

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Pengertian SWOT Matrix

Analisis SWOT atau *SWOT Matrix* adalah perencanaan strategi yang digunakan untuk membantu seseorang atau organisasi mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait dengan persaingan bisnis atau perencanaan strategi. *SWOT Matrix* merupakan strategi yang penting bagi perusahaan maupun bagi usaha yang ingin menjalankan usahanya demi mencapai keuntungan. Strategi *SWOT Matrix* berperan aktif terhadap perusahaan dalam menghadapi persaingan ketat.

Menurut Robinson dan Pearce (2013) analisis SWOT merupakan komponen yang sangat penting dalam strategi manajemen. Dalam analisis SWOT mencakup faktor internal terhadap perusahaan. Analisis SWOT menghasilkan profil perusahaan dan juga memahami serta mengidentifikasi kelemahan dan juga kekuatan terhadap perusahaan. Setelah mengetahui kelemahan dan kekuatan, akan dibandingkan dengan perusahaan yang merupakan ancaman bagi perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong (2011) analisis SWOT merupakan penilaian yang menyeluruh terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan juga ancaman dalam suatu perusahaan. Analisis SWOT sangat diperlukan untuk menentukan strategi yang ada di perusahaan. Analisis SWOT strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan dalam dunia bisnis.

Menurut Rangkuti (2014), *SWOT Matrix* dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. *SWOT Matrix* ini memiliki empat bagian set alternatif strategis, diantaranya:

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*) merupakan strategi yang berdasarkan jalan pikiran perusahaan, dengan memanfaatkan kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*) adalah strategi yang diterapkan dari pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

3. Strategi ST (*Strength-Threat*) merupakan strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
4. Strategi WT (*Weakness-Threat*) merupakan strategi berdasarkan kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada dan juga mengatasi ancaman.

## 2.2 Tujuan dan Manfaat SWOT Matrix

Tujuan dari *SWOT Matrix* adalah mengarahkan analisis strategi dengan cara memfokuskan perhatian terhadap kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), ancaman (*threats*) yang merupakan hal yang kritis bagi kesuksesan perusahaan. *SWOT Matrix* merupakan gabungan antara peluang dan juga ancaman terhadap perusahaan. Gabungan strategi tersebut dapat meningkatkan strategi menjadi lebih kuat.

Menurut Kotler (2010) tujuan dari analisis SWOT adalah memberikan evaluasi dan juga mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman bagi perusahaan dalam menjalankan suatu usaha individu ataupun organisasi. Selain itu tujuan dari analisis SWOT membantu perusahaan dalam meningkatkan keuntungan perusahaan dengan mengimplementasikan strategi tersebut. Analisis SWOT merupakan strategi yang tepat dalam melaksanakan tujuan menghadapi persaingan. Menurut Ferrel dan Haline (2015) manfaat dari analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi yang dihadapi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal yaitu kekuatan dan kelemahan serta persoalan eksternal yaitu peluang dan ancaman. Analisis SWOT menjelaskan apakah informasi dapat membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya atau memberikan indikasi rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi profit yang diinginkan. Analisis SWOT juga dapat membantu perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis.

Menurut Rais (2011) manfaat dari *SWOT Matrix* adalah untuk dapat memahami strategi perusahaan individu maupun organisasi dalam menghadapi persaingan di berbagai macam tempat dan juga beragam jenis usaha yang dapat menurunkan profitabilitas usaha, sehingga menganalisis SWOT sangatlah penting demi mengembangkan usaha. Selain itu *SWOT Matrix* juga dapat berguna dalam mengetahui kelemahan dan peluang yang dimiliki perusahaan. Perusahaan perlu

menggunakan strategi *SWOT Matrix* agar perusahaan sukses dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan lain.

Analisis *SWOT Matrix* merupakan instrumen yang bermanfaat dalam menganalisis strategi. Analisis tersebut berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang ada dalam suatu perusahaan atau organisasi yang menekan dari suatu ancaman yang timbul dan segera di hadapi. Selain alat *SWOT Matrix* juga merupakan strategi yang tepat saat menghadapi persaingan yang ketat.

### 2.3 Pengertian *Porter's Five Forces*

*Porter's Five Forces* adalah alat untuk menganalisis persaingan bisnis. Hal ini menarik dari organisasi industri untuk memperoleh lima kekuatan yang menentukan intensitas kompetitif, oleh karena itu daya tarik industri dalam hal profitabilitasnya. Industri yang tidak menarik adalah industri dimana efek dari kelima kekuatan ini mengurangi profitabilitas secara keseluruhan. Perspektif lima kekuatan dikaitkan dengan pencetusnya, Michael E. Porter dari Universitas Harvard. Kerangka kerja ini pertama kali diterbitkan di *Harvard Business Review* pada tahun 1979.

