

Buatlah analisis SWOT dari perusahaan yang telah anda pilih. Gunakan tabel SWOT. (max 1 halaman)

TUGAS MATA KULIAH MANAJEMEN STRATEGI

Nama : Jaya Sempurna
NIM : 182510102
Kelas : R1
Angkatan : 33

ANALISIS SWOT PT GAJAH TUNGGAL

FAKTOR INTERNAL

STRENGTH

1. Salah satu pemimpin pasar ban terbesar di Indonesia
2. Melaksanakan program CSR
3. Memiliki produk ban ramah lingkungan, yaitu Champiro ECO
4. Memiliki anak perusahaan atau divisi yang dapat menunjang produksi ban
5. Banyak mendapatkan penghargaan dari Rekor Museum Indonesia sehingga meningkatkan nama baik perusahaan
6. Memiliki sumber daya manusia yang profesional dan kompeten karena proses perekrutannya diambil dari akademi yang didirikan oleh perusahaan sendiri

WEAKNESS

1. Kurs dolar yang terus meningkat, sementara hutang perusahaan banyak dalam bentuk dolar, sehingga menambah beban keuangan
2. Harga bahan baku karet semakin cenderung semakin meningkat menjadi beban bagi perusahaan

FAKTOR EKTERNAL

OPPORTUNITY

1. Adanya kepercayaan dari perusahaan lain sehingga dapat menambah modal melalui kerjasama
2. Semakin meningkatnya penjualan kendaraan bermotor, sehingga kebutuhan ban juga meningkat
3. Adanya perlombaan otomotif, membuka peluang perusahaan untuk promosi produk dengan menjadi sponsor kegiatan tersebut
4. Perusahaan sudah memiliki nama besar baik di dalam maupun di luar negeri

THREAT

1. Persaingan bisnis di industri sejenis dengan perusahaan lain cukup ketat
2. Kurs mata uang Rupiah terhadap dolar yang tidak menentu
3. Adanya produk ilegal yang masuk ke dalam negeri
4. Konsumen dalam negeri yang lebih menyukai produk impor

NAMA : Michael Jackson
 NIM : 182510075
 KELAS : R1 33
 MK : Manajemen Strategik
 PRODI : Manajemen S2
 DOSEN : Rabin Ibnu Zainal, S.E., M.Sc., Ph.D.

GRAB

Perusahaan Grab telah bertransformasi menjadi sebuah perusahaan teknologi mobile terbesar di Asia Tenggara yang menghubungkan jutaan pelanggan dengan jutaan mitra pengemudi, merchant, dan juga bisnis.

Grab ingin mengatasi masalah terbesar yang ada seperti ketimpangan akses, ketertinggalan infrastruktur, juga kesenjangan pendapatan.

ANALISIS SWOT

	Kelemahan	Kekuatan
	1. Error map	1. Pengemudi terbesar
	2. Discount gaming	2. Diversifikasi
	3. Tarif tidak sesuai	3. Aplikasi mudah
Peluang	Strategi (WO)	Strategi (SO)
1. Berikan reward	Pertahankan Bug	Manajemen mitra baik
2. Meningkatkan tarif hidup	Pelatihan Driver	Manajemen mitra
3. Kenyamanan	Sanksi	Memperbaiki intensif
Ancaman	Strategi (WT)	Strategi (ST)
1. Potensi	Pertahankan Aplikasi	Memperbaiki kenyamanan
2. Tarif lebih murah	Tarif harus jelas	Memperbaiki banyak kemudahan
3. Banyak orang	Penggunaan	Harga bersaing.

Nama : Mohd. Amrah Ridho
NIM : 182510080

ANALISA SWOT

STRENGHT	WEAKNESS
<ul style="list-style-type: none">❖ Lebih mudah dalam hal pemesanan, karena disetiap tempat pasti ada (sampai gang kecil sekalipun).❖ Untuk transportasi roda dua pelayanan lebih cepat sampai tujuan.❖ Untuk roda empat Grab menggunakan kendaraan pribadi, jadi lebih terawat.❖ Adanya aplikasi yang bervariasi yang dapat di gunakan pada Grab yang memanjakan konsumennya.❖ Sistem pembayaran Transportasi yang cashless dan cash❖ Mengutamakan pelayanan bagi penumpang.	<ul style="list-style-type: none">❖ Di ibu kota saat ini banyak yang menjadi driver, sehingga banyak driver yang menunggu orderan di pinggir jalan.❖ Harus melalui Aplikasi dan terkoneksi internet, tanpa adanya internet maka kita tidak dapat memesannya.❖ Masih adanya driver Grab yang enggan mengantar di tempat yang kurang ramai.
OPPORTUNITIES	THREATS
<ul style="list-style-type: none">❖ harus adanya tawar menawar dengan Ojek Pangkalan yang membuat enggan penumpang.❖ Bila sudah macet parah seperti ibu kota Jakarta, taksi konvensional mau tidak mau harus ikut dalam kemacetan.❖ Saat ini banyak masyarakat yang membutuhkan transportasi umum yang cepat dan evisien.	<ul style="list-style-type: none">❖ Konsumen Grab yang semakin kritis bila tidak dilayani dengan baik, yang berdampak pada kemecatan driver.❖ Bersaingnya harga antara Grab dengan yang aplikasi lainnya membuat driver menolak penumpang jarak dekat yang berniat membayar secara cashless (karena adanya diskon).

