

# Analisis SWOT

Dr. Maswadi,  
S.PM.Sc

# Agenda Hari Ini



- 1 Pengenalan Sesi
- 2 EFAS dan IFAS
- 3 Analisis SWOT

analisis SWOT adalah metode perencanaan dengan mengevaluasi 4 komponen, yaitu:

**S - Strengths**

Komponen SWOT yang pertama adalah *strengths* atau kekuatan dalam bisnis.

**W - Weakness**

Dalam analisis SWOT, W adalah *weakness* yang artinya kelemahan perusahaan atau bisnis.

**O - Opportunities**

Komponen SWOT berikutnya adalah *opportunities* yang berarti peluang bisnis.

**T - Threats**

Sedangkan, analisis SWOT yang berkaitan dengan ancaman usaha adalah *threats*.

metode SWOT bertujuan membantu para pemilik usaha dalam mengatur tingkat kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dimiliki secara sistematis. Dengan begitu, seluruh pihak bersangkutan dengan bisnis bisa lebih mudah memahami dan mengenali proyek atau perusahaan.

empat komponen utama tersebut bisa berfungsi sebagai acuan dalam menjalankan strategi misi hingga mencapai tujuan (visi) bisnis.

Pengumpulan data SWOT pada suatu perusahaan dapat dilakukan dengan melakukan

- Analisis Pasar
- Analisis Kompetitor
- Analisis Pemasok
- Analisis Pemerintah

# Analisis EFE

External Strategic Factors  
Analysis Summary



Apa yang kita lakukan dengan baik?

- Susunlah dalam 1 kolom 5 sampai 10 peluang dan ancaman
- Berilah bobot mulai dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting)
- Berilah rating mulai dari 1 (poor) sampai 4 (outstanding) berdasarkan keadaan dilapangan
- Untuk peluang apabila semakin baik nilainya dari 1 sampai 4 namun untuk ancaman sebaliknya apabila ancaman semakin besar maka nilainya menjadi 4 dan apabila ancaman kecil nilainya 1
- Kalikan nilai bobot dan rating
- Jumlahkan skor pembobotan

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA RAMP KELAPA SAWIT(*Elaeis guineensis jacq*)

Nomor	FAKTOR - FAKTOR EKSTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT x RATING
<b>Peluang</b>				
1	Usaha Ramp menjadi pilihan	0.168	3.7	0,62
2	Permintaan penjualan meningkat	0,157	3.5	0,54
3	Memperluas cabang usaha ramp	0,146	3.2	0,46
4	Terciptanya mitra kerjasama	0.157	3.5	0.54
Jumlah Peluang		0,630		2.16
<b>Ancaman</b>				
1	Adanya Kompetitor yaitu pks sawit	0.095	2.1	0,19
2	Musim trek buah	0.089	2	0.17
3	Harga CPO masih fluktuatif	0,101	2.2	0,22
4	Adanya kampanye hitam kelapa sawit	0,084	1.8	0,14
Jumlah Ancaman		0.370		0.72
<b>Faktor Eksternal</b>		1,00		1.44

# Analisis IFE

Internal Strategic Factors  
Analysis Summary



Apa yang kita lakukan dengan baik?

- Susunlah dalam 1 kolom 5 sampai 10 peluang dan ancaman
- Berilah bobot mulai dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting)
- Berilah rating mulai dari 1 (poor) sampai 4 (outstanding) berdasarkan keadaan dilapangan
- Untuk kekuatan apabila semakin baik nilainya dari 1 sampai 4 namun untuk kelemahan sebaliknya apabila kelemahan semakin besar maka nilainya menjadi 4 dan apabila kelemahan kecil nilainya 1
- Kalikan nilai bobot dan rating
- Jumlahkan skor pembobotan

# STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA RAMP KELAPA SAWIT(*Elaeis guineensis jacq*)

Nomor	FAKTOR - FAKTOR INTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT x RATING
<b>Kekuatan</b>				
1	Lokasi usaha strategis	0,161	3.7	0,59
2	Daya tampung cukup besar	0,139	3.2	0.44
3	Harga jual bersaing	0,166	3.8	0.63
4	Menyediakan jasa transportasi	0,150	3.5	0.52
<b>Jumlah Kekuatan</b>		<b>0,620</b>		<b>2.18</b>
<b>Kelemahan</b>				
1	Modal usaha yang terbatas	0.096	2.2	0.21
2	Tidak memiliki kontrak kerjasama	0,086	2	0.17
3	Proses bongkar muat cukup lama	0,096	2.2	0.21
4	Kegiatan persortiran tidak ketat	0,102	2.3	0.23
<b>Jumlah Kelemahan</b>		<b>0.380</b>		<b>0.82</b>
<b>Faktor Internal 1,00</b>				
<b>(Kekuatan - Kelemahan)</b>				<b>1.36</b>

