

ANALISIS SWOT dan ALTERNATIF STRATEGI

IWAN SALON



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

Eunice Niken Martanie

2012120114

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Terakreditasi oleh BAN-PT

No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018

BANDUNG

2018

**SWOT ANALYSIS and ALTERNATIVE STRATEGY OF
IWAN SALON**



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor's Degree in Economics

By:

Eunice Niken Martanie

2012120114

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN MANAGEMENT
Accredited by National Accreditation Agency
No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2018**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



PERSETUJUAN SKRIPSI

ANALISIS SWOT dan ALTERNATIF STRATEGI IWAN SALON

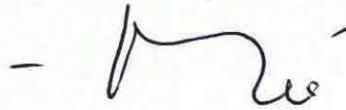
Oleh:

Eunice Niken Martanie

2012120114

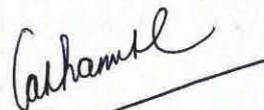
Bandung, Agustus 2018

Ketua Program Sarjana Manajemen,



Triyana Iskandarsyah, Dra., M. Si

Pembimbing Skripsi,



Catharina Tan Lian Soei, Dra., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Eunice Niken Martanie
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 29 Januari 1994
Nomor Pokok / NPM : 2012120114
Program Studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS SWOT dan ALTERNATIF STRATEGI IWAN SALON

Dengan,
Pembimbing : Catharina Tan Lian Soei, Dra., MM

Adalah benar – benar karya tulis saya sendiri:

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU.No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70 : Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,
Dinyatakan tanggal: Agustus 2018
Pembuat pernyataan:



(Eunice Niken Martanie)

Abstrak

Kemenperin telah menempatkan industri kosmetik dan kecantikan untuk menjadi industri andalan yang berperan besar sebagai penggerak utama perekonomian di tahun 2015. Pertumbuhan industri kecantikan ini didorong antara lain oleh kontribusi tiga kategori besar, yaitu tata rias, perawatan rambut, dan perawatan kulit. Perkembangan industri perawatan rambut di Indonesia hingga pertengahan 2017 telah mencapai 117.000 salon dan lebih dari 5.000 *barbershop*.

Iwan Salon (Bandung) adalah sebuah perusahaan bisnis salon yang berfokus pada perawatan rambut. Dalam beberapa tahun terakhir, kinerja finansial dan nonfinansial Iwan Salon mengalami penurunan. Iwan Salon berusaha untuk tetap berada di posisi bertahan dalam menghadapi persaingan sekarang ini. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk menganalisis lingkungan perusahaan Iwan Salon dan mengidentifikasi alternatif strategi untuk meningkatkan kerjanya.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian studi kasus deskriptif secara kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, serta studi literatur.

Berdasarkan penelitian dan pengamatan yang telah dilakukan penulis terhadap Iwan Salon, maka ditarik beberapa kesimpulan, yaitu: (1) Penulis melakukan diskusi dengan pemilik dan manajer Iwan Salon yang mengidentifikasi gambaran umum yang dimiliki Iwan Salon sudah cukup baik. (2) Kinerja finansial Iwan Salon secara keseluruhan mengalami penurunan dan kinerja nonfinansial Iwan Salon diperlukan perbaikan. (3) Analisis SWOT mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada di lingkungan sekitar Iwan Salon yang dapat menjadi faktor-faktor alternatif strateginya. (4) Matriks SWOT menghasilkan beberapa strategi alternatif yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan sesuai dengan situasi dan kondisi perusahaan.

Penulis juga menyarankan kepada pemilik dan manajer Iwan Salon untuk: (1) Melakukan peninjauan kembali terhadap tujuan dan target yang telah dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal. (2) Melakukan pelatihan manajemen kepada pemilik dan manajer demi pengelolaan salon yang lebih baik. (3) Melakukan edukasi dan pelatihan terus-menerus guna meningkatkan kualitas. (4) Mengimplementasikan alternatif strategi sesuai prioritas dan kesanggupannya.

