

## Penentuan Strategi Bersaing Menggunakan Analisis SWOT (Studi Kasus Pada PT. Keong Nusantara Abadi Natar Lampung Selatan)

Herlina Putri W., Emy Khikmawati dan Taminto

Program Studi Teknik Industri Universitas Malahayati

Jl. Pramuka No.27 Kemiling Bandar Lampung 35153

Email : [hpw\\_73@yahoo.com](mailto:hpw_73@yahoo.com), [emy\\_khikmawati@yahoo.com](mailto:emy_khikmawati@yahoo.com)

**Abstract.** *Companies engaged in food and beverage processing is a company that can not be separated from the problem of market competition. Therefore we need appropriate strategies to address the competition problems so that they can attract the attention of consumers, strengthen its position in the market, and withstand the pressures of competition. The first step in determining the competitive strategy is to make a list of questionnaires and distributing questionnaires to employees of PT. Keong Nusantara Abadi followed by testing the questionnaire with validity and reliability testing and further by analyzing strengths, weaknesses, opportunities, and threats through a SWOT analysis. The results showed that PT. Keong Nusantara Abadi has several factors that affect the strength, weaknesses, opportunities and threats. Where the company's position is in progressive positions or positions that indicate a strong organization and opportunity. In other words the organization in good shape so it is possible to continue to expand, enlarge growth and achieve maximum progress. The company has had the right strategy but still have to fix some of the weaknesses of the company and to avoid or defend against the threat of companies that have better service with by developing the existing strategy.*

**Keywords:** *Competitive Strategy, SWOT Analysis*

### 1. Latar Belakang

PT. Keong Nusantara Abadi merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pengolahan makanan dan minuman dengan merek Wong Coco pada setiap produknya. PT. Keong Nusantara Abadi adalah perusahaan yang tidak terlepas dari masalah persaingan pasar. Oleh karena itu diperlukan strategi yang sesuai untuk mengatasi masalah persaingan tersebut sehingga dapat menarik perhatian konsumen, memperkuat posisi dalam pasar, dan bertahan terhadap tekanan persaingan. Keunggulan bersaing dalam pasar akan memudahkan perusahaan untuk meraih keuntungan lebih besar daripada pesaing dan memberikan kesempatan hidup lebih lama dalam persaingan. Analisis SWOT dapat membantu perusahaan lebih fokus dalam memaksimalkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan, membantu melihat peluang dan mengantisipasi ancaman karena Analisis SWOT menilai dua lingkungan yang saling berpengaruh di dalam perusahaan, yaitu analisis lingkungan internal dan analisis lingkungan eksternal perusahaan.

### 2. Kajian Pustaka

Strategi bersaing perusahaan merupakan langkah-langkah strategi yang terencana maupun tidak terencana untuk dapat memiliki keunggulan bersaing sehingga dapat menarik perhatian konsumen, memperkuat posisi dalam pasar, dan bertahan terhadap tekanan persaingan. Hariadi (2005:97-8). Analisis SWOT adalah suatu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) yang mungkin terjadi dalam mencapai suatu tujuan dari kegiatan proyek/kegiatan usaha atau institusi/lembaga dalam skala yang lebih luas.

Metode analisa SWOT dianggap sebagai metode analisa yang paing dasar, berguna untuk melihat suatu topik atau permasalahan dari 4 (empat) sisi yang berbeda. Hasil analisa biasanya adalah arahan

atau rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman. Rais (2009).

Analisis SWOT merupakan bagian dari proses perencanaan. Hal utama yang ditekankan adalah bahwa dalam proses perencanaan tersebut, suatu institusi membutuhkan penilaian mengenai kondisi saat ini dan gambaran ke depan yang mempengaruhi proses pencapaian tujuan institusi. Dengan analisis SWOT akan didapatkan karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor netral, kelemahan utama dan kelemahan tambahan berdasarkan analisa lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan. Dari analisa tersebut potensi dari suatu institusi untuk bisa maju dan berkembang dipengaruhi oleh : bagaimana institusi memanfaatkan pengaruh dari luar sebagai kekuatan tambahan serta pengaruh lokal dari dalam yang bisa lebih dimaksimalkan (Dalam Mufti, 2012). Dalam buku Manajemen Strategis. Buku 2. Edisi ke-10/John A. Pearce, Richard B. Robinson, ada dua macam pendekatan dalam analisis SWOT, yaitu :

