenyamanan, dan kepuasan pengguna kolam renang. Oleh karena itu, perusahaan penyedia jasa perawatan kolam renang perlu memiliki tenaga kerja yang terampil, penggunaan teknologi yang memadai, serta sistem layanan yang cepat, tepat, dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan.

CV Berdikari Jaya Abadi adalah entitas bisnis yang bergerak dalam penyediaan jasa perawatan kolam renang di kawasan Bali, menawarkan layanan yang mencakup perawatan kolam renang, instalasi perpipaan, perbaikan dan renovasi kolam, penyediaan bahan kimia, suku cadang, serta berbagai perlengkapan kolam renang. Perusahaan ini melayani beragam segmen pelanggan, termasuk hotel, vila, resort, pusat rekreasi, hingga individu. Sebagai perusahaan yang beroperasi di destinasi wisata internasional, CV Berdikari Jaya Abadi menghadapi persaingan yang semakin ketat, baik dari perusahaan sejenis maupun penyedia jasa baru yang menawarkan layanan dengan harga dan inovasi yang bervariasi. Selain itu, perubahan dalam kebutuhan pelanggan yang kian menuntut pelayanan berkualitas, respons cepat, dan pemanfaatan teknologi modern menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan.

Di sisi lain, Bali dikenal sebagai pusat tujuan wisata terkemuka di tanah air dengan perkembangan pesat dalam industri perhotelan, vila, dan kawasan wisata. Pertumbuhan jumlah akomodasi ini berdampak pada meningkatnya permintaan akan jasa perawatan kolam renang yang profesional dan berkelanjutan. Potensi pasar yang besar ini memberikan prospek positif bagi perusahaan jasa perawatan kolam renang. Namun, peluang tersebut juga membawa serta meningkatnya tingkat persaingan, sehingga perusahaan perlu mengembangkan strategi bisnis yang mampu memanfaatkan peluang sekaligus mengantisipasi tantangan dari lingkungan bisnis. Keberhasilan strategi perusahaan sangat dipengaruhi oleh kemampuan dalam mengidentifikasi kondisi faktor internal maupun eksternal menjadi acuan pembuat Keputusan strategis (David, 2017).

Guna merancang arah ekspansi bisnis, analisis lingkungan internal maupun eksternal merupakan langkah yang krusial. Evaluasi ranah internal ditujukan guna memetakan keunggulan serta keterbatasan perusahaan, sementara penelaahan eksternal berguna memantau peluang dan potensi ancaman dari luar. Adapun kerangka analisis SWOT menjadi instrument mendasar yang kerap dipakai dalam perencanaan strategis lantaran kemampuannya memadukan aspek internal dan eksternal secara terstruktur demi merumuskan pilihan strategi yang aplikatif dan tepat sasaran (Wheelen et al., 2021).

Analisis SWOT dalam penelitian ini didukung oleh penyusunan Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis*)

Summary). Kedua instrument ini dimanfaatkan guna memberikan bobot dan penilaian terhadap setiap faktor strategis sehingga posisi perusahaan dapat dipetakan secara lebih objektif dalam diagram SWOT. Dengan pendekatan ini, perusahaan tidak hanya dapat memahami kondisi aktual yang dihadapi, tetapi juga memperoleh dasar yang lebih kuat dalam menentukan prioritas strategi pengembangan usaha.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian tentang strategi pengembangan usaha di CV Berdikari Jaya Abadi sangat esensial untuk dieksekusi. Kajian ini diproyeksikan mampu menyajikan pemetaan menyeluruh terkait dinamika lingkungan internal maupun eksternal entitas bisnis, sekaligus menghasilkan rekomendasi strategi yang sesuai dengan posisi kompetitif perusahaan. Selain memberikan manfaat praktis bagi manajemen CV Berdikari Jaya Abadi dalam menyusun kebijakan pengembangan usaha, luaran dari studi ini ditargetkan mampu menjadi acuan rujukan bagi pelaku bisnis sejenis maupun kajian ilmiah mendatang membahas strategi bisnis dalam sektor jasa berbasis pelayanan.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen strategi

Manajemen strategi adalah serangkaian langkah untuk merancang, melaksanakan, dan menilai keputusan yang mendukung tujuan jangka panjang suatu organisasi (David, 2017). Dalam sektor layanan, manajemen strategi memfasilitasi perusahaan dalam memahami lanskap bisnis, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, dan menanggapi perubahan pasar dengan lebih efisien (David, 2020).

