

**ANALISIS SWOT UNTUK MENENTUKAN STRATEGI UTAMA PADA
PERUSAHAAN UD BERKAH COMPONENT INDONESIA**

Disusun oleh :

ELFA MEILINDA

NIM: 145020207111039

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih

Derajat Sarjana Ekonomi



BIDANG MANAJEMEN STRATEGI

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

2018

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRAK	ixx

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Definisi Strategi.....	13
2.2.1 Fungsi Strategi.....	14
2.2.2 Manajemen Strategi.....	14
2.2.3 Manfaat Manajemen Strategi.....	15
2.2.4 Model Manajemen Strategi	16
2.2.5 Proses Manajemen Strategi	17
2.2.6 Formulasi Strategi.....	17
2.2.7 Evaluasi Strategi.....	18
2.2.8 Alat Analisis Manajemen Strategi.....	18
2.3 SWOT.....	19
2.3.1 Matrik SWOT	23
2.3.2 Pembuatan Matrik SWOT	25
2.4 Kerangka Pemikiran Penulisan.....	27

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Informan Perusahaan	29

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	30
3.4 Ruang Lingkup Penelitian	30
3.5 Jenis Data.....	30
3.5.1 Data Primer.....	31
3.5.2 Data Sekunder.....	31
3.6 Teknik Pengumpulan Data	31
3.6.1 Wawancara	31
3.6.2 Observasi	32
3.6.3 Dokumentasi.....	32
3.7 Teknik Analisis Data	32
3.8 Keabsahan Data	33
3.9 Alat Analisis Data.....	35
3.10 Prosedur Penelitian	36

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	38
4.1.1 Sejarah	38
4.1.2 Perjalanan Bisnis	39
4.1.3 Visi Dan Misi	49
4.1.4 Lokasi	40
4.1.5 Struktur Organisasi	40
4.2 Analisis Lingkungan Eksternal.....	41
4.2.1 Analisis Lingkungan Jauh.....	41
4.2.1.1 Kondisi Ekonomi.....	42
4.2.1.2 Kekuatan Sosial, Budaya, dan Demografis ...	43
4.2.1.3 Kekuatan Politik dan Pemerintahan	45
4.3.1.4 Kekuatan Teknologi	47
4.2.2 Lingkungan Industri	48
4.2.2.1 Ancaman dari pendatang baru	48
4.2.2.2 Ancaman dari produk pengganti.....	49
4.2.2.3 Kekuatan tawar-menawar dari pemasok.....	50
4.2.2.4 Kekuatan tawar-menawar dari pembeli.....	52

4.2.2.5 Persaingan kompetitif	53
4.3 Analisis Lingkungan Internal	55
4.3.1 Pemasaran	54
4.3.2 Keuangan	59
4.3.3 Operasional	60
4.3.4 Sumber Daya Manusia	61
4.4 SWOT	64
4.4.1 Kekuatan	64
4.4.2 Kelemahan	70
4.4.3 Peluang	72
4.4.4 Ancaman	75
4.5 Analisis Matrik SWOT	77
4.6 Analisis Pemilihan Strategi Kualitatif	79
4.7 Pembahasan	81
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	89

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Tabel	Hal.
Lampiran 1	Identitas Responden.....	89
Lampiran 2	Daftar Wawancara.....	89
Lampiran 3	Foto Dokumentasi.....	91
Lampiran 4	Transkrip Wawancara.....	95

DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Hal.
Tabel 1.1	Data UMKM di beberapa kota Jawa Timur.....	2
Tabel 1.2	Data-data penghasilan knalpot 3 tahun terakhir	3
Tabel 1.3	Penjualan best seller setiap bulan.....	3
Tabel 2.1	Penelitian terdahulu	8
Tabel 2.2	Matrik SWOT.....	24
Tabel 3.1	Data Informan Perusahaan.....	29
Tabel 3.2	Timeline Penelitian.....	37
Tabel 4.1	Struktur Organisasi.....	40
Tabel 4.2	Daftar nama barang top brand.....	55
Tabel 4.3	Matrik SWOT.....	78
Tabel 4.4	Penilaian kuantitatif.....	80

