



ANALISIS STRATEGI PERUSAHAAN DALAM EKSPANSI PASAR PROSES PRODUKSI FIBER CEMEN DENGAN METODE SWOT (Studi Kasus: PT. Amak Firdaus Utomo Probolinggo)

ANALISIS STRATEGI PERUSAHAAN DALAM EKSPANSI PASAR PROSES PRODUKSI FIBER CEMEN DENGAN METODE SWOT (Studi Kasus: PT. Amak Firdaus Utomo Probolinggo)

Siti zumairoh¹, Tri Prihatiningsih², Dwi Iryanig Handayani³

¹ Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Panca Marga Probolinggo

² Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Panca Marga Probolinggo

³ Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Panca Marga Probolinggo

¹sitizumairoh525@gmail.com

Abstract

Every enterprise in the field of product has a goal of staying alive and growing, goals can be achieved through efforts to maintain and raise the company's profit level. PT. AMAK FIRDAUS UTOMO is one of the deeply focused fibre industrial companies. He said the rupiah was expected to strengthen to rp9,100 per dollar in the Jakarta interbank spot market on Tuesday. He said the rupiah was expected to strengthen to rp9, 100 per dollar in the Jakarta interbank spot market on Tuesday. To produce that outcome.

Keywords: strengths weaknesses opportunities threats

Abstrak

Disetiap perusahaan yang bergerak dibidang produk mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang, tujuan dapat dicapai melalui upaya untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba oprasional perusahaan. PT. Amak Firdaus Utomo adalah salahsatu perusahaan industri fiber cemen (asbes gelombang) yang sangat mementingkan kualitas. Setiap perusahaan, baik yang bergerak dibidang produk ataupun jasa, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang. Dengan sebuah misi menawarkan yang terbaik bagi pelanggan, PT. Amak Firdaus Utomo untuk memberikan kualitas yang terbaik untuk produk yang mereka jual. Tidak hanya produk kualitas, PT. Amak Firdaus Utomo juga membangun kualitas dalam kelancaran proses produksi departemen produksi adalah salah satu bagian dalam struktur organisasi PT. Amak Firdaus Utomo yang paling utama untuk dilakukan kontrol serta perbaikan. Dikarenakan proses yang ada pada departemen produksi masih bersifat manual dan berhubungan dengan berjalanya usaha sehingga berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Strategi pemasaran adalah satu wujud rencana yang terurai dibidang pemasaran. Untuk memperoleh hasil yang optimal.

Kata kunci: strengths weaknesses opportunities threats.

1. Pendahuluan

Disetiap perusahaan yang bergerak dibidang produk mempunyai tujuan tetap hidup dan berkembang, tujuan akan dapat dicapai melalui upaya untuk dapat meningkatkan keuntungan dan tingkat laba oprasional perusahaan. PT. Amak Firdaus Utomo adalah salahsatu perusahaan industri fiber cemen (asbes gelombang) yang sangat mementingkan kualitas. Setiap perusahaan, baik yang bergerak dibidang produk ataupun jasa, mempunyai tujuan untuk berkembang dan tetap hidup . Dengan sebuah misi menawarkan yang terbaik bagi pelanggan, PT. Amak Firdaus Utomo untuk memberikan kualitas yang terbaik untuk produk yang mereka jual. Tidak hanya produk kualitas, PT. Amak Firdaus Utomo juga membangun kualitas dalam kelancaran proses produksi departemen produksi adalah salah satu bagian dalam struktur organisasi PT. Amak Firdaus Utomo yang untuk dilakukan paling utama kontrol serta perbaikan. Dikarenakan departemen proses produksi yang ada departemen produksi masih bersifat manual dan berhubungan dengan berjalanya usaha sehingga berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

