

# **ANALISIS SWOT UNTUK MENGETAHUI *POSITIONING* PERUSAHAAN DALAM MENENTUKAN STRATEGI PERUSAHAAN PADA UD. MAHKOTA GEMPOL**

**Gian Dwi Jayanti, Pribadiyono, Indah Noviandari**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya

E-mail: [giandwij70@gmail.com](mailto:giandwij70@gmail.com)

## **ABSTRAK**

UD. Mahkota Gempol berada pada kuadran 1, posisi ini menandakan perusahaan yang kuat dan berpeluang maka strategi yang harus diterapkan adalah SO yaitu : Meningkatkan keramahan pelayanan di bagian pemasaran untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan, mempertahankan produk yang sudah memenuhi Standar Nasional Indonesia sehingga dapat menerima permintaan alat-alat listrik dari proyek-proyek nasional, meningkatkan produk yang beragam sehingga dapat memperluas saluran distribusinya. Adapun strategi bersaing menggunakan Matrik Internal-Eksternal yaitu : Meningkatkan keahlian tenaga kerja untuk menghadapi pesaing-pesaing baru, menciptakan pelayanan yang lebih baik, memberikan jenis produk yang dijual sesuai keinginan pelanggan, memberikan persaingan harga dengan perusahaan pesaing, menurunkan harga dengan berbagai potongan.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Positioning, Strategi Yang Akan Datang.

## ***ABSTRACT***

*UD. Mahkota Gempol is at quadran 1, this position designates strong company and then strategy that must applied is SO that is : Improve service friendliness in the marketing department to establish good relations with customers, maintain products that have complied with Indonesian National Standards so that they can receive requests for electrical equipment from national projects, improve diverse products so that they can expand their distribution channels. As for strategy competitive use Internal-External Matrix that is : Improve the skill of the workforce to face new competitor, creating better service, provide the type of product sold according to the customer's wishes, provide price competition with competing companies, lower price with various pieces.*

*Keywords: SWOT Analysis, Positioning, The coming Strategies.*

## **PENDAHULUAN**

UD. Mahkota Gempol merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi peralatan listrik. Produk-produk yang dibuat antara lain stop kontak, fitting lampu, double T, lampu LED, box roll kabel, MCB box dengan merek Dexicon yang telah memenuhi Standar Nasional Indonesia (SNI). Untuk Faktor Internal Kekuatan (*Strengths*) yang dimiliki UD. Mahkota Gempol yaitu produk-produknya sudah memenuhi Standar Nasional Indonesia, namun disisi lain Kelemahan (*Weaknesses*)

yang harus dihadapi adalah tingkat pendidikan masih rendah dibagian tertentu misalnya bagian perakitan. Peluang (*Opportunities*) untuk UD. Mahkota cukup besar karena adanya proyek-proyek nasional sehingga permintaan alat-alat listrik meningkat. Dan untuk Ancaman (*Threats*) yaitu adanya pesaing baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Untuk mengetahui sejauhmana strategi yang digunakan oleh perusahaan, maka perlu suatu pendekatan yang digunakan untuk menghadapi segala tantangan dan persaingan yaitu analisis SWOT.

### **Analisis SWOT**

Menurut Rangkuti (2018: 20), SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis.

### **Matrik Internal Eksternal**

Parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan model ini adalah untuk memperoleh strategi bisnis di tingkat korporat yang lebih detail. Rangkuti (2018: 95)

### **Matrik SWOT**

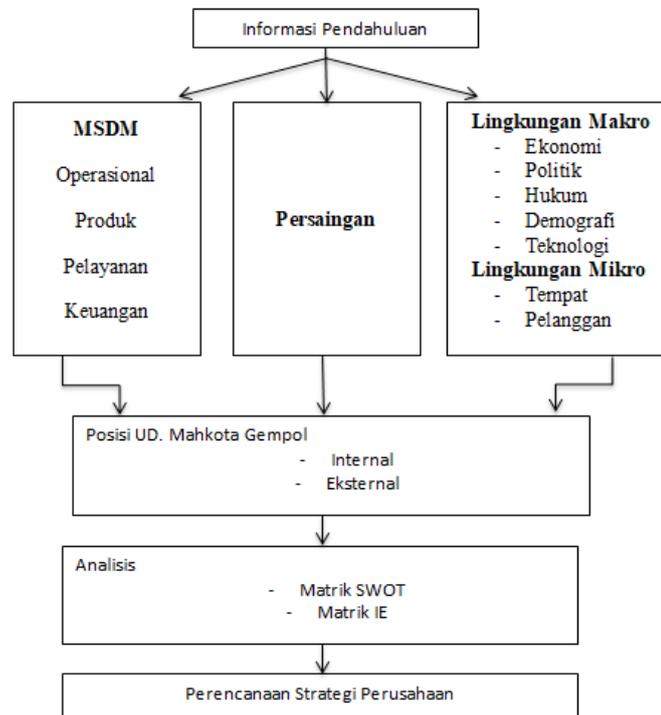
Menurut Rangkuti (2018:83), matrik SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategis.

