



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Analisis Strategi Bersaing pada Toko ‘Sari Rasa 888’ Cirebon

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Angelica Fiona

2016320147

Bandung

2019



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Analisis Strategi Bersaing pada Toko ‘Sari Rasa 888’

Cirebon

Skripsi

Oleh

Angelica Fiona

2016320147

Pembimbing

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

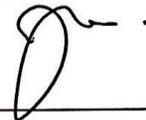
Nama : Angelica Fiona
Nomor Pokok : 2016320147
Judul : Analisis Startegi Bersaing pada Toko 'Sari Rasa 888' Cirebon

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Selasa, 7 Januari 2020
Dan dinyatakan LULUS

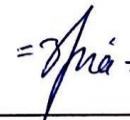
Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Sanerya Hendrawan, Ph.D

: 

Sekretaris
Dr Orpha Jane, M.M

: 

Anggota
Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Angelica Fiona

NPM : 2016320147

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Bersaing pada Toko 'Sari Rasa 888' Cirebon

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 15 Desember 2019

Angelica Fiona

ABSTRAK

Nama : Angelica Fiona

NPM : 2016320147

Judul : **Analisis Strategi Bersaing Pada Toko ‘Sari Rasa 888’ Cirebon**

Salah satu destinasi wisata yang sedang bertumbuh di Pulau Jawa ialah Kota Cirebon, beragam akses menuju Kota Cirebon sudah sangat memadai untuk dipakai masyarakat. Jalan Tol Cipali, jalur kereta api, sampai Bandara Kertajati siap dipakai untuk mengantar masyarakat ke Kota Cirebon. Sebagai wisatawan yang berkunjung ke daerah asing pasti ingin membawa pulang buah tangan atau setidaknya menyicipi makanan khas daerah tersebut. Destinasi wisata Kota Cirebon salah satunya ialah Pasar Kanoman yang terkenal dengan beragam kuliner khas Cirebon-nya. Banyak pula toko-toko yang menawarkan makanan ringan khas Cirebon, salah satunya adalah toko ‘Sari Rasa 888’ yang tepat berada di tengah Jalan Kanoman.

Jenis penelitian deskriptif dan metode penelitian studi kasus. Pengambilan data berasal dari kegiatan wawancara dengan narasumber selaku pemilik dan pengelola objek penelitian dan juga melakukan observasi atau pengamatan secara langsung ke objek penelitian. Data yang sudah didapatkan berjenis kualitatif, kemudian data dianalisis mulai dari analisis internal yaitu 4 (empat) fungsi bisnis di dalam perusahaan itu sendiri dan analisis eksternal yang terdiri dari PESTEL dan Porter’s Five Forces. Hasil analisis tersebut akan menghasilkan beberapa analisa yang akan dirumuskan menggunakan SWOT Matriks untuk mendapatkan strategi yang cocok dengan objek penelitian.

Hasil dari analisa menunjukkan bahwa toko ‘Sari Rasa 888’ telah menggunakan strategi bersaing diferensiasi. Strategi tersebut dianggap tepat untuk diimpelmantasikan pada objek penelitian karena keadaan sekitar yang juga menjalankan bisnis sejenis. Strategi diferensiasi produk menjadi langkah yang cukup memadai untuk toko ‘Sari Rasa 888’ bertahan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya di Pasar Kanoman pada masa sekarang. Selain itu, peneliti merekomendasikan strategi ‘*Low Cost Provider*’ sesuai dengan hasil analisis dan ciri-ciri yang terdapat di Matriks SWOT.

Kata kunci : Strategi Bersaing, PESTEL, *Porter’s Five Forces*, SWOT, *Low Cost Provider*.

ABSTRACT

Name : Angelica Fiona

NPM : 2016320147

Title : **Analysis of Competitive Strategies at ‘Sari Rasa 888’ Store Cirebon**

One of the growing tourist destinations on the island of Java is the city of Cirebon. From the expressway, Cipali, to Kertajati Airport, there are a number of options tourists can choose from in order to easily access the city.

It is a must for visitors to bring home souvenirs or the taste of local specialties when traveling. Kanoman Market, which is famous for its various local culinary delights, is one of the best places to visit. And along the streets of the market, there are shops offering specialty local snacks, one of them called 'Sari Rasa 888', located right in the heart of Kanoman Street.