Strategi pemasaran adalah satu rencana yang terurai dibidang pemasaran. Untuk memperoleh hasil yang optimal, strategi pemasaran ini mempunyai ruang lingkup yang luas dibidang pemasaran. Dalam strategi pemasaran menghadapi persaingan strategi produk, strategi harga, strategi pelayanan dan sebagainya dikutip oleh Rhenald Kasali (1998) Manajemen strategi salah suatu proses yang langkah utk mencapai tujuan perusahaan dengan cara mengimplementasikan proses manajemen yang baik, efektif dan efisien setiap menghadapi perubahan yang telah terjadi. Upaya mencapai tujuan jangka panjang yang menjadi target, maka perusahaan harus mampu dan tepat untuk mengambil keputusan dan melakukan kegiatan yang telah mengarah pencapaian target tersebut, dengan memperhatikan dinamika lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Manajemen strategi yang diimplementasikan oleh PT. Amak Firdaus Utomo dalam memasuki pemasaran luar jawa dan depo-depo di sekitar perusahaan PT. Amak Firdaus Utomo Probolinggo serta menganalisis factor-faktor eksternal dan internal perusahaan. Adapun depo-depo yang ada dikota probolinggo dan dikabupaten Probolinggo berjumlah 20 depo dengan rincian depo kota Probolinggo 8 dan depo kabupaten probolinggo 12. PT. Amak Firdaus Utomo berkeinginan untuk menekspansi pasar yang dikabupaten probolinggo dengan alasan karena wilayah kabupaten lebih luas daripada kota Probolinggo. Metode SWOT analysis merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui kelemahan, kekuatan ancaman, dan peluang dari organisasi. SWOT merupakan perpendekan kata dari strengths, weaknes, opportunities, dan treaths, dalam pemilihan dalam strategi tersebut diperoleh informasi terkait posisi perusahaan dalam lingkungan baik itu lingkungan internal maupun eksternal perusahaan. Sehingga tujuan dari analisis tersebut yaitu diperoleh formulasi strategi yang tetap serta sesuai dengan analisis lingkungan perusahaan.

2. Metodologi

2.1. Objek penelitian

Objek penelitian adalah suatu objek yang akan dilakukan penelitian menggunakan data yang mendukung untuk tujuan tertentu sehingga dapat diperoleh kesimpulan berdasarkan rumusan permasalahan yang ada pada penelitian. Dalam penelitian ini objek penelitiannya adalah pada PT. Amak Firdaus Utomo yang beralamat Jl. Anggrek No.02 kelurahan sukabumi, kota probolinggo, Provinsi Jawa Timur.

2.2. Metode Pengumpulan Data

2.2.1 Pengumpulan data

Dalam penelitian ini, data-tada penelitian dikumpulkan dengan menggunakan metode-metode berikut ini:

1. Observasi
Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung di PT. Amak Firdaus Utomo pada bagian pemasaran produk.
2. Kajian literatur
Data atau informasi yang diperoleh penelitian di dapat dari hasil penelitian di dapat dari hasil penelitian terdahulu ataupun internet yang apat digunakan untuk refrensi dalam penyusunan laporan.
3. Wawancara
Pengumpulan data ini dilakukan dengan cara tanya jawab yang dilakukan secara lansung pada pihak-pihak terkait untuk dapat mengetahui tentang pemasaran.

1.2.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Data primer
Data primer adalah data yang dikumpulkan, diukur dan dihitung sendiri oleh peneliti yang didapat dari sumbernya secara langsung yaitu melalui Observasi, wawancara.
2. Data Sekunder

Data yang didapat langsung dalam bentuk jadi atau data yang sudah ada seperti data perusahaan, studi literatur seperti referensi dari internet, jurnal ataupun hasil penelitian lainnya

Flowchart Penelitian



Gambar 3.2 Flowchart penelitian

ANALISA DATA

Tujuan

Untuk mencapai tujuan bisnis yang mengandalkan kemampuan sendiri dengan fokus memproduksi bahan bangunan berupa : lembaran serat krisotil semen bergelombang simetris sebagai produk utama dan produk lainnya seperti block paving, batako, dan lain-lain sebagai produk pendukung, maka perusahaan telah menyusun dan mengatur strategi bisnis sebagai berikut :