Kata kunci: analisis lingkungan, analisis SWOT, kinerja, strategi, alternatif strategi, matriks SWOT

Abstract

The Ministry of Industry has placed the health and beauty industry to become an industry engaged in the economy in 2015. The growth of this industry is driven by three broad categories, namely management, hair care, and skin care. Hair care movements in Indonesia until mid-2017 have reached 117,000 salons and more than 5,000 barbershop.

Iwan Salon (Bandung) is a salon company that cares for hair care. In recent years, Iwan Salon's financial and non-financial performance has declined. Iwan Salon is trying to stay in a position to survive in the present time. Therefore, the authors are interested in analyzing the company environment of Iwan Salon and identifying alternative strategies to improve its performance.

In this study, the authors used a descriptive qualitative case study research method using data analysis techniques, interviews, and literature studies.

Based on the research and observations that the author has made on Iwan Salon, then some conclusions are drawn, namely: (1) The author has a discussion with the owner and manager of Iwan Salon which identifies the general size of Iwan Salon is good enough. (2) Iwan Salon's overall financial performance and Iwan Salon's non-financial performance needed improvement. (3) SWOT analysis, anxiety, opportunities, and threats that exist in the environment around Iwan Salon that can be an alternative factor of the strategy. (4) The SWOT matrix produces several alternative strategies that can improve the company's performance in accordance with the situation and conditions of the company.

The author also advises the owner and manager of Iwan Salon to: (1) shoot the goals and objectives that have been carried out with internal and external factors. (2) better management training for owner and salon management. (3) carry out continuous education and training to improve quality. (4) Implement alternative strategies according to their priorities and capabilities.

Keywords: environmental analysis, SWOT analysis, performance, strategy, alternative strategies, SWOT matrix

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus oleh karena kasih karunia, anugerah, dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini. Skripsi yang berjudul “Analisis SWOT dan Alternatif Strategi Iwan Salon” ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program Strata Satu (S1) di Universitas Katolik Parahyangan Bandung, Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan karena terbatasnya wawasan, pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki sehingga skripsi ini masih jauh daripada sempurna. Oleh karena itu, penulis terbuka untuk menerima dan menghargai segala bentuk kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Proses penyusunan skripsi ini juga didukung oleh pihak-pihak yang senantiasa memberikan bantuan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu ada dan memberikan kekuatan, kesehatan, hikmat, keyakinan, serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsinya.
2. Orang tua yang bekerja keras demi menyekolahkan penulis di Universitas Katolik Parahyangan dan mendoakan serta mendukung penulis dalam segala hal khususnya dalam melakukan kegiatan studi serta dalam pengerjaan skripsi ini.
3. Nenek penulis yang selalu mendoakan dan mendukung penuh penulis sampai berkorban untuk tidak bertemu maupun menelepon karena tidak ingin mengganggu kelancaran penulisan skripsi ini. Begitu juga dengan seluruh anggota besar keluarga lainnya.
4. Ibu Catharina Tan Lian Soei, Dra., MM sebagai pembimbing penulis yang dengan sangat sabar membimbing penulis dalam penyusunan skripsi selama ini dan yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan konsultasi, kritikan, masukan, serta koreksi demi perkembangan skripsi penulis.
5. Ibu Leokadia Retno Adriani, Dra.,M.Si. sebagai dosen wali penulis yang dengan sangat sabar mengingatkan dan memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan studinya serta yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan konsultasi, kritikan, masukan, serta koreksi demi perkembangan studi penulis.
6. Ibu Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si. sebagai Kaprodi Sarjana Manajemen yang telah mendukung dan memotivasi para mahasiswa untuk berjuang menyelesaikan studinya dengan baik.
7. Bapak Dharma Putra Sundjaja, S.E., MFP yang telah mendukung, memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan studinya dengan segala cerita dan curhatan, serta

mengecek perkembangan penulis kepada orang tua penulis. Beliau juga dengan sabar memberikan konsultasi, kritik, masukan, dan koreksi demi perkembangan skripsi penulis.

