

ANALISA SWOT UNTUK MENGETAHUI KONDISI PERUSAHAAN DALAM MENENTUKAN STRATEGI PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA PADA PT. TIRTA INVESTAMA DI SURABAYA

Sulastri, Pribadiyono, Sutopo

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Surabaya
astris06@gmail.com

ABSTRAK

Untuk itu diketahui bahwa PT. Tirta Investama berada pada kuadran 1 Posisi ini menandakan perusahaan yang kuat dan berpeluang maka strategi yang harus diterapkan adalah SO yaitu : Meningkatkan Keramah-tamahan karyawan disaat bekerja untuk menjalin hubungan baik dengan karyawan, Memperkuat Brand Aqua Danone dengan memanfaatkan sarana komunikasi yang semakin canggih, Meningkatkan training kerja untuk karyawan baru agar dalam bekerja di lapangan selalu mempunyai pelanggan tetap. Adapun strategi bersaing menggunakan Matrik Internal-Eksternal yaitu : Meningkatkan keahlian tenaga kerja untuk menghadapi pesaing-pesaing baru, Menciptakan pelayanan yang lebih baik, Meningkatkan jenis produk yang dijual sesuai keinginan pelanggan, Memberikan persaingan harga dengan perusahaan pesaing, Menurunkan harga dengan berbagai potongan.

Kata kunci : Analisis SWOT, Positioning, Strategi Yang Akan Datang

ABSTRACT

For known that PT. Tirta Investama it is at quadrant 1 this Position designates strong company and then strategy that must applied is SO that is : Improved friendliness of employees when works for braid good relation/link with employees, Strengthen Brand Aqua Danone by exploit communication medium that growing sophisticated, Improved training [job/activity] was for new employees in expection of worked at the site always have customer fixed. As for strategy competes use Internal-External Matrix that is : Improve labour membership to face new competitors, Create better service, Improve product type that sold according to customer desire, Give price competition with competitor company, Cut under with various of cuttings.

Keyword : Analysis SWOT, Positioning, The coming Strategy.

PENDAHULUAN

Lingkungan bisnis organisasi tidak ada yang bersifat statis karena semua pasti akan mengalami perubahan. Perubahan yang diakibatkan oleh keadaan lingkungan yang dinamis dan kompetitif tersebut akan membawa dampak pada perubahan yang lebih besar lagi. Tanpa adanya kompetensi yang didukung oleh

sumber daya manusia yang handal, maka organisasi akan mengalami kesulitan untuk dapat bersaing dengan organisasi-organisasi lain.

Di dalam persaingan industry yang semakin maju perusahaan dituntut untuk selalu melakukan perkembangan positif di dalam perusahaan sehingga perusahaan selalu berupaya memperbaiki dengan perencanaan strategi yang baik. Strategi untuk menghadapi lingkungan eksternal dapat ditetapkan dengan mengetahui apa yang menjadi ancaman (*Threats*) dan apa yang menjadi peluang (*Opportunities*) bagi perusahaan. Setelah mengetahui lingkungan eksternal yang dihadapi, maka analisis lingkungan internal perlu dilakukan guna mengetahui apa yang menjadi kekuatan (*Strengths*) dan apa yang menjadi kelemahan (*Weaknesses*) dari perusahaan, yang memiliki peran penting dalam menetapkan suatu strategi perusahaan. Dengan demikian perusahaan selalu dapat beradaptasi dengan lingkungannya sehingga upaya untuk mencapai tujuan perusahaan senantiasa akan dapat dicapai.

Suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi bersaing dengan cara mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal perusahaan dan kekuatan-kekuatan eksternal tersebut. Pengembangan strategi bersaing ini bertujuan agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal sehingga dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal, yang sangat penting guna memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan optimal dari sumber daya yang ada.