Analisis SWOT pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk

1. Strength

- a. Memiliki produk simpanan, pinjaman dan asuransi yang lengkap.
- b. Untuk produk simpanan sendiri derivative produknya beragam mulai dari tabungan anak sampai tabungan pensiun.
- c. Memiliki beberapa anak perusahaan.
- d. Bank plat merah yang sahamnya dimiliki oleh pemerintah.
- e. Aset yang besar.
- f. Jaringan yang luas di seluruh Indonesia bahkan sampai di beberapa negara di luar negeri.
- g. Jaringan ATM yang banyak.
- h. Electronic card (tapcash) dan aplikasi transaksi digital (Link Aja)
- i. Memiliki ribuan karyawan.
- j. Memiliki good corporate governance yang baik.

2. Weakness

- a. Penggantian buku tabungan di luar negeri belum bisa dilayani.
- b. Bunga tabungan kecil, hal ini terjadi juga di bank-bank pesaing lainnya.
- c. Adanya limit transaksi untuk penarikan di mesin ATM.

3. Opportunity

- a. Bekerja sama dengan beberapa aplikasi online seperti Grab dan Link Aja.
- b. Memperluas jaringan yang ada di dalam dan luar negeri.
- c. Mengoptimalkan anak perusahaan yang ada seperti BNI Life.

4. Threat

- a. Adanya kompetitor lain baik dari bank pemerintah dan swasta maupun asing.
- b. Munculnya fintech teknologi.

Nama : **REZA APRIADI**
NIM : **182510106**
Matkul : **Manajemen Strategik**

Analisis Peluang (*Opportunity*) Lingkungan Eksternal

1. Letak geografis Perguruan Tinggi Swasta yang strategis akan memengaruhi berkembang atau tidaknya perguruan tinggi swasta tersebut.
2. Tingginya minat menuntut ilmu di kalangan pegawai/karyawan, yang ingin melanjutkan jenjang sarjana, sehingga bagi Perguruan Tinggi Swasta akan menjadi penawaran yang positif untuk membuka kelas khusus.

Analisis Kekuatan (*Strengths*) Lingkungan Internal

1. Nama Perguruan Tinggi telah memberikan kepercayaan kepada masyarakat.
2. Lokasi kampus berada pada tempat yang strategis dan mudah diakses.
3. Kemampuan melakukan kegiatan kerja sama dengan pihak perusahaan/instansi terkait di lingkungan Pemerintah Daerah dan sesama Perusahaan.

Analisis Kelemahan (*Weakness*) Lingkungan Internal

1. Sumber dana/modal yang masih terbatas sehingga sulit untuk meningkatkan aktivitas yang membutuhkan dana besar, seperti promosi, pelatihan, studi banding, peningkatan pendidikan karyawan dan dosen, dan lain-lain.

Analisis Peluang (*Opportunities*) Lingkungan Eksternal

1. Karyawan swasta dan pemerintah di sekitarnya yang membutuhkan *upgrade* pendidikan untuk mengembangkan karir mereka.
2. Tingginya persaingan dan biaya kuliah di PTN.

Analisis Tantangan/Ancaman (*Threats*) Lingkungan Eksternal

1. Kepercayaan masyarakat yang masih kurang terhadap kualitas perguruan tinggi swasta terutama yang berada di daerah kecil.
2. Perguruan Tinggi swasta lain yang konsisten dengan kualitas dan memiliki nama besar.

Analisis SWOT

Strengths-Opportunities (S-O)

1. Mengeksploitasi pengalaman dan Akreditasi maupun adanya pencitraan promosi perguruan tinggi swasta ke masyarakat, sekolah-sekolah, kantor-kantor dan kegiatan organisasi dalam masyarakat, seperti karang taruna, PKK melalui brosur- brosur, baliho di titik-titik strategis, dan membentuk agen marketing di beberapa kabupaten dan kecamatan.

Weakness- Opportunities (W-O)

1. Memberikan *discount* biaya kuliah bagi mahasiswa yang mampu mengajak dan mengantar tetangga maupun sanak saudaranya kuliah.

Strengths-Threats (S-T)

1. Mengundang alumni yang telah bekerja untuk mempromosikan keunggulan kompetitif yang membantu mereka di dunia kerja.

Weakness- Threats (W-T)

1. Memfasilitasi dosen-dosen/Staf yang ingin meningkatkan level akademiknya dan membantu baik finansial maupun non-finansial dosen/Staf yang melakukan penelitian, memberikan penghargaan untuk dosen/Staf yang telah melakukan banyak penelitian dan pengabdian masyarakat dengan menetapkan target tertentu.

ANALISA SWOT PADA PT.BANK YUDHA BAKTI

Mata Kuliah : Manajemen Strategi

Dosen : Rabin Ibnu Zainal SE,MSc,PhD

Disusun Oleh :

Rina Marfiana (182510076)