### **Manajemen Strategi**

Menurut Suhardi (2018: 85), manajemen strategi merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian berbagai tindakan dan keputusan perusahaan untuk untuk memenangkan persaingan, dalam hal ini adalah persaingan bisnis.

### **Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual merupakan desain penelitian yang berfungsi sebagai penuntun unuk memudahkan memahami alur berpikir dalam penelitian ini. Berikut ini adalah kerangka konseptual penelitian “Analisis SWOT Untuk Mengetahui Positioning Perusahaan Dalam Menentukan Strategi Perusahaan pada UD. Mahkota Gempol”



Gambar 2.5  
Kerangka konseptual

Sumber : Peneliti (2019)

## METODE PENELITIAN

### Pendekatan Penelitian

Menurut Sugiarto (2015: 9), menyatakan instrumen dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri (*human instrument*). Peneliti yang menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya.

### Jenis Data

Teknik pengumpulan data menjelaskan tentang bagaimana data dikumpulkan sebelum diolah. Berdasarkan sumbernya, jenis data dibagi menjadi dua yaitu :

#### a. Data Primer

Yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

#### b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data perusahaan yang ada berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

### Sumber Data

- a. Hasil wawancara dan interview kepada pimpinan dan berbagai karyawan dari UD. Mahkota Gempol.
- b. Dokumen-dokumen yang ada di perusahaan seperti sejarah, visi dan misi, struktur organisasi.
- c. Buku-buku referensi untuk melengkapi penelitian tentang Analisis SWOT untuk merencanakan strategi perusahaan.
- d. Jurnal/skripsi terdahulu yang dapat menjadi bahan studi pembimbing dalam mengadakan penelitian.

### Teknik Pengumpulan Data

Menurut Firdaus dan Zamzam (2018: 103) teknik pengumpulan data merupakan langkah penting dalam penelitian, sehingga memamerkan teknik pengumpulan data yang tepat agar menghasilkan data yang sesuai.

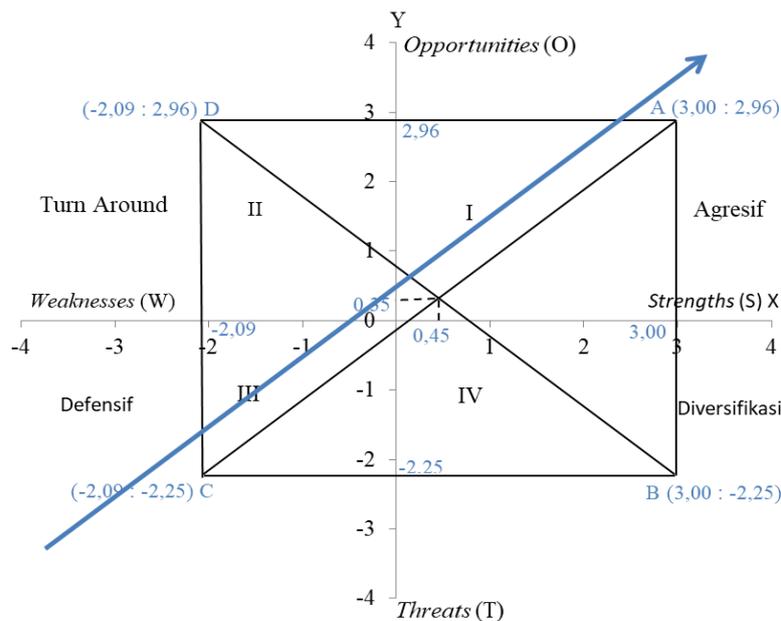
### Teknik Kuesioner

Kuesioner merupakan bentuk lain dari teknik non tes. Secara umum, ada dua jenis kuesioner yaitu kuesioner tertutup dan terbuka. Rukajat (2018: 83)

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Posisi UD. Mahkota Gempol

Gambar 4.2  
Posisi UD.Mahkota



Sumber : Peneliti (2019)

Dari pengolahan kuesioner, diperoleh hasil posisi perusahaan pada titik x berada pada kuadran I, dimana perusahaan memiliki cukup kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang tersedia. Dengan memperhatikan kedekatan titik x terhadap kuadran IV, dimana ancaman cukup menekan perusahaan dalam persaingan.

