

KULIAH KEWIRAUSAHAAN

RINGKASAN TENTANG ANALISIS SWOT TERHADAP USAHA

By. Yan Irianis, SE.Ak., MM., BKP., QIA., GRCE., CPT., CPIA

DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	i
Daftar Isi.....	ii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	4
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan.....	4
BAB II PEMBAHASAN	
2.1 pengertian analisis SWOT	5
2.2. Tujuan Analisis SWOT	6
2.3 Pendekatan Analisis SWOT	7
2.4 Model-Model Matriks Analisis SWOT.....	10
2.5 Penerapan Analisis SWOT.....	12
BAB III PENUTUP	
3.1 Kesimpulan.....	14
3.2 Saran.....	14
DAFTAR PUSTAKA.....	15

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Sering kita ketahui didalam suatu berwirausahaan pastilah ada membutuhkan suatu rancangan yang dapat membantu kita dalam melakukan berwirausaha banyak cara- cara atau strategi bagi kita dalam berwirausaha salah satunya yaitu dengan analisis menggunakan SWOT. SWOT adalah Analisis suatu kondisi internal maupun eksternal dalam Organisasi atau Berwirausaha yang selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi dan program kerja. Analisis internal meliputi peniaian terhadap faktor kekuatan (Strength) dan kelemahan (Weakness). Sementara, analisis eksternal mencakup faktor peluang (Opportunity) dan tantangan (ThreathS). Untuk mengetahui leih lanjut apa yang dimaksud tentang analisis SWOT akan dibahas dalam Makalah ini

1.2. RUMUSAN MASALAH

1. Apa yang dimaksud Analisis SWOT?.
2. Apa Tujuan dari adanya Analisis SWOT?.
3. Bagaimana cara menerapkan Analisis SWOT dalam Berwirausha ?.
4. Bagaimana pendekatan dalam analisis SWOT ?
5. Bagaimana model-model dalam analisis SWOT ?

1.3 Tujuan

- Mengetahui apa yang dimaksud analisis SWOT
- Mengetahui tujuan- tujuan dari adanya analisis SWOT.
- Mengetahui cara menerapkan analisis SWOT.
- Mengetahui macam-macam pendekatan dalam analisis SWOT
- Mengetahui model-model dalam analisis SWOT

BAB 2

PEMBAHASAN

2.1 PENGERTIAN ANALISIS SWOT

Menurut Daniel Start dan Ingie Hovland instrument perencanaan strategis yang klasik. Dengan menggunakan kerangka kerja kekuatan dan kelemahan dan kesempatan eksternal dan ancaman, instrument ini memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik untuk melaksanakan sebuah strategi. Instrumen ini menolong para perencana agar bisa dicapai,

Richard L.Daft Analisis SWOT (*SWOT analysis*) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan diperusahaan lain. Banyak perusahaan menggunakan jasa lembaga pemindaian untuk memperoleh keliping surat kabar, riset di internet, dan analisis tren-tren domestik dan global yang relevan

Dari kesimpulan diatas kita dapat menyimpulkan bahwa yang dimaksud dengan analisis SWOT ialah suatu proses strategi yang dalam menganalisanya dibutuhkan faktor-faktor untuk merumuskan strategi perusahaan yakni kekuatan (*Strenght*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) yang dilakukan oleh seorang wirausahawan untuk pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan supaya dapat menjadi dasar atau sandaran untuk perusahaan yang lebih baik kedepanya.

Adapun penegertian dari 4 faktor tersebut ialah

- **Strengths(kekuatan)**
merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.
- **Weakness(kelemahan)**
merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.
- **Opportunities(peluang)**
merupakan kondisi peluang berkembang di masa datang yang terjadi. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. misalnya kebijakan pemerintah, kondisi lingkungan sekitar

- **Threats(ancaman)**

merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

Untuk mengetahui lebih lanjut tentang Analisis SWOT maka kita perlu memperhatikan fakto-faktor yang sudah dijelaskan diatas yang dalam hal ini dibagi menjadi dua bagian yakni :

1. Faktor External

Ialah suatu faktor yang dalam penyajiannya perlu adanya data sekunder, data dan informasi yang diperoleh dari hasil survai atau pengamatan agar dapat mempengaruhi terbentuknya suatu (peluang dan ancaman) karena dalam hal ini dapat menyangkut dengan kondisi- kondisi yang terjadi di suatu perusahaan untuk membuat suatu keputusan perusahaan yang lebih baik