PT. Tirta Investama di Surabaya atau yang dikenal dengan Aqua merupakan perusahaan distributor air minum dalam kemasan (AMDK). Aqua untuk saat ini merupakan market leader dalam medan persaingan berbagai produk air mineral di Indonesia. Posisinya yang kuat disebabkan oleh faktor Aqua sebagai produk air mineral yang pertama kali hadir di Indonesia. Kebutuhan masyarakat akan air minum meningkat seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk, kesadaran masyarakat akan butuhnya air minum yang bersih dan menyehatkan berpengaruh pada persepsi masyarakat akan konsumsi Air Minum Dalam Kemasan. Atas dasar itulah, banyak pemain baru yang masuk dalam industri ini.

Maka terdapat potensi masuknya pesaing baru di Indonesia, karena permintaan akan AMDK semakin meningkat.

Untuk itulah PT. Tirta Investama di Surabaya merasa perlu mengidentifikasi setiap peluang yang mendatangkan keuntungan dan ancaman yang mendatangkan kerugian. Karena industri perusahaan air minum dalam kemasan (AMDK) semakin berubah seiring dengan perubahan teknologi, perkembangan dunia usaha serta kebutuhan konsumen. Siap atau tidak, perusahaan yang bergerak di bidang air minum dalam kemasan di Indonesia akan menghadapi persaingan yang demikian ketat. Apalagi dengan semakin maraknya perusahaan asing di Indonesia yang punya kekuatan merek dan dana yang tak terbatas. Oleh karenanya perusahaan air minum dalam kemasan di Indonesia perlu mewaspadaikan atau memahami berbagai tren yang akan terjadi pada perusahaan air minum dalam kemasan di masa depan.

Analisis SWOT

Menurut Freddy Rangkuti (2009:18) Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.

Matrik Internal Eksternal

Menurut Rangkuti (2005:42) Matrik Internal Eksternal adalah Parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi.

Matrik SWOT

Menurut Rangkuti (2006) Matrik Swot adalah menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

Pengembangan SDM

Menurut Hasibuan (2007:69) Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan melalui pendidikan dan pelatihan.

METODE PENELITIAN

Teknik Pengumpulan Data

Didalam teknik pengumpulan data, dilakukan dengan menggunakan metode Brainstroming (sumbang saran) kepada responden yang dianggap mengetahui tingkat kepentingan untuk pembobotan dan rating penilaian terhadap lingkungan internal dan eksternal di dalam sebuah perusahaan. Adapun teknik yang digunakan dalam pengumpulan data antara lain : Teknik Wawancara, Teknik Pengamatan, Kuesioner.

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dokumentasi, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Bogdan dalam Sugiyono, 2013:244). Data kualitatif yang dikumpulkan, didukung dengan analisis deskriptif selanjutnya diolah dan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data SWOT

Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi dari objek penelitian di PT. Tirta Investama Surabaya.
2. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2016 sampai dengan data yang diperlukan sudah lengkap untuk pengumpulan data yang dibutuhkan oleh peneliti.

Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

yaitu data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

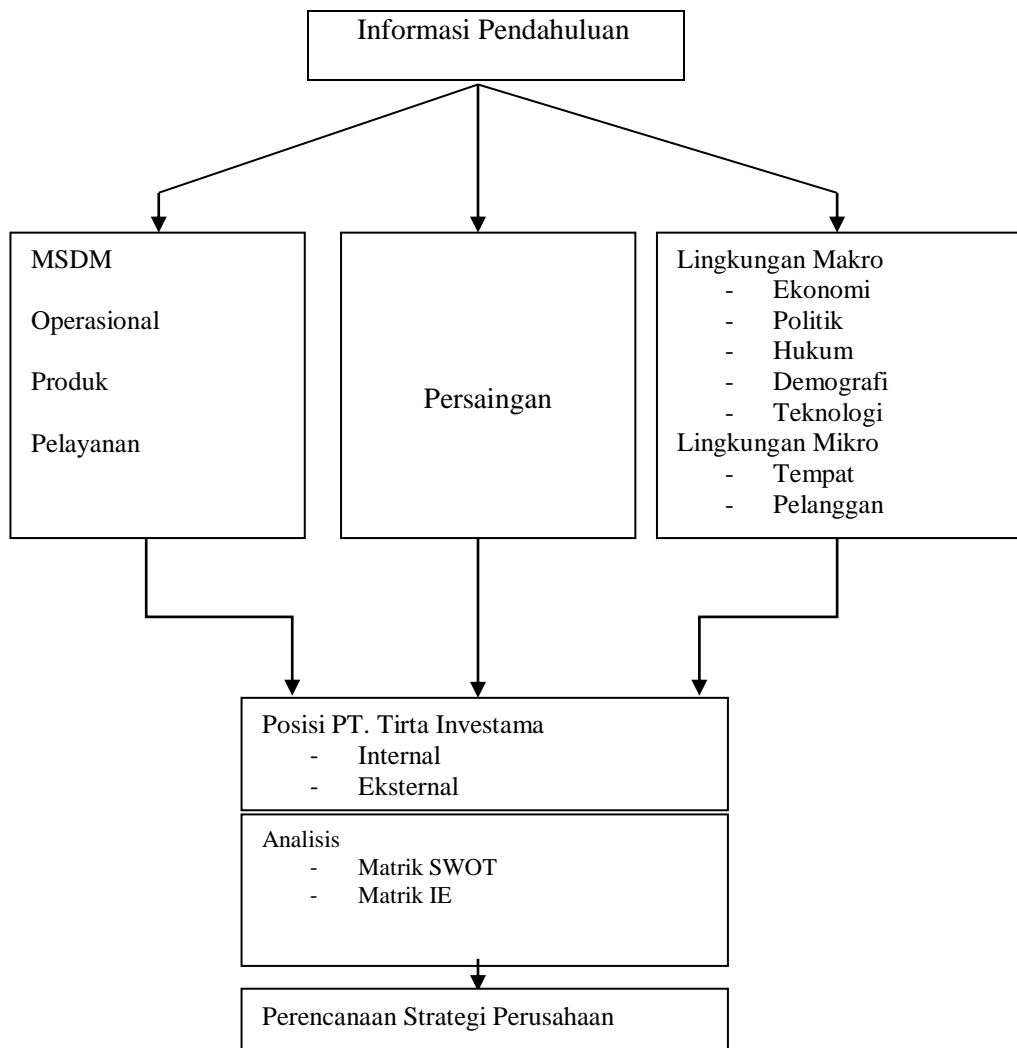
b. Data Sekunder

yaitu data perusahaan yang ada berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

Sumber Data

Sumber data penelitian ini berasal dari responden pegawai PT. Tirta Investama Di Surabaya.

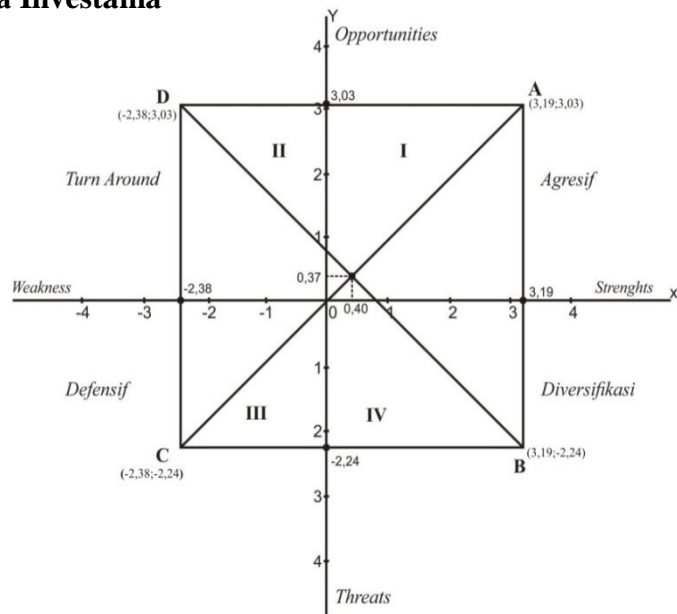
Kerangka Konseptual



Sumber : Peneliti (2016)

