

## ANALISIS SWOT SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN EVALUASI INTERNAL LINGKUNGAN PERUSAHAAN DALAM MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING

Hesti Kusumaningrum<sup>1</sup>, Muftiatul Husna<sup>2</sup>, Clarista Anindiya<sup>3</sup>  
Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta  
[hesti.kusumaningrum@uinjkt.ac.id](mailto:hesti.kusumaningrum@uinjkt.ac.id)<sup>1</sup>, [mftlhsna03@gmail.com](mailto:mftlhsna03@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[claristaanindiya22@mhs.uinjkt.ac.id](mailto:claristaanindiya22@mhs.uinjkt.ac.id)<sup>3</sup>

### Abstract

*SWOT analysis is widely used as a tool for analyzing a company's internal and external environment. This analysis is based on the idea that effective strategies minimize weaknesses and threats if used correctly, this simple idea has a significant impact on how the strategy is created. Developing an appropriate conceptual model to determine company strategy and identifying optimal areas using SWOT (Strengths, Weaknesses, Threats, Opportunities) and QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) techniques will help further company strategy and build a conceptual model to find the optimal area. Conversely, a SWOT analysis also determines which components will help the company achieve its goals, which groups face challenges, and what will dominate or be minimized to achieve the desired results. With rapid changes, the challenges of the 40th Industrial Era can provide entrepreneurs with both opportunities and threats. Therefore, a company must have an appropriate competitive strategy to achieve the goal of increasing profit or profit by one way, namely increasing marketing. One way to understand the right strategy for a company is to carry out a SWOT analysis.*

**Keywords:** SWOT Analysis; Strategic Management; Internal Environment; Company; Competitiveness.

**Abstrak:** Analisis SWOT digunakan secara luas sebagai alat untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Analisis ini didasarkan pada gagasan bahwa strategi yang efektif meminimalkan kelemahan dan ancaman jika digunakan dengan benar, gagasan sederhana ini memiliki dampak yang signifikan pada bagaimana strategi tersebut dibuat. Mengembangkan model konseptual yang tepat untuk menentukan strategi perusahaan dan mengidentifikasi area optimal dengan menggunakan teknik SWOT (*Strengths, Weaknesses, Threats, Opportunities*) dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix* atau *Matrix Perencanaan Strategis Kuantitatif*) akan membantu strategi perusahaan lebih jauh lagi dan membangun model konseptual yang tepat untuk menemukan area yang optimal. Sebaliknya, analisis SWOT juga menentukan komponen mana yang akan membantu perusahaan mencapai tujuan, kelompok mana yang menghadapi tantangan, dan apa yang akan mendominasi atau diminimalkan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Dengan perubahan yang cepat, tantangan Era Industri 40 dapat memberi wirausaha peluang sekaligus ancaman. Oleh sebab itu, suatu perusahaan harus memiliki strategi persaingan yang tepat untuk mencapai tujuan peningkatan laba atau keuntungan dengan salah satu cara yaitu meningkatkan pemasaran. Salah satu cara untuk memahami strategi yang tepat bagi suatu perusahaan adalah dengan melakukan analisis SWOT.

**Kata Kunci:** Analisis SWOT; Manajemen Strategik; Lingkungan Internal; Perusahaan; Daya Saing.

## PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia usaha dewasa ini tampak meningkat. Hal ini menyebabkan setiap perusahaan mendapat tantangan untuk berusaha menghadapi pesaing. Perusahaan yang ingin memperoleh laba serta dapat bertahan selama bertahun-tahun dengan tumbuh dan berkembang tidak boleh menggantungkan diri pada cara kerja perusahaan sendiri yang kurang efisien. Perusahaan harus mengelola usahanya dengan menggunakan manajemen yang baik, sehingga perusahaan dapat bertahan hidup dan berkembang dimasa yang akan datang (Putra, 2019).

