

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DENGAN ANALISIS SWOT

Pelatihan *BRIlilian Specialist Development Program (BSDP)*
Mantri Profil Bisnis Tahun 2022

Pringsewu, 3 Februari 2022

UNTUK MENCAPAI TUJUAN & BERKEMBANG, SUATU USAHA PERLU “STRATEGI”



STRATEGI ?

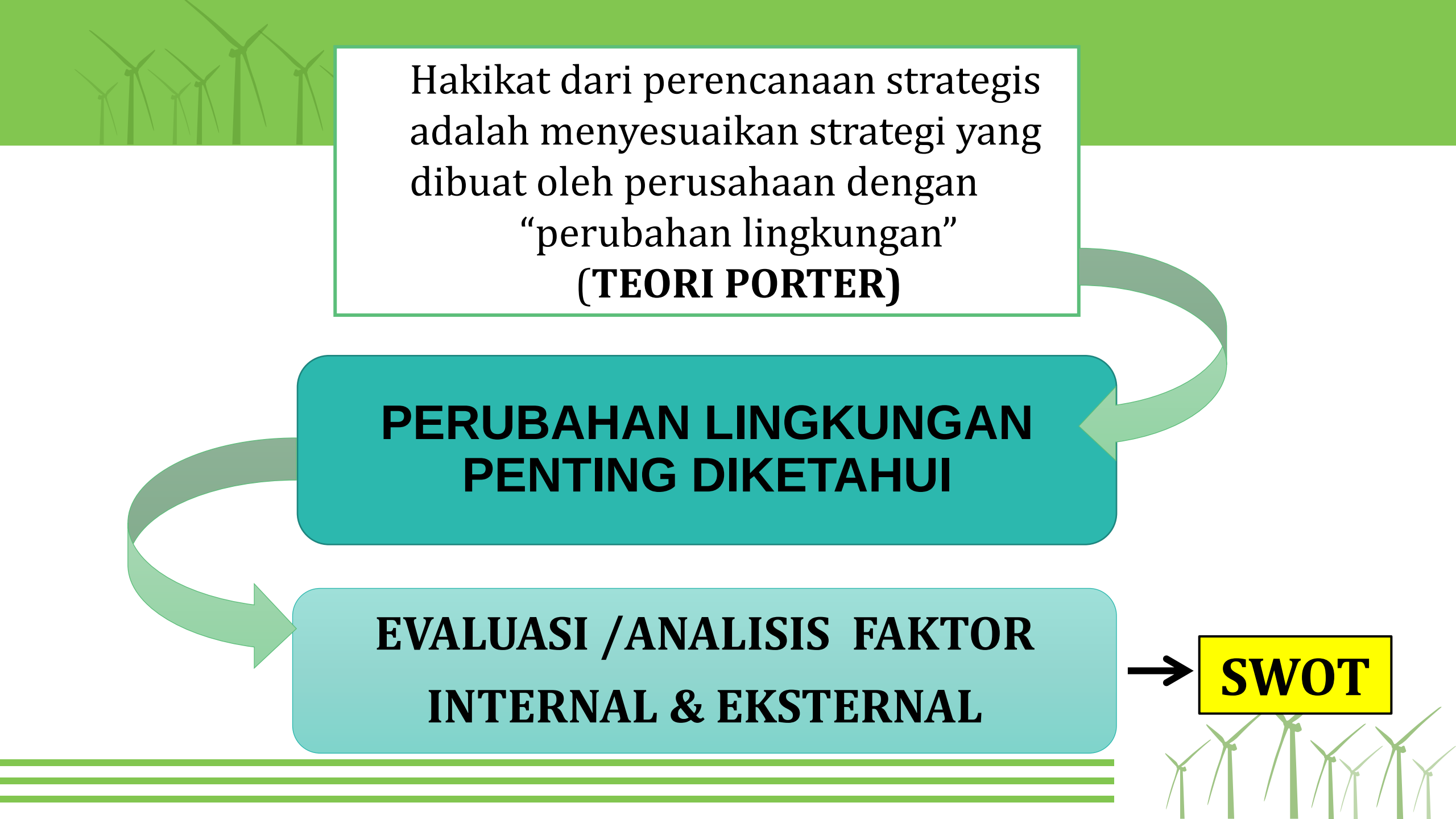
➔ **Alat untuk mencapai tujuan suatu usaha dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, dan prioritas alokasi sumber daya**