Jasa pool maintenance

Jasa pool maintenance adalah layanan yang bertujuan menjaga kondisi kolam renang agar tetap bersih, aman, dan memenuhi standar operasional. Layanan ini meliputi perawatan kualitas air, pembersihan kolam, pemeriksaan sistem sirkulasi, pemeliharaan peralatan, hingga penanganan kerusakan. Pada industri perhotelan, kualitas perawatan kolam renang menjadi bagian dari pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Kotler 2016).

Analisis SWOT

Fungsi analisis SWOT ditujukan untuk mengevaluasi strengths, weaknesses, opportunities, dan threats pada entitas bisnis. Pendekatan ini mempermudah manajemen menyusun skema strategi yang adaptif terhadap situasi internal dan eksternal, sehingga pengambilan keputusan bisnis menjadi lebih terarah (Rangkuti, 2016).

Matriks IFAS

Instrumen matriks IFAS dimanfaatkan guna menguji variabel internal bisnis melalui skema pembobotan serta pemeringkatan aspek keunggulan maupun kelemahan. Output dari pemetaan IFAS menverminkan sejauh mana kondisi internal perusahaan mendukung pengembangan usahanya (David, 2020).

Matriks EFAS

Matriks EFAS difungsikan sebagai alat ukur elemen eksternal yang mencakup aspek prospek bisnis maupun ancaman dari luar. Alat ini membantu

perusahaan memahami dinamika lingkungan bisnis dan mengantisipasi perubahan yang dapat memengaruhi usaha (Wheelen et al., 2021).

Matriks SWOT

Matriks SWOT menggabungkan hasil IFAS dan EFAS guna merumuskan opsi formulasi strategi SO, WO, ST, maupun WT. Skema strategi SO umumnya diprioritaskan saat entitas bisnis didukung kapasitas internal yang solid serta prospek eksternal yang melimpah, sehingga fokus utamanya adalah pertumbuhan usaha (Wheelen et al., 2021).

C. METODE PENELITIAN

Studi ini dirancang menggunakan desain kualitatif deskriptif befokus studi kasus di CV Berdikari Jaya Abadi yang berlokasi di Bali. Data dihimpun melalui instrument wawancara, observasi, dan dokumentasi guna mengevaluasi kondisi internal maupun eksternal perusahaan. Proses analisis menerapkan metode SWOT, diperkuat oleh penyusunan Matriks IFAS dan Matriks EFAS. Tahapan analisis mencakup pemetaan elemen internal maupun eksternal, penentuan bobot dan penilaian untuk setiap faktor, perhitungan skor tertimbang, serta penempatan posisi perusahaan dalam diagram SWOT. Setelah itu, alternatif strategi dirumuskan dengan memanfaatkan matriks SWOT, guna menghasilkan strategi SO, WO, ST, dan WT sebagai landasan untuk menentukan strategi pengembangan yang paling tepat bagi CV Berdikari Jaya Abadi (Rangkuti, 2016).

D. HASIL PEMBAHASAN

Tabel 1 Faktor Internal

Faktor Internal	
Kekuatan	Kelemahan
kemampuan teknis dalam menangani trouble	Harga jasa relatif mahal dibandingkan dengan kompetitor
Reputasi yang baik sebagai jasa pool maintenance di Bali	Sulit mempertahankan beberapa pelanggan karena faktor harga
Menyediakan layanan lengkap, terintegrasi	Solusi atau metode kerja dapat diketahui digunakan kompetitor
Kualitas pelayanan yang baik	Gaji karyawan masih mengikuti standar UMK Bali
SDM disiplin, profesional	Segmentasi pasar lebih terbatas pada hotel premium
Tingkat loyalitas karyawan tinggi dengan masa kerja yang panjang	
Lingkungan kerja yang nyaman	
Mampu mengikuti perkembangan teknologi	

Sumber: Peneliti

Tabel 2 Faktor Eksternal

Faktor Eksternal	
Peluang	Ancaman
Pertumbuhan hotel dan villa di bali terus meningkat	Persaingan usaha pool maintenance semakin ketat
Meningkatnya jumlah hotel, villa, resort, dan beach club	Kompetitor menawarkan harga lebih murah
Tingginya kebutuhan jasa pool maintenance profesional	Hotel lebih mempertimbangkan efisiensi biaya dibanding kualitas
Perkembangan teknologi pool maintenance	Kebocoran metode kerja kepada vendor lain
Potensi kerja sama jangka panjang dengan industri perhotelan	Ketergantungan terhadap kondisi pariwisata Bali
Pengalaman menangani beach club besar meningkatkan citra perusahaan	

