

# **SWOT ANALYSIS SEBAGAI DASAR PENGAMBILAN KEPUTUSAN STRATEGI BISNIS LPK TIARA CIPTA, JAKARTA SELATAN**

**Mombang Sihite**

Universitas Pancasila

Jl. Raya Lenteng Agung No.56-80, RT.1/RW.3, Srengseng Sawah, Jakarta Selatan, DKI Jakarta  
12640

Telp: (021)-7864727 Ext: 594 Fax: (021)-7864723

Email: s.mombang.3a@id.azbil.com

## **ABSTRAK**

LPK Tiara Cipta merupakan suatu badan usaha yang bergerak di bidang pelayanan jasa *Baby sitter* dan *Governess*. Oleh karena itu sangat penting mengetahui bagaimana pengaruh lingkungan internal dan eksternal LPK Tiara Cipta dalam menghasilkan strategi bisnis apa yang tepat. Strategi bisnis memegang peranan yang penting karena digunakan oleh pemimpin perusahaan untuk menghasilkan suatu inovasi yang dapat menunjang kelangsungan hidup perusahaan. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah analisis deskriptif, yaitu dengan mengumpulkan data yang diperoleh melalui survey dengan cara mewawancarai dan memberikan kuesioner kepada pimpinan. Dalam menganalisis data, dilakukan melalui tahap input dengan menggunakan Matriks Komparasi Urgensi Faktor Internal dan Eksternal (Analisis Bobot Urgensi Faktor Internal dan Analisis Bobot Urgensi Faktor Eksternal), Matriks Evaluasi Keterkaitan Faktor Internal dan Eksternal, Matriks Internal dan Eksternal, Peta Posisi Usaha, Analisis Medan Kekuatan, Perumusan Strategi (Analisis SWOT) dan tahap pencocokan dengan diagram SWOT. Total Nilai Bobot Faktor Internal kekuatan sebesar 5,02 (*Strenghts*), sementara kelemahan (*Weaknesses*) sebesar 2,39 sehingga selisih kekuatan dan kelemahan adalah 2,63. Kemudian Total Nilai Bobot Faktor Eksternal sebesar 4,23 (*Opportunities*) sementara ancaman (*Threats*) sebesar 2,20 sehingga selisih peluang dan ancaman adalah 2,03. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, LPK Tiara Cipta berada pada kuadran ke I yaitu LPK Tiara Cipta memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

*Kata Kunci: Strategi, Bisnis, SWOT*

## 1. PENDAHULUAN

Pembangunan spirit kewirausahaan di Indonesia menjadi suatu kebutuhan yang mendesak. Maklum modal sosial bangsa dan perekonomian Indonesia telah semakin terpuruk pasca krisis moneter pada akhir tahun 90'an. Hutang semakin menumpuk dan asset-aset strategis sudah banyak yang berpindah tangan. Kekayaan alam yang selama ini dianggap sebagai juru selamat, ternyata kurang dapat diandalkan lagi.

Sumber-sumber kekayaan mineral sudah mulai menipis. Konsensi-konsensi pertambangan sudah mulai dikuasai asing. Hutan pun tidak banyak berguna, karena lambatnya reboisasi. Dan yang terpuruk adalah negara kita sudah mulai menjadi negara importir minyak bumi dan mulai mengajukan permohonan pengunduran diri dari keanggotaannya di OPEC. Selain alasan-alasan di atas, banyak pemikiran yang mendukung perlunya pembangunan kewirausahaan.

Pertama, kewirausahaan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi sekaligus membuka banyak lapangan pekerjaan baru. Kedua, kewirausahaan banyak melahirkan kreativitas dan inovasi baru dalam melakukan usaha maupun teknologi. Ketiga, kewirausahaan seringkali meningkatkan kualitas kompetisi yang berujung pada nilai tambah bagi masyarakat. Keempat adalah menurunkan biaya dan waktu yang timbul akibat ketidakpastian. Dan yang kelima, kesejahteraan pada dasarnya adalah sebuah *created wealth*, bukan *inherited wealth*. (Rhenald Kasali, 2005: 9)

Usahawan usahawati mulai bermunculan dari berbagai bidang mencoba membaca peluang yang ada. Salah satunya adalah bisnis jasa. Berbagai bisnis jasa yang banyak dijumpai dalam hidup kita sehari-hari. Diantaranya adalah asuransi, telekomunikasi (telepon dan teleconference), hiburan, televisi, supir, pendidikan, binatu, reparasi dan jasa financial. Itu baru sebagian dari sekian banyak jenis jasa yang berkembang dewasa ini. Adanya pengaruh jasa dalam dunia membuka peluang untuk mendirikan usaha yang bergerak di bidang pelayanan jasa.

