

**PERENCANAAN STRATEGIK
PERUSAHAAN KECIL MENENGAH
MENGUNAKAN ANALISIS SWOT PADA
UNIVERSAL TRADING INDONESIA DI
SURABAYA**

Tesis



Oleh:

Margaret Toety (8112414007)

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016**

**PERENCANAAN STRATEGIK
PERUSAHAAN KECIL MENENGAH
MENGUNAKAN ANALISIS SWOT PADA
UNIVERSAL TRADING INDONESIA DI
SURABAYA**

Tesis

**Diajukan kepada
Universitas Katolik Widya Mandala
untuk memenuhi persyaratan gelar Magister Manajemen**



Oleh:

Margaret Toety (8112414007)

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016**

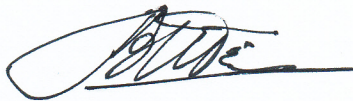
PENGESAHAN TIM PENGUJI

Tesis berjudul “Perencanaan Strategik Perusahaan Kecil Menengah Menggunakan Analisis SWOT Pada Universal Trading Indoensia”, yang ditulis dan diajukan oleh Margaret Toety (8112414007) telah diuji dan dinilai oleh Tim Penguji Program Studi Magister Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Pada Tanggal 16 September 2016

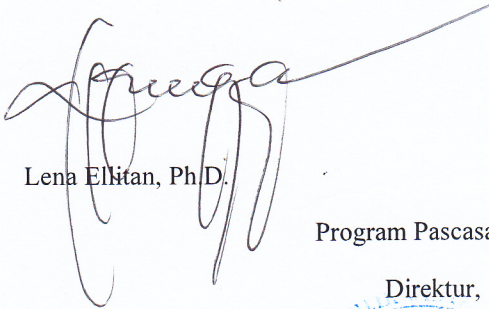
Tim Penguji

Ketua



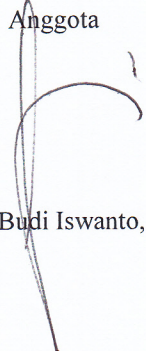
Prof. Budiman Christiananta, Ph.D..

Sekretaris



Lena Ellitan, Ph.D.

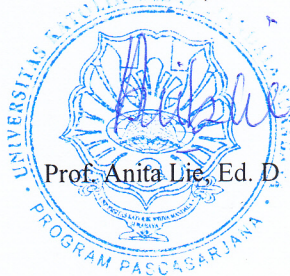
Anggota



Y.B. Budi Iswanto, Ph.D.

Program Pascasarjana

Direktur,

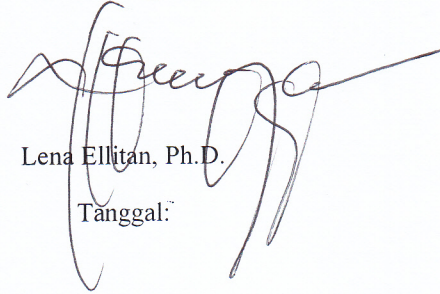


Prof. Anita Lie, Ed. D.

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Tesis berjudul “Perencanaan Strategik Perusahaan Kecil Menengah Menggunakan Analisis SWOT pada Universal Trading Indonesia di Surabaya” yang ditulis dan diajukan oleh Margaret Toety (8112414007) telah disetujui untuk diuji.

Pembimbing Tesis

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Lena Ellitan', is written over the text 'Lena Ellitan, Ph.D.' and 'Tanggal:'. The signature is stylized with loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Lena Ellitan, Ph.D.

Tanggal:

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Margaret Toety, S.E.

NRP : 8112414007

Judul : Perencanaan Strategik Perusahaan Kecil Menengah Menggunakan Analisis SWOT Pada Universal Trading Indonesia di Surabaya.