Pertumbuhan ekonomi setiap tahun dapat meningkatkan persaingan bisnis di industri makanan cepat saji Indonesia. Perusahaan harus menggunakan strategi yang tepat dalam lingkungan bisnis yang kompetitif ini agar dapat bersaing dengan pesaing dan memberikan layanan terbaik mereka kepada pelanggan tanpa mengorbankan apa pun yang membedakan perusahaan satu dengan lainnya. Oleh karena itu, sistem pengukuran diperlukan untuk mengevaluasi dan memeriksa kinerja bisnis untuk memastikan bahwa ia telah mencapai tujuannya dengan baik.

Pemerintah berencana menggunakan warna sebagai tolok ukur untuk menilai kinerja lingkungan perusahaan. Program ini diharapkan dapat mendorong perusahaan untuk menerapkan kinerja lingkungan. Biasanya evaluasi diawali dari warna terburuk terlebih dahulu yaitu hitam, merah, biru, dan hijau, hingga warna terbaik yaitu emas. Tidak diragukan lagi, kegiatan ini memberikan citra baik dan dampak positif terhadap lingkungan di masa depan suatu perusahaan. Selain itu, Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 yang ditetapkan oleh pemerintah juga mewajibkan Perseroan Terbatas (PT) serta memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan (Pasal 77) dan untuk memberikan tanggung jawab lingkungan dalam laporan tahunan direksi kepada RUPS (Pasal 66).

Dalam era bisnis yang dinamis dan kompetitif saat ini, perusahaan harus mampu merancang strategi yang tepat untuk bertahan dan berkembang. Di tengah kompleksitas pasar dan perubahan yang cepat, analisis mendalam terhadap kondisi eksternal dan internal perusahaan menjadi sangat penting. Salah satu alat yang dapat menganalisis kondisi internal dan eksternal perusahaan serta terbukti efektif dalam membantu perencanaan strategi adalah Analisis SWOT (Miftakhul Jannah et al., 2024). Analisis SWOT cukup mudah digunakan dan terbukti bermanfaat dalam mengembangkan rencana bagi bisnis dan organisasi. Analisis ini memiliki beberapa penerapan umum, termasuk evaluasi kondisi internal dan eksternal suatu organisasi atau perusahaan, serta penilaian terhadap kemampuan organisasi atau perusahaan dalam mengelola operasinya di tengah persaingan (Farhan et al., 2024).

Telah disadari, bahwa analisis faktor-faktor eksternal dan internal suatu perusahaan sangat mempengaruhi tercapainya suatu tujuan perusahaan, baik jangka pendek yaitu kemampuan untuk

bertahan dan mengejar laba, maupun jangka panjang yaitu kelangsungan hidup usahanya (Nur Irawan, 2017).

Kekuatan mengacu pada aspek-aspek yang dianggap sebagai modal yang dapat diandalkan dalam perusahaan. Sementara kelemahan merujuk pada aspek-aspek yang dianggap sebagai kelemahan dan memerlukan prioritas penanganan. Peluang mencakup identifikasi berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mengatasi kelemahan dan mendukung kekuatan perusahaan. Di sisi lain, tantangan atau ancaman mengacu pada faktor-faktor yang dapat menjadi hambatan, baik dari sisi positif maupun negatif, yang dapat menjadi pemicu peningkatan prestasi organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Dengan mempertimbangkan empat aspek ini secara komprehensif, perusahaan dapat merancang kebijakan yang tepat untuk mengoptimalkan potensi dan mengatasi tantangan yang dihadapi dalam mencapai tujuan mereka (Avrilia Ayunia Widyaningrum et al., 2024).

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*). SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis (Freddy Rangkuti, 2008).

Analisis SWOT (*SWOT analysis*) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan perusahaan lain (Mashuri et al., 2020). Banyak perusahaan menggunakan jasa lembaga pemindaian untuk memperoleh keliping surat kabar, riset di internet, dan analisis tren-tren domestik dan global yang relevan (Nisak 2013, 2).

Adapun hasil penelitian sebelumnya yang terkait dengan judul peneliti, yang berjudul : Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Bisnis Toko Surabaya Ampel Kota Kediri (Silvia Rahmawati et al., 2019). Perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah terletak pada lokasi, waktu penelitian dan hasil penelitian.

