

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Rebranding

Rebranding adalah langkah yang tepat dan bagus untuk sebuah *brand* dimana *owner* tersebut melakukan perubahan mau logo ataupun nama dari *brand* tersebut dan diharap *brand* tersebut akan diingat oleh konsumennya dalam jangka waktu yang tidak singkat. *Brand* dikatakan dapat membangun *personality* dan value dari sebuah produk. *Branding* adalah sarana dimana suatu produk dapat diidentifikasi, dipahami dan dihargai. *Marketing Communication* berperan penting dalam proses *branding*, mereka harus mengkomunikasikan *brand* itu sendiri yang membutuhkan proses yang bisa dibilang tidak singkat.

Respon organisasi terhadap perubahan lingkungan internal dan eksternal, termasuk harapan pemangku kepentingan organisasi, memaksa organisasi untuk memikirkan kembali tujuan mereka, dan ini sering menghasilkan keputusan rebranding perusahaan, terkadang bahkan mengubah namanya. (Stuart, 2018).

2.2 Definisi SWOT

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) merupakan sebuah bentuk strategi bisnis digunakan oleh penulis dengan tujuan mengetahui faktor internal dan faktor eksternal sebuah proyek atau sebuah perusahaan yang bisa mengetahui apakah proyek tersebut menguntungkan atau tidak menguntungkan, memiliki peluang-peluang menguntungkan lainnya ataupun memiliki ancaman-ancaman yang tidak terduga yang bisa merugikan sebuah proyek atau sebuah perusahaan. Menurut penulis tujuan dari analisa SWOT ini yaitu sebuah proyek atau sebuah perusahaan bisa lebih berkembang, lebih maju atau bisa menghindari kerugian atau menghindari ancaman-ancaman yang akan datang. Analisis SWOT atau matriks SWOT merupakan alat yang digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari suatu produk, proyek, bahkan bisnis (Khan et al., 2016).

Penulis membagi faktor internal dan faktor eksternal yang terdapat didalam

analisis SWOT yaitu :

1. Faktor Internal meliputi

a) Analisa kekuatan (*strengths*) adalah faktor internal atau kondisi serta situasi dimana yang berupa kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan atau sebuah proyek dan memiliki pengaruh besar untuk mendukung perusahaan mencapai tujuannya. Faktor-faktor pendukung yang berasal dari *strengths* ini dapat berupa teknologi-teknologi terbaru atau kepemilikan teknologi terkini, *resources* yang berupa sumber daya manusia ataupun sumber daya alam, keahlian-keahlian yang dimiliki oleh sebuah proyek atau sebuah perusahaan, kekuatan pemasaran atau teknik pemasaran yang dijalankan, dan kelebihan lainnya yang diperoleh karna dari sumber keuangan dari sebuah proyek ataupun sebuah perusahaan, citra perusahaan atau proyek yang sangat bagus, keunggulan sebuah ciptaan perusahaan ataupun proyek dipasar lokal, pasar nasional maupun pasar internasional, serta hubungan yang baik antara dari si pembeli dengan distributor.

b) Analisis Kelemahan (*weaknesses*) adalah beberapa kegiatan, tindakan, dan aktivitas yang berjalan dengan kurang baik dan tidak lancar yang menjadi penghambat bagi sebuah perusahaan maupun proyek seperti contohnya sumber daya yang perusahaan butuhkan tidak sesuai kriteria atau karyawan perusahaan tersebut tidak kompeten atau kurang ahli dalam bidang tersebut. Kelemahan dalam sebuah perusahaan maupun proyek ini mudah diobservasi dan ditemui. Beberapa kelemahan tidak ditangani dengan solusi yang tepat karena pihak perusahaan atau proyek tidak memaksimalkan kekuatan yang dimilikinya. Faktor penghambat yang dimaksud yaitu dapat berupa fasilitas perusahaan yang kurang memadai, sumber keuangan atau finansial yang kurang di atur dengan cermat, kurang baiknya pihak perusahaan dalam hal mengelola karyawan ataupun lainnya, kurangnya keahlian pemasaran ataupun teknik marketing yang dimiliki, dan citra perusahaan yang dimilikinya.