KONSEP STRATEGI

- a) Tindakan yg akan dilakukan suatu usaha untuk melakukan kegiatan **LEBIH UNGGUL** dari pesaing
- b) Kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh suatu usaha agar **LEBIH UNGGUL** dibanding pesaing

- ✓ Strategi → bagian dari perencanaan
- ✓ Perencanaan strategis → proses analisis, perumusan, dan evaluasi strategi-strategi
- ✓ Tujuan → Agar suatu usaha dapat melihat secara objektif kondisi internal & eksternal sehingga dapat mengantisipasi perubahan lingkungan.



Hakikat dari perencanaan strategis
adalah menyesuaikan strategi yang
dibuat oleh perusahaan dengan
“perubahan lingkungan”
(TEORI PORTER)

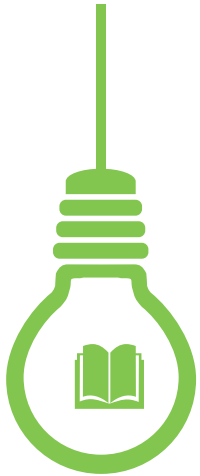
**PERUBAHAN LINGKUNGAN
PENTING DIKETAHUI**

**EVALUASI /ANALISIS FAKTOR
INTERNAL & EKSTERNAL**

SWOT

APA ITU SWOT ?

