Router: Jurnal Teknik Informatika dan Terapan
Volume 3 Number 1, March 2025
e-ISSN : 3032-3312 p-ISSN : 3026-3611, Hal 60-67
DOI: https://doi.org/10.62951/router.v2i3.173
Available Online at: https://journal.aptii.or.id/index.php/Router

Analisa Kinerja Karyawan Bagian Penjualan Produk Electrical dan Mechanical dengan Metode SWOT

Nanda Kharisma [1*], Susanto[2] , Nur Nawaningtyas Pusparini[3]
[1,2] STMIK Widuri
*nanda21412003@kampuswiduri.ac.id[1] , arengkasanto@gmail.com[2] , tyaspusparini@kampuswiduri.ac.id[3]
Alamat: Jl. Palmerah Barat No.353, RT.3/RW.5, Grogol Utara, Kby. Lama, Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta 11480.
Korespondensi penulis: nanda21412003@kampuswiduri.ac.id

Abstract. *Performance is a performance of the level of success that exists in employees based on the entire process that has been carried out in relation to certain activities during the period determined by the company, especially in the sales sector to achieve turnover for electrical and mechanical products offered to consumers so that further analysis is needed. To further determine the potential performance, use the SWOT method which has 4 parameters such as strengths, weaknesses, opportunities and threats. After carrying out a SWOT analysis, an evaluation of the previously known SWOT conclusions can be determined.*

Keywords *Performance, Employee, SWOT*

Abstrak. Kinerja merupakan suatu performa atas tingkat keberhasilan yang ada pada diri karyawan berdasarkan keseluruhan dari proses yang sudah dilakukan berkaitan dengan aktifitas – aktifitas tertentu selama masa periode yang ditetapkan perusahaan terutama bidang penjualan untuk mencapai omset terhadap produk electrical dan mechanical yang ditawarkan kepada konsumen sehingga diperlukan analisa lebih lanjut untuk mengetahui potensial kinerja tersebut menggunakan metode SWOT yang mempunyai 4 parameter seperti, kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Setelah dilakukan analisa SWOT maka dapat ditentukan evaluasi hasil simpulan SWOT yang sudah diketahui sebelumnya.

Kata kunci: Kinerja, Karyawan, SWOT

1. LATAR BELAKANG

Kinerja karyawan menjadi sebuah tingkatan prestasi setiap karyawan dalam bekerja yang sudah dicapai pada bidang tertentu dengan penuh tanggung jawab berdasarkan standar operasional prosedur, artinya menuntaskan tugas – tugas serta pekerjaan untuk karyawan yang mempunyai sifat niat maupun kreatifitas dari segi pengetahuan / pemikiran, selain itu dasar yang meliputi terhadap kinerja karyawan dapat diklasifikasikan yaitu kualitas dan juga kuantitas individunya, sebab dari hal tersebut dapat dijadikan evaluasi untuk kedepannya khususnya terhadap penjualan produk (Samsudin & Waluyo, 2021; Syafrina, 2017).

Pada proses penjualan produk electrical dan mechanical yang dilakukan diperusahaan dari karyawan untuk mencapai omset perusahaan terdapat beberapa permasalahan yang terjadi dapat dijadikan tolak ukur dalam proses analisa lebih lanjut seperti, terutama dalam mencari harga & stok barang yang diminta oleh *customer* yang sulit dan pada penjualan produk *electrical* dan *mechanical* yang dilakukan mengalami penurunan.

Adapun solusi sebagai evaluasi supaya menjadi tolak ukur kedepannya terhadap kinerja karyawan bagian penjualan dengan menggunakan metode SWOT. SWOT merupakan suatu

Received: Februari 15 2025; Revised: Februari 29, 2025; Accepted: Maret 17, 2025; Published : Maret 31,2025;

konsep ilmu dalam evaluasi mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman disebuah institusi serta serangkaian tata cara dalam mengamati ruang lingkup pemasaran eksternal maupun internal, selain itu SWOT didasarkan oleh logika yang bisa dioptimalkan terhadap 4 parameter, secara inti dari metode SWOT ialah bidang ilmu yang menggunakan penalaran kepada lingkungannya internal *strengths* maupun *weaknesses* dan juga eksternal *opportunites* serta *threats* (Lontaa et al., 2019; Widiyarini & Hunusalela, 2019).

