



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

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Posisi Strategis PT. Mitra Abadi Barokah

Skripsi

Oleh

Bilal Makarim

2014320053

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Persetujuan Skripsi

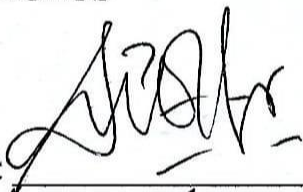
Nama : Bilal Makarim
Nomor Pokok : 2014320053
Judul : Analisis Posisi Strategis PT. Mitra Abadi Barokah

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Selasa, 8 Januari 2019
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

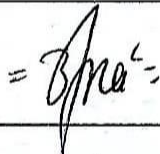
Ketua sidang merangkap anggota

Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

: 

Sekretaris

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

: 

Anggota

Marihot Tua Effendi, Drs., M.Si

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Surat Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Bilal Makarim

NPM : 2014320053

Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Posisi Strategis PT. Mitra Abadi
Barokah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya ilmiah yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip ditulis sesuai dengan kaidah penelitian 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, 17 Januari 2019

Bilal Makarim

ABSTRAK

Nama : Bilal Makarim
NPM : 2014320053
Judul : Analisis Posisi Strategis PT. Mitra Abadi Barokah

Pemerintah memberlakukan kebijakan pergantian bahan bakar memasak dari minyak tanah menjadi gas LPG yang memicu pro dan kontra. Kebijakan tersebut dapat menguntungkan bagi negara karena salah satunya dapat menghemat subsidi dan gas alam yang merupakan kekayaan alam Indonesia dapat digunakan secara maksimal. Penggunaan gas LPG sebagai bahan bakar memasak juga dapat memberikan manfaat untuk masyarakat secara langsung. Kebijakan pemerintah ini sampai saat ini terbilang sukses, karena penggunaannya yang meningkat setiap tahun. Disisi lain, kebijakan ini juga membantu industri-industri lain yang berkaitan dengan gas LPG turut berkembang, salah satunya karet perapat (*rubber seal*) yang berguna untuk mencegah kebocoran. Melihat peluang tersebut, perusahaan-perusahaan dari industri tersebut bersaing untuk menguasai pasar dari industri produksi karet pengaman.

Dalam penelitian ini, penulis berusaha untuk menganalisis posisi strategis PT. Mitra Abadi Barokah. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif analitis dengan menggunakan metode penelitian studi kasus. Setelah data terkumpul melalui proses wawancara dan observasi, penulis melakukan analisis data dengan menggunakan analisis SWOT, analisis EFAS dan IFAS, *Competitive Profile Matrix*, Matriks SWOT, Matriks Internal Eksternal, dan QSPM.

Berdasarkan hasil dari penelitian dari Matriks SWOT dan Matriks Internal-Eksternal, menunjukkan bahwa PT. Mitra Abadi Barokah berada di dalam kuadran V yang berada dalam fase pertumbuhan. Kemudian, dengan didasarkan hasil dari matriks QSPM, strategi yang sesuai untuk diaplikasikan oleh PT. Mitra Abadi Barokah adalah Pengembangan Pasar melalui penawaran produk dengan nilai terbaik (*best value*). Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan mencari pangsa pasar yang baru dengan menawarkan produk dengan harga terbaik. Langkah ini diharapkan dapat mengatasi ancaman yang ada saat ini dan dapat membantu perusahaan untuk menjadi pemimpin pasar di industri produksi kain perapat ini.

Kata Kunci: Posisi Strategis, SWOT, Matriks Internal-Eksternal, QSPM

ABSTRACT

Name : Bilal Makarim

NPM : 2014320053

Title : Analysis of Strategic Position of PT. Mitra Abadi Barokah

Indonesia's government applies policy to change the fuel used for processing food which is kerosene to LPG (liquified petroleum gas). The policy is good for Indonesia because it helps saves subsidies and one of Indonesia's natural resources can be used to it maximum potential. On the other side, the used of LPG is giving the society direct benefit. This policy has many benefits and statistically it is the success one, because every year the application of LPG is rising. And this policy also helps other industries to grow, on of them is the industry of rubber seal. Because the increasing demand of the LPG and the rubber seal, every company within the industry sees it as opportunity and they compete to dominate the market.