Descriptive research and case study research methods are used to gain an in-depth understanding on the object. Retrieval of data came from the collected interviews, observations or direct observations of the research object with sources coming from the owner and manager of the research object. The data obtained was qualitative, which was then analyzed starting from the internal analysis of 4 (four) business functions within the company itself while external analysis consisting of PESTEL and Porter's Five Forces. The results of the analysis produced several analysis that was then formulated using a SWOT Matrix to obtain a strategy that matches the research object.

The results of the analysis showed that 'Sari Rasa 888' has used a competitive differentiation strategy. The strategy is considered appropriate to be implemented on the research object because of the circumstances surrounding, which also run a similar business. The differentiation strategy in terms of products was a sufficient step for 'Sari Rasa 888' to take in order to survive its business activities in the Kanoman Market until today. In addition, the researcher recommends a 'Low Cost Provider' strategy in accordance with both the results of the analysis and the characteristics contained in the SWOT Matrix.

Keywords: Competitive Strategy, PESTEL, Porter's Five Forces, SWOT, Low Cost Provider.

Kata Pengantar

Puji dan syukur yang sebesar-besarnya saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa dan Bunda Maria yang telah memberikan kebesaran rahmat serta karunia-Nya kepada saya selaku penulis skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan lancar tepat pada waktunya. Penulisan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat kelulusan dalam jenjang pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis ingin berterimakasih kepada berbagai pihak yang selalu berada disisi penulis apapun situasinya sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai tepat waktu. Melalui kesempatan inilah penulis ingin memberikan ucapan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, yang selalu memberikan penguatan dan perlingan selama penulis menjalankan hidup ini yang tak lepas oleh masalah-masalah kehidupan. Sehingga penulis mendapat banyak pencerahan dalam penulisan skripsi ini yang selesai tepat pada waktunya dengan lancar.
2. Kedua orangtua penulis, Papi Budi Hartono dan Mami Debbie Muriawati Wibisono, yang selalu memberikan doa, penyertaan, dukungan semangat dan nasehat kepada penulis setiap kali penulis berkeluh kesah saat merasa lelah.
3. Adik, Aileen Celesta, selaku adik penulis yang juga selalu memberikan semangat dan keceriaan setiap penulis lelah mengerjakan penelitian ini.

4. Orang terspesial di dalam hidup penulis, Shinta Belinda dan Melvin Jeremia, terima kasih selalu memberikan dukungan dan semangat dalam segala bentuk setiap penulis berkeluh kesah dalam menjalankan hidup maupun penulisan skripsi ini.
5. Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M. Selaku pembimbing skripsi penulis yang selalu sabar dalam menghadapi anak-anak bimbingannya dan selalu bersedia meluangkan waktunya untuk membantu kami dalam pengarahan penulisan dan penyusunan skripsi ini.
6. Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis , yang selalu memberikan saran dan nasehat selama penulis menjadi mahasiswa.
7. Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB., M.S.E. Selaku Dosen Wali penulis yang selama masa kuliah memberikan arahan kepada penulis dalam pengambilan mata kuliah setiap semester.
8. Ibu Eni Lidiawati, selaku pemilik toko ‘Sari Rasa 888’ yang mau direpotkan dan meluangkan waktunya dalam pengambilan data selama penulis melakukan penelitian.
9. Sesilia Jesslyn dan Karen Wijaya, yang selalu memberikan semangat dan mau membantu penulis merangkai penulisan skripsi ini.
10. Seluruh teman dan sahabat penulis, yaitu Melvin Jeremia, Jesslyn Kalonica, Brigitta Natalie, Verra Tania, Violentisca Hermato, Michael Sandy Lim,

Ignatius Henry, Sesilia Kenny, Vivian Susanto, Syerley Novani, Nadya Alyssa, Nadya Purnama, Jeremy Billian, Jeremy Kristian, Darren Syamputra, Ricky Kurnia. Mereka telah memberikan warna-warni dalam dunia perkuliahan penulis.

11. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu oleh penulis.