2. KAJIAN TEORITIS

Karyawan atau pegawai ialah sesesorang dimana selaku yang melakukan suatu kegiatan ataupun aktifitas tertentu terhadap instansi dengan estimasi kerja sesuai yang didasari atas perjanjian – perjanjian mutlak bersifat hukum pada posisi bidangnya masing – masing berdasarkan prosedur pekerjaannya, pada UU RI No. 14 tahun 1969 pada karyawan berisi tentang bagaimana setiap individu melakukan aktifitas tertentu bagi industri mengenai bagian divisi masing – masing mendapatkan imbalan yang sesuai ketentuan serta jam kerja dengan fasilitas tunjangan yang berlaku pada tingkatannya, secara garis besar mengenai pegawai itu sendiri setiap orang yang memiliki tanggung jawab terhadap aktifitas sesuai dengan prosedur bagi perusahaan serta mendapatkan upah dalam bentuk lain (Alvin Cakra Pratista, 2021; Halim, 2021).

Bagian Penjualan adalah sebuah aktifitas dari pekerjaan diperusahaan yang dimana menangani dalam segi mempromosikan, menjual, maupun negosiasi seperti barang ataupun jasa tertentu terhadap konsumen sehingga memenuhi kebutuhan yang sesuai dan juga mempunyai *respond* baik atas kepuasan yang diterima, namun dari skema bagian penjualan produk umumnya memiliki sebuah strategi baik jangka pendek maupun panjang akan tetapi jika ditelaah lebih lanjut dalam *management* pekerjaan bagian penjualan produk mendapat ketentuan mengenai aspek berorientasi *target* bagi perusahaan, sebab demi menjaga kestabilan serta kemajuan perusahaan supaya berkembang, secara garis besar mengenai bagian penjualan dengan ruang lingkup yang setiap saat berkomunikasi kepada konsumen sehingga melakukan aktifitas salah satunya menjual produk – produk tertentu yang menjadi nilai guna serta dapat mencukupi kebutuhan konsumen atas kehidupannya sehari – hari (Rahmawati, 2017; Riswanda & Priandika, 2021; Susilo, 2018).

Produk Electrical dan Mechanical ialah suatu bentuk barang yang dimana terdapat electrical dengan sifat benda tersebut timbul dari adanya daya atau muatan listrik, listrik juga dapat diartikan sebagai kondisi terhadap partikel – partikel subatomik tertentu yaitu *electron* dan *proton* yang berdampak pada penarikan serta penolakan gaya sedangkan jasa terdapat

mechanical yang berdasarkan pada sebuah konsep bidang ilmu khusus yang mempelajari fungsional maupun kinerja mesin, alat bantu benda, salah satunya yakni mesin, namun dari *mechanical* mempunyai aspek penting dalam pengetahuan terhadap gerakan – gerakan benda ataupun efek gaya pada gerakan itu sendiri, secara garis besarnya produk *electrical* serta *mechanical* terbagi menjadi 2 aspek baik dari segi barang untuk *electrical* atau kelistrikan dengan bermuatan listrik dan sudut pandang jasa sebagai *mechanical* yang memiliki bidang keilmuan tertentu yaitu pada mesin (Surya & Lusyana, 2019).

Metode SWOT merupakan serangkaian bidang ilmu untuk mengindentifikasi bermacam – macam faktor yang mempengaruhinya secara terstruktur dalam menginterpretasikan rencana disebuah perusahaan, landasan yang menjadi dasar metode ini terbagi 4 parameter berdasarkan pada logika yang dapat mengoptimalkan baik dari sudut pandang kekuatan maupun kesempatan, namun yang bersamaan juga dapat diminimalisir kelemahan serta ancaman, selain itu metode SWOT sebagai evaluasi bagaimana perusahaan mengalami kondisi seperti saat ini/sekarang dan juga kedepannya sehingga mengalami perubahan positif atau negatif, kemudian disisi lain pada metode SWOT sekumpulan elemen – elemen eksternal dan internal diperusahaan dengan berfokus pada basis data yang memiiki pola 3-1-5, maknanya sebuah perusahaan dapat dianalisa 3 tahun sebelum analisa, selanjutnya tahun analisa dilaksanakan, serta pasca analisa dalam 5 tahun kedepan, setelah proses aktifitas analisa ini dikerjakan supaya strategi yang dipilih sebuah perusahaan dapat mempertanggung jawabkan yang bersumber dari fakta serta dasar yang kuat (Herawati et al., 2020; Waluyo, 2021).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan konsep kualitatif, yaitu suatu metode pendekatan untuk mengeksplorasi serta memahami suatu gejala sentral supaya dapat menghasilkan penemuan – penemuan ilmiah akan tetapi tidak bisa dicapai dengan menggunakan prosedur statistik, namun bisa menunjukkan beberapa aspek tertentu sehingga pada datanya menjadi tolak ukur sebagai acuan memperoleh hasil yang maksimal, pengumpulan data yang dilakukan seperti, observasi, wawancara dan studi pustaka (Bariadi et al., 2022; Lenaini, 2021; Qanita, 2020).