Sumber: Peneliti

Hasil identifikasi mengungkapkan bahwa CV Berdikari Jaya Abadi memiliki delapan faktor kekuatan, lima faktor kelemahan, enam peluang, dan lima ancaman. Kekuatan utama perusahaan terletak pada kompetensi teknis, reputasi, kualitas layanan, dan profesionalisme sumber daya manusia. Peluang terbesar berasal dari pertumbuhan dalam industri perhotelan di Bali serta meningkatnya permintaan untuk jasa pemeliharaan kolam. Temuan ini menjadi dasar untuk menyusun Matriks SWOT, IFAS, dan EFAS guna merumuskan strategi pengembangan bisnis yang tepat

Matriks SWOT

Tabel 3 Matriks SWOT CV BERDIKARI JAYA ABADI

Internal Eksternal	Kekuatan a. Kemampuan teknis tinggi dalam menangani trouble kolam renang. b. Reputasi perusahaan yang baik di Bali. c. Layanan lengkap dan terintegrasi. d. Kualitas pelayanan yang baik. e. SDM disiplin, profesional, dan loyal.	Kelemahan a. Harga jasa relatif lebih mahal dibandingkan kompetitor. b. Sulit mempertahankan beberapa pelanggan karena faktor harga. c. Solusi atau metode kerja dapat diketahui kompetitor. d. Gaji masih mengikuti standar UMK Bali. e. Segmentasi pasar lebih terbatas pada hotel premium
	Peluang a. Pertumbuhan hotel dan villa di bali terus meningkat Media Sosial b. Meningkatnya jumlah hotel, villa, resort, dan beach club c. Tingginya kebutuhan jasa pool maintenance profesional d. Perkembangan teknologi pool maintenance e. Potensi kerja sama jangka panjang dengan industri perhotelan f. Pengalaman menangani beach club besar meningkatkan citra perusahaan	Strategi SO a. Memanfaatkan reputasi perusahaan dan kemampuan teknis untuk memperluas kerja sama dengan hotel, villa, resort, dan beach club b. Mengembangkan layanan berbasis teknologi modern guna meningkatkan kualitas pelayanan dan efisiensi kerja. c. Memanfaatkan kualitas SDM dan pengalaman perusahaan untuk memenuhi kebutuhan jasa pool maintenance professional yang terus meningkat.
	Ancaman a. Persaingan usaha pool maintenance semakin ketat	Strategi WO a. Memanfaatkan reputasi perusahaan dan kemampuan teknis untuk memperluas kerja sama dengan hotel, villa, resort, dan beach club. b. Mengembangkan layanan berbasis teknologi modern guna meningkatkan kualitas pelayanan dan efisiensi kerja. c. Memanfaatkan kualitas SDM dan pengalaman perusahaan untuk memenuhi kebutuhan jasa pool maintenance professional yang terus meningkat.
	Strategi ST a. Mempertahankan kualitas pelayanan dan kemampuan teknis agar tetap	Strategi WT a. Menyusun SOP dan sistem perlindungan metode kerja perusahaan
	b. Kompetitor menawarkan harga lebih murah c. Hotel lebih mempertimbangkan efisiensi biaya dibanding kualitas d. Kebocoran metode kerja kepada vendor lain e. Ketergantungan terhadap kondisi pariwisata Bali	unggul dibandingkan kompetitor. b. Memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui pelayanan yang profesional dan responsif. c. Mengembangkan inovasi dan metode kerja untuk mempertahankan keunggulan kompetitif perusahaan. untuk menjaga keunggulan kompetitif. b. Meningkatkan efisiensi operasional guna menghadapi persaingan harga yang semakin ketat. c. Diversifikasi pasar pelanggan untuk mengurangi ketergantungan terhadap sektor pariwisata.

Sumber: Peneliti

Temuan dari pemetaan matriks SWOT mengindikasikan hadirnya 3 opsi formulasi pada setiap penggabungan strategi, yaitu SO, WO, ST, dan WT. Output

ini menandakan bahwa strategi yang dirumuskan tidak hanya berfokus pada pemanfaatan kekuatan dan peluang perusahaan, tetapi juga mempertimbangkan upaya untuk mengatasi kelemahan serta menghadapi berbagai ancaman dalam lingkungan bisnis.