2. Faktor Internal

Ialah suatu faktor yang dalam penyajiannya perlu adanya data perusahaan dan data dan informasi yang dikumpulkan perusahaan agar dapat diketahui mana yang menimbulkan terbentuknya (kekuatan dan kelemahan) yang mana dapat mempengaruhi dalam membuat suatu keputusan

2.2 TUJUAN ANALISIS SWOT

Dalam hal ini tujuan dari analisis SWOT dalam suatu perusahaan ialah Untuk memberikan gambaran hasil analisis keunggulan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan secara menyeluruh yang digunakan sebagai dasar atau landasan penyusunan objective dan strategi perusahaan dalam *corporate planning*. Dengan melakukan hal ini kita dapat mengidentifikasi dimana/kapan sumberdaya baru,keterampilan atau mitra baru akan dibutuhkan oleh perusahaan dan juga untuk mengetahui posisi perusahaan, pijakan dalam mencapai suatu tujuan perusahaan.

2.3 PENDEKATAN ANALISIS SWOT

A. Pendekatan Kualitatif Matriks SWOT

Pendekatan kualitatif matriks SWOT sebagaimana dikembangkan oleh Kearns menampilkan delapan kotak, yaitu dua paling atas adalah kotak faktor eksternal (Peluang dan Tantangan) sedangkan dua kotak sebelah kiri adalah faktor internal (Kekuatan dan Kelamahan). Empat kotak lainnya merupakan kotak isu-isu strategis yang timbul sebagai hasil titik pertemuan antara faktor-faktor internal dan eksternal.

Matriks SWOT (Kearns, 1992)		
FAKTOR INTERNAL FAKTOR INTERNAL	OPPORTUNITIES	THREATS
STRENGTHS	COMPARATIVE ADVANTAGE (Bagaimana memanfaatkan kekuatan yang ada untuk meningkatkan posisi kompetitifnya)	MOBILIZATION (memobilisasi sumber daya yang ada untuk memperlunak ancaman, jika mungkin mengubahnya menjadi peluang)
WEAKNESSES	DIVESTMENT/ INVESTMENT (mengabaikan peluang tsb/ menanam investasi untuk memperbaiki posisi kompetitifnya)	DAMAGE CONTROL (Mengendalikan kerugian yang mungkin diderita dgn membenahi sumber daya)

Keterangan:

Sel A: *Comparative Advantages*

Sel ini merupakan pertemuan dua elemen kekuatan dan peluang sehingga memberikan kemungkinan bagi suatu organisasi untuk bisa berkembang lebih cepat.

Sel B: *Mobilization*

Sel ini merupakan interaksi antara ancaman dan kekuatan. Di sini harus dilakukan upaya mobilisasi sumber daya yang merupakan kekuatan organisasi untuk *Comparative Advantage Divestment/Investment Damage Control Mobilization* memperlunak ancaman dari luar tersebut, bahkan kemudian merubah ancaman itu menjadi sebuah peluang.

Sel C: *Divestment/Investment*

Sel ini merupakan interaksi antara kelemahan organisasi dan peluang dari luar. Situasi seperti ini memberikan suatu pilihan pada situasi yang kabur. Peluang yang tersedia sangat meyakinkan namun tidak dapat dimanfaatkan karena kekuatan yang ada tidak cukup untuk menggarapnya. Pilihan keputusan yang diambil adalah (melepas peluang yang ada untuk dimanfaatkan organisasi lain) atau memaksakan menggarap peluang itu (investasi).

Sel D: *Damage Control*

Sel ini merupakan kondisi yang paling lemah dari semua sel karena merupakan pertemuan antara kelemahan organisasi dengan ancaman dari luar, dan karenanya keputusan yang salah akan membawa bencana yang besar bagi organisasi. Strategi yang harus diambil adalah *Damage Control* (mengendalikan kerugian) sehingga tidak menjadi lebih parah dari yang diperkirakan.