LPK Tiara Cipta sebagai lembaga pelatihan dan penyaluran tenaga kerja *Baby sitter* dan *Governess* mampu membaca peluang lapangan kerja yang ada. Jasa seorang *Baby sitter* dan *Governess* sangat dibutuhkan bagi golongan ekonomi menengah ke atas karena sibuknya aktivitas mereka sehingga membutuhkan tenaga bantuan untuk merawat, mengasuh dan mendidik putra putrinya. Peluang ini telah dibaca masyarakat sehingga mulailah usaha-usaha yang bergerak dibidang yang sama.

## 2. LANDASAN TEORI

Menurut Amin Widjaja (2008:121), strategi bisnis adalah suatu pendekatan umum yang menyeluruh, yang mengarahkan tindakan-tindakan utama perusahaan.

Selanjutnya menurut Tunggal (2008:121) menyatakan strategi bisnis merupakan dasa dari usaha yang dikordinasi dan ditopang, yang diarahkan terhadap pencapaian tujuan

usaha jangka panjang. Strategi bisnis seyogyanya mengintegrasikan bidang-bidang fungsional unit bisnis ke dalam suatu upaya yang terkoordinasi dan kohesif. Lingkungan perencanaan bisnis terdiri atas elemen-elemen tersebut, dari lingkungan yang secara langsung mempengaruhi kompetisi dalam industri unit bisnis (para pesaing, pemasok, pembeli, peserta baru, produk pengganti dan trend teknologi dalam pabrikan dan produk).

Disisi lain menurut Hunger dan Wheelen (2003:245), Strategi bisnis berfokus pada peningkatan posisi bersaing produk dan jasa perusahaan dalam industri atau segmen pasar tertentu yang dilayani perusahaan. Proses strategi bisnis dapat digambarkan sebagai berikut:

Kemudian menurut Hariadi (2003:34) strategi bisnis merupakan rencana strategi yang terjadi pada tingkat divisi dan dimaksudkan bagaimana membangun dan memperkuat posisi bersaing produk atau jasa perusahaan dalam industri atau pasar tertentu yang dilayani divisi tersebut.

Selebihnya menurut Craig dan Grant (2003:127) strategi bisnis adalah kebijakan dan pedoman yang menetapkan bagaimana sebuah perusahaan bersaing dalam sebuah industri, khususnya basis yang menjadi landasan dimana dia berusaha untuk membangun satu keuntungan bersaing.

Strategi bisnis seyogyanya mengintegrasikan bidang-bidang fungsional unit bisnis ke dalam suatu upaya

yang terkoordinasi dan kohesif. Lingkungan perencanaan bisnis terdiri atas elemen-elemen tersebut, dari lingkungan yang secara langsung mempengaruhi kompetisi dalam unit bisnis (para pesaing, pemasok, pembeli, peserta baru, produk pengganti dan trend teknologi dalam pabrikan dan produk).

Selanjutnya menurut Rangkuti (2006:3) perencanaan strategis adalah dimana suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi ancaman eksternal dan merebut peluang yang ada. Proses analisis, perumusan dan evaluasi strategi-strategi itu disebut perencanaan strategi.

Jadi tujuan utama perencanaan strategis adalah agar perusahaan dapat melihat secara obyektif kondisi-kondisi internal dan eksternal perusahaan, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Perencanaan strategis sangat penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan optimal dari sumber daya yang ada.

### **Pengertian Strategi**

Perubahan tatanan ekonomi dunia dewasa ini tidak bisa kita tolak atau kita hindari, maka tidak mau kita harus terlibat di dalamnya. Liberalisme perdagangan merupakan contoh konkrit perubahan tatanan ekonomi yang ditandai dengan arus globalisasi yang melanda berbagai kehidupan manusia, tidak terkecuali bidang ekonomi.

Maka dibutuhkan suatu strategi untuk menghadapi keadaan yang demikian. Karena dengan memiliki strategi kita sudah mengetahui langkah-langkah apa saja yang akan kita tempuh.