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
Kata Pengantar	iii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.5 Kerangka Berpikir	6
BAB II	9
KAJIAN TEORI	9
2.1 Pengertian Strategi	9
2.2 Tingkatan Strategi	10
2.2.1 Tahapan Manajemen Strategi	11
2.3 Strategi Bersaing	12
2.3.1 Strategi Generik	13
2.3.2 Strategi Generik Modifikasi	15

2.4 Manajemen Strategi.....	18
2.4.1 Aspek Internal	21
2.4.1.1 Empat (4) Fungsi Bisnis	21
2.4.1.1.1 Sumber Daya Manusia.....	21
2.4.1.1.2 Pemasaran.....	23
2.4.1.1.3 Keuangan.....	23
2.4.1.1.4 Operasional.....	23
2.4.1.2 <i>Segmenting, Targeting dan Positioning (STP)</i>	24
2.4.2 Aspek Eksternal.....	26
2.4.2.1 Aspek Eksternal Makro (PESTEL).....	26
2.4.2.2 Aspek Eksternal Mikro (<i>Porter's Five Forces</i>).....	28
2.5 Analisis dan Matriks SWOT	31
2.5.1 SWOT.....	31
2.5.2 Matriks SWOT	32
2.6 Penelitian Terdahulu	34
BAB III	33
METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Metode Penelitian.....	34
3.3 Protokol Studi.....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5 Sumber Data.....	39
3.6 Teknik Analisis Data.....	40

3.7	Model Penelitian	42
BAB IV		43
SUBJEK PENELITIAN.....		43
4.1	Sejarah Toko ‘Sari Rasa 888’	43
4.2	Profil Toko ‘Sari Rasa 888’	44
4.3	Penawaran Produk Toko ‘Sari Rasa 888’	46
4.4	Suasana Toko ‘Sari Rasa 888’	48
BAB V		51
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		51
5.1	Strategi yang Digunakan	51
5.2	Strategi yang akan Datang.....	53
5.2.1	Aspek Internal.....	53
5.2.1.1	Empat (4) Fungsi Bisnis.....	53
5.2.1.2	<i>Segmenting, Targeting dan Positioning (STP)</i>	56
5.2.2	Aspek Eksternal	59
5.2.2.1	Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Ekologi, Legal (PESTEL).....	59
5.2.3	<i>Porter’s Five Forces</i>	64
5.3	SWOT.....	68
5.4	Hasil Analisis Internal – Kekuatan dan Kelemahan Toko ‘Sari Rasa 888’ .	71
5.5	Hasil Analisis Eksternal – Peluang dan Ancaman Toko ‘Sari Rasa 888’	72
5.6	Matriks SWOT	72
BAB VI.....		74
KESIMPULAN DAN SARAN.....		74

6.1 Kesimpulan.....	74
6.2 Saran.....	76
Daftar Pustaka.....	77
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1 Protokol Studi.....	49
Tabel 4.1 Daftar harga produk toko ‘Sari Rasa 888’.....	46
Tabel 4.2 Daftar harga produk toko ‘Sari Rasa 888’.....	47
Tabel 5.6 Matriks SWOT.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Bepikir	8
Gambar 2.1 Tahapan Manajemen Strategi.....	12
Gambar 2.2 Strategi Generik Modifikasi	18
Gambar 2.3 Aspek Eksternal Mikro.....	26
Gambar 2.4 Matriks SWOT	30
Gambar 3.1 Model Penelitian	42
Gambar 4.1 Logo Toko 'Sari Rasa 888'	44
Gambar 4.2 Etalase Toko 'Sari Rasa 888'	48
Gambar 4.3 Etalase Toko 'Sari Rasa 888'	48
Gambar 4.4 Tampak Depan Toko 'Sari Rasa 888'	49
Gambar 4.5 Depan toko 'Sari rasa 888', Jl. Kanoman	49
Gambar 4.6 Tampak depan bangunan toko 'Sari Rasa 888'	50

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia pasar masih menjadi tempat yang cocok untuk bertemunya penjual dan pembeli. Sampai saat ini, pasar masih menjadi salah satu objek tujuan yang dikunjungi untuk membeli kebutuhan sehari-hari bagi sebagian besar masyarakat. Pasar adalah merupakan tempat yang berguna sebagai pusat berbelanja untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari masyarakat. Kegemaran masyarakat Indonesia ialah berbelanja ke daerah pasar tradisional karena dianggap lebih murah, terlebih jika sedang berlibur ke daerah wisata, mereka kerap membeli buah tangan untuk saudara-saudara di kampung halamannya.