Selain itu, aspek struktur metode SWOT sebagai analisa terhadap penjualan produk *electrical* dan *mechanical* dapat diamati tabel dibawah ini.

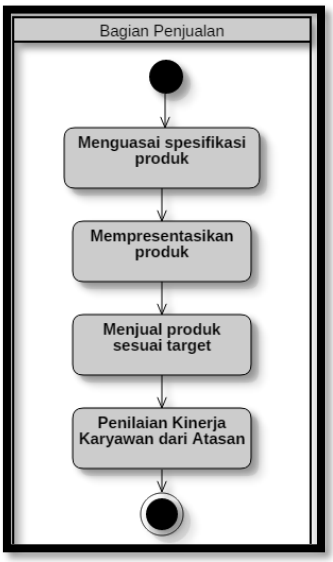
Tabel 1. Struktur Faktor Metode SWOT

	Kekuatan (*Strengths*)	Kelemahan (*Weaknesess*)
INTER NAL	1. 2. 3.	1. 2. 3.

	4. 5.	4. 5.
Ancaman (*Threats*)	Kesempatan (*Opportunities*)	EKSTERNAL
1. 2. 3. 4. 5.	1. 2. 3. 4. 5.	

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap ini dilakukan analisa sistem yang berjalan pada penjualan produk *electrical* dan *mechanical,* oleh karena itu dibuatkanlah kedalam *activity diagram* untuk mengetahui analisa tersebut, berikut *activity diagram* analisa sistem yang berjalan antara lain:



Gambar 1. *Use Case Diagram* Berjalan

Activity diagram yang telah dibuat maka dapat dijelaskan bahwa dalam bagian penjualan dengan tahapan – tahapan prosesnya yang dimana seperti mulai untuk prosesnya, kemudian menguasai spesifikasi produk sebagai pengetahuan dari barang yang tersedia pada stok gudang, selanjutnya mempresentasikan produk atau barang yang dijual kepada pelanggan sehingga pelanggan juga bisa menilai, menganalisa dan memberikan tanggapan secara langsung sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan, lalu menjual produk – produk sesuai target perusahaan kepada pelanggan untuk mencapai omset yang baik dan terakhir penilaian kinerja karyawan dari atasan.

Analisa Metode SWOT

Tahapan metode SWOT dibagi menjadi 4 parameter berdasarkan kekuatan, kelemahan, kesempatan/peluang, dan ancaman bagi Perusahaan, oleh karena itu dapat dijabarkan dari 4

parameter tersebut, berikut 4 parameter yang akan di jelaskan dari masing – masing dengan kondisi perusahaan yakni:

1. ***Strengths*** **(Kekuatan)**

Tabel 2. Kekuatan Pada Perusahaan

	No	Kekuatan (*Strengths*)
Hal – hal yang dilakukan pada perusahaan dengan baik	1	Menjual berbagai macam produk electrical & mechanical yang dibutuhkan *customer.*
	2	Harga produk bisa dinegosiasikan kepada *customer.*
	3	Penyampaian untuk presentasi produk kepada *customer* sudah secara *detail* dilakukan.
	4	-
	5	-

2. ***Weaknesess*** **(Kelemahan)**

Tabel 3. Kelemahan Pada Perusahaan

	No	Kelemahan (*Weaknesess*)
Hal – hal yang menjadi kekurangan pada perusahaan	1	Penjualan produk mengalami ketidak konsistenan.
	2	Omset yang diperoleh tidak mengalami perkembangan atau standar.
	3	Mengalami stok produk yang kosong dengan waktunya yang tidak dapat ditentukan untuk stok kembali.
	4	-
	5	-