Menurut Triton (2008:16) Strategi adalah sekumpulan pilihan kritis untuk perencanaan dan penerapan serangkaian rencana tindakan dan alokasi sumber daya yang penting dalam mencapai tujuan dasar dan sasaran, dengan memperhatikan keunggulan kompetitif, komperatif dan sinergis yang ideal berkelanjutan, sebagai arah, cakupan dan perspektif jangka panjang keseluruhan yang ideal dari individu atau organisasi. Disamping itu menurut Anoraga (2007:358) Strategi adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.

Disisi lain menurut Yogi (2007:6) strategi adalah usaha untuk mencapai tujuan dengan melihat dan menentukan lingkungan eksternal serta internal sehingga menghasilkan rencana, keputusan dan tindakan yang tepat.

Kemudian menurut Anoraga (2004:338) strategi menempatkan parameter-parameter sebuah organisasi dalam pengertian menentukan tempat bisnis dan cara bisnis untuk bersaing.

Selain itu menurut Tjiptono (2002:3) dalam bukunya istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategeia* (*startos* = militer dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi jaman dulu yang sering diwanai perang, dimana jenderal dibutuhkan untuk memimpin satu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang. Strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.

### **Pengertian Manajemen Strategis**

Menurut Jauch dan Glueck (1984) yang dikutip oleh Purwanto (2006:75), manajemen startegi adalah sejumlah keputusan dan tindakan yang mengarah pada penyusunan suatu strategi atau sejumlah strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran perusahaan. Selanjutnya menurut David (2006:5) manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan untuk merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi mampu mencapai obyektifnya. Seperti tersirat dalam definisi, manajemen strategis befokus pada mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi penelitian dan pengembangan serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan. Disisi lain menurut Hunger dan Wheelen (2003:3) manajemen strategis adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategis meliputi Pengamatan

lingkungan, Perumusan strategi, Implementasi strategi dan Pengendalian.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan manajemen strategis adalah suatu proses yang sering digunakan oleh manajer untuk merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi sebuah keputusan guna mewujudkan visi serta misi organisasi.

### **Pengertian Analisis SWOT**

Analisis SWOT (singkatan Bahasa Inggris dari *Strengths, Weaknesses, Opportunities* dan *Threats*) adalah untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. Teknik ini dibuat oleh Albert Humphrey, yang memimpin proyek riset pada Universitas Stanford pada dasawarsa 1960-an dan 1970-an dengan menggunakan data dari perusahaan-perusahaan Fortune 500. ([http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Analisis\\_bisnis&action=edit&redlink=1](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Analisis_bisnis&action=edit&redlink=1), diakses 5 Maret 2009, 15:30).

Disamping itu menurut Goh dan Kheng-Hor (2003:35) kekuatan tanpa sebuah kesempatan seperti pesawat terbang yang terbang tanpa cuaca yang baik. Pesawat itu akan berisiko untuk terbang. Dengan demikian, untuk menjamin keberhasilan pemasaran, kemampuan perusahaan harus dicocok dengan kesempatan pasar yang ada. Disinilah peranan analisis SWOT (*Strength*-Kekuatan, *Weaknesses*-Kelemahan, *Opportunities*-Peluang dan *Threats*-Ancaman) diperlukan. Dengan analisis SWOT, Anda bisa menaklukkan pasar dan menyerang kompetitor Anda.

Tanpa analisis ini, Anda akan terbebani oleh pasar dan menjadi sasaran empuk bagi serangan kompetitor. Analisis SWOT yang efektif harus bertujuan meraih pemasaran strategis yang cocok dengan lingkungan internal dan eksternal.

Disamping itu menurut Ranguti (2006:18) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Analisis ini erat kaitannya dengan lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang akan dihadapi perusahaan. Penelitian menunjukkan kinerja perusahaan yang akan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT.

### **3. METODOLOGI PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah dengan studi kasus dimana jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan jenis data kualitatif dan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan dengan studi-studi kasus merupakan metode yang menghendaki suatu kajian rinci, mendalam, menyeluruh atas objek tertentu yang biasanya relatif kecil selama kurun waktu tertentu, termasuk lingkungan. Keunggulan metode ini adalah bahwa hasilnya dapat mendukung studi-studi yang lebih besar dikemudian hari, dapat memberikan hipotesis-hipotesis untuk riset lanjutan. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk mendefinisikan berbagai kriteria serta mendefinisikan nilai variabel-variabel yang diteliti dengan memberikan suatu gambaran tentang suatu

keadaan atau persoalan melalui data yang tidak berbentuk angka atau non numerik (data kualitatif) dan data yang dinyatakan dalam bentuk angka (data kuantitatif).