Kota Cirebon dianggap menjadi salah satu destinasi wisata baru yang sedang bertumbuh, melihat mudahnya akses jalan tol ke Kota Cirebon, pelabuhan, kereta api dan juga Bandara Kertajati yang sedang berlangsung. Kuliner yang tak kalah menarik juga menjadi magnet bagi wisatawan ke Kota Cirebon, kebudayaan yang unik juga membawa ketertarikan sendiri bagi wisatawan yang berkunjung ke Kota Cirebon.

Namun pasar bukanlah satu-satunya pilihan bagi masyarakat zaman sekarang untuk berbelanja kebutuhan hidup. Sekarang sudah ada *minimarket*, *supermarket*, bahkan sampai toko *online* yang juga menyediakan barang-barang kebutuhan sehari-hari serta mereka menawarkan kemudahan dan kenyamanan yang lebih baik daripada pasar tradisional. *Minimarket* dan *supermarket* menyuguhkan masyarakat untuk berbelanja secara mandiri dan dengan menyediakan tempat yang nyaman, bersih, dan kualitas yang tidak jauh berbeda dengan pasar tradisional. Bahkan toko *online* menawarkan konsumennya untuk hanya duduk di rumah dan dengan *smartphone* barang kebutuhan sehari-hari dapat dikirimkan ke rumah konsumen tanpa harus pergi ke pasar. Hal ini yang menjadikan pasar tradisional kurang diminati oleh masyarakat terutama bagi masyarakat *millennial*.

Kota Cirebon memiliki 10 pasar tradisional yang terbagi menjadi 3 (tiga) kelas berdasarkan pada luas lahan pasar dan jam operasional pasar. Pasar Drajat dan Pasar Pronggol termasuk klasifikasi pasar kelas tiga, pada pasar kelas dua terdapat Pasar Kramat dan Pasar Perumnas. Sedangkan untuk Pasar Gunungsari, Pasar Balong, Pusat Perdagangan Harjamukti, Pasar Pagi, Pasar Jagasatru, dan Pasar Kanoman masuk ke dalam pasar kelas satu di Kota Cirebon (Radar Cirebon, 2016).

Dinas Kepemudaan Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata (DKOKP) bekerjasama dengan Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Cirebon, pada triwulan

pertama tahun 2019 tercatat 435.994 wisatawan yang terdiri dari 29.756 wisatawan asing dan 406.238 wisatawan domestic ke kota Cirebon. Sampai bulan Juni 2019 terdapat 626.620 wisatawan domestik maupun asing mengunjungi Kota Cirebon (Ade, 2019).

Pasar Kanoman memiliki keberanekaragaman pilihan produk yang lebih dominan makanan dijual di setiap kiosnya. Produk-produk tersebut seperti makanan ringan, kue basah dan kue kering, makanan daerah khas Cirebon, sayur, buah, daging, bumbu dapur, bahkan sampai pakaian dan mainan anak pun tersedia. Objek penelitian pada skripsi ialah toko ‘Sari Rasa 888’ yang tepat berada di tengah Jl. Kanoman dan posisinya sangat dekat dengan Pasar Kanoman dan salah satu destinasi wisata yaitu Keraton Kanoman. Toko ‘Sari Rasa 888’, menyediakan berbagai macam produk makanan ringan dan makanan daerah khas Cirebon. Pada umumnya toko ‘Sari Rasa 888’ melayani pembeli dengan ramah sama seperti kegiatan toko lainnya. Bangunan toko ini tua dan tetap kokoh karena tidak melakukan renovasi untuk mempercantik wajah toko.

Terletak di tengah daerah pasar tradisional berarti akan ada banyak pesaing di sekitar toko ‘Sari Rasa 888’, produk yang dijual adalah produk yang sering dicari oleh masyarakat dan wisatawan maka sudah pasti banyak pula yang menjualnya. Untuk membantu menjaga keberlangsungan toko ‘Sari Rasa 888’ agar tetap eksis dan tidak kalah bersaing dengan para pesaing di sekitarnya, maka penulis melakukan penelitian guna memberikan strategi yang

cocok digunakan oleh pemilik toko ‘Sari Rasa 888’ mempertahankan eksistensi tokonya.