S



STRENGTH /
KEKUATAN

W



WEAKNESS /
KELEMAHAN

O



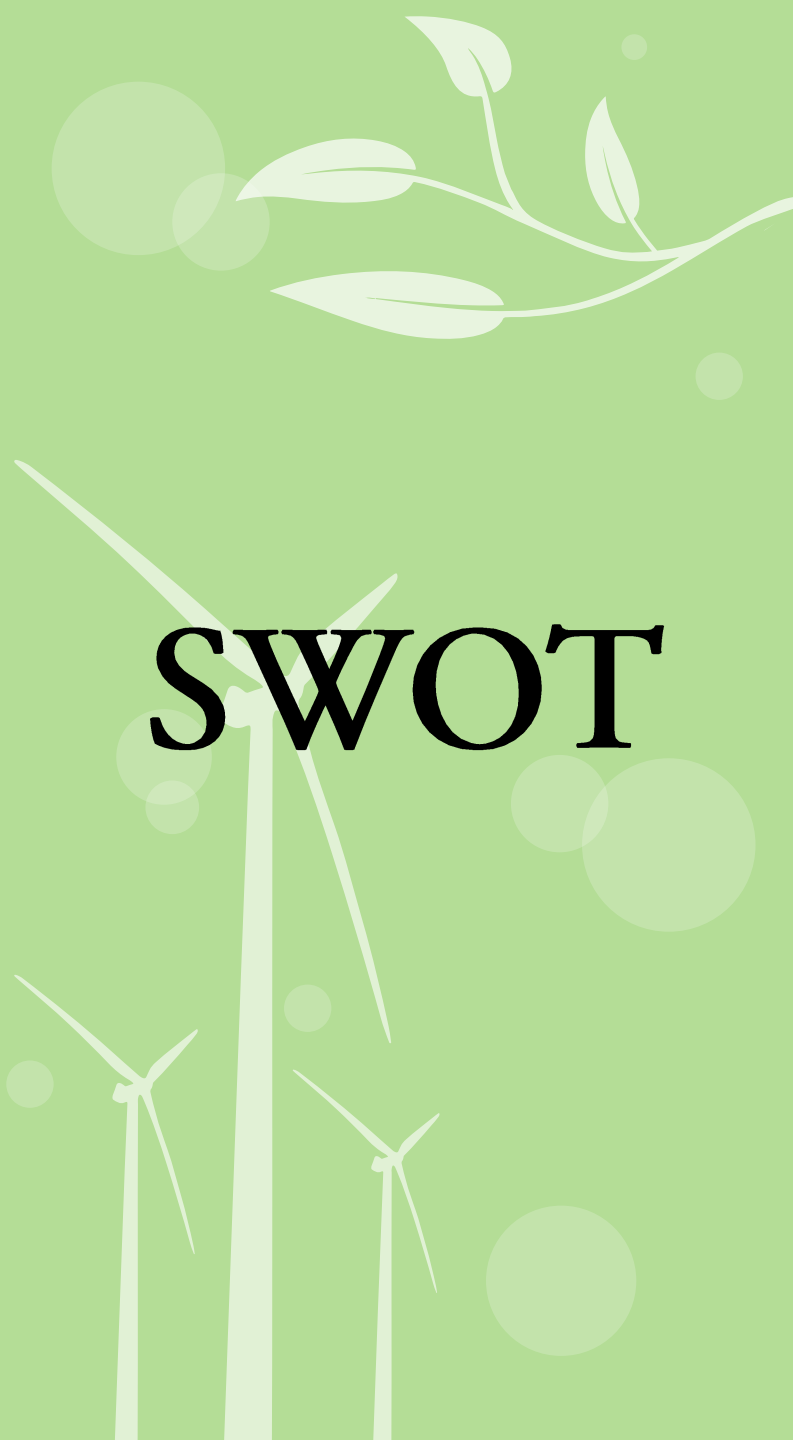
OPPORTUNITY /
PELUANG

T



THREAT /
ANCAMAN





SWOT

- ❑ Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu usaha/organisasi.
- ❑ Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun **secara bersamaan** dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).
- ❑ Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan (Rangkuti, 2016).

Faktor Lingkungan Usaha dalam Analisis SWOT

Faktor lingkungan eksternal harus lebih diprioritaskan dalam penentuan strategi pengembangan usaha, karena biasanya faktor-faktor eksternal ini berada **di luar kendali institusi** (*exogen*), sedangkan faktor-faktor internal merupakan **faktor-faktor yang lebih dapat dikendalikan.**





FAKTOR INTERNAL

Mencakup kekuatan dan kelemahan

- Faktor yg dapat dikendalikan oleh manajemen/pelaku usaha

FAKTOR EKSTERNAL

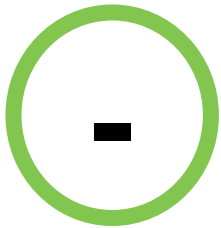
Mencakup peluang dan ancaman

- Faktor yg tidak dapat dikendalikan oleh manajemen/pelaku usaha

***WEAKNESS/
KELEMAHAN***

**FAKTOR
INTERNAL**

***STRENGTH/
KEKUATAN***



MENGHAMBAT



MENDORONG

***THREAT/
ANCAMAN***

**FAKTOR
EKSTERNAL**

***OPPORTUNITY/
PELUANG***





FAKTOR INTERNAL

- ❑ PRODUKSI
- ❑ MANAJEMEN
- ❑ KEUANGAN / MODAL
- ❑ SUMBERDAYA MANUSIA
- ❑ LOKASI
- ❑ PEMASARAN

FAKTOR EKSTERNAL

- ❑ EKONOMI
- ❑ SOSIAL
- ❑ BUDAYA
- ❑ TEKNOLOGI
- ❑ IKLIM
- ❑ KEBIJAKAN PEMERINTAH
- ❑ PESAING

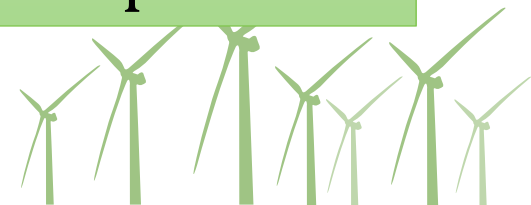
SWOT

Strength (S) → karakteristik **positif internal** yg dapat memberikan keuntungan / kelebihan dibandingkan dgn lainnya.