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian	
	Jenis Penelitian	Unit Analisis
T-1	Deskriptif	Pimpinan LPK Tiara Cipta
T-2	Deskriptif	Pimpinan LPK Tiara Cipta
T-3	Deskriptif	Pimpinan LPK Tiara Cipta

#### Keterangan

T-1 = Mengetahui dan menganalisis kontribusi lingkungan internal dan eksternal LPK Tiara Cipta melalui interview yang dilakukan dengan pimpinan LPK Tiara Cipta.

T-2 = Mengetahui dan menganalisis kontribusi lingkungan internal dan eksternal LPK Tiara Cipta melalui interview yang dilakukan dengan pimpinan LPK Tiara Cipta.

T-3 = Mengetahui dan menganalisis kontribusi lingkungan internal dan eksternal LPK Tiara Cipta melalui interview dan kuesioner yang dilakukan dengan pimpinan LPK Tiara Cipta.

#### Teknik Pengumpulan Data

Menurut Nasir (dikutip dalam Ridwan dan Kuncoro, 2007:203) menyatakan bahwa teknik pengumpulan data merupakan alat-alat ukur yang diperlukan dalam melaksanakan suatu penelitian. Data yang akan dikumpulkan dapat berupa angka-angka, keterangan tertulis, informasi lisan dan beragam faktor yang berhubungan dengan fokus penelitian yang diteliti. Sehubungan dengan pengertian teknik pengumpulan data, maka dalam penelitian ini, peneliti menggunakan empat pengumpulan data yaitu:

1. Observasi Langsung

Mengadakan kegiatan pengamatan secara langsung akan keadaan dan suasana di tempat penelitian guna memperoleh data dan sekaligus melihat lebih dekat mengenai kiat atau cara-cara dalam mengatasi persaingan.

2. Wawancara

Dengan mengajukan serangkaian tanya jawab secara langsung kepada pihak yang bersangkutan baik secara lisan maupun tulisan.

3. Studi Pustaka

Peneliti mengambil sumber data yang relevan dengan bahan penelitian dari berbagai literatur, baik dari buku, koran, internet dan sebagainya guna mendukung penelitian ini.

4. Kuesioner

Yaitu suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.

#### Instrumen Pengukuran

Instrumen pengukuran yang digunakan adalah untuk mengukur faktor internal yaitu kekuatan dari kelemahan perusahaan, serta faktor eksternal, yaitu peluang dan ancaman perusahaan dalam bentuk kuesioner. Adapun angka untuk pemberian bobot baik untuk faktor internal maupun eksternal adalah sebagai berikut:

1. Menghitung Nilai Urgen (NU) ditentukan dengan membandingkan mana yang lebih urgen antara satu faktor dengan yang lain.
2. Presentasi Bobot Faktor (BF) didapat dengan rumus:

$$BF = \frac{\text{Jumlah NU}}{\text{Total NU}} \times 100\%$$

### Teknik Analisis Data

Menurut David (2006:158) semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area. Kekuatan atau kelemahan internal digabungkan dengan peluang atau ancaman eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan.

Menurut Robert Graret (dikutip dalam David, 2006:159) menyimpulkan bahwa audit internal adalah lebih penting mengatakan:

Dari dua definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa dengan mengetahui faktor internal maka dapat dibuat analisis faktor. Kunci keberhasilan dengan menggunakan matrik komparasi urgensi. Analisis ini dimaksudkan untuk menentukan strategi terbaik yang perlu ditempuh oleh perusahaan dalam sasaran. Adapun langkah analisis pada matrik ini adalah sebagai berikut:

- Nilai Urgen (NU) ditentukan dengan membandingkan mana yang lebih urgen antara satu faktor dengan yang lain.
- Presentasi Bobot Faktor (BF) didapat dengan rumus:

$$BF = \frac{\text{Jumlah NU}}{\text{Total NU}} \times 100\%$$

**Tabel 3.3 Analisis Bobot Urgensi Internal**

No.	Faktor Internal	Faktor Yang Lebih Urgen										Bobot (%)
		a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	
<b>I. KEKUATAN (S)</b>												
A	-	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
B	-	-	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-
c	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-	-	-
d	-	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-	-
e	-	-	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-
<b>II. KELEMAHAN (W)</b>												
f	-	-	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-
g	-	-	-	-	-	-	X	-	-	-	-	-
h	-	-	-	-	-	-	-	X	-	-	-	-
i	-	-	-	-	-	-	-	-	X	-	-	-
j	-	-	-	-	-	-	-	-	-	X	-	-
<b>Total</b>												100