1.2 Identifikasi Masalah

Toko merupakan sebuah tempat tertutup yang digunakan untuk melakukan transaksi jual dan beli berbagai jenis barang. Toko hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar. Pada objek penelitian skripsi ini, penulis ingin meneliti sebuah toko yang menjual makanan ringan dan oleh-oleh khas Kota Cirebon, dan berbagai jenis kue kering ataupun basah. Toko ‘Sari Rasa 888’ adalah salah satu toko oleh-oleh di Jl. Kanoman No 31, Kota Cirebon. Toko ini sudah berdiri sejak tahun 1975 dan sampai sekarang dikelola dari pihak keluarga, pada awalnya toko ‘Sari Rasa 888’ merupakan distributor resmi obat-obatan tradisional alias jamu tradisional dari perusahaan Jamu Nyonya Menner, namun pada tahun 2017 perusahaan Jamu Nyonya Menner sudah tidak memproduksi obat-obat tradisional lagi. Maka dengan itu pemilik toko mengubah nama tokonya menjadi Toko Sari Rasa 888 yang menjual berbagai macam makanan ringan dan jajanan pasar dari titipan dari orang-orang kenalan pemilik toko. Pemilik toko juga menerima pesanan ronde jahe dan bakcang untuk saat acara-acara tertentu, misalnya untuk acara Tahun Baru Cina atau Imlek dan untuk acara pribadi bagi pemesan.

Posisi toko ‘Sari Rasa 888’ berada di tengah-tengah Kota Cirebon yang selalu ramai karena juga merupakan pasar tradisional dan juga pusat

perbelanjaan oleh-oleh bagi para wisatawan yang sedang berkunjung ke Kota Cirebon, pasar tradisional tersebut adalah Pasar Kanoman karena berada di Jl. Kanoman. Lokasi yang ramai sangat cocok untuk dijadikan pusat perbelanjaan bagi masyarakat sekitar Kota Cirebon, dengan hal tersebut maka banyak pedagang yang merupakan pedagang lama dan maupun pedagang baru menjadi pesaing bagi Toko Sari Rasa 888 pasti sangatlah banyak. Persaingan harga dengan menawarkan jenis produk yang sama membuat persaingan di Pasar Kanoman sangat ketat.

Melihat fenomena yang telah diuraikan pada latar belakang tersebut, maka penelitian ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Apa strategi bersaing yang selama ini digunakan oleh toko Sari Rasa 888 dalam menjalankan usahanya?
2. Bagaimana faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi kebijakan bersaing toko Sari Rasa 888?
3. Strategi bersaing apa yang tepat untuk toko Sari Rasa 888 di masa mendatang?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini ialah untuk mengetahui :

1. Mengetahui dan mengevaluasi strategi bersaing yang telah dilakukan oleh toko Sari Rasa 888 dalam menjalankan usahanya.

2. Mengetahui kondisi internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi kebijakan bersaing toko Sari Rasa 888.
3. Mengetahui strategi bersaing yang cocok dan tepat bagi toko 'Sari Rasa 888' untuk di masa mendatang.

1.4 Kegunaan Penelitian

- Bagi Peneliti

Guna penelitian ini bagi penulis ialah sebagai salah satu syarat kelulusan program S1 Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan dan demi menambah wawasan bagi peneliti mengenai strategi bersaing di lapangan dengan para pesaing toko Sari Rasa 888.

- Bagi Toko Sari Rasa 888

Toko Sari Rasa 888 berharap bahwa penelitian ini berguna baginya untuk mengevaluasi strategi bersaingnya selama ini serta dapat memberikan saran strategi bersaing bagi toko Sari Rasa 888 untuk mengembangkan usahanya.

- Bagi Peneliti Berikutnya

Kegunaan penelitian ini bagi peneliti berikutnya ialah menjadi bahan acuan atau referensi untuk penelitian sejenis.