The main objective of this research is to analyze the strategic position fo PT. Mitra Abadi Barokah. The type of research is analytical descriptive research, and the method used in this study is the case study. After the data is collected with the process of interview and observation, writers analyze data using SWOT analysis, EFAS and IFAS analysis, Competitive Profile Matrix, SWOT Matrix Internal-External Matrix, and QSPM.

Based on the study of SWOT Matrix and Internal-External Matrix, PT. Mitra Abadi Barokah is on the quadrant V which is shown the company is on growing phase. The result of QSPM Matrix study is the best strategic fit for PT. Mitra Abadi Barokah, which is Market Expansion with best value product. The purpose of this strategy is to increase sales and search for new and fresh market share by offering product with best value. In the end, hopefully this analysis can help the company to overcome the threats and also help the company to become the market leader in the industry of rubber seal production.

Keyword: Strategic Position, SWOT, Internal-External Matrix, QSPM

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Penelitian dengan judul “Analisis Posisi Strategis PT. Mitra Abadi Barokah” disusun dalam rangka untuk memenuhi syarat kelulusan dalam jenjang pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Dalam penyusunan penelitian skripsi ini, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian ini terdapat banyak kekurangan, baik kekurangan pada bahasa yang digunakan maupun teknik penyampaian yang digunakan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca untuk melengkapi segala kekurangan dan kesalahan dari penelitian ini. Penulis juga berharap apa yang disampaikan dalam bentuk skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi mereka yang membutuhkannya.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan ucapan terima kasih kepada pihak – pihak yang sudah membantu dalam penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Dewi Handayani dan Hafidh Indrawan, selaku orang tua penulis yang selalu memberikan doa, motivasi, dan dukungan moril juga materil dari awal sampai akhir;
2. Ibu Dr. Theresia Gunawan, S.Sos., MM. selaku dosen pembimbing yang telah membagi ilmu, memberi arahan, meluangkan waktu dan memberikan dukungan penuh selama pengerjaan skripsi ini;

3. Jajaran pimpinan dari PT. Mitra Abadi Barokah yang bersedia dijadikan objek penelitian dan memberikan izin untuk mengakses segala informasi terkait skripsi ini. Khususnya Wakil Direktur, Mas Rifki Aditya Mutaqin;
4. Muhammad Rizkya, selaku sahabat dan sepupu penulis yang selalu ada di setiap saat untuk mendukung, membantu, menemani, dan menjadi tempat bertukar pendapat terbaik;
5. Adzhar Rizalin Putra Munggaran, selaku sahabat saya dari kecil yang berjuang bersama-masa melewati masa perkuliahan dan selalu ada untuk mendengar cerita penulis;
6. Kevin Aditya dan Juliana Zhang selaku sahabat penulis yang selalu mendukung dan banyak berkorban untuk membantu penulis;
7. Sahabat-sahabat penulis yang lain, Himawan Pratama, Ami, Fachri Fadila, Muhammad Fadhil Rahadiansyah, Hasya Nafilah Putri, Sarah Saddak, Gilang Yandika, Wira Putra Astama, Muhammad Renaldi Husein, Stefan David Hermanus, Jeany Nataly, Stephanie Lensun, Kevin Fernando, Daniel Ramos Napitupulu, dan Jason Kristian yang selalu mendukung penulis;
8. Daniel Siswanto dan seluruh teman – teman dari tim basket Alligator UNPAR;
9. Seluruh Dosen dan Staff di Universitas Katolik Parahyangan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis;
10. Pihak-pihak lainnya yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Bandung, 13 Desember 2018