Program Studi Manajemen S2

Universitas Bina Darma

2019

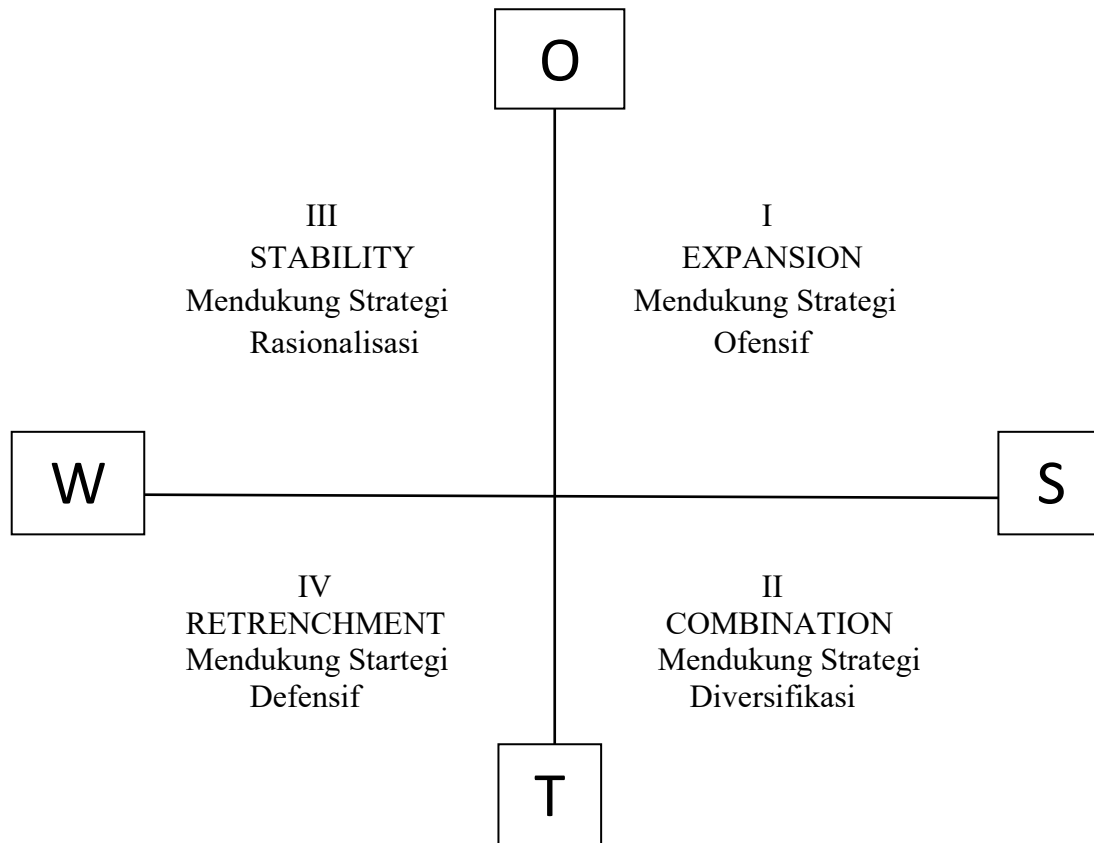


TABEL ANALISIS SWOT PADA PT. BANK YUDHA BAKTI

STRENGTHS (KEKUATAN)	WEAKNESS (KELEMAHAN)	OPPORTUNITY (PELUANG)	THREAT (ANCAMAN)
1. Pemilik modal terbesar dari PT. Bank Yudha Bakti adalah PT. Gozco Capital PT. Asabri (Persero) PT. Asuransi Jiwa Adisarana Wanartha dan Masyarakat 2. Pemberian kredit focus pada kredit Pensiunan 3. Suku bunga kredit lebih kecil dibanding Bank lain 4. Proses kredit lebih mudah	1. Jaringan kantor PT. Bank Yudha bakti masih terbatas pada wilayah propinsi saja belum ke pelosok daerah 2. Rasio NPL PT. Bank Yudha Bakti cukup tinggi pada kurun waktu 3 (tiga) tahun terakhir 3. Lambatnya pengembangan produk baru	1. Akan membuka jaringan kantor baru sampai ke pelosok 2. Mempunyai Sumber Daya Manusia yang handal 3. Tehnologi yang digunakan dapat bersaing dengan Bank-Bank Kompetitor 4. Kredit yang diberikan masih berpotensi untuk dikembangkan ke sector lain seperti Perumahan atau kredit konsumtif lainnya	1. Banyaknya Bank-Bank pesaing seperti Bank Mandiri, BNI, BRI yang focus kreditnya juga pada kredit pensiunan 2. Saham PT. Bank Yudha Bakti diakusisi oleh Perusahaan pintec akulaku

Nama : Titin Andriani
Nim : 182510084/33 R 1
Program : Magister Manajemen
Tugas : Manajemen Strategik
Dosen Pengasuh : Rabin Ibnu Zainal, S.E.,M.SC.,Ph.D

DIAGRAM SWOT



Kaitannya dengan masing-masing Kuadran:

1. Pada Kuadran I (S O Stratregi)

- lebih menanamkan brand image bahwa brand semen indonesia adalah yang terbaik dari brand semen yang lain.
- Mempertahankan kualitas dan harga produk.

2. Pada Kuadran II (S T Startegi)

- jaringan dan jangkauan distribusi yang lebih luas dan menyeluruh untuk memasarkan produk.
- Melakukan edukasi ke pelanggan agar tetap loyal.

3. Pada Kuadran III (W O Stratregi)

- Menyebarkan jaringan distribusi untuk memudahkan pemasaran.

- Berinovasi dalam program dan reward agar meningkatkan daya beli pelanggan

4. Pada Kuadran IV (WT Stratregi)

- Membangunan pabrik baru yang memiliki bahan baku batu kapur melimpah
- Menentukan harga semen untuk mengantisipasi munculnya semen baru.