### Keterangan:

Urutan bobot faktor (UBF) yang diperoleh adalah:

Bobot faktor a = .....% Bobot f = ...%

Bobot faktor b = .....% Bobot g = ...%

Bobot faktor c = .....% Bobot h = ...%

Bobot faktor d = .....% Bobot i = ...%

Bobot faktor e = .....% Bobot j = ...%

**Catatan:** Penelitian bobot faktor ditulis berdasarkan berapa banyak faktor internal yang diketahui.

### Matrik SWOT

Menurut Rangkuti (2006:31) alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT, matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

**Tabel 3. 6 Matrik SWOT**

IFAS	Kekuatan ( <i>Strengths</i> )	Kelemahan ( <i>Weakness</i> )
EFAS	Tentukan 5 – 10 faktor-faktor kelemahan internal.	Tentukan 5 – 10 kekuatan internal.
Peluang ( <i>Opportunity</i> )	<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi WO</b>
Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal.	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
Ancaman ( <i>Threat</i> )	<b>Strategi ST</b>	<b>Strategi WT</b>
Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal.	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Sumber: Rangkuti, Freddy (2006:31)

Berikut ini adalah keterangan dari matrik SWOT:

- ❖ **Strategi SO**  
Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya.
- ❖ **Strategi ST**  
Strategi ini dibuat berdasarkan pada kekuatan pada kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- ❖ **Strategi WO**  
Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada menghindari ancaman.
- ❖ **Strategi WT** Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan

kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

#### 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Mencakup tahap pengumpulan data, data diperoleh dengan cara memberikan kuesioner kepada pimpinan LPK Tiara Cipta. Tujuan dari pembagian kuesioner ini adalah untuk mendapatkan berbagai rincian mengenai faktor internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan LPK Tiara Cipta. Sedangkan faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman LPK Tiara Cipta. Jawaban dari kuesioner tersebut kemudian direkapitulasi dengan rincian sebagai berikut di bawah ini.

##### Matriks Komparasi Urgensi Internal dan Eksternal

Langkah selanjutnya dalam tahap pengumpulan data adalah dengan menggunakan kuesioner pembobotan faktor eksternal dan faktor internal untuk menentukan bobot terhadap hasil ekstrasi yang telah digunakan sebelumnya. Bobot tersebut akan digunakan untuk mengukur relative kepentingan dengan matriks komporasi urgensi internal dan eksternal. Berikut ini adalah hasil dari kuesioner pembobotan baik untuk faktor eksternal maupun faktor internal LPK Tiara Cipta.



**Tabel 4.3**  
**Analisis Bobot Urgensi Faktor Internal**

No	Faktor Internal	Faktor Yang Lebih Urgen													Bobot (%)	
		a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m		NU
<b>I. Kekuatan</b>																
a.	Adanya tempat praktek pelatihan	X	a	a	a	a	a	a	a	i	j	a	a	a	10	16,67
b.	Biaya pendidikan yang terjangkau	a	X	b	d	e	b	b	b	i	j	k	l	m	4	6,67
c.	Lokasi kantor strategis	a	c	X	c	c	c	c	c	c	j	k	l	m	7	11,67
d.	Pelayanan kepada pelanggan memuaskan	d	d	d	X	a	f	d	d	d	d	d	d	m	9	15
e.	Tenaga Boly atau dan Gubernur berkualitas	e	b	e	e	X	f	g	h	e	e	k	l	m	3	8,33
f.	Prosedur pengurusan mudah	a	f	c	d	e	X	f	f	f	j	k	l	m	4	6,67
<b>II. Kelemahan</b>																
g.	Kemampuan manajerial yang masih kurang	g	h	g	g	a	f	X	g	i	j	k	g	m	3	8,33
h.	Belinya mendapatkan tenaga kerja terampil	a	b	h	h	h	f	g	X	i	j	k	l	m	3	5
i.	Tenaga pengajar masih kurang	i	b	c	d	i	f	i	h	X	j	k	l	m	3	5
j.	Kurangnya fasilitas pelatihan	j	k	c	d	j	f	j	h	i	X	k	l	m	3	5
k.	Peraturan belum tegas	a	b	c	d	k	k	h	i	j	X	l	m	3	5	
l.	Adanya pelanggaran kontrol perjanjian sewa oleh pengguna jasa	a	b	l	d	a	f	g	h	i	j	k	X	m	2	3,33
m.	Adanya pengguna jasa yang meminta sebagai pelatya pribadi	a	b	c	d	e	f	m	h	i	j	k	l	X	2	3,33
<b>Total</b>														<b>90</b>	<b>100</b>	