Matriks IFAS

Tabel 4 Matriks IFAS CV Bedirkari Jaya Abadi

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Kemampuan teknis dalam menangani trouble	0,15	4	0,60
Reputasi yang baik sebagai jasa pool maintenance di Bali	0,13	4	0,52
Menyediakan layanan lengkap, terintegrasi	0,12	4	0,48
Kualitas pelayanan yang baik	0,11	4	0,44
SDM disiplin, professional	0,10	4	0,40
Tingkat loyalitas karyawan tinggi dengan masa kerja yang panjang	0,09	4	0,36
Lingkungan kerja yang nyaman	0,08	3	0,24
Mampu mengikuti perkembangan teknologi	0,07	3	0,21
Kelemahan			
Harga jasa relatif mahal dibandingkan dengan kompetitor	0,07	2	0,14
Sulit mempertahankan beberapa pelanggan karena faktor harga	0,04	2	0,08
Solusi atau metode kerja dapat diketahui digunakan kompetitor	0,02	2	0,04
Gaji karyawan masih mengikuti standar UMK Bali	0,01	2	0,02
Segmentasi pasar lebih terbatas pada hotel premium	0,01	1	0,01
TOTAL	1,00		3,54

Sumber: Peneliti

Hasil analisis IFAS menunjukkan total skor 3,54, yang merupakan gabungan dari skor kekuatan dan kelemahan. Angka ini mengindikasikan bahwa kondisi internal CV Berdikari Jaya Abadi tergolong kuat., sehingga perusahaan memiliki kekuatan yang lebih dominan dibandingkan kelemahannya. Kekuatan utama perusahaan meliputi kemampuan teknis dalam menangani berbagai permasalahan kolam renang, reputasi yang baik sebagai penyedia jasa *pool maintenance*, kualitas pelayanan yang konsisten, serta sumber daya manusia yang disiplin, profesional, dan loyal. Di sisi lain, kelemahan perusahaan meliputi harga jasa yang relatif lebih

tinggi dibandingkan kompetitor, kesulitan mempertahankan pelanggan karena faktor harga, serta segmentasi pasar yang masih terbatas.

Matriks EFAS

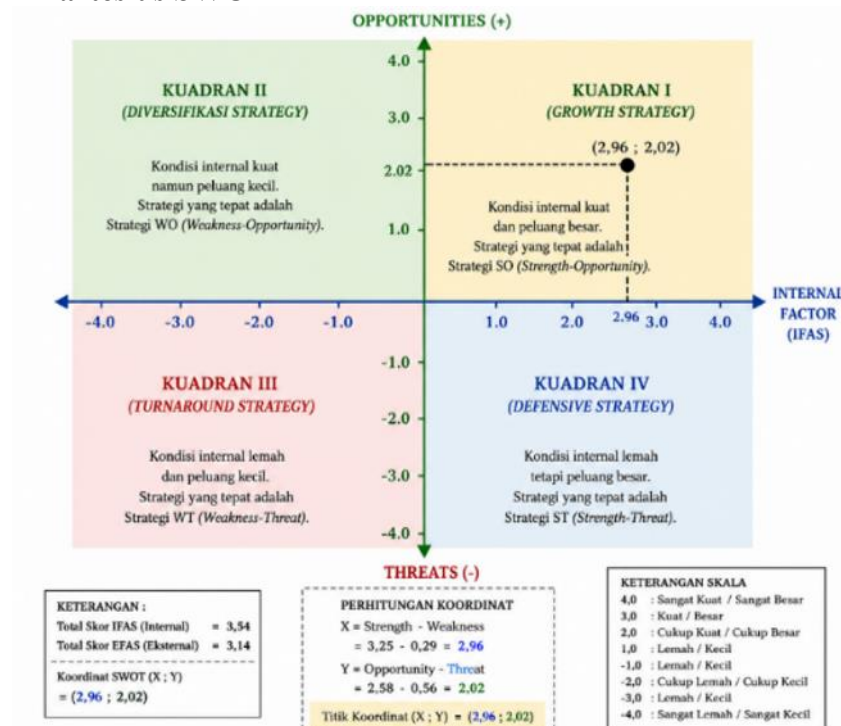
Tabel 5 Matriks EFAS CV Bedirkari Jaya Abadi