Di sisi lain, analisis SWOT juga dapat digunakan untuk menentukan elemen mana yang dapat membantu perusahaan mencapai tujuannya dan kendala mana yang lebih dominan atau harus dihilangkan untuk mencapainya. "Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai macam faktor sistematis dalam merumuskan strategi perusahaan. Hal ini didasari oleh logika bahwa ancaman dapat diminimalkan." Analisis ini tidak hanya unggul tetapi juga efektif. Namun, berfungsi sebagai

alat untuk menemukan dan mengidentifikasi peluang yang terkait dengan inovasi baru dalam dunia bisnis dengan cepat dan tepat.

## **METODE**

Jenis penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Penelitian lapangan (*field research*) menurut Sugiyono adalah penelitian yang secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan menggambarkan interaksi lingkungan secara tepat baik sifat-sifat suatu individu, kelompok, unit sosial lembaga dan masyarakat (Sugiyono, 2013).

Penelitian ini menggunakan tinjauan *literatur review* untuk membuat kesimpulan dan menghasilkan ide baru. Tinjauan *literatur review* adalah proses mencari dan membaca berbagai buku, jurnal, dan publikasi lain yang berkaitan dengan topik penelitian untuk menulis artikel tentang topik atau masalah tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif naratif, yaitu tentang bagaimana data dikumpulkan, disusun, dan diinterpretasikan sehingga menghasilkan hasil berupa gambaran yang jelas mengenai akuntansi lingkungan hidup suatu perusahaan, kinerja lingkungan, dan pengungkapan informasi lingkungan hidup yang mendukung keberlanjutan perusahaan agar tetap berkelanjutan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskripsi naratif. Langkah ini dilakukan dengan tujuan untuk memeriksa dan memastikan bahwa biaya yang dikeluarkan perusahaan benar dan dicatat dalam laporan keuangan.

Untuk menarik kesimpulan dari berbagai temuan yang dikumpulkan menjadi satu dari metode penelitian ini, yaitu pendekatan deskriptif kualitatif digunakan, dan analisis normatif kualitatif. Normatif, yaitu hanya menggunakan sumber data sekunder, yaitu teori dan pendapat ilmuwan terkemuka dan ahli. Kualitatif merupakan proses analisis data yang tidak menggunakan rumus atau angka yang diperoleh dari informasi studi literatur, yaitu data dari lembaga terkait atau observasi dari penelitian yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang dibicarakan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Menurut Glueck dan Jauch, analisis lingkungan internal adalah suatu proses perencanaan strategi yang mengevaluasi pemasaran dan distribusi, penelitian, pengembangan, produksi, operasi, sumber daya, dan faktor keuangan dan akuntansi perusahaan untuk menentukan posisi kemampuan perusahaan sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang dengan paling efektif dan mencegah ancaman lingkungan. Identifikasi lingkungan, baik eksternal maupun internal yaitu pembuatan strategi, pelaksanaan strategi, pemantauan dan evaluasi adalah bagian dari implementasi manajemen strategik (Benzaghta et al., 2021). Memahami lingkungan internal organisasi

memungkinkan manajemen strategik untuk membuat keputusan yang lebih baik saat membangun strategi. Ini memungkinkan organisasi untuk memanfaatkan kekuatan yang ada dan mengatasi kelemahan yang ada, sehingga dapat membuat strategi yang sesuai dengan situasi dan potensinya. Organisasi harus mampu menyesuaikan diri, memanfaatkan peluang, mengatasi tantangan, dan mempertahankan keunggulan kompetitif dalam menghadapi perubahan dan persaingan yang selalu berubah. Lingkungan internal terdiri dari sumber daya, struktur, budaya, dan sistem operasional organisasi. Ini dapat memengaruhi kesuksesan strategis organisasi (Taufiqurokhman, 2016). Setiap Perusahaan pasti memiliki ruang lingkup internalnya sendiri, yang akan menentukan kelemahan dan kekuatan perusahaan.