Opportunity (O) → karakteristik dari **lingkungan eksternal** yg berpotensi untuk **membantu** usaha mencapai tujuan & berkembang.

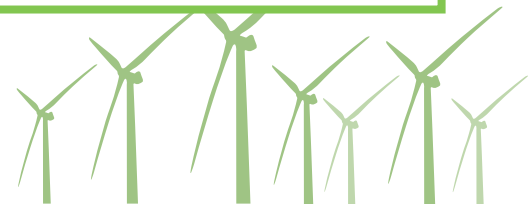
Weakness (W) → karakteristik **negatif internal** yg dapat menghalangi atau melemahkan kinerja organisasi.

Threat (T) → karakteristik **lingkungan eksternal** yg dapat **mencegah** organisasi meraih sasaran strategis yg ditetapkan.



SUMBER DATA /TEKNIK PENGAMBILAN KEPUTUSAN YANG DAPAT DIGUNAKAN

- ❑ Data sekunder → berbagai instansi/lembaga yg terkait, publikasi, dll.
- ❑ Data primer:
 - * Responden secara individu (umum/informan kunci)
 - * Responden secara kelompok (FGD)
 - * Pengamatan langsung / survei



Dalam analisa SWOT, tidak hanya tahapannya saja yang harus diperhatikan, responden juga sangat perlu diperhatikan untuk mendapatkan hasil terbaik. Hal-hal yang perlu diperhatikan :

1. Objektif → tidak menutupi kekurangan yang ada dan tidak mengagungkan organisasi/perusahaan berlebihan.
2. Realistis → Sikap atau tindakan yang bersifat nyata serta sewajarnya.
3. Jujur → Keselarasan antara apa yang disampaikan dengan kenyataan yang ada.
4. Pakar → Memiliki keilmuan, pengetahuan, dan pengalaman tentang hal yang dianalisis.
5. Rendah hati → Selalu terbuka dalam menerima nasihat, kritik maupun saran.

TAHAPAN ANALISIS SWOT

1.

- **Identifikasi faktor eksternal dan internal**

2.

- **Buat matriks SWOT**

3.

- **Tentukan strategi prioritas**

Tahap 1 :

Identifikasi faktor eksternal dan internal

CONTOH DAFTAR PERTANYAAN ANALISIS FAKTOR INTERNAL

Strength (Kekuatan)

- a. Apa kelebihan / keunikan / keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh usaha Anda ?
- b. Aset apa yang Anda miliki di tim / usaha Anda, seperti pengetahuan, pendidikan, jaringan, keterampilan, dan reputasi?
- c. Aset fisik apa yang Anda miliki, seperti pelanggan, peralatan, teknologi, pendanaan, dan paten produk?

Tahap 1 :

Identifikasi faktor eksternal dan internal

CONTOH DAFTAR PERTANYAAN ANALISIS FAKTOR INTERNAL

Wekaness (Kelemahan)

- Hal apa yang harus ditingkatkan pada usaha Anda?
- Hal apa yang harus dihindari oleh usaha Anda?
- Apa kelemahan yang dilihat maupun dirasakan oleh konsumen dari usaha Anda?
- Faktor apa yang dapat menurunkan penjualan usaha Anda?
- Apa yang telah dilakukan pesaing Anda sehingga usaha mereka lebih baik dari usaha Anda?

Tahap 1 :

Identifikasi faktor eksternal dan internal

CONTOH DAFTAR PERTANYAAN ANALISIS FAKTOR EKSTERNAL

Opportunity (Peluang)

- Kesempatan apa yang bisa Anda lihat dan berhubungan dgn usaha Anda ?
- Tren apa yang saat ini sedang berlangsung yang sesuai dengan bisnis/usaha Anda?