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
Pertumbuhan hotel dan villa di bali terus meningkat	0,14	4	0,56
Meningkatnya jumlah hotel, villa, resort, dan beach club	0,13	4	0,52
Tingginya kebutuhan jasa pool maintenance profesional	0,15	4	0,60
Perkembangan teknologi pool maintenance	0,10	3	0,30
Potensi kerja sama jangka panjang dengan industri perhotelan	0,11	3	0,33
Pengalaman menangani beach club besar meningkatkan citra perusahaan	0,09	3	0,27
Ancaman			
Persaingan usaha pool maintenance semakin ketat	0,10	2	0,20
Kompetitor menawarkan harga lebih murah	0,08	2	0,16
Hotel lebih mempertimbangkan efisiensi biaya dibanding kualitas	0,05	2	0,10

Sumber: Peneliti

Hasil analisis EFAS menunjukkan total skor 3,14, yang merupakan kombinasi dari skor peluang dan ancaman. Skor ini mencerminkan bahwa peluang yang dimiliki oleh CV Berdikari Jaya Abadi lebih signifikan dibandingkan dengan ancaman yang ada. Peluang utama berasal dari pertumbuhan industri pariwisata di Bali, yang ditandai dengan meningkatnya jumlah hotel, villa, resort, dan beach club, serta tingginya permintaan untuk layanan pemeliharaan kolam renang profesional. Sisi lain, ancaman yang dihadapi mencakup persaingan yang semakin ketat, kompetitor yang menawarkan harga yang lebih rendah, serta ketergantungan pada kondisi sektor pariwisata di Bali.

Diagram Kartesius SWOT



Gambar 1 Diagram Kartesius SWOT

Berdasarkan analisis SWOT, nilai IFAS yang diperoleh adalah 3,54, sedangkan EFAS mencapai 3,14. Kedua nilai ini kemudian dipetakan ke dalam Diagram Kartesius SWOT. Hasil dari pemetaan tersebut menunjukkan bahwa CV Berdikari Jaya Abadi terletak di Kuadran I (Ekspansi/Pertumbuhan). Hal tersebut mengindikasikan bahwasannya perusahaan ditopang oleh potensi internal yang solid serta prospek eksternal yang signifikan untuk berkembang. Dengan posisi ini, pendekatan SO (Strength–Opportunity), menjadi langkah paling ideal, yang berfokus pada pemanfaatan kekuatan perusahaan guna mengoptimalkan kesempatan yang ada.

Strategi pengembangan yang dapat diterapkan mencakup peningkatan kerja sama dengan hotel, villa, resort, dan beach club, penggunaan teknologi untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi layanan, serta pengembangan kompetensi sumber daya manusia secara berkelanjutan. Di samping itu, perusahaan juga perlu

memperkuat pemasaran dan memastikan kualitas layanan tetap terjaga untuk meningkatkan daya saing dan menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dengan penerapan strategi ini secara konsisten, diharapkan CV Berdikari Jaya Abadi dapat memperluas pangsa pasar, mendongkrak kapabilitas bersaing, serta menopang keberlanjutan bisnis jangka panjang.

E. KESIMPULAN

Rangkaian kajian ini menyimpulkan bahwa CV Berdikari Jaya Abadi memiliki kondisi internal yang lebih kuat dibandingkan kelemahannya serta didukung oleh prospek eksternal yang melampaui potensi ancaman. Output kalkulasi IFAS serta EFAS menempatkan entitas bisnis pada area kuadran 1, sebuah penanda atas besarnya keunggulan dan peluang untuk bertumbuh pesat.

Formulasi yang paling presisi untuk dieksekusi yaitu skema SO (*Strength–Opportunity*), yakni mengkapitalisasi potensi internal guna meraih peluang pasar melalui perluasan kemitraan, peningkatan kualitas layanan berbasis teknologi, dan pengembangan kompetensi sumber daya manusia. Dengan penerapan strategi tersebut, CV Berdikari Jaya Abadi diharapkan mampu meningkatkan daya saing serta mengembangkan usaha secara berkelanjutan di industri jasa *pool maintenance*.

DAFTAR PUSTAKA

- David, F. R. (2017). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Pearson.
- David, F. R., & David, F. R. (2020). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (16th ed.). Pearson.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (13th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions. *Journal of Retailing*.
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa*. Andi.
- Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2021). *Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation, and Sustainability* (16th ed.). Pearson.