Perusahaan dapat melakukan suatu langkah yang disebut kemampuan, atau kompetensi. Yang meliputi beberapa hal, seperti melihat posisi unik perusahaan dalam industri, mengembangkan sumber daya yang sudah ada, seperti keterampilan dan kemampuan untuk menggunakan teknologi, dan memiliki kompetensi untuk dikembangkan menjadi kompetensi inti. Kompetensi inti adalah kemampuan khusus yang dimiliki perusahaan dalam mengelola sumber daya dengan lebih efektif. Input yang dipekerjakan dalam operasi organisasi dikenal sebagai sumber daya (Yulianti, 2014). Analisis lingkungan dilakukan dalam tiga cara, yaitu: menganalisis hubungan antara strategi perusahaan dan tanggapannya terhadap lingkungan yang digunakan sebagai gambaran untuk membandingkan strategi yang sedang berjalan; menganalisis kecenderungan faktor dan masalah utama yang mungkin terjadi; dan menganalisis kemungkinan yang dapat terjadi terhadap lingkungan pada masa yang akan datang. Tujuan analisis lingkungan internal adalah untuk menemukan kekuatan dan kelemahan perusahaan untuk membuat keputusan strategis yang baik. Proses analisis internal terdiri dari beberapa tahapan, termasuk menentukan faktor-faktor internal yang strategis, melakukan perbandingan informasi yang telah dilakukan dengan standar perusahaan dan profil perusahaan. Perusahaan harus secara efektif dan berkelanjutan menciptakan keunggulan bersaing dengan membuat strategi dan menerapkannya.

Untuk mencapai hal ini, tindakan pengorganisasian yang tepat diperlukan, mulai dari identifikasi, memperkuat organisasi, dan meningkatkan kemampuan kepemimpinan perusahaan. Semua tindakan ini digabungkan untuk meningkatkan manajemen strategik, terutama di tingkat pimpinan perusahaan menengah dan puncak. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus memahami strategi dan peran manajemen strategik dalam mempertahankan keunggulan bersaing secara berkelanjutan. Proses pertumbuhan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh manajemen strategi. Manajemen strategi lebih dari hanya perencanaan dan planning; itu mencakup aspek yang lebih dalam dan kompleks. Sebuah perusahaan terdiri dari banyak bagian, dan setiap bagian memiliki strukturnya masing-masing. Setiap perusahaan pasti memiliki strategi yang berbeda-beda. Hal ini

dilakukan untuk mencapai tujuannya, setelah itu keputusan diambil. Keputusan-keputusan ini pasti akan menentukan kesuksesan dan kemajuan perusahaan. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi secara keseluruhan dan khusus, mereka disusun dalam sistem lingkungan yang terdiri dari analisis lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan: sumber daya, kapabilitas, dan kompetensi inti) dan eksternal (peluang dan ancaman). Sistem ini dikenal sebagai SWOT, atau pendekatan peran (politik, strategik, dan fungsi). Selama proses perumusan strategi, sebuah perusahaan harus mengidentifikasi dan mengevaluasi lingkungannya. Diharapkan identifikasi dan evaluasi ini akan memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi profil keunggulan strateginya. Oleh karena itu, perusahaan dapat mengantisipasi dan menangani bahaya yang muncul (Walidaini, 2020).

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) adalah metode perencanaan strategis yang digunakan oleh beberapa perusahaan untuk menilai lingkungan internal mereka secara konvensional. Analisis ini mengevaluasi faktor-faktor yang berpengaruh dalam mencapai tujuan baik jangka pendek maupun jangka panjang, antara lain kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Tujuan dari teknik analisis ini adalah untuk menggambarkan situasi dan kondisi yang sedang dihadapi. Bukan alat analisis yang dapat menyelesaikan masalah. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) sangat penting bagi suatu perusahaan karena bertujuan untuk membuat kerangka situasi dan kondisi perusahaan dari sudut pandang ini. Analisis ini membantu perusahaan menemukan kekuatan internal yang dapat digunakan untuk memanfaatkan peluang eksternal dan mengatasi kelemahan internal yang dapat menyebabkan ancaman eksternal (Gregory Dess et al., 2021).