Sumber : Data Primer Diolah 2020

**Berdasarkan penggabungan matriks evaluasi faktor internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) tersebut, maka dapat diketahui posisi strategi pengembangan yang sesuai. Posisi strategi pengembangan usaha dianalisis menggunakan matriks posisi sehingga menghasilkan titik koordinat (x,y). Untuk mendapatkan nilai x dan y dengan rumus sebagai berikut**

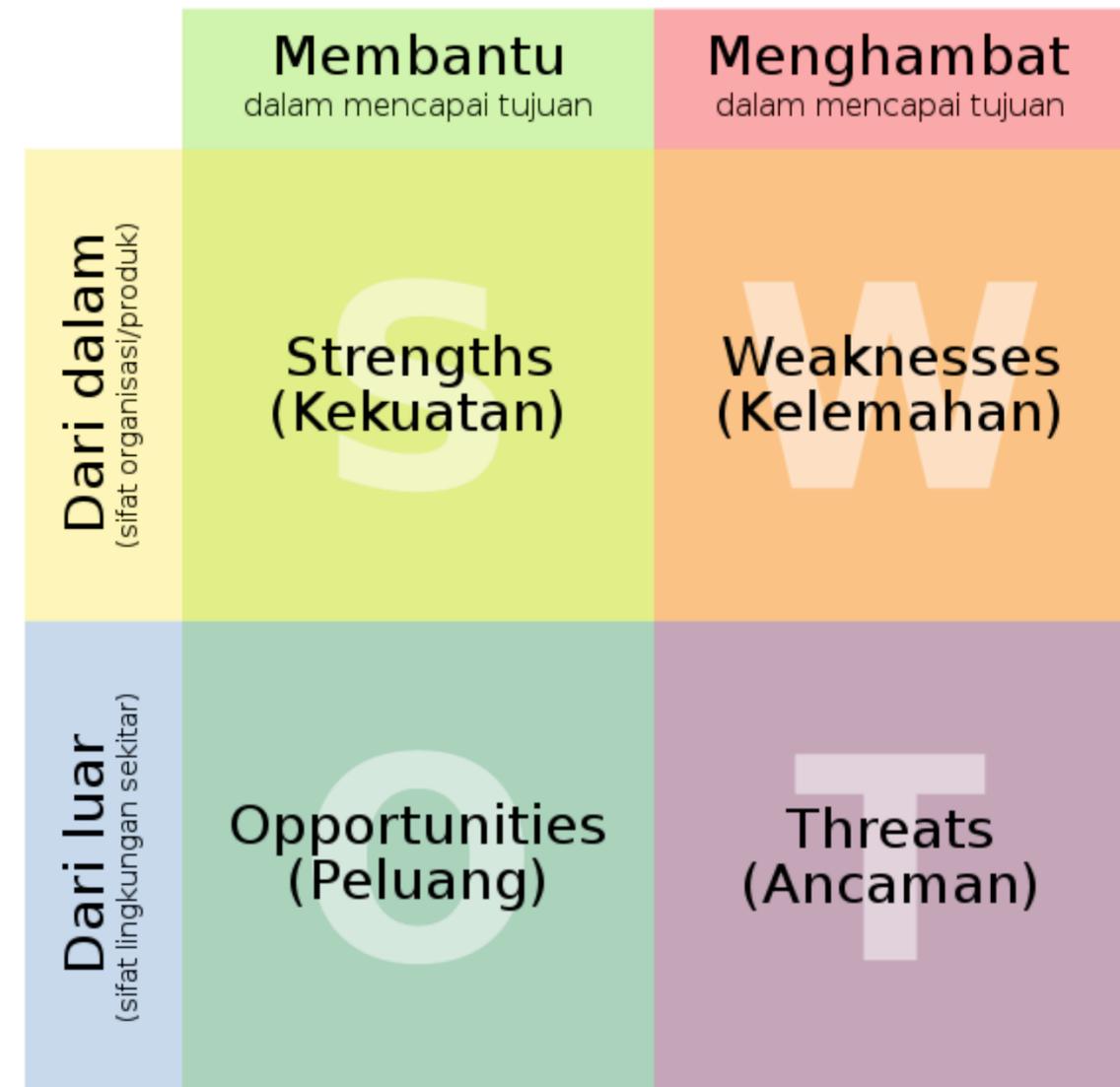
$$\text{Nilai } x = (S - W) / \quad \text{Nilai } y = (O - T) /$$

