

ANALISIS STRATEGI BISNIS PADA PT. JAYA KREASI INDONESIA

Narulita Sari - 0700731035

ABSTRAK

PT. Jaya Kreasi Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang distribusi kaca film merk Sun Master di Indonesia. Perusahaan ini berlokasi di ruko Puri Niaga Kencana 2 Jakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan dan mengetahui bagaimana strategi bisnis yang harus dijalankan perusahaan untuk pengembangan usaha PT. Jaya Kreasi Indonesia. Untuk Menganalisis strategi bisnis PT. Jaya Kreasi Indonesia, penulis menggunakan Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks Tows, Matriks IE, Matriks SPACE, Matriks BCG, Matriks Grand Strategy, dan untuk tahap pencocokan penulis menggunakan Matriks QSPM. Hasil dan analisis dari penelitian ini adalah mengenai analisis faktor internal dan faktor eksternal perusahaan serta tingkat pertumbuhan perusahaan untuk menentukan alternatif strategi yang dapat digunakan oleh PT. Jaya kreasi Indonesia.

Kata Kunci :

Analisis faktor kelemahan, kekuatan, ancaman, peluang, dan Strategi Bisnis

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada jenjang pendidikan Strata 1 di Universitas Bina Nusantara.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Hormat dan terima kasih penulis tujukan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Gerardus Polla, M. App. Sc, selaku Rektor Universitas Bina Nusantara
2. Bapak E.A Kuncoro, SE., MM, selaku Dekan Fakultas Ilmu Ekonomi Universitas Bina Nusantara
3. Bapak Idris Gautama., SE., S.kom., MM, selaku ketua Jurusan Manajemen Universitas Bina Nusantara
4. Ibu Tjia Fie Tjoe, S.Kom., MM., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Bina Nusantara
5. Ibu Poei Kwie Tjie, S.Kom.,MM.,M.Acc selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, saran, dan kritik untuk membantu penulis dalam penulisan skripsi ini, serta *supportnya* yang membuat penulis terus bersemangat dalam mengerjakan skripsi ini
6. Seluruh Staff Dosen Fakultas Ekonomi khususnya Manajemen Universitas Bina Nusantara yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti perkuliahan.
7. Pimpinan serta karyawan PT. Jaya Kreasi Indonesia yang telah memberikan izin, waktu dan informasi bagi penulis dalam melakukan penelitian dan pengumpulan data untuk

penulisan skripsi ini

8. Ayah dan mama yang penulis sayangi yang telah memberi kasih sayang serta dukungan secara moril maupun materil kepada penulis
9. Kakak-kakakku : Heri Daruzi, Heri Alpandi, Heny Kusnita, dan Putri yang telah memberi kasih sayang dan dukungan kepada penulis
10. Teman-teman Mahasiswa dan SWANARAPALA yang telah memberi semangat dan masukan bagi penulis.
11. Ali Ridha yang telah memberi semangat, waktu, tenaga, masukan serta kesabaran bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Seluruh staf perpustakaan Universitas Bina Nusantara dan semua pihak yang tidak bisa penulis sampaikan yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.

Penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin dalam menyelesaikan skripsi ini, dan dengan segala kerendahan hati penulis sangat menghargai segala saran dan kritik yang membangun dari pembaca untuk menyempurnakan skripsi ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak – pihak yang membutuhkan dan penulis mohon maaf apabila ada kata – kata yang kurang berkenan bagi pembaca.

Jakarta,

Penyusun

Narulita Sari

DAFTAR ISI

ANALISIS STRATEGI BISNIS	i
ANALISIS STRATEGI BISNIS	ii
ANALISIS STRATEGI BISNIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB 1.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2.....	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Konsep Entrepreneurship	5
2.1.2 Pengertian Entrepreneur.....	6
2.1.3 Sejumlah Karakteristik Kewirausahaan.....	7
2.1.4 Produk.....	8
2.1.5 Konsep Dasar Strategi	9
2.1.6 Definisi Strategi.....	10
2.1.7 Tipe-tipe Strategi.....	10
2.1.8 Proses Manajemen Strategi.....	24
2.1.9 Kerangka Kerja Analisis Perumusan Strategi.....	45
2.1.10 Metode Penelitian.....	50
2.2 Kerangka Pemikiran	51
BAB 3.....	53
3.1 Desain Penelitian	53
3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian	54
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian	56
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.5 Metode Analisis.....	58
3.5.1 Tahap Input	59