B. Pendekatan Kuantitatif Analisis SWOT

Data SWOT kualitatif di atas dapat dikembangkan secara kuantitatif melalui perhitungan Analisis SWOT yang dikembangkan oleh Pearce dan Robinson (1998) agar diketahui secara pasti posisi organisasi yang sesungguhnya. Perhitungan yang dilakukan melalui tiga tahap, yaitu:

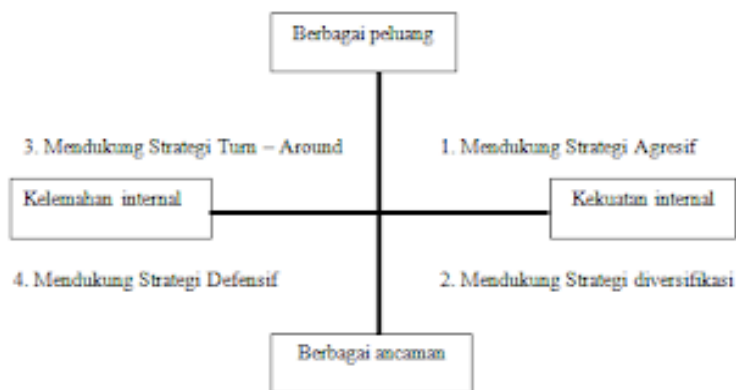
1. Melakukan perhitungan skor (a) dan bobot (b) point faktor serta jumlah total perkalian skor dan bobot ($c = a \times b$) pada setiap faktor S-W-O-T; Menghitung skor (a) masing-masing point faktor dilakukan secara saling bebas (penilaian terhadap sebuah point faktor tidak boleh dipengaruhi atau mempengaruhi penilaian terhadap point faktor lainnya. Pilihan rentang besaran skor sangat menentukan akurasi penilaian namun yang lazim digunakan adalah dari 1 sampai 10, dengan asumsi nilai 1 berarti skor yang paling rendah dan 10 berarti skor yang paling tinggi. Perhitungan bobot (b) masing-masing point faktor dilaksanakan secara saling ketergantungan. Artinya, penilaian terhadap satu point faktor adalah dengan membandingkan tingkat kepentingannya dengan point

faktor lainnya. Sehingga formulasi perhitungannya adalah nilai yang telah didapat (rentang nilainya sama dengan banyaknya point faktor) dibagi dengan banyaknya jumlah point faktor).

2. Melakukan pengurangan antara jumlah total faktor S dengan W (d) dan faktor O dengan T (e); Perolehan angka (d = x) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu X, sementara perolehan angka (e = y) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu Y;
3. Mencari posisi organisasi yang ditunjukkan oleh titik (x,y) pada kuadran SWOT.

No,	STRENGTH	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.				
2.	dst			
	Total Kekuatan			
No.	WEAKNESS	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.				
2.				
	Total Kelemahan			
Selisih Total Kekuatan – Total Kelemahan = S – W = x				

No,	OPPORTUNITY	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.				
2.	dst			
	Total Peluang			
No.	TREATH	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.				
2.	dst			
	Total Tantangan			
Selisih Total Peluang – Total Tantangan = O – T = y				



Analisis SWOT

Kuadran I :

Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan perusahaan tersebut, memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus ditetapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth Oriented Strategi).

Kuadran II :

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi

Kuadran III :

Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan Question Mark pada BCG matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang baik.

Kuadran IV :

Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal

2.4 MODEL-MODEL MATRIKS DALAM ANALISIS SWOT

Dalam analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal (peluang, ancaman) dan faktor internal (kekuatan, kelemahan). Menurut Rangkyu Dalam bukunya (freddy Rangkyu : 153) Keberhasilan suatu strategi yang telah ditetapkan sangat ditentukan oleh seberapa besar tingkat kesesuaian strategi dalam perusahaan tersebut baik berhubungan dengan perubahan lingkungan, pesaing, serta situasi organisasi faktor-faktor dalam merumuskan strategi dalam menganalisis SWOT ada lima macam model pendekatan yang digunakan. Model pendekatan dalam menganalisis SWOT tersebut adalah sebagai berikut:

1. Matriks SWOT

Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan dimiliki perusahaan. Contoh