3. ***Opportunities*** **(Kesempatan)**

Tabel 4. Kesempatan Pada Perusahaan

	No	Kesempatan (*Opportunities*)
Elemen dalam lingkungan yang dimanfaatkan	1	Mempunyai *customer* tetap sehingga dapat menjual kembali produk yang dibutuhkan.
	2	Mendapatkan relasi baru atau *customer* baru dari *channel customer* tetap.
	3	Kompetitor yang sedikit dalam proyek tender sehingga harga produk yang dijual menjadi standar.
	4	-
	5	-

4. ***Threats*** **(Ancaman)**

Tabel 4. Ancaman Pada Perusahaan

	No	Ancaman (*Threats*)
Elemen dalam lingkungan yang bisa menyebabkan masalah	1	Harga produk yang dijual akan kalah saing dengan kompetitor yang lain, sebab harga yang ditentukan dibawah harga standar atau lebih murah.
	2	Kebocoran data pada saat *purchase order* sehingga kompetitor lain mengetahui dan berkurangnya *customer.*

	3	Dalam transaksi jual beli kepada *customer* mengalami pembayaran yang tertunda jika sudah jatuh tempo sehingga berdampak kepada omset.
	4	-
	5	-

Simpulan Metode SWOT

Analisa metode SWOT yang dilakukan makan didapatkan sebuah simpulan mengenai metode SWOT secara terstruktur mulai dari faktor eksternal maupun internal yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka pada simpulan metode SWOT memberikan sebuah tabel yang dimana berdasarkan 4 parameter tersebut, berikut simpulan terhadap metode SWOT antara lain:

1. Faktor internal metode SWOT (kekuatan dan kelemahan) pada perusahaan terhadap kinerja karyawan bagian penjualan produk electrical dan mechanical.
   a. Kekuatan (*Strengths*), pada data yang diperoleh maka secara kinerja yang dilakukan terhadap bagian penjualan yaitu, menjual beragam produk electrical dan mechanical yang dimana harganya dapat dinegosiasikan dan penyampaian untuk presentasi produk juga dilakukan secara detail kepada customer.
   b. Kelemahan (*Weaknesess*), dari data yang diperoleh maka secara kinerja terhadap bagian penjualan yaitu, baik dalam penjualan maupun omset mengalami ketidak konsistenan atau tidak ada perkembangan dan juga stok produk yang kosong tidak dapat ditentukan waktunya apabila stok Kembali.
2. Faktor eksternal metode SWOT (kesempatan dan ancaman) pada perusahaan terhadap kinerja karyawan bagian penjualan produk electrical dan mechanical.
   a. Kesempatan (*Opportunities*), sesuai dengan data yang diperoleh maka secara kinerja terhadap bagian penjualan yaitu, mempunyai *customer* tetap sehingga dapat dijual kembali serta mendapatkan relasi baru dari *channel customer* tetap dan kompetitor yang sedikit dalam proyek tender sehingga harga produk yang dijual menjadi standarisasinya.
   b. Ancaman (*Threats*), berdasarkan dari data yang diperoleh maka secara kinerja terhadap bagian penjualan yaitu, harga produk yang dijual akan kalah saing.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis maka dapat sebuah kesimpulan bahwa, Untuk kinerja karyawan terhadap bagian penjualan produk electrical dan mechanical dilakukan analisa menggunakan 4 parameter SWOT yakni kekuatan (*strengths*), kelemahan

(*weaknesess*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dan parameter metode SWOT menyatakan bahwa kinerja karyawan terhadap bagian penjualan produk electrical dan mechanical berdasarkan faktor internal baik kekuatan (*strengths*) kinerja dari bagian penjualan sudah baik dalam aspek menjual berbagai macam produk serta harganya dapat dinegosiasi sehingga untuk penyampaian produk sudah secara *detail* kepada *customer*, sedangkan kelemahan (*weaknesess*) kinerja dari bagian penjualan ialah tidak tercapainya omset penjualan yang ditargetkan perusahaan, namun dari sisi faktor eksternal baik peluang (*opportunities*) untuk meningkatkan kinerja bagian penjualan dapat memanfaatkan media sosial untuk promosi kepada customer baik yang tetap maupun baru sehingga bisa mencapai target perusahaan, kemudian ancaman (*threats*) kinerja bagian penjualan memiliki ancaman jika tidak mengevaluasi laporan penjualan, tidak memanfaatkan peluang yang ada.