8. Ibu Dr. Istiharini, S.E., MM yang telah mendukung, memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan studi dan skripsinya, serta mengecek perkembangan penulis kepada orang tua penulis.
9. Arista sebagai teman baik penulis yang tanpa lelah menyemangati, memotivasi, mendoakan, mengingatkan, membagikan informasi, mengajak penulis untuk belajar bersama, dan mendengarkan curhatan penulis selama proses perkuliahan maupun proses penulisan skripsi ini hingga selesai.
10. Vanny, Winar, dan Akbar sebagai sesama mahasiswa manajemen stratejik bimbingan Ibu Tan yang saling menyemangati, mengingatkan, dan membagikan informasi kepada penulis selama proses penulisan skripsi.
11. Hanny, Hans, dan Iryanto sebagai teman dekat penulis yang selalu mendukung dan menyemangati penulis dalam studi dan penulisan skripsi ini secara tidak langsung.
12. Widya, Fey, Santy, Putri, Kelly Kezia, Adita, Cindy dan seluruh teman-teman gereja yang selalu menyemangati dan memotivasi penulis selama studi dan penulisan skripsi ini.
13. Seluruh teman-teman SMA dan teman-teman kuliah yang juga menyemangati dan memotivasi penulis selama proses perkuliahan dan penulisan skripsi.

Akhir kata, semoga Tuhan membalas segala kebaikan dari semua pihak yang ikut terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses perkuliahan dan penulisan skripsi penulis ini.

Bandung, 1 Agustus 2018

Penulis,

Eunice Niken Martanie

Daftar Isi

	Abstrak.....	i
	Kata Pengantar.....	iii
	Daftar Isi.....	v
	Daftar Tabel.....	vii
	Daftar Gambar.....	viii
	Daftar Lampiran.....	ix
BAB I	PENDAHULUAN.....	1
	1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
	1.2. Identifikasi Masalah.....	3
	1.3. Tujuan Penelitian.....	3
	1.4. Manfaat Penelitian.....	4
	1.5. Kerangka Pemikiran.....	4
BAB 2	TINJAUAN PUSTAKA.....	7
	2.1. Visi dan Misi Perusahaan.....	7
	2.1.1. Visi.....	7
	2.1.2. Misi.....	8
	2.2. Strategi.....	9
	2.2.1. Pengertian Strategi.....	9
	2.2.2. Tingkatan Strategi.....	11
	2.2.3. Jenis Strategi.....	12
	2.2.4. Proses Strategi.....	14
	2.3. Manajemen.....	15
	2.3.1. Pengertian Manajemen.....	15
	2.3.2. Fungsi Manajemen.....	15
	2.3.3. Tingkatan Manajemen.....	19
	2.3.4. Jenis Manajemen.....	20
	2.3.5. Tujuan Manajemen.....	22
	2.3.6. Manfaat Manajemen.....	22
	2.4. Manajemen Stratejik.....	23
	2.4.1. Pengertian Manajemen Stratejik.....	23
	2.4.2. Tujuan Manajemen Stratejik.....	23
	2.4.3. Manfaat Manajemen Stratejik.....	24
	2.4.4. Model Manajemen Stratejik.....	25
	2.5. Kinerja.....	26
	2.6. Analisis SWOT.....	26
	2.6.1. Lingkungan Internal.....	27
	2.6.2. Lingkungan Eksternal.....	28
	2.7. Matriks SWOT.....	30
	2.8. Salon.....	32
	2.8.1. Pengertian Salon.....	32
	2.8.2. Tipe-Tipe Salon.....	32
BAB 3	METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....	35
	3.1. Metode Penelitian.....	35