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Posisi PT. Tirta Investama



Gambar 2
Posisi PT. Tirta Investama Surabaya

Sumber : Peneliti (2016)

Dari gambar diatas, Maka ditemukan posisi perusahaan pada titik x (0,40;0,37) untuk kuadran I dimana perusahaan memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang tersedia. Dengan memperhatikan titik x terhadap kuadran IV dimana ancaman sebagai hal yang perlu di waspadai dalam sebuah persaingan.

B. Hasil Diagram Matrik SWOT

Tabel 1
Diagram Matrik SWOT

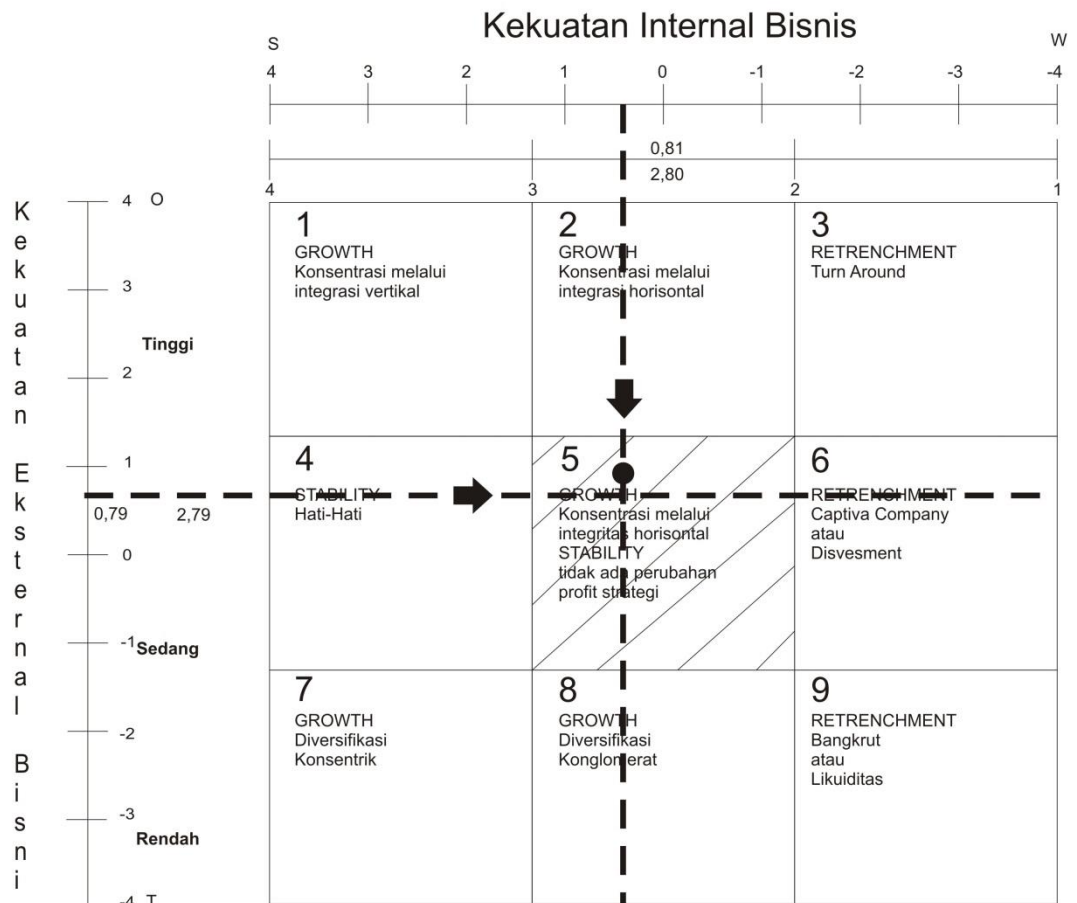
<p>IFAS</p>	<p>STRENGTHS (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adanya training untuk karyawan - Tenaga kerja yang ahli di bidangnya - Keramah-tamahan tenaga kerja saat bekerja - Brand Aqua Danone sangat kuat - Kemasan Aqua semakin beragam 	<p>WEAKNESS (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kedisiplinan karyawan. - Penguasaan Teknologi Karyawan(Komputer,dsb). - Ketepatan waktu distribusi - Brand Aqua yang kuat sering dimanfaatkan prodak lain - Karyawan hanya 1 orang
<p>EFAS</p> <p>OPPORTUNITIES (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Masuknya investor asing menambah modal - Pertambahan penduduk di surabaya semakin meningkat - Sarana komunikasi yang semakin canggih - Banyak mempunyai pelanggan tetap - Hubungan baik dengan pelanggan 	<p>SO STRATEGI</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan keramah-tamahan karyawan disaat bekerja untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan - Memperkuat Brand Aqua Danone dengan memanfaatkan sarana komunikasi yang semakin canggih - Meningkatkan training kerja untuk karyawan baru agar dalam bekerja di lapangan selalu mempunyai banyak pelanggan tetap 	<p>WO STRATEGI</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memperbaiki ketepatan waktu distribusi agar hubungan dengan pelanggan tetap baik - Menambah jumlah karyawan di bagian pelayanan dengan memanfaatkan jumlah pertambahan penduduk yang semakin meningkat - Memperbaiki penguasaan teknologi karyawan dengan memanfaatkan sarana komunikasi yang semakin canggih
<p>THREATS (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Produk minuman/air mineral luar negeri yang mulai masuk di dalam negeri - Persaingan harga kompetitor - Mulai muncul produk-produk air mineral baru - Melemahnya daya beli konsumen - Banyaknya stock barang yang tidak terjual keselur 	<p>ST STRATEGI</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan keahlian tenaga kerja untuk menghadapi pesaing-pesaing baru - Menambah berbagai inovasi kemasan Aqua untuk mengatasi lemahnya daya beli konsumen - Memperkuat informasi Brand Aqua Danone terhadap perusahaan pesaing 	<p>WT STRATEGI</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan kualitas tenaga kerja - Memperbaiki penguasaan teknologi karyawan - Membentuk dan memperluas jaringan bisnis pada perusahaan yang bergabung.