FORMULASI STRATEGI ANALISIS SWOT PT SEMEN INDONESIA Tbk

TABEL SWOT

Matrik SWOT			Kondisi Internal	
			Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weaknesses)
			Brand image Perusahaan semen yang kuat dan menguasai industri nasional memiliki jangkauan distribusi ke seluruh penjuru daerah pemasaran.	Lokasi pabrik utama agak sulit dijangkau karena cukup jauh kebijakan harga yang masih bergantung pada brain. Dimana ditentukan dari pergerakan harga setiap hari dan wilayah masing-masing.
eksternal	Peluang (Opportunities)	Pesaing kurang memiliki brand image yang kuat .harga produk tergolong murah dibanding pesaing	SO 1. lebih menanamkan brand image bahwa brand semen indonesia adalah yang terbaik. 2. Mempertahankan kualitas dan harga produk.	WO 1. Menyebarkan jaringan distribusi untuk memudahkan pemasaran. 2. Berinovasi dalam program dan reward agar meningkatkan daya beli pelanggan.
	Ancaman (Threats)	Suplai bahan baku batu kapur dari alam yang terbatas Munculnya brand semen baru.	ST 1. Meningkatkan jaringan dan jangkauan distribusi yang lebih luas dan menyeluruh untuk memasarkan produk. 2. Melakukan edukasi ke pelanggan agar tetap loyal.	WT 1. Pembangunan pabrik baru yang memiliki bahan baku batu kapur melimpah. 2. Menentukan harga semen untuk mengantisipasi munculnya brand semen baru.

Nama : Achmad Murdiansyah
Nim : 182510101
Prodi : S2 Manajemen / Angkatan 33 / Reguler A R1
MK : Manajemen Strategi
Dosen : Rabin Ibnu Zainal, S.E, M.Sc, Ph.D

<p>Kekuatan :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Keahlian dalam cita rasa Indonesia2. Produksi rendah biaya3. Jangkauan distribusi luas4. Kecepatan dalam menjangkau konsumen5. Brand yang sudah terkenal	<p>Kelemahan :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Terlalu banyak Brand yang dikeluarkan2. Terlalu banyak inovasi rasa yang dibuat oleh Indofood3. Permintaan pasar yang belum terpenuhi
<p>Peluang :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Melakukan ekspansi ke luar negeri2. Melakukan join dengan perusahaan yang memiliki produk yang sejenis3. Melakukan diversifikasi terhadap produk lain	<p>Ancaman :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Ketatnya persaingan yang dilakukan pesaing dalam hal iklan maupun inovasi2. Tidak fokus terhadap satu jenis produk

ANALISIS SWOT

Berdasarkan besarnya tantangan nyata pada tabel di atas maka berikut di kemukakan analisis Swot untuk dapat menggambarkan kesiapan sekolah dalam menghadapi tantangan nyata tersebut.

No.	Urusan dan Faktornya		Kriteria Kesiapan (Kondisi Ideal)	Kondisi Nyata	Tingkat Kesiapan Faktor	
					Siap	Tidak Siap
A	Pengelolaan 1. PPDB	tes kemampuan	75	65	Siap	
		ICT, Tes Kesehatan, Physiko Tes (Belum)	Lulus Nilai Baik	Belum Mampu		Belum Siap
		Wawancara orang tua (Belum)				
	2. Rombel dan Jumlah	1 Rombel 32 orang (Belum)	32 Orang	Mampu 32 Orang	Siap	
	3. Akreditasi	Nilai A	9,8	9,3	Siap	
B	Perencanaan	RPS, RKAS, RPB	Lengkap	Lengkap	Siap	

Strength/Kekuatan	Weaknesses/Kelemahan
1. Status Akreditasi A 2. Lokasi Sekolah strategis (mudah di jangkau) 3. Sudah melaksanakan UNBK 4. Jumlah siswa mencapai 12 rombel 5. Delapan puluh (80%) guru sudah sertifikasi 6. 60 % guru adalah guru DPK 7. berprestasi dalam bidang olah raga dan seni	1. Kemampuan ekonomi dan latar belakang pendidikan orang tua rendah 2. Sebagian besar siswa berasal dari keluarga yang brokenhome 3. Sarana dan prasarana masih belum mencukupi
Oportunity/Peluang	Threat / Ancaman
1. Minat masyarakat cukup tinggi untuk menyekolahkan anaknya ke SMP YWKA PALEMBANG 2. Minat siswa di bidang olahraga dan seni cukup tinggi	Lingkungan yang kurang mendukung karna banyak yang putus sekolah, narkoba dan pengangguran

Nama : Derta Bela Sanjaya
NIM : 182510079
Prodi : S2 Manajemen / Angkatan 33 / Regular A R1
MK : Manajemen Strategik
Dosen : Rabin Ibnu Zainal, S.E, M.Sc, Ph.D.

Instrumen formulasi strategi (SWOT)

PT Frisian Flag Indonesia

A. Strength (Kekuatan)

1. Frisian Flag memiliki peternakan sendiri sehingga memiliki bahan baku yang berkualitas dan bernutrisi tinggi.
2. Produk yang dihasilkan dapat di konsumsi dari berbagai umur dari balita hingga dewasa dengan berbagai fungsi dan kebutuhan masing-masing sesuai dengan umur. Selain itu ada juga susu untuk kebutuhan ibu hamil.
3. Kualitas SDM yang selalu berkembang dengan adanya training yang selalu diadakan pada waktu tertentu.
4. Mempunyai tim yang professional dan kuat pada setiap acara / event.

B. Weakness (Kelemahan)

- Kurangnya inovasi terhadap varian rasa produk susu.
- Kandungan gula yang cukup tinggi cenderung banyak dihindari.
- Minimnya sarana promosi via website.