DAFTAR REFERENSI

Alvin Cakra Pratista. (2021). Analisis kualitas pelayanan menggunakan metode Service Quality dan diagram Kano untuk meningkatkan kepuasan nasabah di Bank Jabar Banten Syariah cabang Bandung. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis, 1*(1), 10–15. https://doi.org/10.29313/jrmb.v1i1.33

Bariadi, R., Putra, G. M., & Rohminatin, R. (2022). Analisis mengenali minat bakat siswa SMKN 1 Setia Janji menurut teknik Certainty Factor. *J-Com (Journal of Computer), 2*(3), 219–228. https://doi.org/10.33330/j-com.v2i3.1943

Halim, R. (2021). Analisis dan perancangan sistem informasi manajemen sumberdaya manusia dengan metode analisis PIECES (studi kasus pada PT. Asuransi). *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, 4*(5), 374–382. https://doi.org/10.54371/jiip.v4i5.295

Herawati, E. S. B., Adiman, A., & Aliyyah, R. R. (2020). Analisis perencanaan strategis program studi pendidikan guru sekolah dasar (PGSD) FKIP UNU Cirebon menggunakan metode SWOT. *Journal Of Administration and Educational Management (ALIGNMENT), 3*(2), 95–108. https://doi.org/10.31539/alignment.v3i2.1690

Lenaini, I. (2021). Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah, 6*(1), 33–39. Retrieved from p-ISSN 2549-7332 | e-ISSN 2614-1167

Lontaa, J., Mananeke, L., & Tawas, H. N. (2019). Determination of marketing strategies in increasing competitive advantage by using SWOT analysis at PT. Asuransi Asei Indonesia Branch Manado. *Jurnal EMBA, 7*(4), 5039–5048.

Qanita, A. (2020). Analisis strategi dengan metode SWOT dan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix): Studi kasus pada D'Gruz Caffe di Kecamatan Bluto Sumenep. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen, 1*(2), 11–24. https://doi.org/10.15575/jim.v1i2.10309

Rahmawati, S. (2017). Proses seleksi karyawan baru bagian sales pada PT Mitra Sukses Karya Bersama Bekasi. *Jurnal Administrasi Kantor, 5*(1), 99–106. Retrieved from file:///C:/Users/ACER/Downloads/234431-proses-seleksi-karyawan-baru-bagian-sale-82be7485.pdf

Riswanda, D., & Priandika, A. T. (2021). Analisis dan perancangan sistem informasi manajemen pemesanan barang berbasis online. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak, 2*(1), 94–101. Retrieved from http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/informatika/article/view/730

Samsudin, M., & Waluyo, M. (2021). Analisis strategi promosi produk kopi tarik untuk meningkatkan volume penjualan pada divisi promosi dengan metode SWOT dan BCG di PT. XYZ. *Juminten, 2*(2), 144–155. https://doi.org/10.33005/juminten.v2i2.131

Surya, C., & Lusyana. (2019). Sistem informasi penjualan produk electrical mechanical pada CV. Agusta Gemilang berbasis web. *Jaringan Sistem Informasi Robotik - (JSR), 3*(1), 169–176.

Susilo, M. (2018). Rancang bangun website toko online menggunakan metode Waterfall. *InfoTekJar (Jurnal Nasional Informatika Dan Teknologi Jaringan), 2*(2), 98–105. https://doi.org/10.30743/infotekjar.v2i2.171

Syafrina, N. (2017). Pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Suka Fajar Pekan Baru. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review, 4*(8), 1–12. Retrieved from https://ekobis.stieriau-akbar.ac.id/index.php/Ekobis/article/view/5

Waluyo, T. N. L., & M. (2021). Analisis strategi pemasaran dengan metode SWOT dan BCG di PT. XYZ. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi, 4*(2), 55–72.

Widiyarini, W., & Hunusalela, Z. F. (2019). Perencanaan strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT dan QSPM dalam upaya peningkatan penjualan T Primavista Solusi. *JABE (Journal of Applied Business and Economic), 5*(4), 384. https://doi.org/10.30998/jabe.v5i4.4186