ARTIKEL

ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI BERSAING PERUSAHAAN ROKOK ARAYA TULUNGAGUNG

Oleh:

ANGGI YULI ASTUTI

NPM: 14.1.02.02.0309

Dibimbing oleh :

1. **Drs. Ec. Ichsanudin., M.M**
2. **Rino Sardanto., S.Pd., M.Pd.**

PROGRAM STUDI

FAKULTAS

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2018

Artikel Skripsi
Universitas Nusantara PGRI Kediri

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: ANGGI YULI ASTUTI
NPM	: 14.1.02.02.0309
Telepun/HP	: 081232714541
Alamat Surel (Email)	: anggiyuliastuti03@gmail.com
Judul Artikel	: ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI BERSAING PERUSAHAAN ROKOK ARAYA TULUNGAGUNG
Fakultas – Program Studi	: FE – S1 Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Uiversitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jalan K.H. Achamad Dahlan, No 76 Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;

b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri,13 Agustus 2018
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Drs. Ec. Ichsanudin., M.M NIDN. 0723105703	Rino Sardanto, S.Pd, M.Pd NIDN. 073012743	Anggi Yuli Astuti NPM. 14.1.02.02.0309

ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI BERSAING PERUSAHAAN ROKOK ARAYA TULUNGAGUNG

Anggi Yuli Astuti
NPM: 14.1.02.02.0309
FE – S1 Manajemen
Email: anggiyuliastuti03@gmail.com
Nama Dosen Pembimbing :
1. Drs. Ec. Ichsanudin., M.M
2. Rino Sardanto, M.Pd.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya pertumbuhan dan berkembangnya ekonomi serta kegiatan bisnis, membuat perusahaan tidak bisa menghindari persaingan global. Persaingan industri di Indonesia menyebabkan para pelaku usaha berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas, ragam produk, model produk, dan atribut produk dalam rangka memenuhi keinginan konsumen. Namun semua itu tak bisa lepas dari masalah-masalah yang dialami oleh perusahaan. Masalah internal maupun masalah eksternal sangat memengaruhi kehidupan perusahaan. Untuk itulah perusahaan harus mengetahui strategi bersaing apa yang cocok dengan kondisi perusahaannya saat ini.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi bersaing Perusahaan Rokok Araya Tulungagung serta untuk mengetahui strategi bersaing yang tepat untuk Perusahaan Rokok Araya Tulungagung melalui analisis SWOT.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 5 orang dengan taknik *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perusahaan Rokok Araya Tulungagung berada di kuadran III, yaitu *turn-off*. Maka strategi bersaing yang tepat untuk Perusahaan Rokok Araya Tulungagung adalah W – O, yaitu memanfaatkan peluang yang ada untuk mengimbangi kelemahan perusahaan.

KATA KUNCI : *Strategi Bersaing, SWOT.*

I. LATAR BELAKANG

Sejalan dengan semakin pesatnya pertumbuhan dan berkembangnya ekonomi serta kegiatan bisnis, tidak bisa dihindari bila perusahaan harus menghadapi persaingan global. Keadaan ini menyebabkan perusahaan semakin sensitif terhadap adanya kompetisi, terutama bagi perusahaan yang berkecimpung dalam lingkungan usaha yang mempunyai tingkat pertumbuhan dan perkembangan yang cepat dan dinamis. Perubahan lingkungan bisnis yang sangat cepat juga memengaruhi manajemen perusahaan.

Menurut Philip Kotler (2003:311) strategi bersaing dide-

finisikan sebagai strategi yang kuat menempatkan perusahaan terhadap pesaing dan yang memberi perusahaan keunggulan bersaing yang sekuat mungkin.

Menurut Porter (2009:14) mendefenisikan strategi bersaing nasional sebagai kemampuan suatu negara untuk berinovasi dalam rangka mencapai, atau mempertahankan posisi yang menguntungkan dibandingkan dengan negara lain dalam sejumlah sektor-sektor kuncinya.

Persaingan industri di Indonesia menyebabkan para pelaku usaha berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas, ragam produk, model produk, dan atribut produk dalam rangka memenuhi keinginan konsumen. Hal ini dikarenakan oleh karakter, selera, dan persepsi konsumen yang sifatnya mudah berubah, terutama terhadap model produk, fungsi produk, maupun citra produk.