	3.1.1. Teknik Pengumpulan Data	36
	3.1.2. Analisis Data	37
	3.2. Objek Penelitian	38
	3.2.1. Sejarah Singkat Iwan Salon.....	38
	3.2.2. Profil Singkat Iwan Salon.....	38
	3.2.3. Struktur Organisasi Iwan Salon.....	39
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	42
	4.1. Gambaran Umum Perusahaan Iwan Salon.....	42
	4.1.1. Visi dan Misi Iwan Salon	42
	4.1.2. Tujuan Jangka Pendek dan Jangka Panjang Iwan Salon	43
	4.1.3. Jasa Iwan Salon	43
	4.1.4. Target Iwan Salon.....	48
	4.1.5. Persaingan Iwan Salon	50
	4.2. Kinerja Iwan Salon.....	52
	4.2.1. Kinerja Keuangan.....	52
	4.2.2. Kinerja nonFinansial	64
	4.3. SWOT Iwan Salon	64
	4.3.1. SWOT Analysis.....	64
	4.4. Alternatif strategi Iwan Salon	65
	4.4.1. Matriks SWOT	66
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	69
	5.1. Kesimpulan.....	69
	5.2. Saran.....	71
	Daftar Pustaka.....	72
	Lampiran	75

Daftar Tabel

Tabel 1. 1. Jumlah Transaksi Iwan Salon	3
Tabel 1. 2. Laba Sebelum Bunga dan Pajak Iwan Salon	3
Tabel 2. 1. Contoh SWOT Matrix	31

Daftar Gambar

Gambar 3. 1. Peta Letak Iwan Salon dan Informasinya	38
Gambar 4. 1. Cangkupan Kecamatan Sumur Bandung	50
Gambar 4. 2. Total Pendapatan, Biaya, dan Laba Iwan Salon.....	55
Gambar 4. 3. Pendapatan dari Penyediaan Jasa Iwan Salon.....	55
Gambar 4. 4. Sumber Pendapatan Iwan Salon.....	56
Gambar 4. 5. Sumber Biaya Iwan Salon.....	56
Gambar 4. 6. Pendapatan, Biaya, dan Laba Jasa Styling	57
Gambar 4. 7. Pendapatan, Biaya, dan Laba Jasa Cutting	58
Gambar 4. 8. Pendapatan, Biaya, dan Laba Jasa Coloring	59
Gambar 4. 9. Pendapatan, Biaya, dan Laba Jasa Smoothing.....	60
Gambar 4. 10. Pendapatan, Biaya, dan Laba Jasa Perm	60
Gambar 4. 11. Pendapatan, Biaya, dan Laba Jasa Treatment	61
Gambar 4. 12. Pendapatan, Biaya, dan Laba Jasa Perawatan Kuku.....	62
Gambar 4. 13. Pendapatan, Biaya, dan Laba Penjualan Produk.....	63

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan
Lampiran 2 Dokumentasi
Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan perkembangan zaman, kemajuan dunia industri pun menunjukkan peningkatan. Peningkatan ini terjadi juga pada industri jasa dan memiliki dampak positif pada kategori industri kosmetik dan kecantikan.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) Tahun 2015–2035, Kemenperin telah menempatkan industri kosmetik dan kecantikan untuk menjadi industri andalan yang berperan besar sebagai penggerak utama perekonomian (SWA, 2016).

Melihat hal ini, beberapa perusahaan menatap optimis dan mulai ekspansif, seperti PT Martina Berto Tbk (MBTO), PT Airish London Indonesia, dan PT Grahadhika Sarana Purnajati (Kontan.co.id, 2015). Tak kalah, beberapa perusahaan juga memperkenalkan berbagai pameran dan edukasi kecantikan berskala internasional yang diharapkan mampu menjadi suatu wadah penggabungan para pelaku, *brand*, dan pelanggan dari dunia kecantikan di seluruh Indonesia, seperti *Cosmobeaute*, *BeautyIndonesia 2017*, *Beauty Professional Indonesia 2017*, dan *Hair Expo Indonesia 2017*.

Menurut Presiden Direktur L'Oréal Indonesia, pertumbuhan industri kecantikan didorong antara lain oleh kontribusi tiga kategori besar, yaitu tata rias sekitar 10%, perawatan rambut sekitar 37%, dan perawatan kulit sekitar 32% (PressRelease.id, 2017). Hal ini mengidentifikasikan bahwa masyarakat sudah mulai sadar akan tatanan rambut, pewarnaan rambut, perawatan kulit kepala, kesehatan kulit, perawatan wajah dan riasan wajah. Adanya tren untuk menjadikan produk-produk industri kecantikan sebagai kebutuhan utama masyarakat juga merupakan salah satu faktor peningkatan di industri ini.