1. Pendekatan Kualitatif

**Tabel 1. Analisis SWOT dengan Pendekatan Kualitatif**

<b>EKSTERNAL</b>	<b>OPPORTUNITY</b>	<b>TREATHS</b>
<b>INTERNAL</b>		
STRENGTH	<i>Comparative Advantage</i>	<i>Mobilization</i>
WEAKNESS	<i>Divestment/Investment</i>	<i>Damage Control</i>

Sumber : Manajemen Strategis Buku 2 (Dalam Nurdiansyah, 2012)

2. Pendekatan Kuantitatif

**Tabel 2. Analisis SWOT dengan Pendekatan Kuantitatif**

No	STRENGTH	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.				
2.	Dst			
	Total Kekuatan			
No.	WEAKNESS	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.				
2.				
	Total Kelemahan			
Selisih Total Kekuatan – Total Kelemahan = S – W = x				
No,	OPPORTUNIT	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.				
2.	Dst			
	Total Peluang			
No.	TREATH	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.				
2.	Dst			
	Total Tantangan			
Selisih Total Peluang – Total Tantangan = O – T = y				

Sumber : Manajemen Strategis Buku 2 (Dalam Nurdiansyah,2012)

**3. Metode Penelitian**

Tahapan penelitian meliputi identifikasi dan perumusan masalah ; kemudian dilakukan pengumpulan data melalui wawancara dan penyebaran kuesioner ; kemudian dilakukan pengolahan data dan analisis

pembahasan melalui uji validitas dan uji reliabilitas ; analisis SWOT, posisi kuadran dan posisi strategi ; serta tahap terakhir adalah menarik kesimpulan dan saran.

#### 4. Hasil Dan Pembahasan

Uji validitas pada pengujian ini yaitu untuk menguji hasil kuisioner penilaian lingkungan internal yang dilakukan dengan bantuan software SPSS 16.00. Dapat dinyatakan valid jika ( $r_{Hitung} \geq r_{Tabel}$ ).

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Penilaian Kondisi Lingkungan Internal**

No	Atribut	r <sub>Hitung</sub>	r <sub>Tabel</sub>	Kesimpulan
1	SDM yang berkopetensi	0,909	0,631	Valid
2	Tersedianya fasilitas dan teknologi yang memadai	0,675	0,631	Valid
3	Memberikan perhatian lebih pada program pengembangan karyawan	0,641	0,631	Valid
4	Mengutamakan kesejahteraan karyawan	0,793	0,631	Valid
5	Adanya komunikasi yang baik secara vertical maupun horizontal dengan sesama karyawan	0,683	0,631	Valid
6	Penjualan produk yang berkualitas tinggi yang mampu memperlancar pencernaan dan baik untuk kesehatan jantung	0,762	0,631	Valid
7	Pemanfaatan teknologi untuk pendokumentasian belum maksimal	0,765	0,631	Valid
8	Karyawan berhenti dan memulai bisnis yang sejenis	0,771	0,631	Valid
9	Pengetahuan yang tidak terdokumentasi dengan baik	0,709	0,631	Valid

Uji reliabilitas merupakan pengujian ini lanjutan untuk ketepatan hasil pengukuran kuisioner penilaian lingkungan internal dengan dilakukan uji reliabilitas. Menurut Sekaran (2002), reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Kriteria suatu data dapat dinyatakan reliabel jika ( $\alpha_{Hitung} \geq \alpha_{Tabel}$ ).

**Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Penilaian Kondisi Lingkungan Internal**

No	Atribut	r <sub>Hitung</sub>	r <sub>Tabel</sub>	Kesimpulan
1	SDM yang berkopetensi	0,818	0,6	Reliabel
2	Tersedianya fasilitas dan teknologi yang memadai	0,865	0,6	Reliabel
3	Memberikan perhatian lebih pada program pengembangan karyawan	0,856	0,6	Reliabel
4	Mengutamakan kesejahteraan karyawan	0,835	0,6	Reliabel
5	Adanya komunikasi yang baik secara vertical maupun horizontal dengan sesama karyawan	0,861	0,6	Reliabel
6	Penjualan produk yang berkualitas tinggi yang mampu memperlancar pencernaan dan baik untuk kesehatan jantung	0,839	0,6	Reliabel
7	Pemanfaatan teknologi untuk pendokumentasian belum maksimal	0,838	0,6	Reliabel
8	Karyawan berhenti dan memulai bisnis yang sejenis	0,840	0,6	Reliabel
9	Pengetahuan yang tidak terdokumentasi dengan baik	0,866	0,6	Reliabel

