

BAB IV TINJAUAN PUSTAKA

4.1 Metode SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)

4.1.1. Pengertian SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)

Menurut pendapat Rais (2009), metode analisa SWOT dianggap sebagai metode analisa yang paling dasar, berguna untuk melihat suatu topik atau permasalahan dari 4 (empat) sisi yang berbeda.

Hasil analisa biasanya adalah arahan atau rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman. Jika digunakan dengan benar, analisa SWOT akan membantu kita untuk melihat sisi-sisi yang terlupakan atau tidak terlihat selama ini.

Analisa ini terbagi atas empat komponen dasar yaitu:

- 1) S = *Strength*, adalah situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan dari organisasi atau program pada saat ini.
- 2) W = *Weakness*, adalah situasi atau kondisi yang merupakan kelemahan dari organisasi atau

program pada saat ini.

- 3) O = *Opportunity*, adalah situasi atau kondisi yang merupakan peluang di luar organisasi dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi di masa depan.
- 4) T = *Threat*, adalah situasi yang merupakan ancaman bagi organisasi yang datang dari luar organisasi dan dapat mengancam eksistensi organisasi di masa depan.

SWOT adalah singkatan dari kata-kata *Strength* (kekuatan perusahaan), *Weakness* (kelemahan perusahaan), *Opportunity* (peluang bisnis) dan *Threat* (hambatan untuk mencapai tujuan).

Analisis SWOT adalah analisis yang terdiri dari analisis lingkungan mikro yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan, dan analisis lingkungan makro yang bertujuan untuk mengetahui peluang dan ancaman bagi perusahaan (Nuary, 2016).

Menurut Kotler (2012) mengemukakan bahwa analisis SWOT adalah evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Sedangkan Sutojo dan Kleinstauber (2012) bahwa analisis SWOT

adalah menentukan tujuan usaha yang realistis, sesuai dengan kondisi perusahaan dan oleh karenanya diharapkan lebih mudah tercapai.

Menurut Rangkuti (2014) Analisis SWOT adalah identifikasi faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Untuk mencapai misi, tujuan, sasaran serta kebijaksanaan perusahaan yang telah ditetapkan, manajemen perlu memperhatikan dua faktor pokok yaitu faktor eksternal yang tidak dapat di kontrol atau berada di luar bidang manajemen, serta faktor internal yang sepenuhnya berada di dalam kendali manajemen (perusahaan).

4.1.2 Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*threat*) dengan faktor internal kekuatan (*Strenght*) dan kelemahan (*weakness*). Menurut Rangkuti (2014) matrik SWOT dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, dimana setiap hubungan tersebut diberikan solusi strategis yang harus dilakukan. Terdapat 2 faktor pokok yang akan memengaruhi keempat komponen dasar pada analisis SWOT yaitu:

1. Faktor Internal (*Strength dan Weakness*)

Untuk faktor internal atau faktor yang berasal dari dalam terdiri dari dua poin yaitu kekuatan dan kelemahan. Keduanya akan berdampak lebih baik dalam sebuah penelitian ketika kekuatan lebih besar dibandingkan kelemahan. Dengan demikian kekuatan internal yang maksimum jelas akan memberikan hasil penelitian yang jauh lebih baik.

Adapun bagian-bagian dari faktor internal itu sendiri ialah:

- a. Sumber daya yang dimiliki
- b. Keuangan atau finansial
- c. Kelebihan atau kelemahan internal organisasi
- d. Pengalaman-pengalaman organisasi sebelumnya (baik berhasil maupun gagal)

2. Faktor Eksternal (*Opportunity dan Threat*)

Ini merupakan faktor dari luar entitas, di mana faktor ini tidak secara langsung terlibat pada apa yang sedang diteliti dan terdiri dari 2 poin yaitu ancaman dan peluang. Adanya peluang serta ancaman ini tentu saja akan memberikan data yang harus dimasukkan dalam jurnal penelitian sehingga menghasilkan strategi untuk menghadapinya.

Beberapa poin yang termasuk pada faktor eksternal adalah sebagai berikut :

- a. Trend
- b. Budaya, sosial politik, ideologi, perekonomian
- c. Sumber-sumber permodalan
- d. Peraturan pemerintah
- e. Perkembangan teknologi
- f. Peristiwa-peristiwa yang terjadi
- g. Lingkungan

Sebagaimana sebuah metode pada umumnya analisa SWOT ini hanya dapat membantu menganalisa situasi yang sedang dihadapi oleh perusahaan atau sebuah organisasi. Dan metode ini bukan sebuah jawaban pasti yang mampu memberikan solusi pada tiap masalah yang sedang dihadapi, namun minimal akan memecah persoalan yang ada dengan mengurainya menjadi bagian bagian kecil yang akan lebih tampak sederhana.