Melalui analisis SWOT, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang dapat memanfaatkan kekuatan internal mereka untuk mengatasi tantangan eksternal dan memanfaatkan peluang pasar, hal tersebut menunjukkan bahwa keunggulan bersaing dapat dicapai ketika perusahaan mampu mengkolaborasikan kekuatan internal mereka dengan strategi yang tepat untuk menghadapi ancaman dan memanfaatkan peluang. Implementasi analisis SWOT dalam praktiknya telah terbukti efektif dalam membantu perusahaan mengidentifikasi prioritas strategis mereka dan mengalokasikan sumber daya dengan lebih efisien. Betapa pentingnya penggunaan analisis SWOT secara teratur sebagai bagian dari proses perencanaan strategis untuk memastikan kesesuaian strategi perusahaan dengan lingkungan bisnis yang berubah-ubah. Berikut keunggulan yang dimiliki analisis SWOT dalam lingkungan internal (Wunder, 2023):

1. Menciptakan kemampuan pemasaran yang lebih baik
2. Memiliki *skill* dalam pendistribusi dengan baik
3. Mengembangkan superior talenta manajemen

4. Menghasilkan kualitas produk yang superior
5. Memiliki Proses yang paten (Benzaghta et al., 2021).

Secara keseluruhan, analisis SWOT merupakan sebuah alat yang sangat berguna dalam upaya meningkatkan evaluasi internal lingkungan perusahaan dan dapat membantu perusahaan dalam mencapai keunggulan bersaing dalam pasar secara kompetitif. Namun, nyatanya kegiatan ini bukanlah pendekatan terbaik karena masih terdapat kekurangan. Untuk melakukan analisis strategis yang lebih mendalam SWOT tidak dapat menunjukkan kepada perusahaan bagaimana mencapai keunggulan kompetitif untuk dapat melakukan perubahan strategis (Walidaini, 2020). Dalam proses memilih strategi berdasarkan hasil SWOT, tujuan utamanya adalah untuk menemukan strategi alternatif yang layak daripada menentukan strategi terbaik. Dengan demikian, seorang manajer dapat mengetahui bahwa beberapa strategi yang ditemukan dalam hasil SWOT mungkin tidak cocok untuk diterapkan. Adapun kelemahan analisis SWOT lingkungan internal sebagai berikut (Gregory Dess et al., 2021):

1. Lemahnya pengaturan strategi
2. Kurangnya pengeluaran dalam kegiatan pemasaran
3. Kemampuan pemasaran yang kurang baik
4. Terbatasnya distribusi
5. Sempitnya garis produk

Beberapa pendekatan dapat digunakan untuk melihat elemen lingkungan internal perusahaan yang harus diamati secara umum. Pendekatan ini dapat membantu perusahaan dalam menciptakan nilai atau keunggulan kompetitif. Terdapat dua kerangka kerja yang dapat dilakukan untuk melengkapi analisis dalam menilai lingkungan internal perusahaan yaitu dengan melakukan analisis rantai nilai dan pandangan perusahaan berbasis sumber daya. Analisis rantai nilai atau (*value chain*) merupakan suatu alat analisis yang berguna untuk memahami aktivitas yang membentuk nilai suatu produk atau jasa dan digunakan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dengan menurunkan biaya atau meningkatkan nilai untuk pelanggan. Ini dapat membuat perusahaan memiliki keunggulan kompetitif dengan menurunkan biaya atau menambah nilai untuk pelanggan (Zamora, 2016). Analisis rantai nilai merupakan aktivitas penciptaan nilai. Pendekatan ini berguna dalam memahami landasan keunggulan kompetitif. Rantai nilai terdiri dari aktivitas utama (*primary activities*), seperti logistik masuk, operasi, dan layanan; juga terdiri dari aktivitas pendukung, seperti sumber daya manusia, pembelian, pengembangan teknologi, dan dukungan administratif. Analisis rantai nilai membantu memahami bagaimana suatu perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dengan melihat suatu perusahaan sebagai rantai aktivitas yang mengubah input menjadi output yang bernilai bagi pelanggan. Nilai pelanggan berasal dari tiga sumber utama: aktivitas yang

membedakan produk, mengurangi biaya produk, dan aktivitas yang dapat segera memenuhi kebutuhan pelanggan.