Sumber: Hasil Penelitian

**Keterangan :**

Urutan Bobot Faktor (UBF) yang diperoleh adalah :

- Bobot faktor a = 16,67 %
- Bobot faktor f = 6,67 %
- Bobot faktor l = 3,33 %
- Bobot faktor b = 6,67 %
- Bobot faktor g = 8,33 %
- Bobot faktor m = 3,33 %
- Bobot faktor c = 11,67 %
- Bobot faktor h = 5,00 %
- Bobot faktor d = 15,00 %
- Bobot faktor j = 5,00 %
- Bobot faktor e = 8,33 %
- Bobot faktor k = 5,00 %

**Tabel 4.4**  
**Analisis Bobot Urgensi Faktor Eksternal**

No	Faktor Eksternal	Faktor Yang Lebih Urgen													Bobot (%)
		a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	N	U	
<b>I. Peluang (O)</b>															
a.	Adanya legalitas dari Pemerintah	X	a	a	a	a	F	g	a	i	j	k	5	10	
b.	Adanya kepercayaan dari pelanggan	a	X	b	b	b	B	b	b	b	b	b	9	18	
c.	Pasangan suami istri yang bekerja (perkotaan)	a	b	X	c	a	F	c	c	i	j	k	3	6	
d.	Perkembangan teknologi, informasi dan pendidikan	a	b	c	X	e	F	d	d	d	d	5	10		
e.	Adanya kesempatan memperluas pasar	a	b	c	e	X	F	e	h	e	e	5	10		
<b>II. Ancaman (T)</b>															
f.	Kurangnya pengetahuan masyarakat	a	b	f	d	f	X	g	h	i	j	k	2	4	
g.	Kemungkinan masuknya pesaing baru	a	b	c	d	e	F	X	h	g	g	3	6		
h.	Kondisi ekonomi yang menurun	a	b	h	d	h	H	h	X	h	h	7	14		
i.	Adanya usaha lain sejenis lebih murah harganya	a	i	i	d	e	I	i	h	X	i	6	12		
j.	Adanya homecoming	a	b	c	d	e	F	g	h	i	X	1	2		
k.	Adanya kolerasan dalam rumah tangga (KDRT)	a	k	k	d	e	F	k	h	i	k	X	4	8	
<b>Total</b>														<b>80</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Penelitian

**Keterangan :**

- Bobot faktor a = 10,00 %
- Bobot faktor g = 6,00 %
- Bobot faktor b = 18,00 %
- Bobot faktor h = 14,00 %
- Bobot faktor c = 6,00 %
- Bobot faktor i = 12,00 %
- Bobot faktor d = 10,00 %
- Bobot faktor j = 2,00 %
- Bobot faktor e = 10,00 %
- Bobot faktor k = 8,00 %
- Bobot faktor f = 4,00 %

Dari Matriks Evaluasi Keterkaitan Faktor Internal dan Eksternal maka terlihat posisi usaha sebagai berikut:

Total Nilai Bobot Faktor Internal kekuatan (*Strenghts*) sebesar 5,02

#### **Analisis Medan Kekuatan**

Dari analisis faktor internal dan eksternal selanjutnya dapat digambarkan posisi kekuatan badan usaha. Posisi kekuatan badan usaha dapat dengan cara:

1. Membandingkan Total Nilai Bobot (TNB) antara kekuatan (*Strenghts*) dan kelemahan (*Weaknesses*), diperoleh  $S - W = 5,02 - 2,39 = 2,63$ .
2. Melihat hasil diatas ini berarti hasilnya berada pada posisi *Strenghts* (kekuatan).
3. Membandingkan Total Nilai Bobot (TNB) antara peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*), diperoleh  $O - T = 4,23 - 2,20 = 2,03$ .
4. Berdasarkan perhitungan tersebut diatas posisi kekuatan usaha terletak diantara kekuatan (*Strenghts*) dan peluang (*Opportunities*).