Penulis,

Bilal Makarim

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GRAFIK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Bekalang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian	6
BAB II DAFTAR PUSTAKA.....	7
2.1. Definisi Strategi	7
2.2. Strategi Bersaing.....	8
2.3. Tolak Ukur Strategi.....	8

2.4 Definisi Pasar	9
2.5 Pasar Bisnis.....	9
2.6. Manajemen Strategis	10
2.6.1. Definisi Manajemen Strategis.....	10
2.6.2. Tahapan Manajemen Strategis.....	11
2.7. Strategi Generik	12
2.8. Jenis Strategi.....	13
2.9. Analisis Lingkungan	25
2.9.1. Analisis Lingkungan Internal	25
2.9.2. Pengertian Manajemen SDM.....	26
2.9.3. Pengertian Strategi Segmenting, Targeting, and Positioning (STP)	27
2.10. Analisis Data.....	36
2.10.1. Matriks Faktor Strategi Eksternal	36
2.10.2. Matriks Faktor Strategi Internal.....	36
2.10.3. <i>Competitive Profile Matrix</i>	37
2.10.4. Matriks QSPM (Quantitive Strategy Planning Matrix).....	38
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1. Jenis Penelitian	41
3.2. Peran Penulis	41

3.3.	Metode Penelitian	42
3.4.	Metode Pengumpulan Data	42
3.5.	Teknik Analisis Data.....	43
3.5.1	Analisis SWOT	44
3.5.2.	Matriks SWOT	44
3.5.3.	Matriks Faktor Strategi Internal.....	45
3.5.4.	Matriks Faktor Strategi Eksternal	46
3.5.5.	Matriks Internal Eksternal	46
3.6.1.	Lokasi Penelitian.....	48
BAB IV OBJEK PENELITIAN		49
4.1.	Sejarah Perusahaan	49
4.2.	Visi dan Misi Perusahaan	50
4.3.	Struktur Organisasi Perusahaan	52
4.4.	Aktivitas Perusahaan.....	57
4.4.1.	Tahap penerimaan bahan baku <i>rubber compound</i>	57
4.4.2.	Tahap produksi karet perapat (<i>rubber seal</i>).	58
4.4.3.	Tahap <i>Quality Control</i>	61
4.4.4.	Tahap Proses Pemasaran	61
4.4.5.	Tahap Bagian keuangan	62
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....		64

5.1.	Analisis Lingkungan Eksternal.....	64
5.1.1.	Lingkungan Umum	64
5.1.2.	Analisis Lingkungan Industri	71
5.2.	Analisis Lingkungan Internal	77
5.3.	Analisis Fungsi Strategi Segmentation, Targeting, Positioning (STP)	84
5.3.1.	<i>Segmenting</i>	84
5.3.2.	<i>Targeting</i>	85
5.3.3.	<i>Positioning</i>	85
5.4.	Analisis Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia	85
5.4.1.	Spesifikasi Pekerjaan.....	85
5.4.2.	Rekrutmen & Seleksi karyawan.....	88
5.4.3.	<i>Strength</i> (Kekuatan)	90
5.4.4.	<i>Weakness</i> (Kelemahan)	90
5.4.5.	<i>Opportunity</i> (Kesempatan)	91
5.4.6.	<i>Threat</i> (Ancaman).....	91
5.5.	Matriks EFAS dan IFAS	91
5.5.1.	Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	91
5.5.2.	Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)	93
5.6.	Competitive Profile Matrix (CPM).....	95