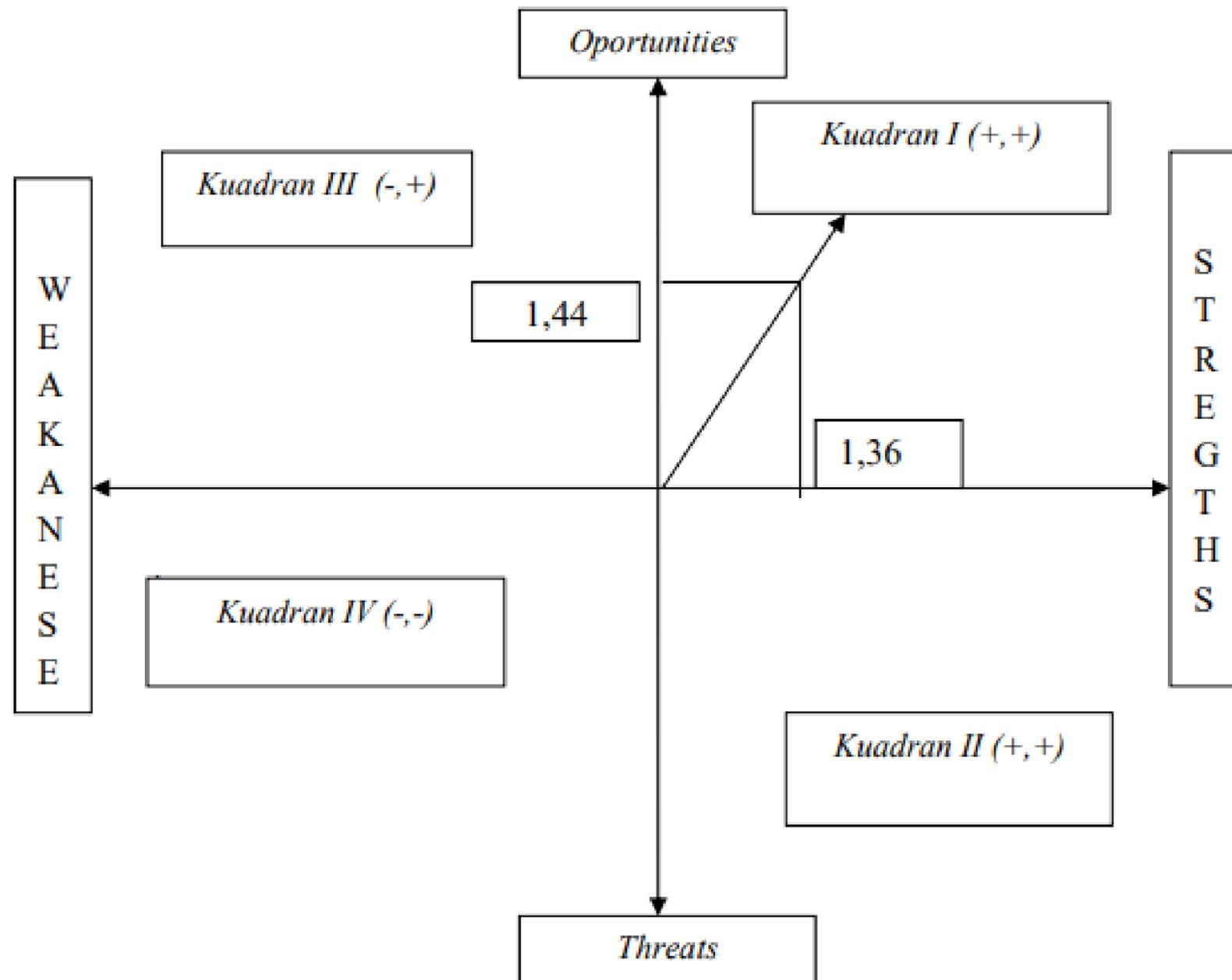
# MAKA

$$\text{Sumbu X} = (2,18 - 0,82) = 1,36$$

$$\text{Sumbu Y} = (2,16 - 0,72) = 1,44$$

## ANALISIS SWOT





<p style="text-align: center;">Internal Factors</p> <p style="text-align: center;">Eksternal Factors</p>	<p>(S) Strengths Kekuatan</p>	<p>(W) Weakness Kelemahan</p>
<p>(O) Opportunities Peluang</p>	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membangun industri hilir</li> <li>2. Memasarkan produk kelapa sawit jadi dalam bentuk kemasan kepada seluruh BUMN</li> <li>3. Peningkatan kapasitas oleh Pabrik kelapa Sawit</li> </ol>	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan kualitas produk sesuai standar</li> <li>2. Evaluasi biaya yang tidak efisien dan membandingkannya dengan standar norma atau industri sejenis</li> <li>3. Alternatif pemasaran secara direct kepada buyer</li> </ol>
<p>(T) Threats Ancaman</p>	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penerapan RSPO, ISPO, dan ISO</li> <li>2. Menciptakan brand image baru yang positif untuk perusahaan</li> </ol>	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penerapan RSPO, ISPO, dan ISO</li> <li>2. Efisiensi biaya</li> </ol>