EFAS	IFAS	Strength (S) : 1. inovasi terbaru 2. belum banyak yang menggunakan 3. Sistem canggih	Weakness (W) : 1. produk belum banyak dikenal 2. tingkat kepercayaan masih rendah 3. belum diuji coba secara komersial
	Opportunity (O) : 1. produk dapat meningkatkan kredibilitas perbankan 2. banyaknya kerjasama dengan perusahaan software yang terpercaya	Strategi (SO) : 1. memaksimalkan promosi produk 2. terus berusaha menjalin mitra kepada perusahaan-software dan <i>upgrading</i> informasi software terbaru	Strategi (WO) : 1. promosi tentang pentingnya sistem keamanan ganda demi kenyamanan nasabah. 2. bekerjasama dengan perusahaan <i>software</i> dan menciptakan image yang baik dan membangun kepercayaan terhadap mitra
	Treats (T) : 1. pesaing produk yang lebih canggih 2. jumlah tenaga ahli yang minim	Strategi (ST) : 1. menjalin hubungan kerjasama dan banyak belajar dengan perusahaan produk serupa. 2. merekrut lulusan ilmu komputer dan programmer	Strategi (WT) : 1. menggunakan nama komersial produk yang menarik, bekerja sama dengan bank-bank besar. 2. merekrut lulusan-lulusan terbaik serta ahli yang terkenal dalam bidang IT

2. Matrik Boston Consulting Group

Matrik BCG diciptakan oleh *Boston Consulting Group* (BCG) pada tahun 1970an yang mempunyai beberapa tujuan diantaranya adalah untuk mempertimbangkan peluang pertumbuhan dengan perencanaan strategis jangka panjang dan untuk meninjau portofolio produk berdasarkan karakteristik cash-flownya, serta untuk memutuskan apakah perlu meneruskan investasi produk yang tidak menguntungkan. Matriks BCG juga dapat digunakan untuk mengukur kinerja manajemen berdasarkan kinerja produk di pasaran

Sumber: ranggamustofa

Contoh :



3. Matrik Internal Eksternal

Matriks ini dapat dikembangkan dari Model *General Electric* (GE-Model). Parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan

model ini adalah untuk memperoleh strategi bisnis ditingkat korporat yang lebih detail.

4. Matrik *Space*

Tujuan dari Matriks *Space* adalah untuk mempertajam analisis agar perusahaan dapat melihat posisi dan arah perkembangan dimasa akan datang. Matrik *Space* dapat memperlihatkan dengan jelas kekuatan keuangan dan kekuatan industri pada suatu perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut secara financial relatif cukup kuat untuk mendayagunakan keuntungan kompetitif secara optimal melalui tindakan agresif dalam merebut pasar.

5. Matrik *Grand Strategy*

Matriks ini biasa digunakan untuk memecahkan masalah yang sering dihadapi dalam penggunaan analisis SWOT yaitu untuk menentukan apakah perusahaan ingin memanfaatkan posisi yang kuat atau mengatasi kendala yang ada dalam perusahaan.

2.5 PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM PERUSAHAAN

Penerapan analisis SWOT dalam perusahaan sangat lah penting. Karena Kinerja perusahaan itu dapat berhasil apabila dalam penyusunan kombinasi faktor internal dan eksternal dilakukan dengan baik . Kedua faktor tersebut harus benar-benar dipertimbangkan secara jelas dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal Streghts dan Weaknesses serta lingkungan eksternal Opportunities dan Threats yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (opportunities) dan Ancaman (thearts) dengan faktor internal Kekuatan (strengths) dan Kelemahan(weaknesses). Dalam penerapan analisis swot kita membutuhkan suatu pendekatan agar dapat memabantu kita dalam menganalisis suatu perusahaan berikut langkah-langkah penerapan analisis SWOT

LANGKAH – LANGKAH PENERAPAN ANALISIS SWOT

Langkah 1: Menyiapkan sesi SWOT

- SWOT kemungkinan akan menghabiskan waktu 50 - 60 menit.
- Peserta dibagi dalam kelompok dengan maksimum 6 orang per kelompok.
- Dengan menggunakan alat curah pendapat memilih pelayanan atau komponen pelayanan yang akan dianalisa.
- Setiap kelompok membuat sebuah matriks SWOT sesuai dengan contoh.
- Siapkan kartu dan kertas flipchart untuk setiap kelompok.
- Tentukan seorang Pencatat. Tugas Pencatat adalah mengisi matriks SWOT.

Langkah 2: Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan

- Dengan menggunakan curah pendapat, tulis pada kartu semua kekuatan di dalam organisasi (internal). Kekuatan bisa berupa, tenaga trampil, gaji, sarana. Setelah kartu diisi tempelkan pada kertas flipchart.