#### **Perumusan Strategi (Analisis SWOT)**

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah untuk SWOT. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Analisis dengan matriks SWOT ini menggunakan data yang diperoleh dari tabel analisis bobot urgensi faktor internal dan analisis bobot urgensi faktor eksternal. Matriks ini menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi yaitu:

- a. Strategi SO, Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.
- b. Strategi WO, Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.

- c. Strategi ST, Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.
- d. Strategi WT, Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

#### **ANALISIS PENELITIAN**

Keberhasilan LPK Tiara Cipta dalam menguasai pangsa pasar adalah dengan memanfaatkan keunggulan bersaing pada kualitas tenaga kerjanya serta pelayanan kepada pelanggan yang memuaskan sehingga kepercayaan pengguna jasa tenaga *Baby sitter* dan *Governess* tetap ada. Hal itu merupakan faktor pendukung eksistensi suatu badan usaha.

Berdasarkan hasil data diatas yang didapat, maka penelitian ini menghasilkan analisis sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari Analisis Medan Kekuatan, maka Peta Posisi Kekuatan Badan Usaha pada analisis baik (Positif)  $S - W = 2,63$  (sumbu x) dan  $O - T = 2,03$  (sumbu y). Dengan demikian LPK Tiara Cipta berada pada kuadran 1, yaitu posisi badan usaha tersebut terletak diantara Kekuatan (*Strenghts*) dan Peluang (*Opportunities*) yang menghasilkan strategi positif dan agresif.
2. Dari hasil yang didapat dengan menggunakan Matriks SWOT, diperoleh posisi LPK Tiara Cipta berada pada strategi SO, yaitu:
  - Meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan dan tenaga *Baby sitter* serta *Governess* untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan sehingga dapat memperluas pasar.
  - Memanfaatkan lokasi kantor strategis dan prosedur pengambilan *Baby sitter* ataupun

*Governess* yang mudah untuk menarik konsumen (suami istri yang bekerja) apabila membutuhkan pengasuh, perawat dan pendidik bagi putra-putri mereka.

- Memanfaatkan adanya tempat praktek pelatihan dan biaya yang terjangkau untuk menarik minat masyarakat menjadi *Baby sitter* dan *Governess* karena memiliki legalitas dari Pemerintah.

Strategi ini dapat dijalankan sebagai pendukung strategi diatas adalah strategi agresif (Diagram SWOT) yaitu dimana kekuatan yang dimiliki LPK Tiara Cipta digunakan secara optimal untuk memanfaatkan peluang dan merebut pangsa pasar yang lebih luas.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang tidak dilakukan terhadap LPK Tiara Cipta maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

### 1. Kondisi lingkungan Internal dan Eksternal LPK Tiara Cipta antara:

Kekuatan LPK Tiara Cipta, antara lain:

- Adanya tempat praktek pelatihan
- Biaya pendidikan terjangkau
- Lokasi kantor strategis.
- Pelayanan pelanggan memuaskan
- Tenaga *Baby sitter* dan *Governess* berkualitas
- Prosedur pengambilan mudah

Kelemahan LPK Tiara Cipta, antara lain:

- Kemampuan manajerial masih kurang
- Sulitnya mendapatkan calon tenaga sesuai kriteria

- Tenaga pengajar masih kurang
- Kurangnya fasilitas praktek
- Peraturan belum tegas
- Adanya pelanggaran kontrak perjanjian kerja oleh pengguna jasa
- Adanya pengguna jasa yang meminta sebagai pekerja pribadi

Peluang LPK Tiara Cipta, antara lain:

- Adanya legalitas dari Pemerintah
- Adanya kepercayaan dari pelanggan
- Pasangan suami istri bekerja (perkotaan)
- Perkembangan teknologi, informasi dan pendidikan.
- Adanya kesempatan memperluas pangsa pasar.

Ancaman LPK Tiara Cipta, antara lain:

- Kurangnya pengetahuan masyarakat
- Kemungkinan masuknya pesaing baru
- Keadaan ekonomi yang menurun
- Adanya kemungkinan usaha lain sejenis lebih murah harganya
- Adanya *homeschooling*
- Adanya KDRT

Total Nilai Bobot Faktor Internal kekuatan sebesar 5,02 (*Strengths*), sementara kelemahan (*Weaknesses*) sebesar 2,39 sehingga selisih kekuatan dan kelemahan adalah 2,63. Kemudian Total Nilai Bobot Faktor Eksternal sebesar 4,23 (*Opportunities*) sementara ancaman (*Threats*) sebesar 2,20 sehingga selisih peluang dan ancaman adalah 2,03 dengan demikian :

- Pada Peta Posisi Kekuatan Usaha, LPK Tiara Cipta berada pada kuadran ke I yaitu LPK Tiara Cipta memiliki

peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*). Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah kebijakan pertumbuhan yang agresif.