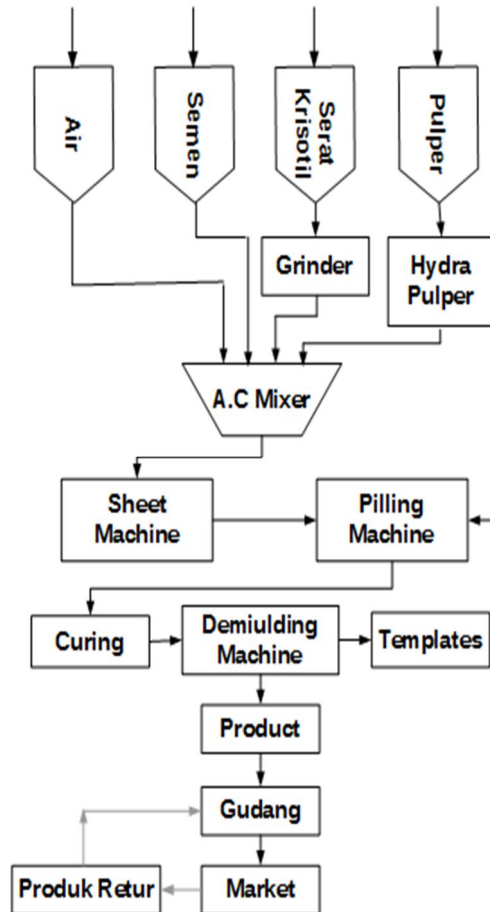
- Mingkatkan atau mengembangkan atau menyempurnakan produk bahan bangunan diatas yang bermutu sehingga memberi manfaat seluas-luasnya kepada pelanggan.
- Mengembangkan pangsa pasar keseluruhan wilayah Indonesia.
- Menjaga atau membina hubungan baik dengan distributor dan pelanggan.
- Meningkat kinerja secara optimal dengan menerapkan sistem manajemen mutu ISO 9001:2008.

Selalu melibatkan distributor atau agen atau pelanggan dalam rencana mengembangkan produk yang menyesuaikan dengan perkembangan teknologi

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Proses *Flowchart* Departemen Produksi

Berikut adalah diagram alur proses produksi dari PT. Amak Firdaus Utomo.



Gambar 4.4 Proses *Flowchart*

3.2 Analisis strategi perusahaan

Analisis SWOT berdasarkan hasil wawancara yang telah diketahui analisis internal dan analisis eksternal di PT. Amak Firdaus Utomo yang digunakan terhadap kekuatan, kelemahan serta peluang dan ancaman diperusahaan.

1. Kekuatan

- Memberikan produk berkualitas kepada konsumen
- Karyawan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen
- Memberikan sumberdaya manusia yang handal kepada konsumen
- Kebijakan yang diberikan perusahaan bias memberikan kepuasan kepada konsumen
- Memberikan harga jual yang murah kepada konsumen

2. Kelemahan

- Pengiriman atau penyuplayan asbis lalu terlambat kepada konsumen
- Kurangnya kuota penyuplayan asbis kepada konsumen
- Terdapat perbedaan harga jual antra konsumen satu dengan konsumen lainnya
- Pengiriman asbis tidak sesuai dengan jadwal
- Pelayanan perusahaan tidak memuaskan

3. Peluang

- Penggunaan asbis sudah merata
- Kebutuhan akan asbis yang terus meningkat
- Banyak took-toko material yang membutuhkan banyak setok

- d. Minimnya penjual asbis
- e. Bias memaksimalkan keuntungan dari harga asbis yang cukup murah

4. Ancaman

- a. Kenaikan harga beli dari perusahaan yang tidak diketahui
- b. Adapihak lain yang bias memberikan harga murah
- c. Banyaknya pihak yang tidak bertanggung jawab
- d. Harga jual yang diberikan oleh opnum yang mengatas namakan perusahaan lebih murah dengan harga yang ada pada perusahaan