C. Opportunities (Peluang)

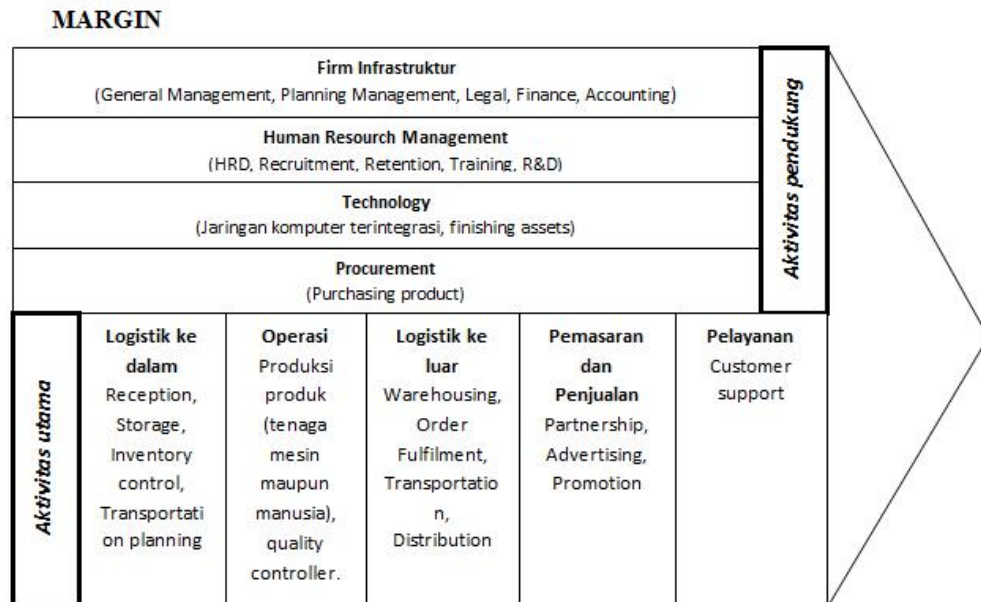
- Mempunyai beragam kegiatan yang dibentuk oleh Corporate Operational Responsibility (CSR) seperti pengembangan kemasyarakatan, pembinaan peternakan sapi, ketahanan gizi, dan Program Berkelanjutan.
- Hampir setiap bulan Frisian Flag Indonesia mengadakan event di berbagai kota.
- Produk lebih mudah dipasarkan karena telah ada di benak para konsumen dan merupakan salah satu merek yang dicari banyak orang karena kualitasnya.

D. Threats (Ancaman)

- Pesaing di bidang produk yang sama menawarkan varian rasa yang lebih beragam dan rendah gula.

- Harga susu yang ditawarkan cukup mahal dibandingkan dengan merek susu lain walaupun harganya sebanding dengan kualitas dan manfaat yang didapatkan.
- Kenaikan harga BBM mempengaruhi dalam hal transportasi.

MARGIN



ANALISIS DIAGRAM SWOT

Koordinat Analisis Internal

(skor total kekuatan – skor total kelemahan)

$$= 1,5$$

Koordinat Analisis Esternal

(skor total peluang – skor total ancaman)

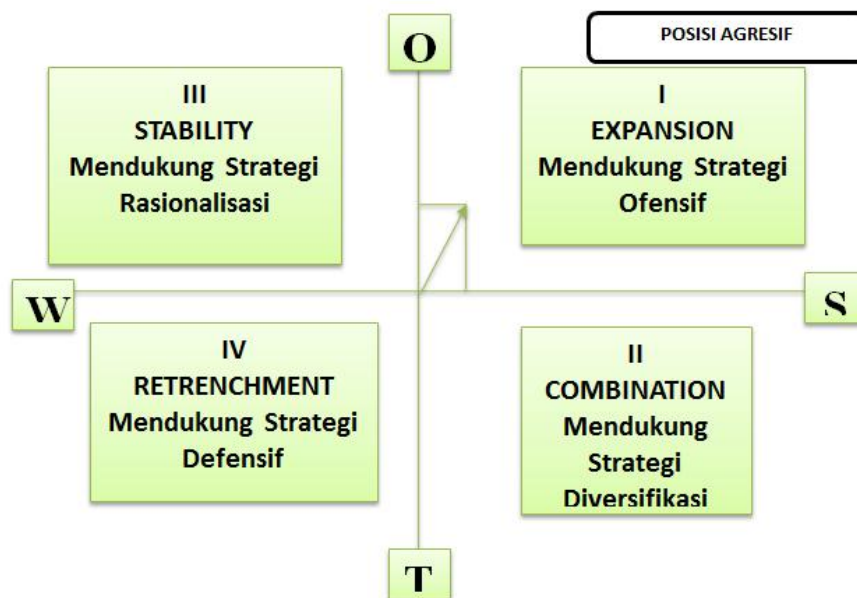
$$= 1$$

Jadi titik koordinatnya terletak pada (1,5 ; 1)

DIAGRAM MATRIX SWOT

Kuadran	Posisi titik	Luas matrik	Ranking	Prioritas Strategi
I (SO)	(3.5 ; 2.7)	9.45	1	Growth / Expansion
II (ST)	(3.5 ; -1.7)	5.95	2	Kombinasi
III (WO)	(-2 ; 2.7)	5.4	3	Stabilitas
IV (WT)	(-2 ; -1.7)	3.4	4	Penciutan

DIAGRAM MATRIX SWOT



FAKTOR INTERNAL	KEKUATAN	KELEMAHAN
	<p>Frisian Flag memiliki peternakan sendiri sehingga memiliki bahan baku yang berkualitas dan bernutrisi tinggi</p> <p>Produk yang dihasilkan dapat dikonsumsi dari berbagai usia dengan fungsi dan kebutuhan masing-masing. Selain itu ada juga susu untuk kebutuhan ibu hamil</p> <p>Kualitas SDM yang selalu berkembang dengan adanya training yang diadakan pada waktu tertentu</p> <p>Mempunyai tim yang profesional dan kuat pada setiap acara / event</p>	<p>Kurangnya inovasi terhadap varian rasa produk susu.</p> <p>Minimnya sarana promosi via website</p>
FAKTOR EKSTERNAL	<p>PELUANG</p> <p>Mempunyai beragam kegiatan yang dibentuk oleh Corporate Operational Responsibility (CSR) seperti pengembangan kemasyarakatan, pembinaan peternakan sapi, ketahanan gizi, dan Program Berkelanjutan. Hampir setiap bulan Frisian Flag Indonesia mengadakan event di berbagai kota.</p> <p>Produk lebih mudah dipasarkan karena telah ada di benak para konsumen dan merupakan salah satu merek yang dicari banyak orang karena kualitasnya.</p> <p>ANCAMAN</p> <p>Pesangin di bidang produk yang sama menawarkan varian rasa yang lebih beragam dan rendah gula.</p> <p>Harga susu yang ditawarkan cukup mahal dibandingkan dengan merek susu lain walaupun harganya sebanding dengan kualitas dan manfaat yang didapatkan.</p> <p>Kenaikan harga BBM mempengaruhi dalam hal transportasi.</p>	<p>STRATEGI SO</p> <p>STRATEGI WO</p> <p>STRATEGI ST</p> <p>STRATEGI WT</p>

Pada kuadran I (SO Strategi) strategi umum yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah menggunakan kekuatan perusahaan untuk mengambil setiap keunggulan pada kesempatan yang ada.

Kekuatan perusahaan adalah :

- Frisian Flag memiliki peternakan sendiri sehingga memiliki bahan baku yang berkualitas dan bernutrisi tinggi.
- Mempunyai tim yang profesional dan kuat pada setiap acara / event.

Peluang perusahaan adalah :

- Mempunyai beragam kegiatan yang dibentuk oleh Corporate Operasional Responsibility (CSR) seperti pengembangan kemasyarakatan, pembinaan peternakan sapi, ketahanan gizi, dan Program Berkelanjutan.

- Produk lebih mudah dipasarkan karena telah ada di benak para konsumen dan merupakan salah satu merek yang dicari banyak orang karena kualitasnya.

Pada kuadran II (ST Strategi) Menjadikan setiap kekuatan untuk menghadapi setiap ancaman dengan menciptakan diversifikasi untuk menciptakan peluang.

Kekuatan perusahaan adalah :

- Frisian Flag memiliki peternakan sendiri sehingga memiliki bahan baku yang berkualitas dan bernutrisi tinggi.
- Mempunyai tim yang profesional dan kuat pada setiap acara / event.

Ancaman perusahaan adalah :

- Harga susu yang ditawarkan cukup mahal dibandingkan dengan merek susu lain walaupun harganya sebanding dengan kualitas dan manfaat yang didapatkan.

Pada kuadran III (WO Strategi) perusahaan dapat membuat peluang pada kesempatan sebagai acuan untuk memfokuskan kegiatan dengan menghadapi ancaman.

Kelemahan perusahaan adalah :

- Kurangnya inovasi terhadap varian rasa produk susu
- Minimnya sarana promosi via website

Peluang perusahaan adalah :

- Mempunyai beragam kegiatan yang dibentuk oleh Corporate Operasional Responsibility (CSR) seperti pengembangan kemasyarakatan, pembinaan peternakan sapi, ketahanan gizi, dan Program Berkelanjutan.
- Produk lebih mudah dipasarkan karena telah ada di benak para konsumen dan merupakan salah satu merek yang dicari banyak orang karena kualitasnya.

Pada kuadran IV (WT Strategi) Meminimumkan segala kelemahan untuk menghadapi setiap ancaman

Kelemahan perusahaan adalah :

- Kurangnya inovasi terhadap varian rasa produk susu
- Minimnya sarana promosi via website

Ancaman perusahaan adalah :

- Harga susu yang ditawarkan cukup mahal dibandingkan dengan merek susu lain walaupun harganya sebanding dengan kualitas dan manfaat yang didapatkan.

Matrix Strategi Umum

Matrik Strategi Umum			
		Pertumbuhan Pasar Tinggi	
Persaingan	Lemah	1. Peng.Pasar 2. Penet.Pasar 3. Peng.Produk 4. Integrasi horisontal 5. Penciutan bisnis 6. Pengurangan	1. Peng.Pasar 2. Penet.Pasar 3. Peng.Produk 4. Integrasi kedepan 5. Integrasi kebelakang 6. Integrasi horisontal 7. Diversifi.Konsentrik
		Persaingan Kuat	
		Pertumbuhan Pasar Rendah	
Persaingan	Lemah	1. Penciutan bisnis 2. Likuidasi 3. Divers.Konsentrik 4. Diversi.Horisontal 5. Diversi Konglomerasi 6. Pengurangan	1. Divers.Konsentrik 2. Diversi.Horisontal 3. Diversi Konglomerasi 4. Usaha Patungan 5. Outsourcing 6. Benchmarking
		Persaingan Kuat	

Nama : Dewi Puspita sari
Nim : 182510083
Prodi : S2 Manajemen / Angkatan 33 / Regular A R1
MK : Manajemen Strategi
Dosen : Rabin Ibnu Zainal, S.E, M.Sc, Ph.D

ANALISIS SWOT HERMINA HOSPITAL GROUP (HHG)

Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weaknes)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Penanam saham kebanyakan dokter. 2. HHG sudah memiliki banyak cabang (32 cabang) tersebar di seluruh wilayah Indonesia. 3. Memiliki produk unggulan terapi anak berkebutuhan khusus yang tidak di miliki oleh RS lain. 4. Perbidang spesialisik di pegang para sub spesialis. 5. Karyawan di bagian yang penting semua melalui pelatihan khusus, cth : perawat ICU memang sdh mendapatkan diklat khusus ICU baru bisa pegang ICU. 6. Adanya berobat pakai BPJS 7. Kelengkapan pelayanan pada bagian kebidanan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. RS masih akreditasi C. 2. Belum terlalu lengkap bidang spesialisiknya. 3. Alat yang digunakan memang memenuhi standar Indonesia tetapi belum standar internasional. 4. Untuk pelayanan BPJS masih terlalu lambat dan sring tidak ada ruangan. 5. RS masih termasuk kecil dan parkir belum terlalu luas. 6.
Peluang (Opportunity)	Ancaman (Threat)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya terapi tumbuh kembang anak yang membuat hermina mampu banyak pasien di bagian ini. 2. Bagian kebidanan yang terkenal untuk hermina membuat banyak pasien lahiran di RS ini 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Semakin banyaknya RS yang berdiri di wilayah cakupanya. 2. Akreditasi RS pesaing. 3. Bangunan RS pesaing yang lebih besar. 4. Kelengkapan bidang spesialisik RS lain. 5. Dokter yang ada di RS pesaing

ANALISIS SWOT
PT TUNAS BARU LAMPUNG,Tbk



DISUSUN OLEH :

EKA JUHITA (182510086)

Dosen Pengampuh : Rabin Ibnu Zainal, S.E, M.Sc, Ph.D

Mata Kuliah : Manajemen Strategik

Angkatan : 33 / ARI

PROGRAM PASCA SARJANA MANAJEMEN

UNIVERSITAS BINA DARMA PALEMBANG

2019

1. Faktor-faktor Internal mempengaruhi pencapaian visi dan misi PT TUNAS BARU LAMPUNG, Tbk

NO	FAKTOR-FAKTOR INTERNAL	STRENGTH	WEAKNESS
1	Service	-	-
2	Marketing <ul style="list-style-type: none"> - Pricing - Product - Place - Promotion - People - Process - Physical - Evidence 	<ul style="list-style-type: none"> - Banyak Variasi Produk yang dihasilkan - Kedekatan dengan Pelabuhan di Lampung, yang bersebelahan dengan fasilitas utama produksi 	<ul style="list-style-type: none"> - Benih/ bibit unggul masih kurang diakses oleh pekebun - Promosi yang belum efisien
3	Personalia	- SDM yang handal dan Terlatih	-
4	Manajemen	<ul style="list-style-type: none"> - SOP yang jelas - Jaminan Asuransi Kesehatan Pekerja - Menyempurnakan Perseroan sesuai dengan Prinsip - prinsip Tata Kelola Perusahaan yang baik 	-
5	Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> - Sistem keuangan yang sistematis dan Akuntabilitas - Membiayai Operasional & Ekspansi Perseroan dengan pembiayaan yang murah 	-
6	Distribusi	- Letak Pabrik yang dekat dengan pelabuhan menyebabkan kemudahan dalam pendistribusian	-
7	Penelitian dan Pengembangan	<ul style="list-style-type: none"> - Memaksimalkan kualitas dari Crude Palm Oil dan produk turunannya - Memaksimalkan rendemen dari Pabrik Kelapa Sawit 	-

2. Faktor-faktor Eksternal mempengaruhi pencapaian visi dan misi PT TUNAS BARU LAMPUNG, Tbk

NO	FAKTOR-FAKTOR EKSTERNAL	OPPORTUNITY	THREATS
1	Politik	-	- Polemik Politik yang tidak stabil
2	Ekonomi	- Adanya pangsa pasar ekspor baru	- Pengaruh ekonomi global
3	Teknologi		
4	Pemerintah	<ul style="list-style-type: none"> - Adanya kebijakan Pemerintah tentang ekspor komoditas dan penentuan tarif dalam ekspor yang jelas sehingga pungutan liar tidak terjadi lagi - Adanya dukungan kebijakan pemerintah pusat, provinsi, dan kabupaten dalam rangka meningkatkan produksi dan produktifitas perkebunan - Adanya Prinsip dan kriteria RSPO & ISPO dari Pemerintah 	<ul style="list-style-type: none"> - Kebijakan Pemerintah tentang Adanya kebijakan ekspor komoditas dan penentuan tarif dalam ekspor yang kadang-kadang lebih tergolong mahal menyebabkan Perusahaan harus memangkas biaya lebih
5	Lingkungan dan Sosial	-	<ul style="list-style-type: none"> - Pemakaian Bahan Kimia di Kebun yang dapat menyebabkan Kerusakan Lingkungan - Pengelolaan Air Limbah yang kurang Efisien dan tepat
6	Konsumen	-	- Prilaku konsumen yang lebih memilih barang luar negeri

MATRIK ANALISIS SWOT

	KEKUATAN (Strength-S) <ul style="list-style-type: none"> - Produk : Banyak Variasi Produk yang dihasilkan - Place : Kedekatan dengan Pelabuhan di Lampung, yang bersebelahan dengan fasilitas utama produksi - Personalia : SDM yang handal dan Terlatih - Manejemen : SOP yang jelas, Jaminan Asuransi Kesehatan Pekerja , Menyempurnakan Perseroan sesuai dengan Prinsip - prinsip Tata Kelola Perusahaan yang baik - Distribusi : Letak Pabrik yang dekat dengan pelabuhan menyebabkan kemudahan dalam pendistribusian - Penelitian dan Pengembangan : Memaksimalkan kualitas dari Crude Palm Oil dan produk turunannya 	KELEMAHAN (Weaknesses-W) <ul style="list-style-type: none"> - Product : - Benih/ bibit unggul masih kurang diakses oleh pekebun - Promotion : - Promosi yang belum efisien
PELUANG (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> - Ekonomi : Adanya pangsa pasar ekspor baru - Pemerintah : Adanya kebijakan Pemerintah tentang ekspor komoditas dan penentuan tarif dalam ekspor yang jelas sehingga pungutan liar tidak terjadi lagi. Adanya dukungan kebijakan pemerintah pusat, provinsi, dan kabupatendalam rangka meningkatkan produksi dan produktifitas perkebunan, Sudah mengikuti Prinsip dan kriteria RSPO & ISPO dari Pemerintah 	STRATEGI SO <ul style="list-style-type: none"> - Penggunaan teknologi yang updata untuk promosi yang lebih efisien - Mengembangkan riset pemasaran 	STRATEGI WO <ul style="list-style-type: none"> - Mengembangkan strategi penetrasi pasar - mengembangkan SDM dalam pemelihan Bibit unggul
ANCAMAN (Threats) <ul style="list-style-type: none"> - Politik : Polemik Politik yang tidak stabil - Ekonomi : Pengaruh ekonomi global - Pemerintah : Kebijakan Pemerintah tentang Adanya kebijakan ekspor komoditas dan penentuan tarif dalam ekspor yang kadang-kadang lebih tergolong mahal menyebabkan Perusahaan harus memangkas biaya lebih - Lingkungan dan Sosial : Pemakaian Bahan Bahan Kimia di Kebun yang dapat menyebabkan Kerusakan Lingkungan - Pengelolaan Air Limbah yang kurang Efisien dan tepat - Prilaku konsumen yang lebih memilih barang luar negeri 	STRATEGI ST <ul style="list-style-type: none"> - Melakukan penetrasi pasar - Mengembangkan strategi bersaing. 	STRATEGI WT <ul style="list-style-type: none"> - Mengembangkan strategi promosi. - Menimalisir pemakaian bahan kimia dan pengolahan air limbah yang tepat - Meningkatkan Kerjasama Dengan Perusahaan Mitra/Produsen Dalam Pengembangan Dan Inovasi Produk.

TUGAS 4
ANALISIS SWOT PT. SAMATOR GROUP



Disusun Oleh :

NAMA : IMA MARDIANA

NIM : 182510104

Dosen Pengampuh : Rabin Ibnu Zainal, S.E., M.Sc., Ph.D

Mata Kuliah : Manajemen Strategik

Angkatan : 33 / ARI

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BINA DARMA PALEMBANG
TAHUN 2019

Tugas :

Buatlah analisis SWOT dari perusahaan yang telah anda pilih. Gunakan tabel SWOT. (max 1 halaman).

Jawaban :

❖ **ANALISIS SWOT PT SAMATOR GROUP:**

			Kondisi Internal	
			Strenght (Kekuatan)	Weakness (Kelamahan)
			<ul style="list-style-type: none"> • Kekuatan 1 Personalia : SDM yang handal • Kekuatan 2 Industri : Termasuk perusahaan terbesar di Indonesia. • Kekuatan 3 Produksi: Memiliki produk yang berkualitas 	<ul style="list-style-type: none"> • Kelamahan 1 Distribusi : Jumlah armada yang kurang • Kelemahan 2 Personalia : Penempatan karyawan yang tidak sesuai dengan kemampuan.
Kondisi Eksternal	Opportunity (Peluang)	<ul style="list-style-type: none"> • Peluang 1 Ekonomi : Pasar bisnis masih tinggi • Peluang 2 Teknologi : Automatis dan manual sistem control 	(S – O) <ul style="list-style-type: none"> • Menjaga kualitas dan harga tetap seimbang agar tetap menjadi perusahaan yang paling diidamkan. • Meningkatkan sistem teknologi dan informasi untuk memenangkan kompetisi bersaing. 	(W – O) <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan strategi konservatif • Mengoptimalkan kegiatan eksplorasi.
	Threats (Ancaman)	<ul style="list-style-type: none"> • Ancaman 1 Pesaing : Semua perusahaan yang bergerak di Bidang Usaha Gas Alam (gas Oksigen, Nitrogen, Argon) • Politik : pasar bebas. 	(S – T) <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan strategi kompetitif • Meningkatkan daya saing melalui peningkatan kualitas armada, fasilitas, dan pelayanan yang efisien. • Memaksimalkan sumber daya yang ada untuk menghadapi era pasar bebas. 	(S – T) <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan strategi defensive • Melakukan diklat terhadap SDM untuk menghadapi pasar bebas.