Menurut Jauch dan Glueck (2012) dalam membantu perancangan strategi untuk mengembangkan suatu perusahaan atau usaha diperlukan strategi *Porter*. Selain itu juga menghindari adanya ancaman bagi pendatang baru maka suatu usaha atau perusahaan. Pada saat menggunakan *five porter* perusahaan dapat berkembang dengan baik dan dapat bertahan dalam persaingan dengan pendatang baru.

Menurut Hunger & Wheelen (2013) strategi dalam bersaing juga sering disebut dengan strategi bisnis, fokus terhadap persaingan. Peningkatan produk dalam segmentasi pasar dapat menguntungkan suatu usaha maupun perusahaan dalam mengembangkan usahanya dalam persaingan yang ketat. Keuntungan yang diperoleh dapat meningkatkan kinerja yang lebih baik dalam perusahaan.

Menurut David (2010) perancangan strategi sangat diperlukan dalam hal bisnis. Strategi dirancang dan dibentuk sedemikian rupa untuk memperlancar pergerakan usaha sehingga berjalan dengan lancar, sehingga dibuat strategi untuk

meningkatkan usaha yang dibuat. *Five porter* merupakan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis persaingan.

#### 2.4 Tujuan *Porter's Five Forces*

Menganalisis persaingan bisnis, untuk memahami letak kekuatan perusahaan dalam menghadapi persaingan di dunia bisnis. Dalam dunia bisnis persaingan selalu ada, sehingga setiap pembisnis harus memahami apa yang harus dilakukan dalam bersaing, dan dapat bertahan dalam bersaing. Dengan memahami metode *Porter's Five Forces* dapat meningkatkan nilai persaingan perusahaan yang besar.

##### 1. Hambatan bagi pendatang baru

Terhadap kekuatan ini dapat menentukan bagaimana mudah atau sulitnya untuk memasuki dunia industri tertentu. Semakin banyak perusahaan kompetitor terhadap market yang sama, maka keuntungan akan semakin menurun. Sebaliknya jika semakin tinggi hambatan bagi pendatang baru maka posisi perusahaan yang bergerak akan semakin diuntungkan.

##### 2. Daya tawar pemasok

Semakin sedikit pemasok, semakin banyak perusahaan akan bergantung pada pemasok. Akibatnya, pemasok memiliki lebih banyak kekuatan dan dapat menaikkan biaya masuk dan mendorong keuntungan lainnya dalam perdagangan. Sisi lain, ketika ada banyak pemasok atau biaya *switching* yang rendah antara pemasok saingan, perusahaan dapat menjaga biaya lebih rendah dan meningkatkan keuntungan.

##### 3. Daya tawar pembeli

Basis konsumen yang lebih kecil dan lebih kuat berarti bahwa setiap pelanggan memiliki lebih banyak kekuatan untuk bernegosiasi harga yang lebih rendah dan kesepakatan yang lebih baik. Perusahaan yang memiliki banyak pelanggan, independen yang lebih kecil akan memiliki waktu yang lebih mudah mengenakan harga yang lebih tinggi untuk meningkatkan keuntungan. Keuntungan yang didapat juga menghasilkan yang besar.

##### 4. Hambatan bagi produk pengganti

Mengganti barang atau jasa yang dapat digunakan sebagai pengganti produk atau layanan perusahaan menimbulkan ancaman. Perusahaan yang

menghasilkan barang atau jasa yang tidak memiliki pengganti dekat akan memiliki kekuatan lebih besar untuk menaikkan harga dan mengunci persyaratan yang menguntungkan. perusahaan yang tidak memiliki produk pengganti akan lebih sukses dalam menghadapi persaingan dan mendapatkan hasil yang lebih memuaskan dalam persaingan dunia bisnis, sehingga menjadi hasil yang memuaskan.

#### 5. Tingkat persaingan dengan competitor

Perusahaan harus bersaing secara agresif untuk mendapatkan pangsa pasar yang besar. Suatu perusahaan akan menguntungkan apabila posisi perusahaan kuat dan tingkat persaingan pada pasar rendah. Persaingan semakin besar apabila pesaing merebut pangsa pasar yang sama, loyalitas pelanggan yang rendah, produk dapat cepat diganti dan banyak pesaing yang memiliki kemampuan dalam menghadapi persaingan.

Menurut Kodrat (2011) Tujuan dari lima kekuatan *porter* adalah untuk menentukan kemenangan ataupun keunggulan suatu usaha dan perusahaan dalam berkompetitif sehingga dengan menggunakan strategi *Porter's Five Forces* dapat membantu usaha atau perusahaan dalam keunggulan bersaing. Perusahaan yang menggunakan strategi *Porter* dapat bersaing dengan baik dengan perusahaan yang baru membangun ataupun perusahaan yang sudah lama dibangun namun tidak memiliki strategi yang baik. Kemenangan perusahaan menghasilkan keuntungan yang besar dalam menjalankan usaha.

