

PELATIHAN PENENTUAN INDIKATOR INTERNAL DAN EKSTERNAL UNTUK PENENTUAN STRATEGI BISNIS

* Andi Wijaya | * Stefani | * Sanny Ekawati | * Herman Ruslim

** Anastasia Audrey

Editor: Frangky Selamat

Kondisi pandemi ini mengharuskan setiap perusahaan melakukan efisiensi. Mau tidak mau tiap perusahaan harus merancang strateginya untuk dapat bertahan hidup bahkan memenangi persaingan. Kunci dari semua ini adalah kita mampu menganalisis sisi internal dan eksternal perusahaan. Untuk itu dilakukan perencanaan strategis yang matang.

Penentuan strategi bisnis yang dilakukan akibat tingkat persaingan yang tinggi ini membawa dampak pada penjualan, maka diharapkan dapat meningkatkan penjualan untuk memenangi persaingan.

Penentuan strategi bisnis ini menganalisis pendekatan indikator eksternal dan internal yang dilanjutkan menggunakan analisis SWOT. Dengan memahami kelebihan, kelemahan, peluang serta ancaman, usaha ini dapat menentukan langkah yang paling efektif dalam pencapaian tujuan, menyelidiki masalah yang ditemui dan menemukan solusi.

Penerapan SWOT pada suatu perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu pandangan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisis SWOT tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai perbandingan pemikiran dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi di masa-masa yang akan datang.

Tujuan lain diperlukannya analisis SWOT adalah setiap produk yang beredar di pasar pasti akan mengalami pasang surut dalam penjualan atau yang dikenal dengan istilah “daur hidup produk” (*life cycle product*). Konsep daur hidup produk dirujuk berdasarkan keadaan realitas yang terjadi di pasar, bahwa konsumen memiliki tingkat kejenuhan dalam memakai suatu produk.

Secara umum manfaat analisis SWOT adalah perusahaan menjadi lebih memahami kekuatannya dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkannya. Perusahaan dapat melihat suatu peluang dan dapat mempertahankan peluang, perusahaan mengetahui kelemahan serta mencari solusi untuk mengurangi kelemahan tersebut. Di samping itu perusahaan mengetahui potensi ancaman serta mencari solusi untuk menghindari ancaman tersebut kemudian dibuat evaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam bisnis. Umumnya SWOT digambarkan dengan tabel pada ukuran kertas yang besar untuk memudahkan analisis hubungan antar aspek.

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat memberikan masukan kepada perusahaan untuk senantiasa memperhatikan apa yang menjadi keinginan pelanggan. Keinginan pelanggan salah satunya diperoleh melalui penentuan strategi bisnis. Melalui strategi bisnis yang tepat maka pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan bahkan memenangi persaingan. Kegiatan ini dilakukan adalah dengan melakukan wawancara kepada pemilik usaha Aneka Cahaya Pelumas pada bulan Februari 2021. Tim dosen merangkum seluruh isi wawancara kemudian mengelompokkan pada masing-masing bagian indikator SWOT yang digunakan sebagai dasar penetapan usulan strategi.

Hasil akhir yang disarankan ke perusahaan adalah: 1) mengembangkan pasar (*market development*), 2) meningkatkan penjualan dengan cara mencari pasar baru yang masih terbuka luas di daerah. Strategi yang dapat digunakan: 1) menghubungi toko-toko di luar daerah untuk menjadi pelanggan dengan menawarkan produk perusahaan, 2) mendatangi toko-toko di luar daerah. 3) membuat *website*, dengan menyewa jasa pembuatan *website* untuk lebih mempromosikan usaha toko dan agar lebih dikenal, 4) menjaga hubungan yang baik dengan konsumen, secara terus menerus menjalin hubungan yang baik dengan konsumen yang ada agar mereka merasa terpuaskan sehingga tercipta loyalitas pelanggan.

*Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara

**Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara