

BAB II

TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian tentang analisis SWOT dalam menentukan strategi pengembangan mutu di MTs Muhammadiyah Wonosari, adalah.

1. Mendeskripsikan kekuatan internal yang dimiliki MTs Muhammadiyah Wonosari.
2. Mendeskripsikan kelemahan internal yang dimiliki MTs Muhammadiyah Wonosari.
3. Mendeskripsikan peluang eksternal yang ada di sekitar MTs Muhammadiyah Wonosari.
4. Mendeskripsikan ancaman eksternal yang dihadapi MTs Muhammadiyah Wonosari.
5. Mendeskripsikan strategi pengembangan mutu MTs Muhammadiyah Wonosari sesuai dengan analisis SWOT.

B. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang ingin dicapai dalam penelitian tentang analisis SWOT dalam menentukan strategi pengembangan mutu di MTs Muhammadiyah Wonosari, yaitu.

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan penggunaan disiplin ilmu terhadap suatu penelitian, khususnya

penelitian tentang pengembangan pendidikan yang berpijak pada analisis SWOT. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi peneliti pendidikan dan lembaga sekolah.

- a. Bagi peneliti pendidikan, penelitian ini diharapkan dapat menumbuhkan keinginan untuk melakukan penelitian tentang pendidikan atau strategi pengembangan pendidikan yang berpijak pada teori analisis SWOT dengan sasaran penelitian yang berbeda.
- b. Bagi lembaga sekolah, penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk membantu MTs Muhammadiyah Wonosari dalam rangka menentukan strategi pengembangan mutu pendidikan di MTs Muhammadiyah Wonosari. Selain itu, penelitian ini diharapkan juga dapat membantu lembaga sekolah selain MTs Muhammadiyah Wonosari dalam rangka menentukan strategi pengembangan mutu pendidikan yang ada di lembaga tersebut.

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA DAN KAJIAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Penelitian yang pernah dilakukan dan relevan menggunakan tinjauan serupa yaitu analisis SWOT yang akan dilakukan untuk menentukan strategi di dalam suatu lembaga adalah jurnal penelitian yang berjudul Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta oleh Masyhudi dari Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2005 dengan hasil penelitian bahwa lingkungan yang mempengaruhi kemajuan UIN dipengaruhi oleh dua faktor lingkungan, yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan ini akan dapat memberikan informasi yang dapat dijadikan pedoman bagi eksistensi, perubahan, dan perkembangan organisasi di masa yang akan datang. Adapun jabaran hasil penelitian yang dilakukan oleh Masyhudi mengenai lingkungan internal dan eksternal yang dimaksud adalah sebagai berikut.

1. Lingkungan Internal

Di dalam lingkungan internal UIN Sunan Kalijaga masih menghadapi beberapa aspek permasalahan dalam rangka pengembangan bagi suatu organisasi publik, yaitu: 1) sosialisasi visi dan misi organisasi, 2) manajemen, 3) bidang sumber daya manusia

Sebagai organisasi publik yang berada dalam era *strategic quality management*, mempunyai tanggung jawab terhadap akuntabilitas kinerja, pelaksanaan tugas dan fungsi, kewenangan atas pengelolaan sumber daya dan

implementasi kebijakan yang menjadi mandatnya, namun masih terdapat kelemahan dalam sistem informasi, mekanisme, alur administrasi dalam kinerjanya, sehingga berakibat rendahnya produktifitas kerja.

2. Lingkungan Eksternal

Dalam lingkungan eksternal UIN Sunan Kalijaga menghadapi tantangan era global, yaitu suatu era masyarakat terbuka, yang ditandai dengan suasana persaingan yang sangat ketat dalam berbagai masalah yang menyangkut kehidupan umat manusia.

Dalam era tersebut, maka kualitas atau mutu tentu akan menjadi suatu pilihan bagi masyarakat yang memerlukan produk atau jasa. Dalam mengantisipasi tantangan tersebut UIN Sunan Kalijaga telah menetapkan sepuluh strategi bidang pengembangan, yaitu bidang kelembagaan, manajemen, ketenagaan, kurikulum, perpustakaan, penelitian pengabdian kepada masyarakat, kemahasiswaan, sarana dan prasarana serta kerjasama antar lembaga.

Selain penelitian yang dilakukan di atas, analisis SWOT juga pernah digunakan oleh Rukmini untuk penelitian. Penelitian yang dilakukan Rukmini berjudul "Analisis SWOT dalam menentukan Strategi Pemasaran pada Rumah Makan Kamang Jaya" pada tahun 2011. Adapun hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Rukmini adalah Rumah Makan Kamang Jaya memerlukan strategi pemasaran yang tepat agar persaingan dengan rumah makan lain dapat teratasi dan tidak kalah bersaing. Strategi pemasaran ini ditentukan dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh Rumah Makan Kamang

Jaya. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Rukmini lebih rinci dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Rumah Makan kamang Jaya memiliki kekuatan pelayanan yang cukup baik dan dapat dimanfaatkan untuk memenangkan persaingan dalam usaha rumah makan di sekitar Jalan Singa.
2. Makan Kamang Jaya memiliki menu makanan dan minuman yang sesuai dengan selera konsumen disamping itu menu makanan dan minuman itu memiliki banyak variasi sehingga dapat menghindari rasa bosan dari konsumen.
3. Kelemahan yang dimiliki Rumah Makan Kamang Jaya tersebut belum begitu di kenal orang pribumi karena sebagian besar pelanggan Rumah Makan Kamang Jaya adalah kalangan etnis tionghoa dan area parkir yang sangat terbatas dapat menjadi hambatan konsumen yang ingin membeli.
4. Terletak di tengah kota di kawasan bisnis, pendidikan dan pemukiman merupakan peluang yang sangat besar dalam mendukung perkembangan Rumah Makan Kamang Jaya kedepannya karena memudahkan pelanggan dalam melakukan pembelian dan brand yang sudah cukup terkenal di kalangan etnis tionghoa.
5. Banyaknya rumah makan baru yang baru buka dengan persaingan yang ketat sehingga dapat menjadi ancaman bagi Rumah Makan Kamang Jaya dalam meningkatkan penjualan.

6. Strategi yang dilakukan Rumah Makan Kamang Jaya sudah cukup baik, akan tetapi pengelola belum sepenuhnya melakukan strategi pemasaran yang tepat untuk Rumah Makan Kamang Jaya.
7. Berdasarkan strategi yang telah diterapkan oleh Rumah Makan Kamang Jaya, maka berdasarkan analisis SWOT strategi yang pernah dilakukan adalah strategi hanya alat marketing mix, marketing mix terdiri dari produk, promosi, place, price. Berdasarkan strategi yang dilakukan Rumah Makan Kamang Jaya yaitu menggunakan alat marketing mix maka dapat dijelaskan bahwa kegunaan dari marketing mix adalah produk, produk utama yang dipasarkan adalah makanan, sehingga demi kepuasan konsumen maka makanan yang ditawarkan adalah makan yang memiliki cita rasa tersendiri namun tetap dengan mengutamakan rasa yang lezat dan disukai oleh para konsumen, harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang ada, lokasi yang terletak di tengah kota di kawasan bisnis, pendidikan dan pemukiman merupakan peluang yang sangat besar dalam mendukung perkembangan Rumah Makan Kamang Jaya kedepannya dan promosi yang dilakukan dari mulut kemulut akan lebih meyakinkan pelanggan untuk berkunjung.
8. Pada matriks SWOT terlihat beberapa alternatif strategi yang paling efektif dilakukan perusahaan dengan menyatukan antara kekuatan, kelemahan yang dimiliki rumah makan kamang jaya dengan peluang dan ancaman yang dihadapi rumah makan kamang jaya adalah strategi SO dan strategi ST .

Berdasarkan hasil dari tinjauan pustaka di atas dapat dikatakan bahwa analisis SWOT dapat digunakan dalam berbagai bidang penelitian, baik pendidikan maupun ekonomi. Oleh karena itu, peneliti dalam melakukan penelitian ingin mengaplikasikan analisis SWOT dalam rangka menentukan strategi pengembangan mutu bagi MTs Muhammadiyah Wonosari.

B. Kajian Teoritik

1. Strategi

Secara etimologi kata strategi berasal dari bahasa Yunani dan merupakan gabungan kata *stratos* yang berarti tentara dan *ego* yang berarti pemimpin. Strategi memiliki dasar dan skema untuk mencapai apa yang ingin dituju. Oleh karena itu, pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan atau telah ditetapkan sebelumnya.

Strategi menurut Stephanie K. Marrus yang dikutip dalam bukunya Husein Umar (2001: 31) merupakan proses penentuan rencana para pemimoin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Effendi (1978: 22) yang menyatakan bahwa strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi yang baik disusun berdasarkan kemampuan internal dan kelemahan perusahaan, antisipasi perubahan dalam lingkungan, serta kesatuan pergerakan yang dilakukan oleh mata-mata musuh.

Agar tujuan suatu lembaga tercapai maka harus ditetapkan rencana strategis. Menurut George A. Steiner dalam Stoner (1996: 4) menyatakan

perencanaan strategis merupakan proses pemilihan tujuan perusahaan, penentuan kebijakan dan program yang perlu untuk mencapai sasaran tertentu dalam rangka mencapai tujuan, dan penetapan metode yang perlu untuk menjamin agar kebijakan dan program strategis tersebut terlaksana.

Dari beberapa pendapat di atas dapat dikatakan bahwa strategi merupakan penentuan rencana yang meliputi penentuan tujuan dan cara atau upaya agar tujuan yang ditetapkan dapat tercapai dan terlaksana dengan melihat kemampuan internal dan kelemahan perusahaan, antisipasi perubahan dalam lingkungan, serta kesatuan pergerakan yang dilakukan oleh mata-mata musuh.

2. Mutu Pendidikan

Secara etimologi, mutu atau kualitas diartikan dengan kenaikan tingkatan menuju suatu perbaikan atau kemapanan. Sebab kualitas mengandung makna bobot atau tinggi rendahnya sesuatu. Jadi dalam hal ini kualitas pendidikan adalah pelaksanaan pendidikan disuatu lembaga, sampai dimana pendidikan di lembaga tersebut telah mencapai suatu keberhasilan (Supriyanto, 1997: 225). Kualitas pendidikan menurut Ace Suryadi dan H.A.R Tilaar merupakan kemampuan lembaga pendidikan dalam mendayagunakan sumber-sumber pendidikan untuk meningkatkan kemampuan belajar seoptimal mungkin (Tilaar, 1993: 159).

Mutu adalah sebuah proses terstruktur untuk memperbaiki keluaran yang dihasilkan (Arcaro, 2007: 75). Mutu didasarkan pada akal yang sehat. Mutu bukanlah suatu benda yang magis atau rumit, tetapi dapat diterima oleh akal sehat. Dalam sekoah mutu, standar mutu ditetapkan untuk setiap rangkaian kerja di

dalam keseluruhan proses kerja. Apabila pekerja mencapai standar mutu untuk masing-masing rangkaian kerja, hasil akhirnya adalah sebuah produk yang bermutu (Arcaro, 2007: 76). Pernyataan tersebut mengindikasikan bahwa suatu lembaga sekolah yang bermutu akan lebih menghasilkan output yang bermutu.

Mutu tidak lain merupakan proses. Mutu merupakan sebuah sistem manajemen yang dapat digunakan untuk mengimplementasikan model perbaikan sekolah. Mutu merupakan proses terstruktur yang membantu orang menetapkan apakah sasaran yang diharapkan tercapai dengan memperbaiki setiap proses pendidikan (Arcaro, 2007: 47). Hasil keluaran yang sesuai dengan yang diharapkan dengan perbaikan yang dilakukan dalam proses pendidikan, dapat dikatakan bahwa mutu sekolah tersebut sudah baik.

Di dalam konteks pendidikan, pengertian kualitas atau mutu dalam hal ini mengacu pada proses pendidikan dan hasil pendidikan. Dari konteks “proses” pendidikan yang berkualitas terlibat berbagai input (seperti bahan ajar: kognitif, afektif dan, psikomotorik), metodologi (yang bervariasi sesuai dengan kemampuan guru), sarana sekolah, dukungan administrasi dan sarana prasarana dan sumber daya lainnya serta penciptaan suasana yang kondusif. Dengan adanya manajemen sekolah, dukungan kelas berfungsi mensinkronkan berbagai input tersebut atau mensinergikan semua komponen dalam interaksi (proses) belajar mengajar, baik antara guru, siswa dan sarana pendukung di kelas atau di luar kelas, baik dalam konteks kurikuler maupun ekstra-kurikuler, baik dalam lingkungan substansi yang akademis maupun yang non akademis dalam suasana yang mendukung proses belajar pembelajaran.

Sekolah yang unggul dan bermutu itu adalah sekolah yang memiliki daya saing dengan sekolah lain. Juga memiliki akar budaya serta nilai-nilai etika moral (akhlak) yang baik dan kuat (Chafidz, 1998: 39). Daya saing yang dimaksud adalah dalam hal kualitas, baik pengetahuan maupun moral.

Pendidikan yang berkualitas atau bermutu adalah pendidikan yang mampu menjawab tantangan masa sekarang dan masa yang akan datang. Dari sini dapat dikatakan bahwa kualitas atau mutu pendidikan adalah kemampuan lembaga atau sistem pendidikan dalam mendayagunakan sumber-sumber pendidikan untuk meningkatkan kualitas atau mutu sesuai dengan harapan atau tujuan pendidikan melalui proses pendidikan yang efektif.

Untuk dapat menghasilkan mutu, menurut Slamet (1999) terdapat empat usaha mendasar yang harus dilakukan dalam suatu lembaga pendidikan, yaitu :

- a. Menciptakan situasi “menang-menang” (*win-win solution*) dan bukan situasi “kalah-menang” diantara pihak yang berkepentingan dengan lembaga pendidikan (*stakeholders*). Dalam hal ini terutama antara pimpinan lembaga dengan staf lembaga harus terjadi kondisi yang saling menguntungkan satu sama lain dalam meraih mutu produk/jasa yang dihasilkan oleh lembaga pendidikan tersebut.
- b. Perlu ditumbuhkembangkan motivasi instrinsik pada setiap orang yang terlibat dalam proses meraih mutu. Setiap orang dalam lembaga pendidikan harus tumbuh motivasi bahwa hasil kegiatannya mencapai mutu tertentu yang meningkat terus menerus, terutama sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna/langganan.

- c. Setiap pimpinan harus berorientasi pada proses dan hasil jangka panjang. Penerapan manajemen mutu terpadu dalam pendidikan bukanlah suatu proses perubahan jangka pendek, tetapi usaha jangka panjang yang konsisten dan terus menerus.
- d. Dalam menggerakkan segala kemampuan lembaga pendidikan untuk mencapai mutu yang ditetapkan, haruslah dikembangkan adanya kerjasama antar unsur-unsur pelaku proses mencapai hasil mutu. Janganlah diantara mereka terjadi persaingan yang mengganggu proses mencapai hasil mutu tersebut. Mereka adalah satu kesatuan yang harus bekerjasama dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain untuk menghasilkan mutu sesuai yang diharapkan.

Pengembangan mutu pendidikan tidak lepas dari peran usaha pendidikan. Usaha pendidikan dalam pengembangan mutu tidak lain merupakan suatu usaha jasa yang memberikan pelayanan kepada pelanggan yang utama yaitu orang yang belajar dalam lembaga tersebut. Para pelanggan layanan pendidikan dapat terdiri dari berbagai unsur paling tidak empat kelompok (Sallis, 1993). Mereka itu adalah:

- a. *pertama* yang belajar, dapat merupakan mahasiswa/pelajar/murid/peserta belajar yang biasa disebut klien/pelanggan primer (*primary external customers*). Mereka inilah yang langsung menerima manfaat layanan pendidikan dari lembaga tersebut.
- b. *kedua*, para klien terkait dengan orang yang mengirimnya ke lembaga pendidikan, yaitu orang tua atau lembaga tempat klien tersebut bekerja, dan

mereka ini kita sebut sebagai pelanggan sekunder (*secondary external customers*).

- c. *ketiga* yang bersifat tersier adalah lapangan kerja, dapat pemerintah maupun masyarakat pengguna output pendidikan (*tertiary external customers*).
- d. *keempat*, dalam hubungan kelembagaan masih terdapat pelanggan lainnya yaitu yang berasal dari intern lembaga; mereka itu adalah para guru/dosen/tutor dan tenaga administrasi lembaga pendidikan, serta pimpinan lembaga pendidikan (*internal customers*).

Para guru/dosen/tutor dan tenaga administrasi, serta pimpinan lembaga pendidikan tersebut terlibat dalam proses pelayanan jasa, tetapi mereka juga merupakan pelanggan jika dilihat dari hubungan manajemen. Mereka berkepentingan dengan lembaga tersebut untuk maju, karena semakin maju dan berkualitas dari suatu lembaga pendidikan mereka akan diuntungkan, baik kebanggaan maupun finansial (Karsidi, 2000).

Guru merupakan faktor penting dalam memajukan kualitas pendidikan atau mutu pendidikan. Guru dalam proses belajar mengajar mempunyai fungsi ganda, sebagai pengajar dan pendidik, maka guru secara otomatis mempunyai tanggung jawab yang besar dalam mencapai kemajuan pendidikan (Sunario, <http://everythingelsewastakensoichosethis.blogspot.nl/>, Jumat 4 April 2014 jam 13.40). Secara teoritis dalam peningkatan kualitas pendidikan guru memiliki peran antara lain:

- a. sebagai salah satu komponen sentral dalam system pendidikan,
- b. sebagai tenaga pengajar sekaligus pendidik dalam suatu instansi pendidikan (sekolah maupun kelas bimbingan),

- c. penentu mutu hasil pendidikan dengan mencetak peserta didik yang benar-benar menjadi manusia seutuhnya yaitu manusia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan YME, percaya diri, disiplin, dan bertanggung jawab,
- d. sebagai faktor kunci, mengandung arti bahwa semua kebijakan, rencana inovasi, dan gagasan pendidikan yang ditetapkan untuk mewujudkan perubahan system pendidikan, dalam rangka mencapai tujuan pendidikan yang diinginkan,
- e. sebagai pendukung serta pembimbing peserta didik sebagai generasi yang akan meneruskan estafet pejuang bangsa untuk mengisi kemerdekaan dalam kancah pembangunan nasional serta dalam penyesuaian perkembangan jaman dan teknologi yang semakin spektakuler,
- f. sebagai pelayan kemanusiaan di lingkungan masyarakat, dan
- g. sebagai pemonitor praktek profesi .(Sunario, <http://everythingelsewastakensoichosethis.blogspot.nl/>, Jumat 4 April 2014 jam 13.40).

Peran guru tidak hanya mentransfer ilmu pengetahuan, tetapi juga membentuk karakter siswa. Sebagaimana penjelasan oleh Sunario (<http://everythingelsewastakensoichosethis.blogspot.nl/>, Jumat 4 April 2014 jam 13.40) yang menyatakan bahwa proses pendidikan, guru tidak hanya menjalankan fungsi alih ilmu pengetahuan (transfer of knowledge) tapi juga berfungsi untuk menanamkan nilai (value) serta membangun karakter (Character Building) peserta didik secara berkelanjutan dan berkesinambungan. Hal itu sejalan dengan pendapat Khoirurrijal (http://www.ppimaroko.org/index.php/index.php?option=com_content&view=article&catid=44:ke-ppi-an&id=121:kedudukan-dan-peranan-guru-di-sekolah-dan-masyarakat, Jumat 4 April 2014 jam 14.00) yang menyatakan bahwa guru tidak hanya memiliki satu peran saja, akan tetapi ia bisa berperan sebagai seorang dewasa, sebagai seorang pengajar, sebagai seorang pendidik, sebagai pemberi contoh dan sebagainya bagi anak-anak didiknya dan bagi masyarakat di sekitarnya. Oleh karena itu, peran guru diperlukan dalam meningkatkan mutu pendidikan.

3. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan atau lembaga. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Oppurtunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, dan kebijakan suatu lembaga. Dengan demikian perencanaan strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini.

Salah satu model yang digunakan untuk menentukan suatu strategi adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Sun Tzu (1992) menyatakan “jika kita telah mengetahui kekuatan dan kelemahan lawan, maka sudah dipastikan bahwa kita akan dapat memenangkan pertempuran” (Arifin, 2012: 25). Hal tersebut berarti bahwa setiap orang atau lembaga yang bersaing dalam hal apapun, apabila salah satu mengetahui kelemahan dan kekuatan lawan, maka dipastikan akan dapat memenangkan persaingan.

Pada awalnya analisis SWOT digunakan untuk menentukan strategi perencanaan. Akan tetapi, pada perkembangannya analisis SWOT bukan hanya digunakan dalam suatu perencanaan, tetapi juga dalam setiap tahap kegiatan, mulai dari tahap perencanaan sampai dengan hasil analisis hasil, berbagai bidang termasuk bidang penelitian, yang dimanfaatkan oleh hampir setiap disiplin ilmu, seperti ekonomi, sosiologi, hukum, pendidikan, dan lain-lain (Arifin, 2012: 25). Oleh karena itu, analisis SWOT merupakan salah satu metode analisis yang baik

dalam rangka menentukan strategi pengembangan pendidikan mulai dari perencanaan sampai dengan analisis hasil.

Landasan pertama dalam analisis SWOT dengan mengidentifikasi *Strengths* (Kekuatan) dan *Weaknesses* (Kelemahan):

a. *Strengths* (Kekuatan)

Kekuatan dimaksud dengan kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau lembaga antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi atau lembaga yang berakibat pada pemilikan keunggulan komperatif oleh unit usaha di pasaran.

Yang dimaksud dengan kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan – termasuk satuan-satuan bisnis di dalamnya adalah - antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komperatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari para pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah dan direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.

b. *Weaknesses* (Kelemahan)

Jika orang berbicara tentang kelemahan yang terdapat dalam tubuh suatu satuan bisnis, yang dimaksud ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan.dalam praktek, berbagai keterbatasan dan kekurangan yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan

tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh para pengguna atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

Sedangkan landasan kedua dalam analisis SWOT dengan mengidentifikasi *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (Ancaman):

a. *Opportunities* (peluang)

Merupakan situasi utama yang mendukung didalam lingkungan perusahaan, dan *Opportunities* berasal dari satu sumber. Yang dapat memberikan gambaran mengenai *Opportunities* adalah identifikasi segmen pasar sebelumnya, perubahan atau keadaan yang teratur, perubahan teknologi dan perbaikan hubungan dengan pembeli atau penjual.

b. *Threats* (Ancaman)

Merupakan kebalikan pengertian peluang. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ancaman adalah faktor- faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi ganjalan bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun di masa depan. Memahami pokok-pokok peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan akan sangat membantu para manager mengidentifikasi pilihan yang realistis dari antar strategi yang tersedia.

Analisis lingkungan internal (Strength-Weakness) dan lingkungan eksternal (Opportunity-Threat) perusahaan analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti 2004:18).

Setelah mendapatkan identifikasi dari informasi yang ada di lingkungan sekitar, analisa SWOT tersebut dapat digambarkan dalam matrik sebagai berikut:

Tabel 1.

Matrix SWOT (Rangkuti, 1997: 31)

SWOT – Analysis		Analisis Internal	
		Kekuatan (<i>Strenghts</i>) Tentukan faktor kekuatan internal	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>) Tentukan faktor kelemahan internal
Analisis Eksternal	Peluang (<i>Opportunities</i>) Tentukan faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
	Ancaman (<i>Threats</i>) Tentukan faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.