Menurut David (2010) kelima model *Porter* tersebut merupakan tentang analisis kompetitif atau persaingan dengan cara melakukan pendekatan secara luas. Strategi *Porter* dapat mengembangkan strategi di banyak tempat industri. Selain itu dengan menggunakan lima *Porter* tersebut dapat meningkatkan kepercayaan dalam menghadapi persaingan yang ketat.

### 2.5 Fungsi *Porter's Five Forces*

*Porter's Five Forces* memiliki fungsi sebagai mengetahui bagaimana tingkat perusahaan yang dibangun berada, apakah perusahaan yang dibangun posisi yang dimiliki berada dibawah atau dipuncak, karena dengan menganalisis.

*Porter's Five Forces* dapat meningkatkan kekuatan pada kompetitor yang ada dan juga mengetahui kelemahan pada perusahaan, sehingga perusahaan dapat bertahan

dalam persaingan. Oleh sebab itu diperlukannya analisis *Porter's Five Forces* terhadap usaha mikro kecil dan menengah pada X-TRA Juice & Burger, agar dapat bersaing dan bertahan dalam menghadapi kompetitor.

Menurut Porter (2013) *Porter's Five Forces* memiliki fungsi memenangkan suatu kompetisi dalam persaingan perusahaan maupun usaha. Adanya strategi *Porter* tersebut dapat bertahan dan bersaing dengan banyak pesaing dan memenangkan persaingan tersebut. Fungsi lain dari *Porter* adalah mempersiapkan diri dalam menghadapi persaingan baru yang muncul sehingga dapat bersaing dengan baik. Menurut David (2011) dengan adanya strategi *Porter* dapat menambah pendapatan usaha. Kalahnya kompetitor dalam bersaing sehingga konsumen tetap ingin membeli ataupun berhubungan dengan perusahaan atau usaha yang menggunakan strategi *Porter* dalam menghadapi persaingan. Strategi *Porter* membuat perusahaan mendapatkan laba yang besar dalam melaksanakan usaha yang dibuat oleh perusahaan. Menurut Kodrat (2017) Fungsi dari *Porter's Five Forces* adalah suatu strategi yang dibuat untuk berhadapan dan bersaing dengan pendatang yang baru. Adanya pendatang baru, perusahaan dapat menyiapkan apa saja yang perlu dibuat untuk berhadapan dengan persaingan baru, sehingga pesaing baru tersebut tidak dapat bersaing dengan yang menggunakan metode atau strategi *Porter's Five Forces*. Strategi *Porter* membuat perusahaan yang menggunakan strategi tersebut mendapatkan kekuatan yang besar dalam bersaing.

## **2.6 Manfaat *Porter's Five Forces***

Manfaat dari *Porter's Five Forces* adalah sebagai alat analisis kompetitif ditingkat industri dan instansi lintas sektor. *Porter's Five Forces* biasanya digunakan untuk mengetahui di mana posisi sebuah perusahaan. Perusahaan yang dibangun berada diposisi sulit atau melainkan diposisi puncak, sehingga perusahaan dapat meningkatkan kekuatan, dan juga mengantisipasi kelemahan dan menghindari perusahaan dalam mengambil keputusan.

Menurut Prahalad & Hamel (2010) manfaat dari *Porter's Five Forces* adalah landasan petempuran terhadap melawan datangnya ancaman bagi pendatang baru yaitu perusahaan lain yang ingin membuka sehingga adanya persaingan yang muncul. Strategi tersebut dapat meningkatkan kinerja serta dapat

memenangkan strategi dalam menghadapi persaingan. Persaingan dengan perusahaan baru maupun lama dapat dikalahkan dengan menggunakan strategi *Porter*. Menurut Coulter (2013) *Porter's Five Forces* sangat memiliki banyak manfaat salah satunya adalah senjata perusahaan untuk menjadikan perusahaan tersebut menang dalam menghadapi dunia persaingan. Semakin banyaknya perusahaan baru yang dibangun dan juga banyak usaha sehingga tingginya ancaman yang datang. Strategi *Porter's Five Forces* sangat membantu dalam menghadapi ancaman tersebut. Menurut Porter (2010) strategi *Porter's Five Forces* sangatlah berguna dan sangat penting bagi perusahaan yang ingin menerapkan dalam menghadapi dunia persaingan. Porter berpikir bahwa dengan berjalannya waktu akan banyak perusahaan maupun usaha dibangun di mana saja. Menggunakan strategi yang dibuat oleh Porter, berharap dapat terus bersaing dan bertahan dalam menghadapi ancaman. *Porter's Five Forces* begitu banyak manfaat sehingga banyak perusahaan maupun pengusaha menggunakan strategi tersebut. Strategi tersebut dapat menyiapkan persaingan yang baik sehingga dapat memenangkan apa yang dicapai, dan tidak takut dalam menghadapi persaingan baru yang datang. Strategi *Porter* juga menghasilkan hal yang positif bagi perusahaan sehingga perusahaan mendapatkan profit yang lebih besar dalam menjalankan usaha dan bersaing dengan perusahaan lain.