4.1.3 Analisis Matriks IFE (Internal factor Evaluation) dan Matriks EFE (External Factor Evaluation)

Matriks IFE dan EFE terdiri dari kolom bobot, rating dan total nilai yang merupakan hasil kali dari bobot dan rating. Untuk kolom bobot dan rating diisi sesuai dengan nilainya yang merupakan hasil dari pengelompokan faktor - faktor *internal* dan eksternal berdasarkan tingkat kepentingannya. Menurut David, 2009 dikutip oleh Ramadhan, 2013). Menyatakan bahwa matrik IFE digunakan untuk mengetahui faktor - faktor *internal* perusahaan yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dihadapi perusahaan terdiri dari aspek sumber daya manusia, pemasaran, produksi dan operasi, keuangan dan akuntansi dan sistem informasi.

Matriks EFE digunakan untuk mengevaluasi faktor - faktor *eksternal* perusahaan. Data *eksternal* dikumpulkan untuk menganalisis hal - hal menyangkut persoalan ekonomi, politik dan pemerintahan, sosial budaya, teknologi, lingkungan, demografi, persaingan di pasar industri dimana perusahaan berada. Serta data *eksternal* relevan lainnya. Hal ini penting karena faktor *eksternal* perusahaan berpengaruh langsung maupun

tidak langsung terhadap perusahaan.

Matriks IFE dapat dikembangkan dalam lima langkah yaitu:

1. Buat daftar faktor - faktor *internal* utama sebagaimana yang disebutkan dalam proses audit *internal*. Masukkan 10 sampai 20 faktor *internal*. Termasuk kekuatan dan kelemahan perusahaan.
2. Berilah pada setiap faktor tersebut bobot yang berkisar 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). Bobot yang diberikan pada suatu faktor tertentu menandakan signifikansi relative faktor tersebut bagi keberhasilan perusahaan.
3. Berilah peringkat 1 sampai 4 pada setiap faktor untuk mengindikasikan apakah faktor tersebut sangat lemah (peringkat = 1), lemah (peringkat = 2), kuat (peringkat = 3), atau sangat kuat (peringkat = 4). Perhatikan bahwa kekuatan harus mendapat peringkat 3 atau 4 dan kelemahan peringkat 1 atau 2.
4. Kalikan bobot setiap faktor dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot bagi masing - masing variabel.

5. Jumlahkan skor bobot masing- masing variabel untuk memperoleh skor bobot total perusahaan (David, 2009).

Selanjutnya sama halnya dengan matrik IFE, matrik EFE juga dapat dikembangkan dalam lima langkah yaitu:

1. Buat daftar faktor - faktor *eksternal* utama sebagaimana yang disebutkan dalam proses audit *eksternal*. Masukkan 10 sampai 20 faktor *eksternal*. Termasuk peluang dan ancaman perusahaan.
2. Berilah pada setiap faktor tersebut bobot yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). Bobot yang diberikan pada suatu faktor tertentu menandakan signifikansi relatif faktor tersebut bagi keberhasilan perusahaan.
3. Berilah peringkat 1 sampai 4 pada setiap faktor untuk menunjukkan seberapa efektif strategi perusahaan saat ini dalam merespon faktor tersebut, dimana 4 = responnya sangat bagus, 3 = responnya diatas rata - rata, 2 = responnya rata - rata, dan 1 = responnya

dibawah rata - rata. Penting untuk diperhatikan bahwa baik ancaman maupun peluang dapat menerima peringkat 1,2,3 dan 4.

4. Kalikan bobot setiap faktor dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot bagi masing - masing variabel.
5. Jumlahkan skor bobot masing - masing variabel untuk memperoleh skor bobot total perusahaan (David, 2009).