Sumber : Peneliti (2016)

Dari Tabel 1 maka, Strategi yang sesuai untuk diterapkan pada analisis ini adalah strategi SO, yaitu perusahaan harus mengoptimalkan peluang yang tersedia di

pasar, dengan memperhatikan setiap ancaman yang dimungkinkan oleh kompetitor di pasar, karena kedudukannya mendekati pada kuadran IV dalam analisis yang dilakukan.

C. Hasil Matrik Internal Eksternal



Sumber : Peneliti (2016)

Gambar 3
Matrik Internal-Eksternal

Matrik ini merupakan skor total dari penjumlahan untuk faktor internal= 0,81 dan faktor eksternal = 0,79. Sehingga, dari titik perpotongan garis pada Matrik Internal-Eksternal tersebut, menunjukkan posisi perusahaan dalam Matrik Internal-Eksternal yaitu posisi *Growth and Stability* di cell no. 5.

Strategi konsentrasi melalui integrasi horisontal dapat ditempuh :

1. Meningkatkan keahlian tenaga kerja untuk menghadapi pesaing-pesaing baru.
2. Menciptakan pelayanan yang lebih baik.
3. Meningkatkan jenis produk yang dijual sesuai keinginan pelanggan.

4. Memberikan persaingan harga dengan perusahaan pesaing.
5. Menurunkan harga dengan berbagai potongan.

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diuraikan peneliti setelah dilakukan analisa terhadap data dan pengamatan di PT. Tirta Investama di Surabaya antara lain :

1. Positioning Perusahaan Dengan Menggunakan Diagram SWOT

Dengan menggunakan perhitungan persamaan garis.

Dari pengolahan kuisioner, diperoleh hasil posisi perusahaan pada titik x berada pada kuadran I, dimana perusahaan memiliki cukup kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang tersedia. Dengan memperhatikan kedekatan titik x terhadap kuadran IV, dimana ancaman cukup menekan perusahaan dalam persaingan.

Hasil perhitungan dengan luasan tiap kuadran.

Luasan pada kuadran I :

Mempunyai rangking pertama dalam perhitungan luasan, kuadran ini adalah kuadran I sehingga perusahaan sebenarnya dalam posisi yang sangat menguntungkan karena perusahaan memiliki kekuatan yang cukup untuk memanfaatkan peluang yang tersedia.

2. Langkah – langkah yang harus dijalankan perusahaan dengan menggunakan Matrik SWOT.

Dari hasil perhitungan luasan Matrik SWOT rangking pertama pada Kuadran I, maka strategi yang sesuai untuk diterapkan adalah SO yaitu perusahaan mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan memperhatikan segenap ancaman yang dimungkinkan oleh kompetitor di pasaran.

Langkah – langkah Srategi SO yaitu :

- a. Meningkatkan keramah-tamahan karyawan disaat bekerja utuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan
- b. Memperkuat Brand Aqua Danone dengan memanfaatkan sarana komunikasi yang semakin canggih

- c. Meningkatkan training kerja untuk karyawan baru agar dalam bekerja di lapangan selalu mempunyai banyak pelanggan tetap.
3. Strategi bersaing dengan menggunakan Matrik Internal – Eksternal
- Matrik Internal – Eksternal ini merupakan skor total yang merupakan titik perpotongan garis, sehingga pada matrik Internal-Eksternal tersebut menunjukkan posisi perusahaan dalam matrik Internal-Eksternal yaitu posisi GROWTH and STABILITY.
- Adapun Strategi Bersaing menggunakan Matrik Internal – Eksternal yaitu :
- a. Meningkatkan keahlian tenaga kerja untuk menghadapi pesaing-pesaing baru.
 - b. Menciptakan pelayanan yang lebih baik.
 - c. Meningkatkan jenis produk yang dijual sesuai keinginan pelanggan.
 - d. Memberikan persaingan harga dengan perusahaan pesaing.
 - e. Menurunkan harga dengan berbagai potongan.

SARAN

Saran-saran yang mungkin dapat kami berikan kepada PT. Tirta Investama di Surabaya dalam usahanya antara lain :

1. Untuk Hasil Diagram SWOT

Walaupun posisi PT. Tirta Investama berada pada titik aman kuadran I, perusahaan memiliki kekuatan yang cukup untuk memanfaatkan peluang yang ada, namun perusahaan juga perlu memperhatikan segala kemungkinan yang dapat muncul secara tiba-tiba oleh kompetitor.

2. Untuk Hasil Matrik SWOT

Di dalam penerapan tentang strategi SO, perusahaan sebaiknya terlebih dahulu melakukan evaluasi apakah kekuatan yang dimiliki perusahaan telah cukup untuk mengerjakan peluang yang ada serta mempertimbangkan faktor-faktor penghambatnya.

3. Untuk Hasil Matrik Internal-Eksternal

Posisi perusahaan pada matrik internal-eksternal, yaitu berada didalam kolom GROWTH and STABILITY, hal ini merupakan posisi yang baik untuk

memulai berfikir ke depan mengenai pengembangan perusahaan ataupun langkah yang akan dicapai nantinya dengan strategi yang di dapat.

DAFTAR PUSTAKA

Rangkuti, Freddy.2005. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Hasibuan, Malayu S.P.2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan ke 9. Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.