- Setelah selesai menyusun kekuatan internal, dengan menggunakan curah pendapat, daftarkan kelemahan di dalam organisasi (internal) pada kartu lalu ditempelkan pada flipchart .

Langkah 3: Mengidentifikasi kesempatan dan ancaman

- Dengan menggunakan curah pendapat, daftarkan semua kesempatan di luar organisasi (kesempatan ekstern) yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pelayanan atau atasi sebuah masalah. Ini bisa berupa latihan, tenaga baru, peraturan baru dan seterusnya.
- Dengan menggunakan curah pendapat, buatlah daftar ancaman di luar organisasi (ancaman ekstern) yang dapat menghalangi pemecahan masalah.

Langkah 4: Melakukan ranking terhadap kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang

- Daftarkan dalam kolom masing-masing: kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang.
- Buatlah ranking setiap kolom. Yang perlu dipikirkan adalah pentingnya kesempatan / ancaman dan berapa besar kemungkinan kesempatan / ancaman tersebut memang akan ada. Begitu juga dengan ancaman dan peluang.

Langkah 5: Menganalisis kekuatan dan kelemahan

- Masukkan kekuatan dan kelemahan masuk matriks SWOT.
- Kekuatan diisi sesuai ranking yang telah dikerjakan, kekuatan yang paling besar di atas, yang kurang besar di bawah.
- Setelah kekuatan diisi, disusul dengan kelemahan.
- Masukkan kesempatan dan ancaman di dalam kolom.
- Hubungkan kekuatan dan kelemahan dengan kesempatan dan ancaman.
- Kombinasi di mana kekuatan bertemu dengan kesempatan adalah keadaan yang paling positif. Keadaan ini harus dipelihara dengan baik supaya tetap ada.
- Kombinasi kelemahan dan ancaman adalah keadaan yang paling negatif dan harus dihindari.
- Setiap kombinasi diperiksa ulang kalau memang merupakan jalan keluar untuk mengurangi kelemahan atau ancaman.

Ketika sudah semua maka kita akan mengetahui seberapa besar kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi perusahaan yang kita kelola

BAB 3

PENUTUP

3.1 KESIMPULAN

- analisis SWOT ialah suatu proses strategi yang dalam menganalisisnya dibutuhkan faktor-faktor untuk merumuskan strategi perusahaan yakni kekuatan (*Strenght*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) yang dilakukan oleh seorang wirausahawan untuk pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan supaya dapat menjadi dasar atau sandaran untuk perusahaan yang lebih baik kedepannya.
- Untuk memberikan gambaran hasil analisis keunggulan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan secara menyeluruh yang digunakan sebagai dasar atau landasan penyusunan objective dan strategi perusahaan dalam *corporate planning*. Dengan melakukan hal ini kita dapat mengidentifikasi dimana/kapan sumberdaya baru, keterampilan atau mitra baru akan dibutuhkan oleh perusahaan dan juga untuk mengetahui posisi perusahaan, pijakan dalam mencapai suatu tujuan perusahaan.
- Pendekata-pendekatan dalam analisis swot ada 2 yaitu kuantitatif dan kualitatif

3.2 SARAN

Adapun saran dari pembuatan makalah ini yaitu dengan menggunakan analisis SWOT baik dalam sebuah perusahaan atau sebuah organisasi baik internal maupun eksternal dengan baik akan memudahkan kedepannya untuk bekerja lebih mudah dan dapat dijangkau oleh instansi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Nisak, Zuhrotun analisis swot untuk menentukan strategi kompetitif

Lapan, Hartono S 2016 <http://www.gomarketingstrategic.com/2016/05/penerapan-dan-pengertian-analisis-swot.html> diunggah pada tgl 5/2016

New Weave (2002:170) dan Schuler (1986) Empowerment and the Law

Anonym, 2009. Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis, <http://id.shvoong.com/writers/papapfarras/>, 20-10-2009.

Ferddy, Rangkuti. 2011, SWOT Balanced Scorecard: Teknik Menyusun strategi Korporat Yang Efektif Plus Cara Mengelola Kinerja dan risiko, PT. Gramedia Pustaka

<http://danisaputra1928.blogspot.co.id/2015/11/analisis-swot.html>