5.7.	Tahap Perumusan Strategi.....	97
5.7.1.	Matriks SWOT.....	97
5.7.2.	Matriks Internal Eksternal (IE).....	102
5. 8.	Tahap Pemilihan Strategi	103
5.8.1.	Matriks QSP (<i>Quantitive Strategy Planning Matrix</i>).....	104
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		108
6.1.	Kesimpulan.....	108
6.2.	Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA		114
LAMPIRAN		116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo PT. Mitra Abadi Barokah.....	51
Gambar 4.2 Stuktur Organisasi PT. Mitra Abadi Barokah	52
Gambar 5.1 Statistik Aktivitas Internet Menggunakan <i>Gadget</i> per Minggu	66
Gambar 5.2 Proyeksi Penduduk menurut Provinsi (2015-2035).....	67
Gambar 5.3 <i>Rubber Seal</i> NBR (Nytrite Butadine Rubber) SNI.....	78
Gambar 5.4 <i>Rubber Seal</i> NBR (Nytrite Butadine Rubber) 50%	78
Gambar 5.5 Dsoll.....	79
Gambar 5.6 <i>Flowchart</i> Proses Bisnis PT. Mitra Abadi Barokah	82
Gambar 5.7 Proses Rekrutmen dan Seleksi.....	89
Gambar 5.8 Matriks Internal Ekstenal PT. Mitra Abadi Barokah.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Rata-rata Harian Konsumsi Protein Per Kapita dan Konsumsi Kalori Per Kapita Tahun 2015-2017.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1.2. Data Persentase Konsumsi Penggunaan Gas <i>LPG</i>	3
Tabel 2.1. Matriks EFAS.....	36
Tabel 2.2. Matriks IFAS	36
Tabel 2.3. Peringkat Terhadap Kriteria Faktor Keberhasilan.....	37
Tabel 2.4. Contoh Matriks Profil Persaingan	38
Tabel 2.5. Contoh Dasar Bentuk QSPM	38
Tabel 3.1. Matriks SWOT	44
Tabel 3.2. Matriks Internal Eksternal	46
Tabel 4.1. Produk dan Bahan Baku Karet Perapat (<i>Rubber Seal</i>).....	59
Tabel 5.1. Spesifikasi Pekerjaan.....	86
Tabel 5.2. Gaji	89
Tabel 5.3. Matriks EFAS PT. Mitra Abadi Barokah	91
Tabel 5.4. Matriks IFAS PT. Mitra Abadi Barokah	93
Tabel 5.5. <i>Competitive Profile Matrix</i> PT. Mitra Abadi Barokah.....	95
Tabel 5.6. Matriks SWOT PT. Mitra Abadi Barokah.....	98
Tabel 5.7. Matriks QSPM	104

DAFTAR GRAFIK

Grafik 5.1. <i>Competitive Profile Matrix PT. Mitra Abadi Barokah</i>	95
---	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada tahun 2007 pemerintah mengajak masyarakat untuk mengganti bahan bakar memasak minyak tanah ke gas LPG (*liquified petroleum gas*) dengan cara membagikan tabung gas gratis dan menambah pemasok gasnya pada saat yang sama juga mereka menarik minyak tanah bersubsidi tersebut. Hal tersebut pada awalnya dipertanyakan oleh banyak pihak dan menimbulkan pro dan kontra, salah satu alasannya yaitu penggunaan minyak tanah sebagai bahan bakar memasak merupakan suatu kebiasaan turun temurun yang sudah dilakukan dari generasi ke generasi.

Meskipun begitu, kebijakan pemerintah tersebut tentu sudah diperhitungkan secara matang, dengan tidak lagi menggunakan minyak tanah sebagai bahan bakar memasak, pemerintah dapat mengurangi subsidi sebanyak Rp 15-20 triliun, lalu dapat melakukan pengirisan stok minyak tanah yang semakin hari semakin menipis, disisi lain penggunaan gas LPG juga sangat cocok di Indonesia, karena gas alam merupakan salah satu kekayaan Indonesia yang melimpah, seperti yang didasarkan dari data bahwa Indonesia merupakan salah satu negara penghasil gas alam papan atas di dunia. Data dari BP Statistics menunjukkan cadangan gas alam terbukti Indonesia mencapai 103,3 triliun kaki kubik. Dengan angka cadangan tersebut menempatkan Indonesia berada pada posisi ke-14 pemilik cadangan terbesar di dunia. Bahkan, di kawasan Asia, Indonesia merupakan pemilik cadangan gas

terbesar kedua setelah China yang memiliki 115,6 triliun kaki kubik gas alam. (Kata Data, 13 Januari 2019). Maka dari itu, penggunaan gas alam sudah sepatutnya dimanfaatkan secara maksimal untuk kepentingan kebaikan bersama.