Banyaknya pihak yang tidak bertanggung jawab sehingga terjadi masalah pada perusahaan

Prodak Pemasaran

Table 3.1 data pemasaran PT. Amak Firdaus Utomo

Tanggal/bualm	Lembar
jan 2019	176,260
Fep 2019	16,250
Mrt 2019	145,185
Apr 2019	130,865
Mei 2019	107,825
Juni 2019	62,300
Juli 2019	160,090
Agst 2019	122,700
Sept 2019	176,753
Okt 2019	163,555
Nop2019	73,310
Des 2019	121,155

Sumber: PT Amak Firdaus Utomo

Table 3.1 diatas menunjukan sumberdata dari PT.amak firdaus utomo dalam satu tahun pada 2019.

Tabel 3.2 IFAS

Faktor-faktor strategi internal	Bobot	Rating	Bobot dan rating
Kekuatan			
1. Memberikan produk berkualitas kepada konsumen	0,12	4	0,48
2. Karyawan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen	0,12	4	0,48
3. Memberikan sumberdaya manusia yang	0,12	4	0,48

handal kepada konsumen			
4. Kebijakan yang diberikan perusahaan bias memberikan kepuasan kepada konsumen	0,12	4	0,48
5. Memberikan harga jual yang murah kepada konsumen	0,11	3	0,33
Subtotal	0,60		2,25
Kelemahan			
1. Pengiriman atau penyuplayan asbis lalu terlambat kepada konsumen	0,07	3	0,21
2. Kurangnya kuota penyuplayan asbis kepada konsumen	0,09	3	0,27
3. Terdapat perbedaan harga jual antara konsumen satu dengan konsumen lainnya	0,07	3	0,21
4. Pengiriman asbis tidak sesuai dengan jadwal	0,09	3	0,27
5. Pelayanan perusahaan tidak memuaskan	0,10	3	0,3
Sub total	0,41		1,17
Total	1,00		

Sumber : pengolahan data internal oleh penulis

Hasil analisis dari **Tabel 3.2** IFAS faktor *Strength* mempunyai hasil nilai skor 2,25 sedangkan hasil dari *Weaknes* mempunyai nilai skor 1,17. Dan dari analisis faktor-faktor strategi eksternal EFAS dan dilakukan juga identifikasi yang hasilnya ada pada **Table 3.3**

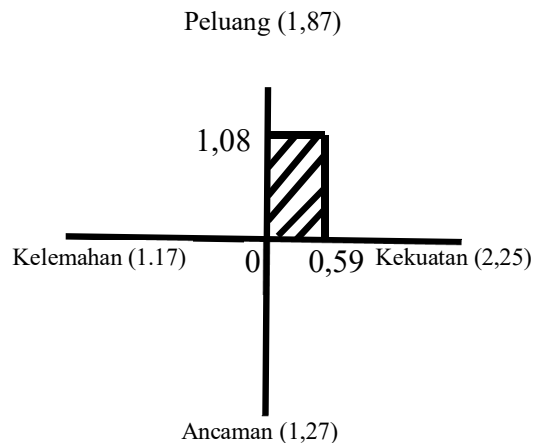
Table 4.3 EFAS

Faktor-faktor strategi internal	Bobot	Rating	Bobot dan rating
Peluang			
1. Penggunaan asbis sudah merata	0,12	4	0,48
2. Kebutuhan akan asbis yang terus meningkat	0,12	4	0,48
3. Banyak took-toko material yang membutuhkan banyak setok	0,09	3	0,27
4. Minimnya penjual asbis	0,10	2	0,2