### Hasil Diagram Matrik SWOT

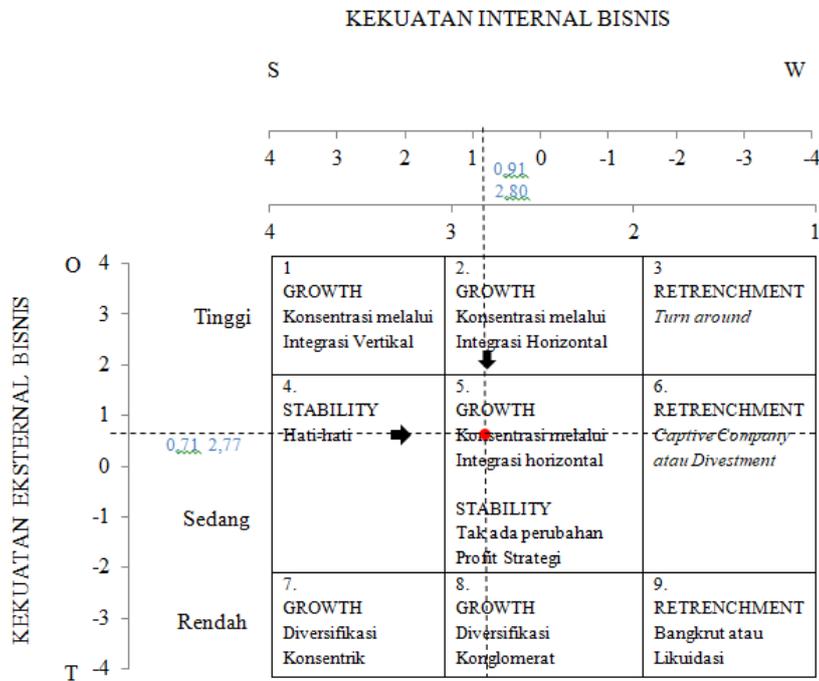
Tabel 4.9  
Diagram Matrik SWOT keunggulan kompetitif

<p><b>IFAS</b></p> <p><b>EFAS</b></p>	<p><b>KEKUATAN/STRENGTHS (S)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Produk sudah memenuhi Standar Nasional Indonesia</li> <li>- Produk yang beragam</li> <li>- Ada standar kualitas operasional</li> <li>- Memiliki sistem pencatatan akuntansi dan administrasi sehingga lebih efektif dan efisien</li> <li>- Keramahan pelayanan di bagian pemasaran</li> </ul>	<p><b>KELEMAHAN/WEAKNESSES (W)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penguasaan teknologi karyawan</li> <li>- Kekeliruan dalam mengirim barang</li> <li>- Keterlambatan barang yang dikirim oleh penyedia bahan baku</li> <li>- Pencapaian target produksi</li> <li>- Volume penjualan biasanya mengalami penurunan</li> </ul>
<p><b>PELUANG/OPPORTUNITIES (O)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adanya proyek-proyek nasional sehingga permintaan alat-alat listrik meningkat</li> <li>- Banyaknya penduduk yang berusia kerja atau produktif disekitar tempat produksi</li> <li>- Saluran distribusi (lingkungan Indonesia)</li> <li>- Adanya hubungan baik dengan pelanggan</li> <li>- Sarana komunikasi yang semakin canggih</li> </ul>	<p><b>SO STRATEGI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Meningkatkan keramahan pelayanan di bagian pemasaran untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan</li> <li>- Mempertahankan produk yang sudah memenuhi Standar Nasional Indonesia sehingga dapat menerima permintaan alat-alat listrik dari proyek-proyek nasional</li> <li>- Meningkatkan produk yang beragam sehingga dapat memperluas saluran distribusinya</li> </ul>	<p><b>WO STRATEGI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Meningkatkan perbaikan dalam pengiriman barang untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan</li> <li>- Meningkatkan penguasaan teknologi karyawan dengan memanfaatkan sarana komunikasi yang semakin canggih</li> <li>- Meningkatkan pencapaian target produksi agar dapat memperluas saluran distribusi</li> </ul>
<p><b>ANCAMAN/THREATS (T)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mulai muncul produk-produk yang baru</li> <li>- Banyaknya stok barang yang tidak terjual keseluruhan</li> <li>- Tingginya biaya operasional</li> <li>- Harga bahan baku yang naik turun</li> <li>- Persaingan harga kompetitor</li> </ul>	<p><b>ST STRATEGI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Meningkatkan produk yang beragam sehingga dapat memunculkan produk-produk yang baru</li> <li>- Mempertahankan adanya sistem pencatatan akuntansi dan administrasi untuk mengelola biaya-biaya operasional</li> <li>- Meningkatkan standar kualitas operasional untuk menghadapi persaingan harga kompetitor</li> </ul>	<p><b>WT STRATEGI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Meningkatkan kualitas tenaga kerja</li> <li>- Memperbaiki penguasaan teknologi</li> <li>- Membentuk dan memperluas jaringan bisnis</li> </ul>