Tahap 1 :

Identifikasi faktor eksternal dan internal

CONTOH DAFTAR PERTANYAAN ANALISIS FAKTOR EKSTERNAL

Threat (Ancaman)

- Perkembangan apa yang berpotensi menjadi ancaman untuk usaha Anda ?
- Apa hambatan yang sekarang sedang dihadapi ?
- Hal apa yang telah dilakukan oleh pesaing bisnis Anda?
- Apakah ada perubahan / kebijakan dari pemerintah yang bisa mengancam perkembangan bisnis Anda?

Tahap 1 :

Identifikasi faktor eksternal dan internal

CONTOH IDENTIFIKASI FAKTOR

Kekuatan dan Kelemahan

FAKTOR KEKUATAN

1. Produk yang dihasilkan berkualitas
2. SDM melek teknologi
3. SDM yang banyak dan terampil
4. Lokasi industri dekat dengan pemasok bahan baku
5. Pemasaran dilakukan oleh pembeli melalui kerjasama

FAKTOR KELEMAHAN

1. Produksi menurun jika ketersediaan bahan baku sedikit
2. Keterbatasan Modal
3. Sumberdaya berpendidikan rendah
4. Akses jalan menuju agroindustri buruk/jelek/rusak

Tahap 1 :

Identifikasi faktor eksternal dan internal

CONTOH IDENTIFIKASI FAKTOR

Peluang dan Ancaman

FAKTOR PELUANG

1. Permintaan konsumen terhadap produk meningkat
2. Kepuasan konsumen & loyalitas tinggi
3. Pemanfaatan teknologi oleh agroindustri

FAKTOR ANCAMAN

1. Munculnya pesaing agroindustri yang sejenis dengan produksi skala besar
2. Perkembangan teknologi sulit diikuti karena memerlukan biaya tinggi
3. Harga bahan baku yang cukup tinggi
4. Sedikitnya dukungan pemerintah terhadap agroindustri

Tahap 2 : MATRIKS SWOT



Matriks SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para pelaku usaha mengembangkan empat jenis strategi: Strategi SO (kekuatan-peluang), Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan ancaman), dan Strategi WT (kelemahan-ancaman)

-David , 2009-

Matriks SWOT

SWOT	Strengths (S) Tentukan faktor yang menjadi kekuatan	Weakness (W) Tentukan faktor yang menjadi kelemahan
Opportunities (O) Tentukan faktor yang menjadi peluang	Strategi (SO) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi (WO) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Tentukan faktor yang menjadi ancaman	Strategi (ST) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi (WT) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk mengatasi ancaman

1. Sel SO : Comparative Advantages

Sel ini merupakan pertemuan dua elemen kekuatan dan peluang sehingga memberikan kemungkinan bagi suatu organisasi untuk bisa berkembang lebih cepat.

2. Sel ST: Mobilization

Sel ini merupakan interaksi ancaman dan kekuatan. Di sini harus dilakukan upaya mobilisasi sumber daya yang merupakan kekuatan organisasi untuk memperlunak ancaman dari luar tersebut, bahkan kemudian merubah ancaman itu menjadi sebuah peluang.

3. Sel WO : Divestment atau Investment

Sel ini merupakan interaksi antara kelemahan organisasi dan peluang dari luar. Situasi seperti ini memberikan suatu pilihan pada situasi yang kabur. Peluang yang tersedia sangat meyakinkan namun tidak dapat dimanfaatkan karena kekuatan yang ada tidak cukup untuk menggarapnya. Pilihan keputusan yang diambil adalah (melepas peluang yang ada untuk dimanfaatkan organisasi lain) atau memaksakan menggarap peluang itu (investasi).