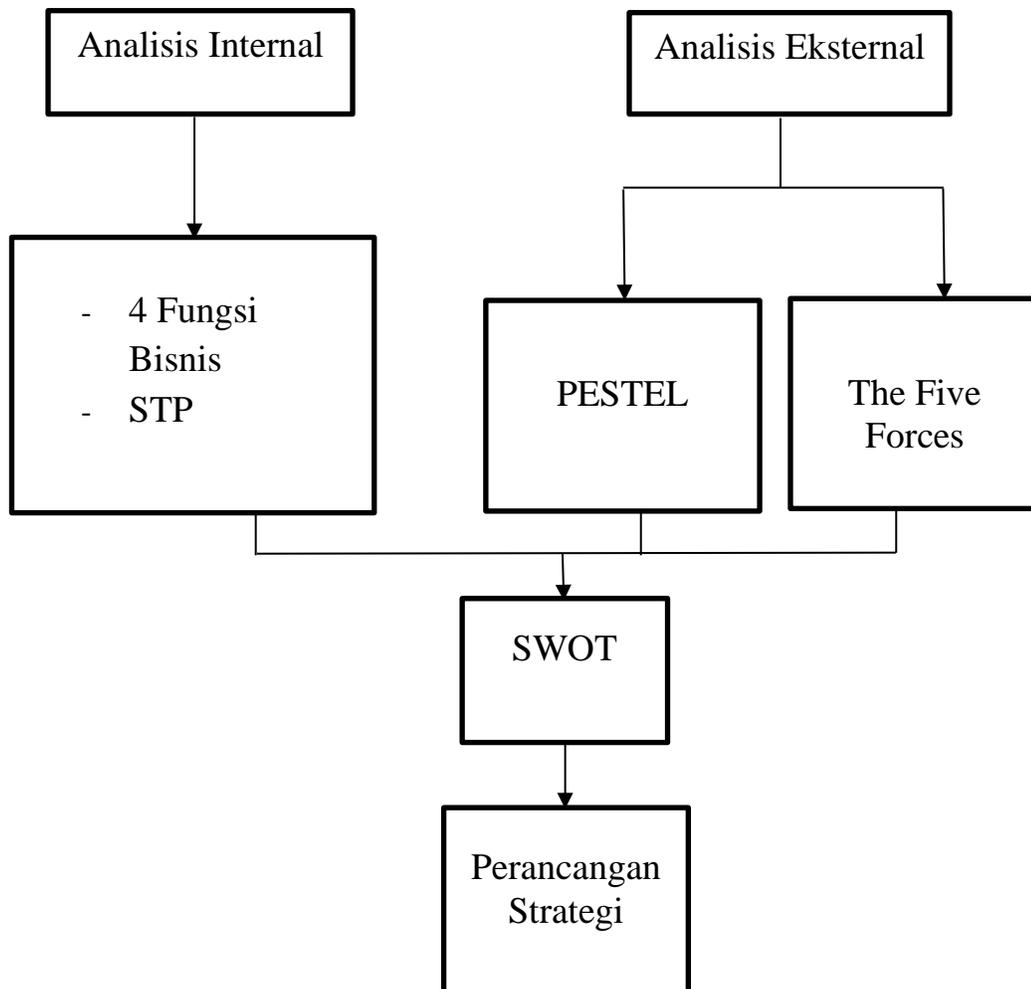
1.5 Kerangka Berpikir

Semua perusahaan atau kegiatan usaha pasti memiliki tujuan untuk mendapatkan laba atau keuntungan dari hasil usaha yang mereka jalankan.

Tujuan atau cita-cita perusahaan dapat tercapai dengan cara menyusun berbagai rancangan strategi bersaing serta menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Penyusunan rancangan strategi untuk operasional perusahaan harus berdasarkan pada faktor-faktor yang terkait dengan perusahaan tersebut.

Rancangan strategi tidak bisa disusun secara sembarang, namun harus melihat lingkungan sekitar perusahaan berdiri. Lingkungan bagi perusahaan menjadi faktor utama dan memiliki peran penting dalam berjalannya usaha, lingkungan internal dan eksternal sama-sama memiliki pengaruh signifikan untuk menyusun rancangan strategi bersaing. Lingkungan internal dan eksternal ini saling mempengaruhi satu sama lain. Pada lingkungan internal terdapat faktor Sumber Daya Manusia (SDM), operasional, pemasaran, dan keuangan serta STP. Sedangkan lingkungan eksternal meliputi faktor kondisi ekonomi, politik, sosial, teknologi, ekologi, dan hukum.

Setelah menganalisis lingkungan-lingkungan sekitar perusahaan maka dapat dengan mudah mengetahui poin-poin penting yang perlu perusahaan ingat, yaitu kelebihan, kekurangan, peluang dan ancaman (SWOT) bagi perusahaan. Analisis SWOT bisa menjadi salah satu sumber acuan bagi perusahaan untuk merumuskan strategi bersaing secara rinci dan tepat sasaran.



Gambar 1.1 Kerangka Bepikir