“Pembobotan

1. Pembobotan berguna untuk menilai tingkat kepentingan dari sebuah kriteria
2. Penting atau tidak penting (signifikasi)
3. Teknik pembobotan sederhana :
 - a. Menentukan nilai kepentingan setiap kriteria (misalkan dengan skala 1-10, dimana semakin besar maka semakin penting)
 - b. Menjumlahkan seluruh nilai kepentingan dalam matriks IFE, dan dalam matriks EFE
 - c. Membobotkan setiap kriteria sebagai berikut:

- 1.) Buat 10-20 faktor yang termasuk peluang dan ancaman
- 2.) Berikan bobot untuk masing-masing faktor dari 0 (tidak penting) sampai 1(paling penting).
Penjumlahan seluruh bobot harus sama dengan 1. Bobot adalah industrial based
- 3.) Berikan peringkat 1 sampai 4 untuk masing-masing faktor eksternal kunci tentang seberapa efektif respons strategi perusahaan terhadap isu tersebut dengan nilai 4 = respons superior, 3 = respons diatas rata-rata, 2 = respons rata-rata, 1 = respons buruk. Peringkat adalah company based.
- 4.) Kalikan masing-masing bobot faktor dengan peringkatnya
- 5.) Jumlahkan nilai tertimbang masing-masing variabel untuk memutuskan total nilai tertimbang.” (Yoesdiarti, 2020, slide 3).

4.1.4 Matriks IE (Internal-Eksternal)

Menurut David, 2010 dikutip oleh Maulana (2016:52), konsep matriks IE dapat dibagi menjadi tiga daerah utama yang memiliki implikasi strategi yang

berbeda-beda. Pertama, divisi yang masuk dalam sel I, II, dan IV dapat digambarkan sebagai tumbuh dan membangun (*grow and build*). Strategi yang intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau strategi integratif (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal) dapat menjadi strategi yang paling sesuai untuk divisi dalam sel ini. Kedua, divisi yang masuk dalam sel III, V, atau VII dapat dikelola dengan cara terbaik menggunakan strategi menjaga dan mempertahankan (*hold and maintain*). Strategi yang tepat untuk tipe ini adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Ketiga, rekomendasi yang umum diberikan untuk divisi yang masuk dalam sel VI, VIII, dan IX adalah panen atau divestasi.

4.1.5 Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats)

Analisis SWOT (*Strength – Weakness – Opportunity – Threat*) adalah identifikasi sebagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara simultan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Kekuatan adalah kemampuan *internal*, sumber daya, dan

faktor situasional positif yang dapat membantu perusahaan melayani pelanggannya dan mencapai tujuannya. Kelemahan adalah keterbatasan *internal* dan faktor situasional negative yang dapat menghalangi performa perusahaan. Peluang adalah faktor atau tren yang menguntungkan pada lingkungan *eksternal* yang dapat digunakan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Ancaman adalah faktor pada lingkungan *eksternal* yang tidak menguntungkan yang menghadirkan tantangan bagi performa perusahaan (Kotler, 2008).

Dalam analisis SWOT terdapat Matriks yang digunakan sebagai alat untuk menganalisa terhadap faktor internal (kekuatan,kelemahan) dan juga faktor eksternal (peluang, ancaman). Berikut merupakan contoh dalam pembuatan matriks SWOT :

1.) Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan sebuah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Menurut (Freddy Rangkuti 2006:31) 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.

2.) Pembuatan Matriks SWOT

Menurut Freddy Rangkuti (2005), SWOT adalah identitas berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pelayanan. Analisis ini berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan peluang namun secara bersamaan dapat meminimalkan kekurangan dan ancaman. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal dan faktor internal.

Tabel 4. 1 Matriks SWOT

Faktor-faktor Internal (IFAS)	Kekuatan (S) Tentukan 5-10 faktor-faktor internal	Kelemahan (W) Tentukan 5-10 faktor-faktor eksternal
Faktor-faktor Eksternal (EFAS)	Strategi (SO) Buat strategi disini yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi (WO) Buat strategi disini yang memanfaatkan peluang mengatasi ancaman
Peluang (O) Tentukan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal		

Ancaman (T) Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal	Strategi (ST) Buat strategi disini yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi (WT) Buat strategi disini yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman
--	---	---

Sumber: Rangkuti (2009: 31)

Keterangan Tabel 4.2 :

Setiap Perusahaan memiliki ancaman dan peluang jika manajer perusahaan melakukan analisis lingkungan luar secara professional, begitu juga perusahaan memiliki kelebihan dan kekurangan. Yang bisa dikendalikan oleh seorang manajer yaitu factor internal saja, karena faktor luar relative sulit untuk dikendalikan. Namun, keberhasilan perusahaan mempertahankan dan melangsungkan hidup ditentukan oleh faktor internal : faktor eksternal hanya mempengaruhi saja.