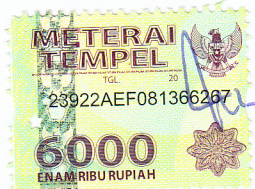
Menyatakan bahwa Tesis ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ilmiah ini merupakan hasil plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dapat dipublikasikan / ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian tesis ini dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 22 September 2016

Yang menyatakan,



Margaret Toety, S.E.

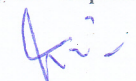
KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang oleh kasih karunia dan berkatNya yang melimpah, tesis ini dapat disusun dan diselesaikan dengan baik.. Terima kasih yang sedalam-dalamnya ingin saya sampaikan kepada:

1. Prof. Anita Lie, Ed.D. selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Dr. Fenika Wulani selaku Ketua Program Magister Management Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Lena Ellitan, Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Tesis yang telah dengan sabar dan telaten memberikan dorongan, semangat dalam proses pembuatan, perbaikan dan penyelesaian tesis ini.
4. Prof. Budiman Christiananta, Ph.D. selaku Dosen Penguji Proposal Tesis yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan menyempurnakan tesis ini.
5. Y.B. Budi Iswanto, Ph.D. selaku Dosen Penguji Proposal Tesis yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan masukan kepada penulis.
6. Segenap Dosen Pasca Sarjana Universitas Katolik Widya Mandala yang telah membagikan ilmunya
7. Segenap Staf Program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya atas segala bantuannya.
8. Suami dan kedua buah hati saya yang telah memberikan banyak dukungan, doa, cinta dan kasih sayang, dalam penyusunan tesis ini dan dalam studi yang saya tempuh.
9. Rekan-rekan kuliah Magister Manajemen di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang senantiasa membantu dalam menyelesaikan penulisan tesis ini.
10. Masih banyak pihak tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungannya.

Semoga tesis ini dapat menjadi bahan referensi yang bermanfaat bagi pembaca nantinya.

Surabaya, 22 September 2016



(Margaret Toety, S.E.)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GRAFIK.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.6. Sistematika Penulisan Tesis	9
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1. Pengertian Strategi dan Manajemen Strategik	11
2.1.2. Alternatif Strategi	14
2.1.3. Visi dan Misi	15
2.1.4. Perencanaan Strategi	17
2.1.5. Analisis SWOT	20
2.1.6. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal	21
2.1.7. Matriks Evaluasi Faktor Internal	22
2.1.8. Matriks Internal Eksternal	23
2.1.9. <i>Small Medium Enterprises</i> (SME)	25
2.2. Penelitian Terdahulu	29
BAB 3 METODE PENELITIAN	37
3.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	37
3.2. Obyek Penelitian	39
3.3. Sumber Data dan Metode Informatif Pengumpulan Data	39
3.4. Instrumen Penelitian	41
3.5. <i>Setting</i> Penelitian	42
3.6. Teknik Analisis	43
3.7. Pengujian Keabsahan Data.....	45

BAB 4 TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.1.1. Sejarah Berdirinya Universal Trading Indonesia	48
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	49
4.1.3. Strategi Perusahaan	50
4.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan	51
4.2. Analisis Metode Internal Eksternal	53
4.3. Analisis Faktor Internal	54
4.4. Analisis Faktor Eksternal	59
4.5. Strategi <i>Hold</i> dan <i>Maintain</i>	62
4.5.1. Strategi Penetrasi Pasar (<i>Market Penetration Strategy</i>)	64
4.5.2. Strategi Pengembangan Produk (<i>Product Development Strategy</i>)	65
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1. Kesimpulan	67
5.2. Saran	68
5.2.1 Saran Akademis	68
5.2.2 Saran Praktis	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 1.1. Grafik Penjualan, Komisi dan Kuantiti tahun 2010 hingga 2015	4

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Matriks Internal Eksternal	24
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Universal Trading Indonesia	51
Gambar 4.2. <i>The Internal External Matrix</i> (IE)	63