Sumber : Peneliti (2019)

Dari hasil perhitungan luasan Matrik SWOT ranking pertama pada kuadran I, maka strategi yang sesuai untuk diterapkan adalah SO yaitu perusahaan mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan memperhatikan segenap ancaman yang dimungkinkan oleh kompetitor di pasaran.

### Hasil Matrik Internal Eksternal



Sumber : Peneliti (2019)

Gambar 4.4

#### Matrik Internal-Eksternal

Matrik ini merupakan skor total dari penjumlahan untuk faktor internal = 0,91 dan faktor eksternal = 0,71 Sehingga dari titik perpotongan garis pada Matrik Internal-Eksternal tersebut, menunjukkan posisi perusahaan dalam Matrik Internal-Eksternal yaitu posisi *Growth and Stability* di sel 5 konsentrasi melalui integrasi horizontal untuk posisi GROWTH atau tidak ada perubahan profit strategi untuk posisi STABILITY. Untuk strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal dapat ditempuh dengan :

1. Meningkatkan keahlian tenaga kerja untuk menghadapi pesaing-pesaing baru
2. Menciptakan pelayanan yang lebih baik
3. Memberikan jenis produk yang dijual sesuai keinginan pelanggan
4. Memberikan persaingan harga dengan perusahaan pesaing
5. Menurunkan harga dengan berbagai potongan

## **Simpulan**

Berdasarkan latar belakang, permasalahan, tujuan penelitian, teori, penelitian terdahulu dan hasil analisis data maka, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Positioning Perusahaan Dengan Menggunakan Diagram SWOT Dengan menggunakan perhitungan persamaan garis.

Dari pengolahan kuesioner, diperoleh hasil posisi perusahaan pada titik x berada pada kuadran I, dimana perusahaan memiliki cukup kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang tersedia. Dengan memperhatikan kedekatan titik x terhadap kuadran IV, dimana ancaman cukup menekan perusahaan dalam persaingan.

Hasil perhitungan dengan luasan tiap kuadran.

### **Luasan pada kuadran I :**

Mempunyai ranking pertama dalam perhitungan luasan, kuadran ini adalah kuadran kuadran I sehingga perusahaan sebenarnya dalam posisi yang sangat menguntungkan karena perusahaan memiliki kekuatan yang cukup untuk memanfaatkan peluang yang tersedia.

2. Langkah-langkah yang harus dijalankan perusahaan dengan menggunakan Matrik SWOT

Dari hasil perhitungan luasan Matrik SWOT ranking pertama pada kuadran I, maka strategi yang sesuai untuk diterapkan adalah SO yaitu perusahaan mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan memperhatikan segenap ancaman yang dimungkinkan oleh kompetitor di pasaran.

Langkah-langkah Strategi SO yaitu :

- a. Meningkatkan keramahan pelayanan di bagian pemasaran untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan
  - b. Mempertahankan produk yang sudah memenuhi Standar Nasional Indonesia sehingga dapat menerima permintaan alat-alat listrik dari proyek-proyek nasional
  - c. Meningkatkan produk yang beragam sehingga dapat memperluas saluran distribusinya
3. Strategi bersaing dengan menggunakan Matrik Internal-Eksternal

Matrik Internal-Eksternal ini merupakan skor total yang merupakan titik pepotongan garis, sehingga pada matrik Internal-Eksternal tersebut menunjukkan posisi perusahaan dalam matrik Internal-Eksternal yaitu posisi GROWTH and STABILITY.