- 1) Strategi SO (*strength-opportunity*) artinya perusahaan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang kekuatan internal perusahaan agar perusahaan dapat menarik keuntungan dari peluang eksternal dan

berkembang dengan cepat. Semua manajer tentunya menginginkan organisasi mereka berada dalam posisi di mana kekuatan internal dapat digunakan untuk mengambil keuntungan dari berbagai trend an kejadian eksternal. Secara umum, organisasi akan menjalankan strategi WO, ST, atau WT untuk mencapai situasi di mana mereka dapat melaksanakan strategi SO. Jika perusahaan memiliki kekuatan besar, maka perusahaan akan berjuang untuk mengatasinya dan mengubahnya menjadi kekuatan. Tatkala sebuah organisasi dihadapkan pada ancaman yang besar, maka perusahaan akan berusaha untuk menghindarinya untuk berkonsentrasi pada peluang.

- 2) Strategi ST (*strength-threat*) artinya perusahaan menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Hal ini bukan berarti bahwa suatu organisasi yang kuat harus selalu menghadapi ancaman secara langsung di dalam lingkungan eksternal
- 3) Strategi WO (*weakness-opportunity*), manajemen harus mengatasi terlebih dahulu kelemahan kemudian memanfaatkan peluang. Strategi ini

bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Terkadang, peluang-peluang besar muncul, tetapi perusahaan memiliki kelemahan internal yang menghalanginya memanfaatkan peluang tersebut.

- 4) Strategi WT (*weakness-threat*), merupakan taktik defensive yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal. Sebuah organisasi yang menghadapi berbagai ancaman eksternal dan kelemahan internal benar-benar dalam posisi yang membahayakan. Dalam kenyataannya, perusahaan semacam itu mungkin harus berjuang untuk bertahan hidup, melakukan merger, pensiutan, menyatakan diri bangkrut.

3.) Langkah membuat Matriks SWOT

Terdapat delapan langkah - langkah dalam membentuk sebuah matriks SWOT:

1. Buat daftar peluang - peluang eksternal perusahaan.
2. Buat daftar ancaman - ancaman eksternal utama perusahaan.
3. Buat daftar kekuatan - kekuatan internal

utama perusahaan.

4. Buat daftar kelemahan - kelemahan internal utama perusahaan.
5. Cocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal, dan catat hasilnya pada sel strategi SO.
6. Cocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal, dan catat hasilnya pada sel strategi WO.
7. Cocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal, dan catat hasilnya pada sel Strategi ST.
8. Cocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal, dan catat hasilnya pada sel strategi WT (David, 2009).

Walaupun matriks SWOT digunakan secara luas dalam perencanaan strategis, analisis tersebut memiliki beberapa keterbatasan pertama, SWOT tidak menunjukkan cara untuk mencapai suatu keunggulan kompetitif. Matriks itu harus dijadikan titik awal untuk diskusi mengenai bagaimana strategi yang diusulkan dapat diterapkan serta berbagai timbangan biaya manfaat yang ada akhirnya dapat mengarah pada keunggulan

kompetitif. Kedua, matriks SWOT bisa jadi seperti mempelajari sebuah gambar film dimana anda bisa melihat pameran utama dan penataannya (*setting*) tetapi tidak mungkin dapat memahami alur ceritanya. Ketiga, analisis SWOT bisa membuat perusahaan member penekanan yang berlebih pada suatu faktor internal atau eksternal tertentu dalam merumuskan strategi. Terdapat interelasi diantara faktor- faktor internal dan eksternal utama yang tidak ditunjukkan dalam SWOT namun penting dalam penggunaan strategi (David, 2009).

4.2 Tahapan Perencanaan Strategi

Langkah awal ketika melakukan penelitian yaitu perencanaan yang tepat. Perencanaan strategi harus dilakukan dengan ter struktur. Adapun langkah yang akan dilakukakn yaitu : menganalisis visi, misi, dan tujuan perusahaan, kemudian menganalisis faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman perusahaan. Langkah selanjutnya yaitu membuat matriks dari masing- masing faktor. Setelah dibuat matriks, lalu dilakukan pengolahan data yang berhubungan dengan matriks yang telah dibuat tadi. Setelah melakukan pengolahan data maka akan dihasilkan

suatu strategi terpilih yang bisa diterapkan pada perusahaan yang diteliti (David, 2007).