2. Analisis Eksternal meliputi

a) Analisis Peluang (*Opportunities*) merupakan faktor eksternal yang bisa berupa faktor-faktor positif yang muncul bisa dari lingkungan sekitar yang dapat memberikan peluang yang bagus ataupun kesempatan untuk mendukung perusahaan dalam mencapai visi dan misi sebuah proyek ataupun sebuah perusahaan. Faktor-faktor positif yang dimaksud dapat mendukung dapat berupa perubahan kebijakan yang dimiliki oleh perusahaan, perubahan teknologi ataupun peningkatan teknologi yang dimiliki, perubahan teknik marketing yang dimiliki, memiliki staff baru yang memiliki potensi memajukan perusahaan ataupun proyek, perkembangan hubungan antara distributor dengan pembeli yang semakin kedepan semakin membaik.

b) Analisis Ancaman (*Threats*) adalah faktor-faktor negatif yang muncul dari lingkungan sekitar secara dalam keadaan sadar maupun tidak sadar yang dapat memberikan hambatan yang bisa merugikan perusahaan dan bahkan memperlambat perkembangan dan berjalannya visi dan misi yang telah di tentukan dari sebuah perusahaan ataupun sebuah proyek. Berikut ini adalah contoh dari ancaman, yaitu masuknya kompetitor baru, pertumbuhan pasar yang tidak mendukung atau lambat, naiknya daya tawar menawar dari pada distributor dan pembeli utama, perubahan teknologi yang dikarenakan peraturan negara serta kebijakan-kebijakan baru yang dibuat oleh manajemen perusahaan atau manajemen proyek.

2.3 Fungsi SWOT

Penulis membuat SWOT ini yang berfungsi untuk menganalisis SWOT untuk memperbaiki faktor internal dan faktor eksternal sebuah proyek maupun perusahaan yang telah dianalisis. Pihak perusahaan atau proyek harus bisa mengelola segala aspek SWOT yang dia dimiliki untuk mempertahankan serta memanfaatkannya peluang semaksimal mungkin dan pihak perusahaan juga harus mengetahui kelemahan yang sedang dihadapi maupun yang akan dihadapi agar menjadi kekuatan bagi perusahaan tersebut dan dapat menjadikan ancaman berubah

ke sebuah peluang yang sangat menguntungkan bagi pihak perusahaan ataupun proyek.

2.4 Matriks SWOT

Merupakan Berikut ini penulis menyajikan tabel SWOT yang dimana kekuatan dan kelemahan sebagai faktor internal dan untuk faktor eksternalnya peluang dan ancaman.

Tabel 2.1

Tabel Matriks SWOT

Faktor Internal	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
Faktor Eksternal		
Peluang (<i>Opportunity</i>)	Strategi SO	Strategi WO
Ancaman (<i>Threat</i>)	Strategi ST	Strategi WT

Berikut ini adalah penjelasan dari tabel diatas :

1. Strategi SO (*Strengths* dan *Opportunities*)

Penjelasan dari strategi ini yaitu memakai kekuatan internal yang ada di sebuah perusahaan ataupun proyek dan memanfaatkan peluang eksternal semaksimal mungkin. Dimana strategi SO sangat baik dan menguntungkan dengan memanfaatkan dan menggunakan kekuatan serta peluang yang ada.

2. Strategi ST (*Strengths* dan *Threats*)

Penjelasan dari strategi ini yaitu memerlukan kekuatan internal yang ada untuk mengurangi atau meminimalisirkan kelemahan yang ada. Dimana yang dimaksud adalah dengan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan, dapat mengecilkan atau bahwa mengurangi pengaruh dari ancaman eksternal yang akan muncul kedepannya atau ancaman sudah muncul.

3. Strategi WO (*Weaknesses* dan *Opportunities*)

Penjelasan dari strategi ini yaitu jalannya strategi ini bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal yang ada dengan menggunakan dan serta memanfaatkan peluang eksternal semaksimal mungkin.

4. Strategi WT (*Weaknesses* dan *Threats*)

Penjelasan dari strategi ini yaitu strategi yang digunakan memiliki sifat bertahan, dimana strategi yang didalamnya terdapat cara untuk mengurangi kelemahan dan berbagai ancaman yang berasal dari dalam ataupun luar sebuah proyek ataupun sebuah perusahaan.

2.5 Faktor yang Mempengaruhi Analisis SWOT

Berikut ini adalah penjelasan faktor yang dapat mempengaruhi analisis SWOT yaitu :

1. Faktor Internal (*Strengths* dan *Weaknesses*)

- a. Sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan atau proyek.
- b. Keuangan atau finansial yang dimiliki.
- c. Pengalaman masa lalu yang pernah dialami sebelumnya.
- d. Keahlian-keahlian staff atau karyawan yang dimiliki.

2. Faktor Eksternal (*Opportunities* dan *Threats*)

- a. Perkembangan teknologi.
- b. Lingkungan sekitar.
- c. Budaya, ideologi, sosial politik dan perekonomian.
- d. Peristiwa-peristiwa yang pernah terjadi.
- e. Peraturan pemerintah.
- f. Kebijakan-kebijakan baru yang dibuat.