Menteri Perindustrian, Airlangga Hartanto mengatakan bahwa sampai bulan Maret 2018 jumlah industri kosmetik dalam negeri mencapai lebih dari 760 perusahaan dimana sebanyak 95 perusahaan diantaranya merupakan sektor Industri

Kecil dan Menengah (IKM), sementara sisanya industri berskala besar (CNNIndonesia, 2018). Industri perawatan rambut juga terus berkembang dengan jumlah salon mencapai 117.000 hingga pertengahan 2017. Tidak hanya bagi kaum perempuan, merupakan salah satu tren masyarakat dimana semakin tingginya kesadaran dan minat laki-laki untuk berpenampilan menarik dan bergengsi. Hal ini dibuktikan dengan adanya lebih dari 5.000 *barbershop* yang terus berkembang di Indonesia (Life&Style, 2017).

Berdasarkan hasil penelusuran, terdapat kurang lebih 80 bisnis salon dan klinik kecantikan di Kota Bandung yang terdaftar dalam *Google*. Walau masih terdaftar, ada beberapa diantara bisnis tersebut yang ternyata sudah berpindah kota ataupun bangkrut. Keputusan para pemilik bisnis salon tersebut disebabkan oleh terjadinya perubahan berbagai faktor internal dan eksternal yang dirasakan secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menemukan beberapa bisnis salon rambut dan kecantikan di Kota Bandung yang sedang merasakan perubahan drastis dalam bisnisnya dan sedang terkena dampak dari persaingan yang ketat. Bisnis-bisnis salon tersebut memerlukan strategi yang baik yang dapat membantu menyesuaikan situasi dan kondisi terbaru sehingga bisnis-bisnis salon tersebut setidaknya dapat bertahan dalam persaingan yang ketat ini.

Objek penelitian yang dipilih penulis adalah Iwan Salon (Bandung). Alasan lain penulis memilih Iwan Salon sebagai objek penelitian adalah karena penulis merupakan anak dari sang pemilik.

Iwan Salon yang hampir beroperasi selama 30 tahun ini, mengalami gejala kemunduran finansial dan nonfinansial secara terus-menerus. Gejala kemunduran finansial dapat dilihat dari penurunan jumlah transaksi yang memiliki dampak pada penurunan total laba sebelum bunga dan pajak Iwan Salon di tahun 2015 – 2017 (lihat Tabel 1.1. dan Tabel 1.2.). Gejala kemunduran nonfinansial dapat dilihat dari jumlah sumber daya manusia, kualitas pelayanan karyawan, kompetensi karyawan, reputasi perusahaan, keluhan pelanggan, mesin dan peralatan yang dipakai, serta sistem pengelolaan manajemen perusahaan.

Tabel 1. 1.
Jumlah Transaksi Iwan Salon

Tahun	2015	2016	2017
Transaksi	2.580	2.374	2.183

Sumber: Data Laporan Keuangan Iwan Salon Olahan Penulis

Tabel 1. 2.
Laba Sebelum Bunga dan Pajak Iwan Salon

Tahun	2015	2016	2017
Laba sebelum bunga dan pajak	Rp 188.883.750	Rp 218.774.500	Rp 180.746.750

Sumber: Data Laporan Keuangan Iwan Salon Olahan Penulis

Jika Iwan Salon tidak melakukan usaha membenahi perusahaannya, maka perusahaan akan mengalami kesulitan untuk bertahan apalagi untuk berkembang. Sangatlah mungkin bagi Iwan Salon untuk berhenti beroperasi dan menutup bisnisnya tersebut jika kondisi seperti ini dibiarkan berkelanjutan.