Selain negara yang untung dalam pengaplikasian kebijakan tersebut, masyarakat juga dapat merasakan manfaat baiknya secara langsung. Dengan menggunakan gas LPG sebagai bahan bakar memasak, masyarakat dapat memasak dengan lebih praktis karena tidak perlu menyalakan sumbu seperti pada penggunaan kompor minyak tanah, lalu api yang dihasilkan dari gas LPG ini juga dapat lebih cepat panas yang mengakibatkan bahan masakan yang di olah dapat lebih cepat matang sehingga memasaknya menjadi lebih efisien, disisi lain api dari gas LPG ini tidak merubah panci atau wajan menjadi hitam. LPG juga lebih aman bagi masyarakat karena penyalahgunaan lebih sulit dibandingkan dengan minyak tanah.

Kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan konversi minyak tanah ke gas LPG ini sampai saat ini bisa dibilang sukses, hal tersebut dibuktikan oleh peningkatan permintaan gas LPG tiap tahunnya. Hal tersebut dibuktikan dengan, konsumsi LPG pada 2007 hanya sekitar satu juta metrik ton per tahun menjadi hampir mencapai 7 juta metrik ton pada 2016. Angka tersebut tumbuh sebesar 700 persen selama sembilan tahun. (Republika, 10 Desember 2018). Peningkatan konsumsi LPG juga ditunjukkan oleh data yang diberikan oleh Badan Pusat Statistik dibawah ini.

Tabel 1.1. Data Persentase Konsumsi Penggunaan Gas LPG

Provinsi	2016	2015	2014
	Persentase rumah tangga menurut provinsi dan bahan bakar utama untuk memasak (Persen)	Persentase rumah tangga menurut provinsi dan bahan bakar utama untuk memasak (Persen)	Persentase rumah tangga menurut provinsi dan bahan bakar utama untuk memasak (Persen)
	Gas/Elpiji	Gas/Elpiji	Gas/Elpiji
Aceh	77.94	74.41	64.61
Sumatera Utara	75.43	72.09	67.92
Sumatera Barat	54.73	41.58	23.47
Riau	81.18	77.05	69.54
Jambi	69.42	63.69	54.67
Sumatera Selatan	84.12	81.53	75.07
Bengkulu	74.51	72.28	62.59
Lampung	67.9	63.83	53.39
Kep. Bangka Belitung	76.48	73.55	56.64
Kep. Riau	76.26	70.72	67.54
DKI Jakarta	89.38	89.24	86.76
Jawa Barat	83.89	81.45	76.34
Jawa Tengah	73.3	70.83	63.45
DI Yogyakarta	65.12	62.91	54.19
Jawa Timur	73.77	70.51	62.77
Banten	83.5	81.47	76.75
Bali	69.53	67.47	62.62
Nusa Tenggara Barat	49.4	43.2	36.68
Nusa Tenggara Timur	0.57	0.27	0.58
Kalimantan Barat	79.52	74.22	68.3
Kalimantan Tengah	51.07	34.23	16.65
Kalimantan Selatan	64.63	52.09	39.94
Kalimantan Timur	93.71	91.55	79.94
Kalimantan Utara	62.71	53.91	-
Sulawesi Utara	64.22	56.68	40.92
Sulawesi Tengah	29.45	13.09	7.2
Sulawesi Selatan	82.55	78.85	71.26
Sulawesi Tenggara	43.8	32.54	16.28
Gorontalo	65.95	55.6	44.73
Sulawesi Barat	63.32	53.08	42.72
Maluku	0.65	0.77	0.48
Maluku Utara	0.65	0.51	0.33

Papua Barat	1.59	3.34	2.59
Papua	0.8	0.61	0.48

(Sumber: Badan Pusat Statistik, 2018)