Perusahaan harus untuk memahami dimana letak keberadaan rantai nilai perusahaan, yang dimana hal ini bertujuan agar perusahaan dapat menentukan bagaimana strategi kompetitifnya. Perusahaan harus membangun hubungan yang baik dengan para supplier dan distributor untuk memaksimalkan nilai produknya.

Setiap aktivitas menambah nilai serta bagaimana caranya hubungan timbal balik antara aktivitas nilai dalam perusahaan dengan antara perusahaan dan pelanggan serta pemasoknya menambah nilai. Jadi, alih-alih hanya menentukan kekuatan dan kelemahan perusahaan saja, Anda menganalisisnya dalam konteks keseluruhan perusahaan. Pada dasarnya, ada dua jenis aktivitas yang dapat ditemukan sebagai hasil dari analisis aktivitas tersebut:

1. Aktivitas yang memiliki kemungkinan besar untuk meningkatkan nilai tambah dan produk atau jasa organisasi
2. Aktivitas yang menunjukkan ukuran biaya atau peningkatan biaya organisasi. Sebagai contoh, rantai nilai terdiri dari berbagai aktivitas sebagai berikut:

Tabel 01. Tabel Rantai Nilai



Sumber daya tidak hanya memengaruhi rantai nilai, tetapi juga dapat memengaruhi bagaimana perusahaan beroperasi di dalamnya. Sumber daya perusahaan terdiri dari semua aset, kemampuan, prosedur organisasi, informasi, pengetahuan, dan lainnya yang dikendalikan oleh perusahaan yang memungkinkannya mengembangkan dan menerapkan strategi untuk menciptakan nilai. Organisasi dapat mengevaluasi sumber daya yang dimiliki, seperti aset fisik, keahlian karyawan, dan teknologi, dengan memahami lingkungannya internalnya. Memahami lingkungan internal membantu organisasi mengidentifikasi kekuatan yang dapat digunakan untuk menjadi lebih kompetitif dan kelemahan yang perlu diperbaiki atau diatasi. Terdapat dua kategori sumber daya yaitu:

1. Sumber daya berwujud atau nyata ini relatif mudah diidentifikasi. Ini mencakup aset fisik dan keuangan yang digunakan oleh perusahaan untuk menciptakan nilai organisasi tersebut.
2. Sumber daya tak berwujud, yaitu sumber daya manusia contohnya: pengalaman, kemampuan karyawan, kepercayaan, efektivitas tim kerja, dan sumber daya manajerial. Adapun sumber daya berikutnya adalah sumber daya inovasi contohnya: keahlian teknis ilmiah dan ide.

Perusahaan dapat memiliki keunggulan kompetitif jika dapat memberikan nilai yang lebih besar kepada pelanggannya daripada pesaingnya. Keunggulan kompetitif seperti kesuksesan produk baru, kualitas tinggi, pelanggan potensial, dan pertumbuhan laba dapat dipengaruhi secara langsung oleh pemahaman tentang kebutuhan tersembunyi perusahaan untuk produk dan layanan baru. Memanfaatkan sumber daya dan modal sebaik mungkin adalah cara untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Sumber daya tersebut merupakan kekuatan dan kelemahan kinerja pemasaran. Dengan kata lain, tingkat keunggulan kompetitif suatu perusahaan dipengaruhi oleh tingkat kinerja pemasaran.