5. Bias memaksimalkan keuntungan dari harga asbis yang cukup murah	0,11	4	0,44
Subtotal	0,50		1,87
Ancaman			
1. Kenaikan harga beli dari perusahaan yang tidak diketahui	0,08	3	0,24
2. Adapihak lain yang bias memberikan harga murah	0,10	3	0,3
3. Banyaknya pihak yang tidak bertanggung jawab	0,08	2	0,16
4. Harga jual yang diberikan oleh opnum yang mengatas namakan perusahaan lebih murah dengan harga yang ada pada perusahaan	0,09	3	0,27
5. Banyaknya pihak yang tidak bertanggung jawab sehingga terjadi masalah pada perusahaan	0,10	3	0,3
Sub total	0,50		1,27
Total	1.00		2,7

Sumber : pengolahan data internal oleh penulis

Hasil analisis **Table 3.3** bahwa faktor-faktor *Opportunity* nilai sekor 1,87 dan *Threat* 1,27. Selanjutnya nilai total sekor dari masing-masing faktor dapat dirinci *Strength*: 2.25, *Weakness*: 1.17, *Opportunity*: 1,87, dan *Threat*:1,27 maka diketahui nilai *Strength* diatas nilai *Weakness* 1,08 dan nilai *Opportunity* diatas nilai *Threat* jadi hasil dari *Opportunity* dan *Threat* 0,59. Hasil identifikasi tersebut dapat digambarkan dalam diagram SWOT, dapat dilihat pada **Gambar 4**.



Sumber :Diagram Hasil Pengolahan Data Internal dan Eksternal PT. Amak Firdaus Utomo

Dari gambar diagram diatas, menunjukkan bahwa PT. Amak Firdaus Utomo telah berada pada jalur yang tepat dengan terus melakukan strategi yang dapat meningkatkan penjualan.

Berdasarkan analisis menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh dua faktor yaitu internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut yang ditunjukkan dalam diagram hasil analisis SWOT :

1. strategi SO (mendukung strategi growth)

strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang strategi SO yang ditempuh oleh PT. Amak Firdaus Utomo.

2. Strategi ST (mendukung Strategi Diversifikasi)

Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST ditempuh oleh PT. Amak Firdaus Utomo

yaitu: melancarkan pemasaran dan promosi melalui sponsorship dan pameran, pelayanan yang memuaskan dan keramahan pada konsumen

3. Strategi WO (Mendukung strategi tum-Around)

Strategi diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO yang ditempuh oleh PT. Amak Firdaus Utomo yaitu: meningkatkan jaringan pemasaran

4. Strategi WT (Mendukung Strategi Defensif)

Pada strategi kegiatan ini yang bersifat atau berusaha meminimalkan kegiatan ada pada kelemahan yang menghindari ancaman. Strategi WT ditempuh oleh PT. Amak Firdaus Utomo yaitu: Menghindari pindahnya tenaga berpendidikan, memperdayakan struktur organisasi yang telah dibentuk oleh perusahaan khususnya lembaga yang mengurus inovasi dan pengamana.

Dari empat kemungkinan alternatif strategi yang diperoleh diatas, strategi yang paling tepat digunakan oleh PT. Amak Firdaus Utomo meningkatkan penjualan yang handal yaitu perumusan strategi yang efektif dan efisien akhirnya diperoleh strategi SO yaitu strategi dengan menggunakan *Strength* untuk memanfaatkan *Opportunities* yang dimiliki perusahaan yaitu : meningkatkan kualitas yang bermutu produk.

Berdasarkan hasil analisis SWOT PT. Amak Firdaus Utomo memiliki kekuatan yang dapat dipakai pada stretegi tertentu serta memanfaatkan peluang yang tepat serta secara bersamaan meminimalkan atau menghindari kelemahan dan ancaman yang ada. Posisi sangat menguntungkan perusahaan dengan memperbaiki kondisi diatas rata-rata kemampuan sehingga PT. Amak Firdaus Utomo dapat mengendalikan para pesaing yang ada maupun pesaing yang terbilang kuat. Didalam pandangan konsep pemasaran merupakan hal yang sederhana dan secara intuisi merupakan filosofi yang menarik. Tujuan perusahaan ini di capai melai keputusan konsumen yang di peroleh setelah kebutuhan dan keinginan konsumen di penuhi melalui produk yang di hasilkan oleh perusahaanaan

4. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan analisis diagram cartesius nilai IFAS faktor Strength mempunyai hasil nilai sekor 2,25 sedangkan hasil dari Weaknes mempunyai nilai sekor 1,17. Dan dari analisis 3 bahwa faktor-faktor Opportunity nilai sekor 1,87 dan Threat 1,27. maka diketahui nilai Strength diatas nilai Weakness 1,08 dan nilai Opportunity diatas nilai Threat jadi hasil dari Opportunity dan Threat 0,59. bahwa yang menjadi strategi utama PT. Amak Firdaus Utomo adalah strategi Growth (perkembangan) dimana PT. Amak Firdaus Utomo dapat mengembangkan produk yang berkualitas dengan cara mengembangkan kemampuan tenaga pekerja serta memanfaatkan promosi yang lebih baik.

Berdasarkan matriks SWOT maka dapat disimpulkan beberapa pengembangan melalui pertimbangan faktor internal dan eksternal perusahaan yang dapat bermanfaat bagi kemajuan PT. Amak Firdaus Utomo.

Saran

Saran yang dapat diberikan kepada perusahaan adalah PT. Amak Firdau Utomo untuk mendapatkan penigkatan kepuasan pelanggan dan Untuk mencari keseimbangan pasar, antara buyer's market dan seller's market, mendistribusikan barang dan jasa dari daerah surplus ke daerah minus, dan produsen ke konsumen, dari pemilik barang dan jasa ke calon konsumen.

Referensi

- [1] Coulter, Mary K. 2002. *Strategic Management in Action*, edisikedua. New Jersey; Prentice Hall
- [2] David, Fred R. 2006. *Strategic Management*, DiterjemahkanolehIchsanSetiyo Budi, Edisikesepuluh, Buku 1, Jakarta; SalembaEmpat.
- [3] Dirgantoro, Crown. 2001. *ManajemenStratejik: Konsep, Kasus, danImplikasi*, Cetakanpertama. Jakarta; PT Grasindo.
- [4] Hariadi, Bambang. 2005. *StrategiManajemen, MemenangkanPerangBisnis*. Malang; BayumediaPublishing.
- [5] Hunger, David J. danWheelan, Thomas L, 2003. *Manajemen Strategis*, DiterjemahkanolehJuliantoAgung S. Yogyakarta; ANDI
- [6] Jusuf ,Luky, dan Devi Anggrahini. 2013. *ManajemenStratejik*. EdisiPertama-Yogyakarta ;GrahaIlmu.
- [7] Kasiram, Mohammad. 2010. *MetodologiPenelitian*. Yogyakarta; UIN MALIKI-PRESS
- [8] Kuncoro, Mudrajad. 2005. *StrategiBagaimanaMeraihKeunggulanKompetitif*. Jakarta; PenerbitErlangga.
- [9] Moleong, Lexy J. 2004, *MetodePenelitianKualitatif*. Bandung; PT RemajaRosdakarya.
- [10] Pearce, John A. dan Robinson, Richard B, 1997. *ManajemenStratejik*, Diterjemahkanoleh Ir. AgusMaulana MSM, Buku 1, Jakarta; BinarupaAksara
- [11]Rangkuti, Freddy.2005. *Analisis SWOT TeknikMembedahKasusBisnis*, cetakankeduabelas, Jakarta; GramediaPustakaUtama.
- [12]Tjiptono, Fandy; G. Chandra; & D. Adriana. 2008. *Pemasaran Stratejik*. Yogyakarta: ANDI.
- [13]Rangkuti, Freddy.(2001). *Analisis SWOT TeknikMembedahKasusBisnis*. Jakarta: PT. GramediaPustakaUtama.