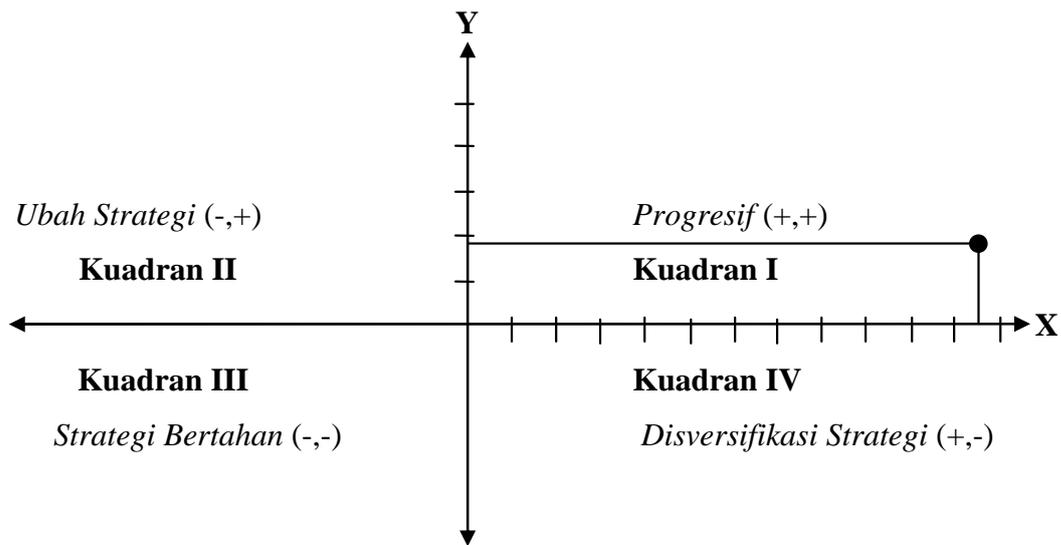
**Tabel 5. Perhitungan Analisis SWOT Pearce dan Robinson Untuk Kondisi Internal**

<b>KEKUATAN</b>	<b>BOBOT</b>	<b>RATING</b>	<b>SKOR</b>
1. Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkopetensi	0,119	3,800	0,452
2. Tersedianya fasilitas dan teknologi yang memadai	0,129	4,130	0,532
3. Memberikan perhatian lebih pada program pengembangan karyawan	0,116	3,700	0,429
4. Mengutamakan kesejahteraan karyawan	0,112	3,570	0,399
5. Adanya komunikasi yang baik secara vertikal maupun horisontal dengan sesama karyawan	0,107	3,430	0,367
6. Penjualan produk yang berkualitas tinggi yang mampu memperlancar pencernaan dan baik untuk kesehatan jantung.	0,112	3,570	0,399
<b>TOTAL KEKUATAN</b>			<b>2,179</b>
<b>KELEMAHAN</b>	<b>BOBOT</b>	<b>RATING</b>	<b>SKOR</b>
1. Pemanfaatan teknologi untuk pendokumentasian belum maksimal	0,115	3,670	0,422
2. Karyawan berhenti dan memulai bisnis sejenis	0,122	3,900	0,475
3. Pengetahuan yang tidak terdokumentasi dengan baik	0,065	2,100	0,136
<b>TOTAL KELEMAHAN</b>			<b>1,033</b>
Selisih (Total Kekuatan – Total Kelemahan) = 2,179 – 1,033 = 1,146 ( X )			