## **KESIMPULAN**

Dapat disimpulkan dari hasil penelitian adalah Tahap penting dalam menyusun perencanaan yang strategis adalah analisis lingkungan internal hal Ini mencakup berbagai macam komponen internal, seperti pemasaran, distribusi, penelitian, produksi, sumber daya manusia, dan keuangan. Pengaplikasian SWOT sangat penting untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) suatu perusahaan, dengan tujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internalnya serta mengatasi ancaman dan memanfaatkan peluang dari sumber luar. Meskipun SWOT berguna untuk menggambarkan situasi perusahaan, metode ini tidak dapat memberikan solusi strategis yang menyeluruh. Analisis rantai nilai dan perspektif sumber daya perusahaan, misalnya, membantu memahami landasan keunggulan kompetitif dengan fokus pada aktivitas yang menambah nilai dan menemukan potensi cara untuk meningkatkan nilai atau mengurangi biaya. Sumber daya yang dimiliki perusahaan, baik berwujud maupun tak berwujud, juga memainkan peran penting dalam penciptaan nilai. Dengan demikian, kombinasi dari berbagai pendekatan analisis, termasuk SWOT, analisis rantai nilai, dan perspektif sumber daya perusahaan, memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang lingkungan internal dan membantu merumuskan strategi yang lebih efektif.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Avrilia Ayunia Widyaningrum, Destya Fitri Andini, Dian Putri Wulandari, Jihan Nur Afiyah, Lusiana Prastiwi, & Rani Nur Azizah. (2024). Analisis SWOT sebagai Alat Pengambilan

- Keputusan Bisnis di Era Digital dan Globalisasi. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan Dan Teknologi*, 1(2), 53–69. doi: 10.61132/jumaket.v1i2.153
- Benzaghta, M. A., Elwalda, A., Mousa, M., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). SWOT Analysis Applications: An Integrative Literature Review. *Journal of Global Business Insights*, 6(1), 55–73. doi: 10.5038/2640-6489.6.1.1148
- Farhan, R., Hasbullah, H., Hidayatullah, R., Pangestu, Y., & Suci, R. G. (2024). Strategi Manajemen Menggunakan Analisis SWOT Pada Usaha UMKM (Studi Usaha Angkringan Sedulur). *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 5(1), 1–11. doi: 10.47747/jbme.v5i1.1580
- Freddy Rangkuti. (2008). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gregory Dess, Gerry McNamara, Alan Eisner, & Seung-Hyun Lee. (2021). *Strategic Management: Text and Cases*.
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. doi: 10.46367/jps.v1i1.205
- Miftakhul Jannah, Anisa Nur Faizah, Aimee Josephira Indraputri, Vania Eka Puspita, Rusdi Hidayat, & Maharani Ikaningtyas. (2024). Pentingnya Analisis Swot dalam Suatu Perencanaan dan Pengembangan Bisnis. *IJESPG (International Journal of Engineering, Economic, Social Politic and Government)*, 2(2), 9–17. doi: <https://doi.org/10.26638/ijespg.113>
- Nur Irawan, M. R. (2017). Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif Pada Pd. Bpr. Bank Daerah Lamongan. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 2(1). doi: 10.30737/ekonika.v2i1.17
- Putra, I. G. N. A. B. (2019). Analisis Swot sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan Pada UD. Kacang Sari di Desa Tamblang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), 397. doi: 10.23887/jjpe.v9i2.20106
- Silvia Rahmawati, & Sutantri. (2019). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Bisnis Toko Surabaya Ampel Kota Kediri. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah Prodi Perbankan Syari'ah*, 1(2), 90–117.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Taufiqurokhman. (2016). *Mengenal Manajemen Strategik*. Jakarta: Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.
- Walidaini, B. (2020). Analisis Tekstual Koyunbaba Karya Carlo Domeniconi: Bentuk dan Struktur Bagian I Moderato. *Musikolastika: Jurnal Pertunjukan Dan Pendidikan Musik*, 2(2), 94–104. doi: 10.24036/musikolastika.v2i2.53
- Wunder, T. (2023). *Essentials of Strategic Management*. Schäffer-Poeschel. doi: 10.34156/9783791057705
- Yulianti, D. (2014). Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal Dalam Pencapaian Tujuan Perusahaan (Studi Kasus di PT. Perkebunan Nusantara VII Lampung). *SOSIOLOGI: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial Dan Budaya*, 16(2), 103–114. doi: 10.23960/sosiologi.v16i2.99

Zamora, E. A. (2016). Value Chain Analysis: A Brief Review. *Asian Journal of Innovation and Policy*, 5(2), 116–128. doi: 10.7545/ajip.2016.5.2.116