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Hal.
Gambar 2.1	Model Manajemen Strategi	17
Gambar 2.2	Faktor External dan Internal Perusahaan	22
Gambar 2.3	Diagram SWOT.....	26
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran penelitian	27
Gambar 4.1	Perkembang mobil dari tahun 1991-2004.....	44
Gambar 4.2	Dumppipe porsche panamera.....	56
Gambar 4.3	Fullsystem BMW 32i/F3.....	56
Gambar 4.4	Muffler Ferrari California	56
Gambar 4.5	Fullset Exhaust System Landcruiser V8 euro.....	56
Gambar 4.6	Diagram SWOT.....	81

ANALISIS SWOT UNTUK MENENTUKAN STRATEGI UTAMA PADA PERUSAHAAN UD BERKAH COMPONENT INDONESIA

Oleh:

Elfa Meilinda

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

Elfameilinda567@yahoo.com

Dosen Pembimbing:

Sigit Pramono, SE., MSc.

ABSTRAK

Bisnis *exhaust system* menjadi tren usaha yang menjanjikan dari dulu hingga saat ini dikarenakan banyaknya macam-macam jenis mobil kelas rendah hingga mobil kelas atas (*super car*), bahwa bertambah banyaknya jenis mobil yang ada saat ini akan menjadikan sebuah peluang industri bagi perusahaan knalpot untuk memberikan kualitas yang terbaik maka perusahaan mendapat citra nama yang baik di pandangan masyarakat.

Salah satu perusahaan *exhaust system* atau sistem pembuangan yang biasa disebut oleh orang Indonesia dengan kata knalpot adalah UD. Berkah Component Indonesia yang berdiri sejak tahun 1997 di Kota Sidoarjo Provinsi Jawa Timur.

Alat-alat analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini diambil berdasarkan tahapan penentuan strategi oleh Analisis SWOT menurut Fred R. David. Adapun tahapan tersebut terdiri dari SWOT matrik, diagram SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan UD. Berkah Component Indonesia memiliki potensi yang besar untuk tumbuh dan berkembang, hal ini ditunjukkan oleh aspek peluang dan kekuatan yang dimiliki oleh UD. Berkah Component Indonesia. Matrik SWOT dan Diagram SWOT digunakan untuk penentuan strategi yang akan dilakukan. Hasil dari diagram SWOT terhadap UD. Berkah Component Indonesia maka strategi yang sesuai dengan perusahaan ini adalah strategi agresif.

Kata Kunci: SWOT, Strategi Utama, UD Berkah Component Indonesia

***SWOT analysis to determine the grand strategy in UD Berkah Component
Indonesia***

Elfa Meilinda

Faculty of Economics and Business University of Brawijaya

Elfameilinda567@yahoo.com

Advisor:

Sigit Pramono, SE., MSc.

ABSTRACT

From the past until now, business in exhaust system is promising due to the fact that car market is now filled with many options, from low-class to high-end (super) cars. This condition makes way for companies in the industry to grow. If they can meet the quality the customers expected, they will profit from the image perceived by the public.

One of the companies engaged in exhaust system business is UD. Berkah Component Indonesia, established since 1997 in Sidoarjo, East Java.

The tools of analysis that are used in this study are taken based on strategy determination stages through SWOT Analysis according to Fred R. David. The stages consist of SWOT Matrix and SWOT Diagram.

The results show that UD. Berkah Component Indonesia has a great potential to grow and develop, which is shown by the company's opportunity and strength . Using SWOT Matrix and SWOT Diagram, the strategy that suits the company is aggressive strategy..

Keywords: SWOT, Main Strategy, UD Berkah Component Indonesia