Begitu pula dengan yang dialami oleh perusahaan rokok dalam menghadapi persaingan yang ketat. Perusahaan rokok yang telah lama berdiri pun sewaktu-waktu perlu mengubah atau membuat produk baru, misalnya dengan meluncurkan varian rokok dengan kandungan nikotin yang rendah dengan harapan agar menarik minat konsumen.

Di Tulungagung masih terdapat beberapa pabrik rokok skala kecil yang masih bertahan di tengah persaingan perusahaan rokok yang telah memiliki kedudukan sebelumnya, tetapi ada juga pabrik rokok di Tulungagung yang akhirnya gulung tikar seperti perusahaan rokok Retjo Pentung. Maka dari itu, daya saing perusahaan diperlukan untuk meningkatkan efektifitas produksi dan memperkuat merek dari sebuah perusahaan dengan menghasilkan *output* produk yang sesuai dengan permintaan pasar. Baik perusahaan rokok yang berskala besar maupun kecil tetap harus memiliki suatu strategi bersaing yang benar dan tepat agar nantinya berguna dalam menghadapi para pesaingnya.

Kekuatan yang dimiliki oleh Perusahaan Rokok Araya Tulungagung adalah bisa memanfaatkan sumber daya alam lokal, memiliki varian yang cukup beragam. Memiliki harga jual yang terjangkau, dan kemasan yang menarik. Sedangkan kelemahan yang dimiliki oleh Perusahaan Rokok Araya Tulungagung adalah kualitas tembakau yang digunakan bukan yang terbaik, alat produksi yang digunakan sudah usang, kurang memanfaatkan teknologi, serta pendistribusian produk yang kurang maksimal.

Peluang Perusahaan Rokok Araya Tulungagung adalah meningkatnya pendapatan masyarakat, gaya hidup masyarakat, banyaknya kegiatan lokal dan tersebarnya warung kopi. Hal-hal yang mengancam Perusahaan Rokok Araya Tulungagung yaitu berupa produk dari merk lain yang sudah terlebih dulu melekat di hati masyarakat, citra jelek yang ditanamkan pada perokok, cuaca yang memengaruhi waktu panen tembakau, serta keputusan pemerintah untuk menaikkan tarif cukai.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh Perusahaan Rokok Araya Tulungagung, serta untuk mengetahui strategi apa yang cocok agar perusahaan dapat bertahan di tengah-tengah persaingan global.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai analisis SWOT dan strategi bersaing yang diberi judul **"Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Bersaing Perusahaan Rokok Araya Tulungagung."**

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode *mixed method* yang merupakan kombinasi dan pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2011:404) menyatakan metode penelitian kombinasi adalah suatu metode penelitian yang menggabungkan antara metode kuantitatif dan metode kualitatif untuk digunakan bersama-sama dalam suatu kegiatan penelitian sehingga diperoleh data yang komprehensif, valid, reliable, dan obyektif.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan melakukan wawancara, menyebar kuesioner, dokumentasi, lalu menganalisis data-data yang telah diperoleh.

Alat analisis data dalam penelitian ini untuk mengetahui strategi bersaing yang cocok diterapkan pada Perusahaan Rokok Araya Tulungagung adalah analisis SWOT. Menurut Freddy Rangkuti (2009:18) analisis SWOT adalah proses identifikasi berbagai faktor secara sistematis guna menentukan rumusan yang tepat dan melakukan strategi perusahaan terbaik.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

1. Hasil Penelitian

Kegiatan produksi Perusahaan Rokok Araya dilakukan setiap hari, yaitu pada pukul 08.00 – 16.00 pada hari Senin – Jumat dan pada pukul 08.00 – 15.00 pada hari

Sabtu. Kegiatan produksi tersebut dimulai dari tahap pengolahan hingga pengemasan. Setiap harinya karyawan memiliki waktu istirahat pada pukul 12.00 – 13.00 yang biasanya digunakan untuk makan siang.

Dalam memasarkan produknya, Perusahaan Rokok Araya masih menggunakan sistem *offline*, sehingga daerah pemasaran Perusahaan Rokok Araya terbatas pada area Tulungagung, Kediri, dan Malang. Seringnya Perusahaan Rokok Araya memasarkan produknya di warung makan, warung kopi, dan toko kelontong. Perusahaan Rokok Araya juga terkadang melakukan promosi dengan membagi-bagikan rokok secara gratis kepada masyarakat.