# Analisis QSPM

Dr. Maswadi,  
S.PM.Sc

# STRATEGI SO

Berdasarkan contoh studi kasus diatas dapat ditentukan bahwa lebih baik menerapkan strategi SO namun pada implementasinya strategi SO memiliki 3 opsi pilihan. Maka untuk melanjutkan sehingga dapat strategi yang terbaik maka digunakanlah QSPM

# QSPM



**QSPM menggunakan input dari analisis tahapan pengumpulan data dan tahapan pencocokan data untuk menentukan secara objektif diantara alternatif strategi, di mana pada tahap pencocokan matriks IE. Terdapat beberapa langkah dalam pengembangan QSPM, yakni:**

- 1. Membuat daftar peluang atau ancaman eksternal dan kekuatan atau kelemahan internal pada kolom kiri dalam QSPM. Data ini diambil langsung dari matriks IFE dan EFE. Minimal sepuluh faktor kritis internal dan sepuluh faktor sukses eksternal dimasukkan kedalam QSPM**
- 2. Pemberian bobot untuk masing-masing faktor internal dan eksternal. Bobot dituliskan ke dalam kolom ini di sebelah kanan faktor sukses kunci internal dan eksternal**
- 3. Mengevaluasi matriks pada tahap pencocokan dan identifikasi alternatif strategi yang harus dipertimbangkan organisasi untuk diimplementasikan. Catat strategi ini pada baris atas dari QSPM. Kelompokkan strategi ke dalam set indepenen jika memungkinkan.**

**WAKTU: 5 Menit**

# QSPM



4. Menentukan Nilai Daya Tarik (Attractiveness Scores-AS) yaitu angka yang mengidentifikasi daya tarik relatif dari masing-masing strategi dalam set alternatif tertentu. AS harus diberikan untuk masing-masing strategi guna mengidentifikasi daya tarik relatif dari suatu strategi atas strategi lain, dengan mempertimbangkan faktor tertentu. Jangkauan untuk AS adalah 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = cukup menarik dan 4 = sangat menarik.

5. Menghitung total nilai daya tarik. Total nilai daya tarik (total Attractiveness Score atau TAS) didefinisikan sebagai produk dari pengalian bobot dengan nilai daya tarik. Semakin tinggi total daya tarik semakin menarik alternatif strategi tersebut.

6. Menghitung Penjumlahan Total Nilai Daya Tarik (STAS). Tambahkan TAS ke dalam masing-masing kolom dari QSPM. Penjumlahan STAS mengungkapkan strategi mana yang paling menarik dengan mempertimbangkan semua faktor internal dan eksternal relevan yang dapat mempengaruhi keputusan strategi.

	Faktor Kunci Internal dan Eksternal	Bobot	Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3	
			AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
S	Lokasi Uusaha Strategis	0,161	4	0,644	3	0,483	2	0,322
	Daya Tampung Cukup Besar	0,139	4	0,556	3	0,417	2	0,278
	Harga Jual Bersaing	0,166	4	0,664	3	0,498	2	0,332
	Menyediakan Jasa Transportasi	0,15	4	0,6	3	0,45	2	0,3
W	Modal Usaha Terbatas	0,096	4	0,384	3	0,288	2	0,192
	Tidak Memiliki Kontrak Kerjasama	0,086	4	0,344	3	0,258	2	0,172
	Proses Bongkar Muat Cukup Lama	0,096	4	0,384	3	0,288	2	0,192
	Kegiatan Pesortir Tidak Ketat	0,102	4	0,408	3	0,306	2	0,204
O	Usaha Ramp Menjadi Pilihan	0,168	4	0,672	3	0,504	2	0,336
	Permintaan Penjualan Meningkat	0,157	4	0,628	3	0,471	2	0,314
	Memperluas Cabang Usaha Ramp	0,146	4	0,584	3	0,438	2	0,292
	Terciptanya Mitra Kerjasama	0,157	4	0,628	3	0,471	2	0,314
T	Adanya Kompetitor PKS	0,095	4	0,38	3	0,285	2	0,19
	Musim Trek Buah	0,089	4	0,356	3	0,267	2	0,178
	Harga CPO Fluktuatuf	0,101	4	0,404	3	0,303	2	0,202
	Kampanye Hitam Sawit	0,084	4	0,336	3	0,252	2	0,168
	TOTAL			7,972		5,979		3,986

# QSPM

**Dikarenakan strategi alternatif 1 mendapat nilai TAS tertinggi maka pada kuadran S-O akan ditetapkan strategi 1 yaitu membangun industri hilir**

# Latihan Soal



**Berikut adalah beberapa contoh studi kasus terkait industri kelapa sawit:**

- 1. pembibitan**
- 2. budidaya kelapa sawit**
- 3. supplier pupuk/pestisida**
- 4. angkutan, agen pembelian TBS**
- 5. PKS mini**