- Dari hasil yang didapat dengan menggunakan Matriks SWOT, diperoleh posisi LPK Tiara Cipta berada pada strategi SO, yaitu:
  1. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan dan tenaga *Baby sitter* serta *Governess* untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan sehingga dapat memperluas pasar.
  2. Memanfaatkan lokasi kantor strategis dan prosedur pengambilan *Baby sitter* ataupun *Governess* yang mudah untuk menarik konsumen (suami istri yang bekerja) apabila membutuhkan pengasuh, perawat dan pendidik bagi putra-putri mereka.
  3. Memanfaatkan adanya tempat praktek pelatihan dan biaya yang terjangkau untuk menarik minat masyarakat menjadi *Baby sitter* dan *Governess* karena memiliki legalitas dari Pemerintah.

#### **SARAN**

Adapun saran yang dapat penulis sampaikan setelah mengadakan analisis pada LPK Tiara Cipta adalah sebagai berikut:

1. Mengajukan pada LPK Tiara Cipta agar mempertahankan kualitas *Baby sitter* dan *Governess* dengan melengkapi fasilitas pelatihan serta tenaga pengajar yang ada ditambah jumlahnya.

2. Meningkatkan promosinya dengan harapan dapat meningkatkan pengguna jasa sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidup (eksistensi) dan memperluas pangsa pasar LPK Tiara Cipta serta dapat menghadapi persaingan usaha yang semakin kompetitif.
3. Mempertahankan dan meningkatkan pelayanan yang diberikan pada konsumen agar tetap puas dan setia untuk menggunakan *Baby sitter* dan *Governess* dari LPK Tiara Cipta.
4. Mengajukan kepada LPK Tiara Cipta untuk mengembangkan strategi *Direct Marketing* yaitu dengan cara memaksimalkan fungsi website yang dimiliki oleh usaha sehingga customer dapat memperoleh informasi yang lebih lengkap tentang *Baby sitter* dan *Governess*.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anoraga, Pandji, 2004. *Manajemen Bisnis*, Cetakan Ketiga, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- \_\_\_\_\_ 2007, *Pengantar Bisnis*, Cetakan Pertama, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Bambang, Hariadi, 2003. *Strategik Manajemen*, Penerbit Banyumedia, Malang.
- Craig, JC dan Gran, 2003. *Manajemen Strategik*. Penerbit Mediator, Jakarta.
- David, Fred R., 2006. *Manajemen Strategis Konsep*, Edisi 10, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

David, J. Hunger dan Thomas L. Wheelen, 2003. *Manajemen Strategis*, Edisi 2, Penerbit ANDI, Yogyakarta.

Firdaus, Alfa, 2009. Pelatihan Keterampilan Manajerial, <http://www.kmpk.ugm.a.id> Tanggal akses 7 Agustus 2009.

Goh, Sunny T.H. dan Khoo Kheng-Ho, 2003. *Marketing Wise*, Penerbit PT. Bhuana Ilmu Populer, Jakarta.

[http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Analisis bisnis&action=edit&redlink=1](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Analisis_bisnis&action=edit&redlink=1), tanggal 5 Maret 2009

<http://www.bahtera.org>, tanggal akses 7 Agustus 2009.

Kasali, Rhenald, 2005. *Membangun Kewirausahaan Indonesia*, Manajemen Usahawan Indonesia, Mei: 9.

Kotler, Philip, 2004. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Penerbit Prehalindo, Jakarta.

Marsellin, 2008. Analisis Strategi Bisnis Pada PT. Adven Media Visualindo, Skripsi, Universitas Bunda Mulia. Jakarta

Muhammad, Suwarsono, 2002. *Manajemen Strategik: Konsep dan Kasus*, Edisi 3, Penerbit UPP AMP YKPN, Yogyakarta.

Purwanto, Iwan, 2006. *Manajemen Strategi*, Cetakan Kesatu. Penerbit Yrama Widya, Bandung.

Rangkuti, Freddy, 2006. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Cetakan Keempat belas, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Saladin, Djaslim, 2004. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 3, Penerbit CV Linda Karya, Bandung.

Sudarsono, 2008. *Globalisasi Ekonomi yang Rentan*, Republika, 10 Desember