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Visi, Misi Berkaitan Dengan Sasaran Dan Pengukuran Pencapaian	6
Tabel 2.1. Acuan Penelitian	33
Tabel 4.1. Identifikasi Faktor Internal	54
Tabel 4.2. Skala <i>Mean</i> Bobot Variabel Internal	55
Tabel 4.3. Skala <i>Mean Rating</i> Variabel Internal	57
Tabel 4.4. Hasil Perkalian <i>Mean Rating</i> dan <i>Mean</i> Bobot Variabel Internal	58
Tabel 4.5. Identifikasi Faktor Eksternal	59
Tabel 4.6. Skala <i>Mean</i> Bobot Variabel Eksternal	60
Table 4.7. Skala <i>Mean Rating</i> Variabel Eksternal	61
Tabel 4.8. Hasil Perkalian <i>Mean Rating</i> dan <i>Mean</i> Bobot Variabel Eksternal	62

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian Pada Universal Trading Indonesia
- Lampiran 2. Skala Bobot *Variabel* Internal Informan 1-4
- Lampiran 3. Skala Bobot Variabel Internal Informan 5-8
- Lampiran 4. Skala *Mean* Bobot Variabel Internal
- Lampiran 5. Skala *Mean Rating* Variabel Internal
- Lampiran 6. Hasil Perkalian *Mean Rating* dan *Mean*
Bobot Variabel Internal
- Lampiran 7. Skala Bobot Variabel Eksternal Informan 1-4
- Lampiran 8. Skala Bobot Variabel Eksternal Informan 5-8
- Lampiran 9. Skala *Mean* Bobot Variabel Eksternal
- Lampiran 10. Skala *Mean Rating* Variabel Eksternal
- Lampiran 11. Hasil Perkalian *Mean Rating* dan *Mean*
Bobot Variabel Eksternal

Perencanaan Strategik Perusahaan Kecil Menengah Menggunakan Analisis SWOT Pada Universal Trading Indonesia Di Surabaya

ABSTRAK

Suatu organisasi harus memahami kondisi di dalam (lingkungan internal) yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan organisasi, maupun kondisi di luar (lingkungan eksternal) yang terdiri dari peluang dan ancaman organisasi untuk mengatasi persaingan bisnis yang ketat sekarang ini. Universal Trading Indonesia sebagai perusahaan skala kecil menengah merupakan perusahaan yang bergerak di bidang makanan untuk barang komoditi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perencanaan strategik perusahaan kecil menengah menggunakan analisis SWOT pada Universal Trading Indonesia di Surabaya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif. Data kualitatif diperoleh dengan melakukan wawancara dan kuesioner kepada pihak yang berwenang di Universal Trading Indonesia. Hasil analisis menunjukkan bahwa Universal Trading Indonesia disarankan menggunakan strategi *market penetration* dan *product development*.

Kata Kunci: Lingkungan Internal; Lingkungan Eksternal; Analisis SWOT; Perencanaan Strategik.

Perencanaan Strategik Perusahaan Kecil Menengah Menggunakan Analisis SWOT Pada Universal Trading Indonesia Di Surabaya

ABSTRACT

An organization should understand the conditions inside (internal environment) which consists of the Organization's strengths and weaknesses, as well as conditions outside (external environment) which consists of the opportunities and threats the organization to overcome a tight business competition nowadays. Universal Trading Indonesia as small and medium-scale enterprises is a company engaged in the field of commodity goods to food. This research aims to analyze the strategic planning of small and medium companies using SWOT Analysis on Universal Trading Indonesia in Surabaya. Research method used in this research is descriptive method with the type of qualitative research. Qualitative data obtained by conducting interviews and questionnaires to the appropriate authorities in the Universal Trading Indonesia. The results of the analysis show that Universal Trading Indonesia is suggested to use strategy of market penetration and product development.

Keyword: Internal Environment; External Environment; SWOT Analysis; Strategic Planning.