4. Sel WT : Damage Control

Sel ini merupakan kondisi yang paling lemah dari semua sel karena merupakan pertemuan kelemahan organisasi dengan ancaman dari luar, dan karenanya keputusan yang salah akan membawa bencana yang besar bagi organisasi. Strategi yang harus diambil adalah Damage Control (mengendalikan kerugian) sehingga tidak menjadi lebih parah dari yang diperkirakan.

Tahap 3.

Menentukan Strategi Prioritas

- **DISKUSI TIM / FOCUS GROUP DISCUSSION (FGD)**
- **SESUAIKAN DENGAN VISI MISI , TUJUAN USAHA JANGKA PENDEK/URGENT**



DAFTAR PUSTAKA



Rangkuti, F. 2016. Teknik Membedah Kasus Bisnis : Analisis SWOT (Cara, Perhitungan Bobot, dan OCAI). 2016. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

David, F. R. 2009. Manajemen Strategi : Konsep (Edisi 12). Salemba Empat. Jakarta.



Yuk, bersama jadi *advisor* pendamping UMKM naik kelas !

Thank You

CONTOH ANALISIS SWOT

Strategi Pengembangan Usahatani Padi Organik di Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember (Wardani dan Widyatami, 2021)

Kelemahan		No	Kekuatan
Infrastruktur menuju tempat produksi kurang mendukung		a.	Produk beras organik memiliki kualitas yang baik
Harga masih cukup tinggi sehingga belum mampu dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat		b.	Produk beras organik di proses dengan menggunakan teknologi
Jumlah produksi beras organik belum mampu memenuhi permintaan pasar		c.	Produk beras organik sudah bersertifikat organik
Tempat atau guang penyimpanan produksi terbatas		d.	Standar Operasional Prosedur (SOP) yang baku dan memiliki tim penjaminan mutu internal (Internal Control System/ICS)
Pemasaran beras organik tidak dilakukan sendiri		e.	Dukungan kelompok tani kepada petani anggota kelompok tani
		f.	Kemitraan yang Baik
		g.	Budidaya padi organik ramah lingkungan
		h.	Benih diproduksi sendiri oleh kelompok tani
Ancaman		Peluang	
Upah pekerja yang semakin meningkat		Kebijakan pemerintah yang mendukung pertanian padi organik	
Produk beras organik impor		Konsumsi beras organik di Jember masih rendah	
Perusaahaan pesaing dari sekitar kota Jember		Potensi pasar masih luas	
Hama dan Penyakit Tanaman Padi		Kondisi alam yang mendukung	
Kenaikan tarif dasar listrik yang berpengaruh terhadap biaya produksi			

STRENGTHS		WEAKNESSES	
	a. Produk beras organik memiliki standart kualitas yang baik b. Produksi beras organik di proses dengan menggunakan teknologi c. Produk beras organik sudah bersertifikat organik d. Standar Operasional Prosedur (SOP) yang baku dan memiliki tim penjaminan mutu internal (Internal Control System/ICS) e. Dukungan Kelompok Tani kepada petani anggota f. Kemitraan yang Baik g. Budidaya padi organik ramah lingkungan h. Benih diproduksi sendiri oleh kelompok tani		i. Infrastruktur menuju tempat produksi kurang mendukung j. Harga masih cukup tinggi sehingga belum mampu dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat k. Jumlah produksi padi organik belum mampu memenuhi permintaan pasar l. Tempat atau gudang penyimpanan produksi terbatas m. Pemasaran tidak dilakukan sendiri
OPPORTUNITIES	STRATEGI SO	STRATEGI WO	
a. Kebijakan pemerintah yang mendukung pertanian padi organik b. Konsumsi beras organik di jember masih rendah c. Potensi pasar masih luas d. Kondisi alam yang mendukung	Meningkatkan monitoring dan evaluasi penerapan SOP untuk mempertahankan produk beras organik yang berkualitas dan memperkenalkan kualitas produk beras organik Desa Rowosari kepada masyarakat luas (Sa, Sb, Sc, Sd, Se, Sf, Sg, Sh VS Oa, Ob, Oc, Od)	Peningkatan Produktivitas padi organik yang ditunjang dengan Peningkatan kapasitas gudang penyimpanan produksi, untuk memenuhi potensi pasar yang masih luas (Wi, Wj, Wk, Wl, Wm VS Oa, Ob, Oc, Od)	
THREATS	STRATEGI ST	STRATEGI WT	
e. Upah pekerja yang semakin meningkat f. Produk beras organik impor g. Perusahaan pesaing dari sekitar kota Jember h. Hama dan Penyakit Tanaman Padi i. Kenaikan tarif dasar listrik yang berpengaruh terhadap biaya produksi	Pengembangan produksi benih padi organik untuk meningkatkan kualitas dan produktivitas padi organik agar produksi dan kualitas beras organik semakin meningkat dan dapat bersaing dengan produk lain (Sa, Sb, Sc, Sd, Se, Sf, Sg, Sh Vs Te, Tf, Tg, Th, Ti)	Peningkatan aspek manajerial usaha yang meliputi manajemen stock produksi beras organik dan manajemen pemasaran untuk memperkenalkan dan memperluas pemasaran produk beras organik (Wi, Wj, Wk, Wl, Wm VS Te, Tf, Tg, Th, Ti)	