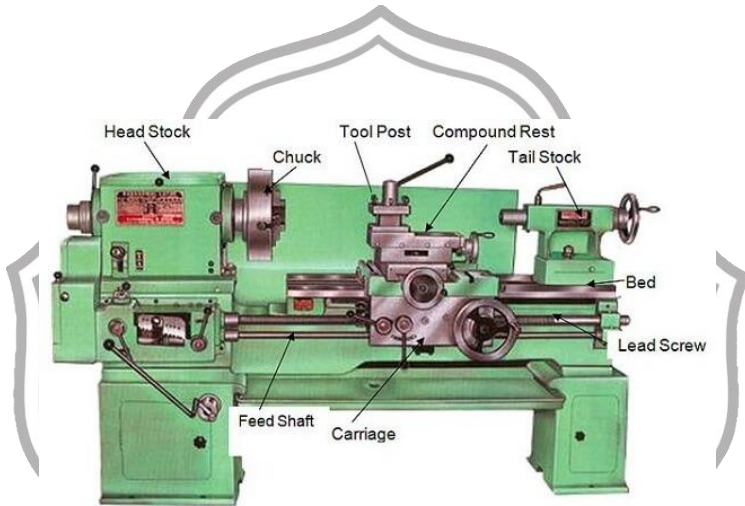
Tabel 4. 2 Kerangka Formulasi Strategi

Tahap Pengumpulan Data			
Menentukan Faktor Internal	Menentukan Faktor Eksternal	Menentukan Skor IFE dan EFE	Membuat Matriks IE
Tahap Analisis			
Merumuskan strategi berdasarkan hasil SWOT			

4.3 Mesin Bubut

Marsyahyo (2003), menyatakan bahwa mesin bubut merupakan mesin perkakas untuk proses pemotongan logam (*metal-cutting process*). Operasi dasar dari mesin bubut adalah melibatkan benda kerja yang berputar dan cutting tool-nya bergerak linier. Kekhususan operasi mesin bubut adalah digunakan untuk memproses benda kerja dengan hasil atau bentuk penampang lingkaran atau benda kerja berbentuk silinder.

Proses bubut sendiri menurut buku *General Machinist Theory* (2011) merupakan suatu proses pemakanan benda kerja untuk mendapatkan bentuk dan ukuran dengan menggerakkan pahat baik sejajar maupun tegak lurus sumbu putar dari benda kerja.



Gambar 4. 1 Mesin Bubut Konvensional

Sumber : <https://stellamariscollege.org>

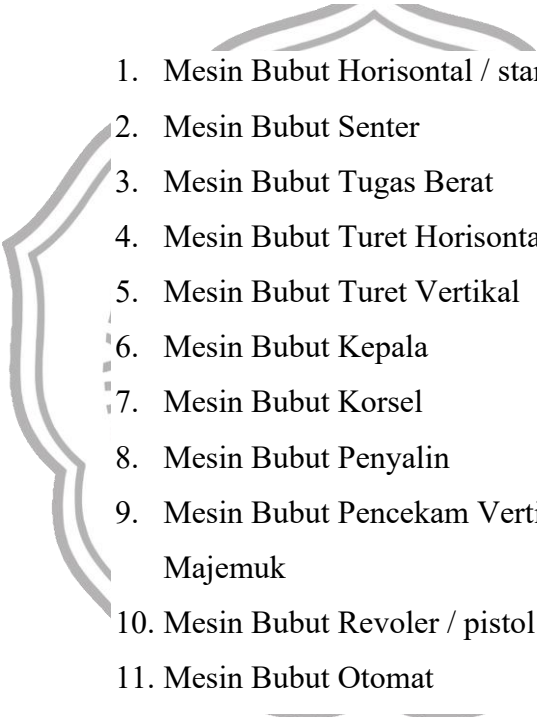
A.Fungsi Mesin Bubut Konvensional

Fungsi mesin bubut konvensional adalah untuk membuat atau memproduksi benda - benda berpenampang silindris, misalnya poros lurus, poros bertingkat, poros tirus, poros berulir, dan berbagai bentuk bidang permukaan lainnya misalnya anak buah catur (raja, ratu,

pion, dll). (Atmantawarna, 2013)

4.4 Jenis-jenis Mesin Bubut

Menurut Daryanto (1992), mesin bubut terbagi menjadi beberapa jenis diantaranya:

- 
1. Mesin Bubut Horisontal / standard
 2. Mesin Bubut Senter
 3. Mesin Bubut Tugas Berat
 4. Mesin Bubut Turet Horisontal Otomatis
 5. Mesin Bubut Turet Vertikal
 6. Mesin Bubut Kepala
 7. Mesin Bubut Korsel
 8. Mesin Bubut Penyalin
 9. Mesin Bubut Pencekam Vertikal Stasiun Majemuk
 10. Mesin Bubut Revolusi / pistol
 11. Mesin Bubut Otomat