Adapun strategi bersaing menggunakan Matrik Internal-Eksternal yaitu :

- a. Meningkatkan keahlian tenaga kerja untuk menghadapi pesaing-pesaing baru
- b. Menciptakan pelayanan yang lebih baik
- c. Memberikan jenis produk yang dijual sesuai keinginan pelanggan
- d. Memberikan persaingan harga dengan perusahaan pesaing
- e. Menurunkan harga dengan berbagai potongan

### **Saran**

Saran-saran yang mungkin dapat kami berikan kepada UD.Mahkota Gempol dalam usahanya antara lain :

#### 1. Untuk Hasil Diagram SWOT

Walaupun posisi UD.Mahkota Gempol berada pada titik aman kuadran I, perusahaan memiliki kekuatan yang cukup untuk memanfaatkan peluang yang ada, namun perusahaan juga perlu memperhatikan segala kemungkinan yang dapat muncul secara tiba-tiba oleh kompetitor.

#### 2. Untuk Hasil Matrik SWOT

Didalam penerapan tentang Strategi SO, perusahaan sebaiknya terlebih dahulu melakukan evaluasi apakah kekuatan yang dimiliki perusahaan telah cukup untuk mengerjakan peluang yang ada serta mempertimbangkan faktor-faktor penghambatnya.

#### 3. Untuk Hasil Matrik Internal-Eksternal

Posisi perusahaan pada Matrik Internal-Eksternal, yaitu berada di kolom GROWTH and STABILITY, hal ini merupakan posisi yang baik untuk memulai berfikir ke depan mengenai pengembangan perusahaan ataupun langkah yang akan dicapai nantinya dengan strategi yang didapat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ansory, H Al Fadjar dan Meithiana Indrasari. 2018. Manajemen Sumber Daya Manusia. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.
- Edi,Fandi Rosi Sarwo. 2016. Teori Wawancara Psikodignostik. Yogyakarta: Leutika Prio
- Fatimah,Fajar Nur'aini Dwi. 2016. Teknik Analisis SWOT. Yogyakarta: Quadrant.
- <https://id.beritasatu.com/home/pertumbuhan-ekonomi-danperanpemerintah/ 159443>
- <https://surabaya.bisnis.com/read/20181115/448/859944/dampak-proyekinfrastruktur-nasional-industri-alat-listrik-terbebani-impor>
- Jeni Yon Ismaya. 2017. Analisis SWOT Untuk Mengetahui Positioning Perusahaan Dalam Menentukan Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada UD. Rumekso Di Mojokerto.Universitas Bhayangkara Surabaya
- Kasmir. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik). Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Larasati,Sri. 2018. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: Grup Penerbitan CV Budi Utama
- Morissan.2017. Metode Penelitian Survei. Jakarta: Kencana.
- Pribadiyono. 2007. Positioning Perusahaan/Produk Dan Perencanaan Strategi Dengan Metode Analisis Swot (Pendekatan Kuantitatif). Jakarta: PT Quantum Press.
- Rangkuti,Freddy. 2018. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Cetakan Keduapuluh Empat. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ribca Onsu. 2012. Analisis Penentuan Strategi Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing Studi pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Manado. Universitas Sam Ratulangi Manado
- Rukajat,Ajat. 2018. Teknik Evaluasi Pembelajaran. Yogyakarta: Grup Penerbitan CV Budi Utama.
- Sedarmayanti. 2017. Perencanaan dan Pengembangan SDM Untuk Meningkatkan Kompetensi, Kinerja, dan Produktivitas Kerja. Cetakan Kesatu. Bandung: PT Refika Aditama
- Simanjutak,Bungaran Antonius dan Soedjito Sosrodiharjo. 2014. Metode Penelitian Sosial (Edisi Revisi). Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Sugiarto, Eko. 2015. Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Suaka Medika.

- Suhardi. 2018. Pengantar Manajemen dan Aplikasinya. Cetakan Kesatu. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Sulastri. 2016. Analisis SWOT Untuk Mengetahui Kondisi Perusahaan Dalam Menentukan Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada PT. Tirta Investama Di Surabaya. Universitas Bhayangkara Surabaya
- Wijaya,Hengki. 2018. Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray
- Yunus,Edy. 2016. Manajemen Strategis. Yogyakarta: CV Andi Offset (Penerbit Andi)
- Zamzam,Fakhry, dan Firdaus. 2018. Aplikasi Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Grup Penerbitan CV Budi Utama