2. Pembahasan

Menurut Gitosudarmo (2000:36) analisis SWOT adalan analisia yang bertujuan untuk mengetahui *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Sering disebut analisis SWOT yang merupakan singkatan dari keempat hal tersebut.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan faktor internal dan eksternal yang dapat menentukan strategi bersaing apa yang tepat untuk diterapkan pada Perusahaan Rokok Araya Tulungagung.

Tabel 1
Evaluasi Faktor Internal (EFI)

No.	Faktor - Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
	Kekuatan			
1.	Memanfaatkan sumber daya alam lokal	0,15	1	0,15
2.	Varian yang cukup beragam	0,25	2	0,50
3.	Harga jual yang terjangkau	0,35	4	1,40
4.	Kemasan yang menarik	0,25	3	0,50
	Jumlah	1,00		2,55
	Kelemahan			
1.	Kualitas tembakau bukan yang terbaik	0,35	4	1,40
2.	Alat-alat produksi sudah usang	0,15	3	0,45
3.	Kurang memanfaatkan teknologi	0,30	4	1,20
4.	Pendistribusian kurang maksimal	0,20	3	0,60
	Jumlah	1,00		3,65

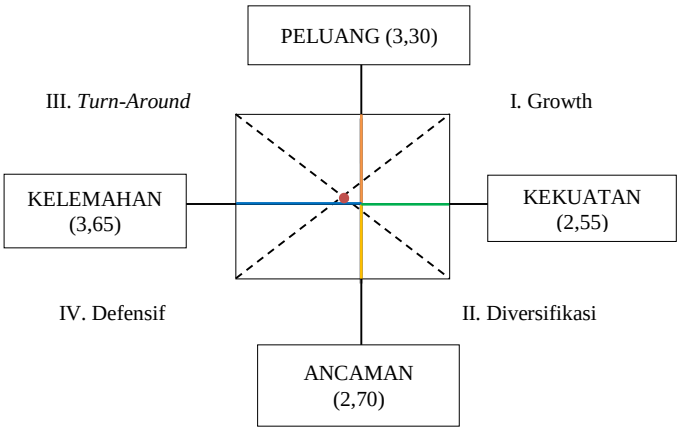
Sumber: Diolah penulis, 2018

Tabel 2
Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

No.	Faktor - Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
	Peluang			
1.	Meningkatnya pendapatan masyarakat	0,25	4	1,00
2.	Gaya hidup masyarakat	0,25	4	1,00
3.	Banyaknya kegiatan lokal	0,20	2	0,40
4.	Tersebarnya warung kopi	0,30	3	0,90
	Jumlah	1,00		3,30
	Ancaman			
1.	Produk dari merk lain	0,35	4	1,40
2.	Citra jelek yang dicapkan pada perokok	0,30	2	0,60
3.	Cuaca	0,15	2	0,30
4.	Keputusan pemerintah	0,20	2	0,40
	Jumlah	1,00		2,70

Sumber: Diolah penulis, 2018

Dari evaluasi faktor internal dan faktor eksternal, maka dapat digambarkan pada diagram SWOT untuk mengetahui pada kuadran mana posisi Perusahaan Rokok Araya Tulungagung. Berikut ini adalah diagram SWOT dari Perusahaan Rokok Araya Tulungagung:



Gambar 1
Diagram SWOT Perusahaan Rokok Araya Tulungagung

Sumber: Diolah penlis, 2018

Dari Gambar 1 di atas, menunjukkan bahwa Perusahaan Rokok Araya Tulungagung berada pada kuadran penciutan dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengimbangi kelemahan-kelemahan yang dimilikinya.

Berdasarkan hasil analisis SWOT Perusahaan Rokok Araya Tulungagung memiliki peluang yang dapat dimanfaatkan untuk strategi-strategi tertentu. Namun kekuatan yang dimiliki Perusahaan Rokok Araya hanya bisa menjadi faktor pendukung dalam sebuah strategi karena ancaman yang ada lebih besar daripada kekuatan yang dimiliki oleh Perusahaan Rokok Araya Tulungagung.