CONTOH MATRIKS ANALISIS SWOT

Strategi Pengembangan Kemitraan Agroindustri Nilam di Kabupaten Konawe Selatan (Dzulkarnain, Santoso, Dan Mustaniroh, 2020)

Internal Eksternal	Internal	
	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
	1. Pelanggan sudah tersegmentasi 2. Populasi petani dalam menanam tanaman nilam masih cukup tinggi 3. Luasan lahan untuk budidaya komoditas nilam masih memadai 4. Minyak yang dihasilkan memiliki mutu yang baik	1. Permodalan yang terbatas dalam pengembangan usaha 2. Kurangnya pengetahuan dan wawasan SDM 3. Masih terbatasnya alat produksi
Peluang (<i>Opportunity</i>)	Strategi S – O	Strategi W - O
1. Daya tahan dan kualitas produk minyak atsiri ada pada nilam 2. Permintaan pasar dalam Negeri dan luar negeri meningkat 3. Kemitraan petani sebagai modal peningkatan produksi 4. Ketersediaan bahan baku dari para petani meningkat	1. Mempertahankan mutu yang dihasilkan dari petani mitra dan Meningkatkan akses pasar yang lebih luas dengan menjalin kemitraan (S1, O1, O2) 2. Memanfaatkan luas areal penanaman dan petani yang berusahatani nilam untuk memenuhi permintaan nilam (S2,S3, O2) 3. Mempertahankan dan Memperluas mitra kerjasama para petani dan pengusaha penyulingan nilam dalam meningkatkan produksi (S2,S3, O3, 04)	1. Membuka ruang komunikasi dengan pihak pemerintah dan lembaga dalam proses standarisasi (W3, O1, O2) 2. Melakukan pelatihan pengembangn SDM dengan bekerjasama oleh dinas terkait (W2, O3) 3. Menjaln kerjasama antar penyuling antar kecamatan dan daerah (W3, O2)
Ancaman (<i>Threts</i>)	Strategi S – T	Strategi W - T
1. Fenomena terjadinya naik turun harga komoditi minyak nilam 2. Munculnya Kompetitor baru 3. Perubahan Iklim yang tidak menentu	1. Meningkatkan pengawasan budidaya dan proses pengolahan (S4, T1, T2) 2. Mengantisipasi perubahan iklim dengan menerapkan <i>Good agricultural process</i> (S2, S3, T3)	1. Memperkuat permodalan dan memanfaatkan jaringan bisnis dengan internet untuk mengatasi permainan harga (W1, T1, T2) 2. Melakukan kerjasama dengan penyuluh untuk melakukan pendampingan terhadap petani mitra (W1,W2, T3)