Untuk mengantisipasi hal tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap Iwan Salon mengenai analisis SWOT dan alternatif strategi Iwan Salon.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka identifikasi masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran umum perusahaan Iwan Salon?
2. Bagaimana kinerja Iwan Salon pada tahun 2015, 2016, dan 2017?
3. Bagaimana SWOT Iwan Salon?
4. Apa alternatif strategi Iwan Salon untuk meningkatkan kinerjanya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui gambaran umum perusahaan Iwan Salon.
2. Menganalisis kinerja Iwan Salon pada tahun 2015, 2016, dan 2017.
3. Menganalisis SWOT Iwan Salon.
4. Mengidentifikasi alternatif strategi Iwan Salon untuk meningkatkan kinerjanya.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan informasi dan masukan yang berguna sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengidentifikasi dan memilih alternatif strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja bisnis usahanya lebih baik lagi sehingga dapat memaksimalkan profit.

2. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis dalam bidang kajian manajemen stratejik dan menerapkannya di lapangan. Hasil penelitian ini juga diharapkan memenuhi syarat dan kewajiban dalam menempuh ujian akhir sarjana di Fakultas Ekonomi Program Sarjana Manajemen Universitas Parahyangan Bandung.

3. Bagi Pembaca dan Pihak Lain

Memberikan informasi, wawasan, dan pengetahuan yang lebih luas mengenai bidang kajian manajemen stratejik. Diharapkan juga menjadi wawasan tambahan untuk memperbaiki kinerja perusahaan dalam bidang yang sama.

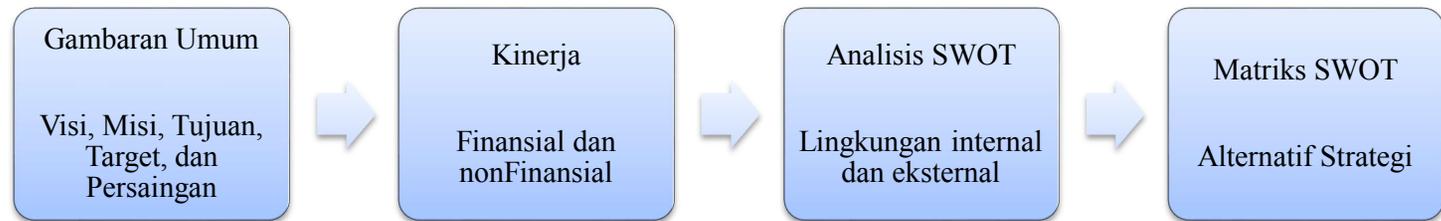
1.5. Kerangka Pemikiran

Suatu perusahaan harus memiliki visi, misi, dan tujuan jangka pendek begitu juga tujuan jangka panjang. Akan lebih jelas dan lebih baik jika target-target tersebut dilengkapi dengan tujuan finansial dan stratejik. Menurut David (2009:121), aktivitas pertama yang dilakukan oleh perusahaan adalah merumuskan pernyataan visi dan misi perusahaan, dengan memperhatikan aspek yang terdapat baik pada lingkungan internal maupun eksternal.

Analisis lingkungan internal dan eksternal suatu perusahaan dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT. Menurut Wheelen dan Hunger (2012:176), SWOT adalah akronim yang digunakan untuk menggambarkan Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threats*) yang merupakan faktor strategis untuk perusahaan tertentu. Kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) termasuk dalam lingkungan internal, sedangkan peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) termasuk dalam lingkungan eksternal perusahaan. Lingkungan internal yang dimiliki mencakup aspek finansial dan nonfinansial dimana kinerja perusahaan juga dianalisis. Selain itu, lingkungan eksternal juga sangat penting untuk mengetahui peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dari luar perusahaan mencakup lingkungan umum dan industri.

Analisis SWOT kemudian dikembangkan menjadi matriks SWOT untuk mengidentifikasi alternatif strategi apa saja yang dapat dihasilkan oleh Iwan Salon. Menurut Fred. R David (2011:327), matriks SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer dalam mengembangkan 4 jenis alternatif strategi, yaitu *SO Strategies* (kekuatan-peluang), *WO Strategies* (kelemahan-peluang), *ST Strategies* (kekuatan-ancaman) dan *WT Strategies* (kelemahan-ancaman).

Gambar 1. 1.
Kerangka Pemikiran Penelitian



Sumber: Data Olahan Penulis