**Tabel 6. Perhitungan Analisis SWOT Pearce dan Robinson Untuk Kondisi Eksternal**

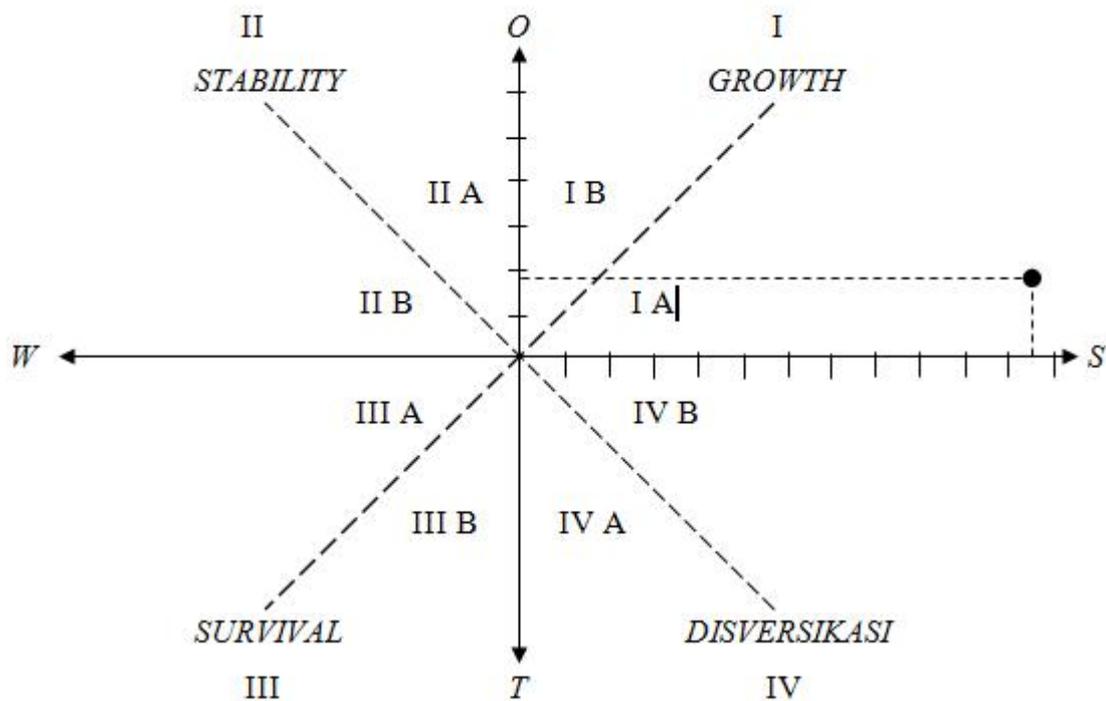
<b>PELUANG</b>	<b>BOBOT</b>	<b>RATING</b>	<b>SKOR</b>
1. Biaya untuk memberitahukan produk baru kepada konsumen tidaklah besar	0,148	3,430	0,507
2. Konsumen akan cenderung membeli kembali produk PT Keong Nusantara Abadi setelah mencobanya	0,193	4,470	0,862
3. Potensi konsumen yang tinggi.	0,171	3,970	0,678
<b>TOTAL PELUANG</b>			<b>2,047</b>
<b>ANCAMAN</b>	<b>BOBOT</b>	<b>RATING</b>	<b>SKOR</b>
1. Munculnya pesaing baru	0,144	3,330	0,479
2. Produk sejenis dengan harga yang lebih murah	0,145	3,370	0,488
3. Perusahaan sejenis yang memberikkan layanan lebih baik	0,196	4,530	0,887
<b>TOTAL ANCAMAN</b>			<b>1,854</b>
Selisih (Total Peluang – Total Ancaman) = 2,047 – 1,854 = 0,193 ( Y )			

Setelah perolehan pengurangan antara jumlah total kekuatan (S) dengan kelemahan (W) didapat maka nilai tersebut menjadi titik pada sumbu X, sementara perolehan angka pengurangan antara total peluang (O) dengan ancaman (T) didapat menjadi nilai titik pada sumbu Y yang nantinya dimasukkan pada kuadran guna mencari posisi organisasi.



Gambar 1. Posisi Kuadran Hasil Analisis SWOT

Berdasarkan nilai hasil analisis SWOT, menunjukkan bahwa kekuatan (*Strengths/S*) lebih besar dari peluang (*Oportunities/O*), sehingga hasilnya nampak pada matriks dan tabel berikut ini:



Gambar 2. Posisi Penentuan Strategi Hasil Analisis SWOT

**Tabel 7. Pilihan Strategi Bersaing**

Jenis strategi	Skor	Kuadran	Pilihan Strategi
Growth	$S > O$	I A	Rapid growth
	$S < O$	I B	Stable Growth
Survival	$W > T$	III A	Turn Around
	$W < T$	III B	Guerilla
Diversification	$S > T$	IV B	Conglomerate
	$S < T$	IV A	Concertic
Stability	$O > W$	II A	Aggressive Maintenance
	$O < W$	II B	Selective Maintenance

## 5. Kesimpulan dan Saran

### Simpulan

Strategi yang dapat digunakan untuk menentukan strategi bersaing pada PT. Keong Nusantara Abadi adalah *rapid growth strategy*, artinya dalam pengembangannya PT. Keong Nusantara Abadi dapat menggunakan strategi pertumbuhan (*growth*) dengan cepat, namun dilakukan secara bertahap sesuai skala prioritas.

### Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan antara lain :

1. PT. Keong Nusantara Abadi hendaknya menambah jumlah produksi yang menjadi produk utama WONG COCO tanpa mengesampingkan produk lainnya agar dapat bertahan dalam persaingan pasar dikarenakan produk pesaing yang sejenis lebih banyak dibandingkan produk WONG COCO.
2. Menciptakan layanan konsumen berbasis teknologi menggunakan internet maupun handphone (layanan sms center) hal ini akan memudahkan perusahaan untuk mengetahui apa yang konsumen butuhkan serta untuk memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan dengan perusahaan yang sejenis yang menawarkan layanan lebih baik.
3. Memberikan fasilitas yang sesuai pada setiap divisi produksi seperti komputer dan jaringan internet agar pada ruangan manajer divisi agar memudahkan manajer divisi untuk mencatat dan menyimpan data produksi jika suatu saat dibutuhkan akan mudah untuk dicari.

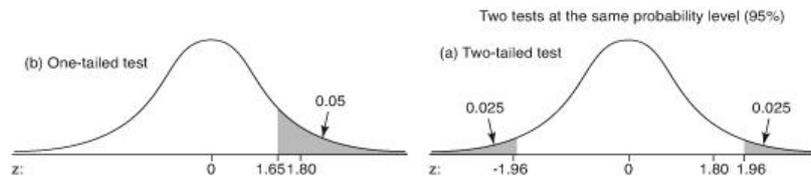
Dalam pelaksanaan strategi bersaing perusahaan harus lebih dapat memanfaatkan dan mengembangkan faktor-faktor kekuatan yang ada guna menangkap peluang-peluang yang ada serta memperkecil kelemahan dan ancaman-ancaman yang muncul.

### Daftar Pustaka

- Hariadi, Bambang. 2005. *Strategi Manajemen*. Jakarta : PT Prehallindo
- Mufti, Syaifulloh B. 2012. *Evaluasi Bauran Pemasaran Pupuk NPK Kujang Bersubsidi Dengan Menggunakan Analisis SWOT Pada PT Pupuk Kujang Cikampek*. Skripsi Program Studi Teknik Industri Universitas Malahayati. Bandar Lampung.
- Nurdiansyah. 2012. *Analisa Kelayakan Bisnis Show Room Speda Motor di Prima Jaya Motor Bandar Lampung*. Skripsi Program Studi Teknik Industri Universitas Malahayati. Bandar Lampung.
- Pearce, J.A. dan Richard B. Robinson. 2002. *Manajemen Strategis*. Buku 2. Edisi ke-10. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rais, Sasli, dan Wahkyudin. 2009. *Pengembangan Pegadaian Syariah di Indonesia dengan Analisis SWOT*. Jurnal Pengembangan Bisnis dan Manajemen STIE PBM. Vol. IX No. 14 April 2009.

Tabel R (Pearson Product Moment)

Uji 1 sisi dan 2 sisi pada taraf signifikansi 5%



N	1-tailed	2-tailed	N	1-tailed	2-tailed	N	1-tailed	2-tailed
3	0,988	0,997	31	0,301	0,355	59	0,216	0,256
4	0,900	0,950	32	0,296	0,349	60	0,214	0,254
5	0,805	0,878	33	0,291	0,344	61	0,213	0,252
6	0,729	0,811	34	0,287	0,339	62	0,211	0,250
7	0,669	0,754	35	0,283	0,334	63	0,209	0,248
8	0,622	0,707	36	0,279	0,329	64	0,207	0,246
9	0,582	0,688	37	0,275	0,325	65	0,206	0,244
10	0,549	0,632	38	0,271	0,320	66	0,204	0,242
11	0,521	0,602	39	0,267	0,316	67	0,203	0,240
12	0,497	0,576	40	0,264	0,312	68	0,201	0,239
13	0,476	0,553	41	0,261	0,308	69	0,200	0,237
14	0,458	0,514	42	0,257	0,304	70	0,198	0,235
15	0,441	0,514	43	0,254	0,301	71	0,197	0,233
16	0,426	0,497	44	0,251	0,297	72	0,195	0,232
17	0,412	0,482	45	0,248	0,294	73	0,194	0,230
18	0,400	0,468	46	0,246	0,291	74	0,193	0,229
19	0,389	0,456	47	0,243	0,288	75	0,191	0,227
20	0,378	0,444	48	0,240	0,284	76	0,190	0,226
21	0,369	0,433	49	0,238	0,281	77	0,189	0,224
22	0,360	0,423	50	0,235	0,279	78	0,188	0,223
23	0,352	0,413	51	0,233	0,276	79	0,186	0,221
24	0,344	0,404	52	0,231	0,273	80	0,185	0,220
25	0,337	0,396	53	0,228	0,270			
26	0,330	0,388	54	0,226	0,268			
27	0,323	0,381	55	0,224	0,265			
28	0,317	0,374	56	0,222	0,263			
29	0,312	0,387	57	0,220	0,261			
30	0,306	0,631	58	0,218	0,258			