3.5.2	Tahap Pencocokan.....	61
3.5.3	Tahap Keputusan.....	69
3.6	Rancangan Implikasi Hasil Penelitian.....	73
BAB 4	74
4.1	Profil Responden.....	74
4.1.1	Sejarah Perkembangan Perusahaan.....	74
4.1.2	Kondisi Perusahaan.....	75
4.1.3	Competitive Advantage.....	76
4.1.3.1	Persaingan Antara Perusahaan Sejenis.....	77
4.1.3.2	Masuknya Pesaing Baru yang Potensial.....	77
4.1.3.3	Potensi Produk Pengganti.....	77
4.1.3.4	Kekuatan Tawar Menawar Pemasok.....	78
4.1.3.5	Kekuatan Tawar Menawar Pembeli.....	78
4.1.4	Struktur Organisasi dan Uraian dan spesifikasi Pekerjaan.....	78
4.1.4.1	Struktur Organisasi.....	78
4.1.4.2	Uraian dan Spesifikasi pekerjaan.....	80
4.1.5	Sistem yang Berjalan.....	81
4.2	Tahap Input Data.....	82
4.2.1	Hasil Tabel EFE.....	88
4.2.2	Hasil Matriks IFE.....	90
4.2.3	Matriks Profil Persaingan.....	92
4.3	Tahap Pencocokan.....	93
Matriks TOWS.....	94	
Matriks SPACE.....	97	
Matriks BCG.....	99	
Matriks IE (Internal-Eksternal).....	100	
Matriks Strategi Besar.....	102	
Tahap Keputusan.....	103	
QSPM (<i>Matrix Quantitative Strategy Planning</i>).....	105	
Implikasi Hasil Penelitian.....	107	
BAB 5	110
Kesimpulan.....	110	
Saran.....	111	
DAFTAR PUSTAKA	112
RIWAYAT HIDUP	113
LAMPIRAN	1

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Desain penelitian.....	53
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian	54
Tabel 3.3 Metode Analisis	59
Tabel 3.4 Matriks QSPM.....	72
Tabel 4.1 Matriks EFE pada PT. Jaya Kreasi Indonesia	88
Tabel 4.2 Matriks IFE pada PT. Jaya Kreasi Indonesia.....	90
Tabel 4.3 Hasil Matriks Profil Persaingan.....	92
Tabel 4.4 Perbandingan Harga	93
Tabel 4.5 Hasil Matriks SPACE PT. Jaya Kreasi Indonesia.....	97
Tabel 4.6 Matriks QSPM.....	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Manajemen Strategi.....	24
Gambar 2.2 Kekuatan Persaingan Dalam Industri.....	32
Gambar 2.3 Kerangka Kerja Analisis Perumusan Strategi.....	45
Gambar 2.4 Alur Pemikiran	52
Gambar 3.1 Diagram Matrik SWOT	62
Gambar 3.2 Matriks SPACE	64
Gambar 3.3 Matriks BCG.....	66
Gambar 3.4 Matriks IE (Internal-Eksternal).....	67
Gambar 3.5 Matriks Strategi Besar.....	69
Gambar 4.1 Diagram Pembagian Konsumen PT. Jaya Kreasi Indonesia	75
Gambar 4.2 Lima Kekuatan Porter PT. Jaya Kreasi Indonesia.....	76
Gambar 4.3 Struktur Organisasi PT. Jaya Kreasi Indonesia	79
Gambar 4.4 Diagram Matriks TOWS PT. Jaya Kreasi Indonesia	94
Gambar 4.5 Matriks SPACE	98
Gambar 4.6 Hasil Matriks BCG PT. Jaya Kreasi Indonesia.....	99
Gambar 4.7 Hasil Matriks IE PT. Jaya Kreasi Indonesia	100
Gambar 4.8 Hasil Matriks Strategi Besar PT. Jaya Kreasi Indonesia.....	102