

## ABSTRAKSI

Vendi Bahtiar, 2008, **Analisis SWOT dan Matriks TOWS Sebagai Dasar Penentuan Strategi Pada Perusahaan. (Studi Kasus Pada PT. Karya Niaga Bersama Malang).** Pembimbing I: Kadarisman Hidayat , Pembimbing II: Edy Yulianto.112 Hal + x.

Perencanaan bisnis merupakan potret atau gambaran bisnis yang akan dilakukan. Karena itu, dalam penulisannya diperlukan gambaran yang menyeluruh sehingga dapat diketahui dengan jelas urutan-urutan dan logika proses berpikir dari perencanaan sampai pengambilan keputusan yang dipilih. Sehingga dapat memusatkan perhatian posisi di bisnis tersebut, mengetahui kearah mana perusahaan akan pergi, bagaimana mencapainya serta tindakan apa yang dilakukan agar dapat memaksimalkan kekuatan dan merebut peluang yang ada sehingga berhasil. Karena itu, perencanaan bisnis yang baik merupakan alat yang sangat berguna untuk menjalankan bisnis secara efektif dan efisien.

Hampir setiap perusahaan maupun pengamat bisnis dalam pendekatannya banyak menggunakan analisis SWOT. Kecenderungan ini tampaknya akan terus semakin meningkat, terutama dalam era perdagangan bebas abad 21 yang satu sama lain saling berhubungan dan saling tergantung. Tujuannya agar perusahaan dapat melihat secara obyektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif studi pada PT. Karya Niaga Bersama Malang yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang industri rokok, dimana penelitian ini difokuskan pada penerapan Analisis SWOT dan Matriks TOWS sebagai dasar penentuan strategi dimana tolak ukurnya sebagai berikut: sejarah dan tujuan perusahaan, kondisi eksternal yang dipengaruhi 2 faktor yaitu lingkungan jauh dan lingkungan industri, dan kondisi internal yang dilihat secara fungsional. Sumber datanya berupa sumber data primer dan sekunder, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi serta instrumen penelitiannya berupa pedoman observasi dan pedoman wawancara. Analisis data yang dilakukan dengan melakukan beberapa tahap sebagai berikut: Analisis SWOT yang terdiri dari kekuatan, kelemahan peluang dan ancaman dengan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal, dan model-model dari analisis SWOT seperti *Matriks Internal Faktor Evaluasi* (IFE), *Matriks Eksternal Faktor Evaluasi* (EFE), *Matriks TOWS*, *Matriks Strategi Position and Action Evaluation* (SPACE) dan *Matriks Quantitatif Strategy Planning* (QSP).

Berdasarkan analisis yang dilakukan, bagi PT. Karya Niaga Bersama Malang, dari hasil peneltian ini sebaiknya pihak perusahaan menggunakan strategi integratif yang terdiri dari strategi *Foreward* yang menghendaki agar PT. Karya Niaga Bersama harus mempunyai kemampuan yang besar terhadap pengendalian para distributor, karena masih ada tentang keluhan-keluhan pelanggan tentang keterlambatan pengiriman, strategi *Backward*, yaitu pengawasan terhadap para pemasok barang agar produk-produk yang didapat didaur ulang bahan bakunya aman dipasok, jadi tujuannya

untuk meningkatkan pengendalian bagi para pemasok, sehingga spesifikasi pesanan yang jelas dan mudah dimengerti serta waktu pesanan realistis, selanjutnya strategi *horisontal*. Strategi dilihat dari sisi internal, hendaknya PT. Karya Niaga Bersama dapat memperluas pasar untuk mengurangi potensi persaingan dengan memilih segmen mana yang akan dilayani dan harus diputuskan pula posisi yang akan ditempati dalam segmen tersebut. dan dilihat dari sisi eksternal, PT. Karya Niaga Bersama dapat melakukan akuisisi atau *Joint Venture* dengan perusahaan lain pada industri yang sama.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Karena hampir setiap perusahaan maupun pengamat bisnis dalam pendekatannya banyak menggunakan analisis SWOT dan perkembangannya saat ini analisis SWOT, tidak hanya dipakai untuk menyusun strategi dimedan pertempuran, melainkan banyak dipakai dalam penyusunan perencanaan strategi bisnis *Strategic Business Planning* yang bertujuan untuk menyusun strategi-strategi jangka panjang sehingga arah dan tujuan perusahaan dapat dicapai dengan jelas dan dapat segera diambil keputusan.