Meningkatnya penggunaan gas LPG ini yang disebabkan oleh kebijakan pemerintah dalam mengubah minyak tanah ke gas lpg juga mendorong bangkitnya industri-industri lain yang berkaitan dengan LPG di dalam negeri. Seperti pabrikan aksesoris yang juga berkembang seiring dengan kebutuhan pengoperasian kompor LPG oleh konsumen. Salah satunya yaitu pabrik dari karet perapat (*rubber seal*) sebagai aksesoris penting yang berfungsi sebagai pengaman pada katup gas LPG untuk mencegah kebocoran gas.

Dan tentu, peningkatan penggunaan gas LPG ini bagi para pengusaha industri karet perapat (*rubber seal*), merupakan kesempatan yang sangat menjanjikan untuk mendapatkan *profit*. Akan tetapi dengan terbukanya pintu pasar ini, maka seluruh perusahaan yang menawarkan produk serupa akan sama-sama memiliki keuntungan dalam memasarkan produk mereka. Maka dari itu dibutuhkan suatu strategi yang baik dan sesuai dengan posisi perusahaan saat ini agar strategi yang dijalankan oleh PT. Mitra Abadi Barokah dapat menghasilkan suatu *output* yang baik dan tidak melenceng dari target perusahaan.

“Strategy is about competitive position, about differentiating yourself in the eyes of the customer, about adding value through a mix of activities different from those used by competitors” (Porter , 1993) Strategi berkaitan dengan posisi kompetitif, yaitu mengenai bagaimana kita membedakan diri di mata pelanggan, mengenai penambahan suatu nilai tersendiri melalui berbagai aktifitas atau strategi yang berbeda dari yang sudah digunakan competitor. Maka dari itu diambil

kesimpulan bahwa tujuan akhir dari strategi adalah untuk menentukan posisi dari perusahaan kemudian melakukan maneuver-manuver demi kepentingan dan kebaikan perusahaan agar dapat mencapai tujuan perusahaan yang ditentukan dari awal.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui lebih mendalam mengenai hal-hal apa saja yang dibutuhkan PT. Mitra Abadi Barokah agar unggul dalam persaingan bisnisnya, juga untuk mendapatkan suatu strategi bersaing yang sesuai untuk PT. Mitra Abadi Barokah sehingga dapat digunakan dalam jangka panjang. Dari uraian latar belakang diatas, maka penulis mengambil judul penelitian **“Analisis Posisi Strategis PT. Mandiri Abadi Barokah”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari penelitian ini ingin diketahui mengenai:

1. Bagaimana analisis lingkungan eksternal dan internal terhadap PT. Mitra Abadi Barokah?
2. Bagaimana analisis SWOT terhadap PT. Mitra Abadi Barokah?
3. Apakah rekomendasi strategi yang dapat diberikan untuk PT. Mitra Abadi Barokah?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hasil analisis lingkungan eksternal dan internal terhadap PT. Mitra Abadi Barokah.
2. Untuk mengetahui hasil analisis SWOT terhadap PT. Mitra Abadi Barokah.

3. Memberikan rekomendasi strategi yang dapat digunakan oleh PT. Mitra Abadi Barokah di masa yang akan datang.

1.4. Kegunaan Penelitian

Dengan melakukan penelitian ini, penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat berguna bagi:

1. Peneliti

Penelitian ini diharapkan akan membuka wawasan dan pengetahuan bagi penulis tentang masalah yang diteliti, khususnya pemahaman mengenai penciptaan strategi yang baik, cocok, dan dapat diaplikasikan untuk perusahaan.

2. Pembaca

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca dalam memahami pengembangan ilmu strategi bisnis, khususnya tentang strategi bersaing. Selain itu juga, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

3. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan dan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi PT. Mitra Abadi Barokah dalam memperbaiki dan atau meningkatkan efektifitas strategi yang digunakannya, agar dapat memimpin pasarnya.