Tabel 3

Matriks SWOT Perusahaan Rokok Araya Tulungagung

EFE \ EFI	Kekuatan (Internal)	Kelemahan (Internal)
	1. Memanfaatkan sumber daya alam lokal. 2. Varian produk yang cukup beragam. 3. Harga jual produk yang terjangkau. 4. Kemasan produk yang menarik.	1. Kualitas tembakau yang dipakai bukan yang terbaik. 2. Alat-alat produksi sudah usang. 3. Kurang memanfaatkan teknologi. 4. Pendsitribusian kurang maksimal.
Peluang (Eksternal)	**Strategi S – O**	**Strategi W – O**
1. Meningkatnya pendapatan masyarakat. 2. Gaya hidup masyarakat. 3. Banyaknya kegiatan lokal. 4. Tersebarnya warung kopi.	1. Mempertahankan harga jual produk. 2. Mengadakan promosi di warung-warung kopi.	1. Lebih memanfaatkan teknologi. 2. Lebih sering membuka stan-stan ketika diadakan kegiatan lokal.
Ancaman (Eksternal)	**Strategi S – T**	**Strategi W – T**
1. Produk dari merk lain. 2. Citra jelek yang dicapkan pada para perokok. 3. Cuaca. 4. Keputusan pemerintah.	1. Membuat desain kemasan yang lebih menarik. 2. Menambah varian produk.	1. Memperbaiki/ memperbaharui alat-alat produksi. 2. Mencari pemasok tembakau lain.

Sumber: Diolah penulis, 2018

3. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai **"Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Bersaing Perusahaan Rokok Araya Tulungagung"**, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

a. Peluang yang dimiliki oleh Perusahaan Rokok Araya Tulungagung guna menentukan strategi bersaing adalah meningkatnya pendapatan masyarakat, gaya hidup masyarakat saat ini, banyaknya kegiatan lokal, serta tersebarnya warung kopi yang memungkinkan produk milik Perusahaan Rokok Araya lebih dikenal masyarakat luas.

b. Kelemahan yang dimiliki oleh Perusahaan Rokok Araya yang menjadi kendala dalam menentukan strategi bersaing adalah kualitas tembakau yang digunakan bukan yang terbaik, alat-alat produksi sudah usang, kurang dalam memanfaatkan teknologi, dan pendistribusian produk kurang maksimal.

c. Berdasarkan analisis SWOT yang sudah dilakukan, Perusahaan Rokok Araya Tulungagung berada di kuadran III, yaitu *turn-around* atau penciutan. Di posisi ini Perusahaan Rokok Araya dapat menggunakan strategi WO di mana Perusahaan Rokok Araya bisa memanfaatkan peluang yang dimiliki untuk mengatasi kelemahan perusahaan. Strategi WO yang bisa dilakukan oleh Perusahaan Rokok Araya antara lain dengan lebih memanfaatkan teknologi untuk mengikuti arus zaman serta lebih sering membuka stan-stan saat diadakan kegiatan lokal.

IV. PENUTUP

Setelah dilakukan analisis terhadap permasalahan yang ada pada Perusahaan Rokok Araya Tulungagung, maka penulis mengajukan usulan yang bisa digunakan sebagai masukan, yaitu: Perusahaan Rokok Araya sebaiknya lebih bisa memanfaatkan keunggulan teknologi saat ini serta lebih sering mengadakan promosi produk ke warung-warung kopi agar dikenal masyarakat. Karena jika masyarakat sudah mengenal dan menyukai produk Perusahaan Rokok Araya, maka kekuatan bersaing yang dimiliki oleh Perusahaan Rokok Araya juga akan meningkat.

V. DAFTAR PUSTAKA

Amstrong dan Philip Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesembilan. PT. Indeks Gramedia, Jakarta.

Anthony Dio Martin. 2003. *Emotional Quality Management*, Cetakan Kedua. Arga, Jakarta.

Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, Jakarta.

Ascarya. 2008. *Akad&Produk Bank Syariah*. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Budiono. 2002. *Ekonomi Mikro Seri Sinopsis: Pengantar Ilmu Ekonimi No. 1*. BPFE, Yogyakarta.

Damodar N., Gujarati dan Dawn C. Porter. 2009. *Basic Econometric 5th Edition*. McGraw —Hill: New York.

Fred R. David. 2009. *Manajemen Strategis*. Salemba Empat, Jakarta.

Gitosudarmo, Indriyo. 2000. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Keenam*. BPFE, Yogyakarta.

Jogiyanto, H.M. 2005. *Analisa dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*. ANDI, Yogyakarta.

Rangkuti, Freddy. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Rangkuti, Freddy. 2008. *The Power of Brands*. Penerbit Gramedia, Jakarta.

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

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.

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

Sumihardjo, Tumar. 2008. *Daya Saing Berbasis Potensi Daerah*. Fokusmedia, Bandung.Sutjipta, I. N. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Universitas Udayana, Bali.

Tarigan, S. 2005. *Perencanaan Pembangunan Wilayah*. Bumi Aksara, Jakarta.