

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum CV Gemilang

CV Gemilang merupakan perusahaan yang bergerak secara khusus dalam bidang penyediaan pintu bagi property yang didirikan pada tahun 2004 oleh Andreas Wijaya di jalan Merak nomor 21, Semarang. CV Gemilang melayani penjualan untuk pintu kayu, pintu besi, pintu PVC dan UPVC, pintu fiber, pintu aluminium, pintu garasi dari besi, pintu otomatis dan mesin untuk pintu pagar otomatis. CV Gemilang khusus melayani penyediaan berbagai produk pintu saja dan tidak hanya melayani area Semarang, namun juga di Jakarta dan Surabaya.

**Gambar 4.1**

**CV Gemilang**



**Gambar 4.2**

**Produk yang Dijual oleh CV Gemilang**





#### **4.2 Identitas Responden Dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Lama Kerja, Frekuensi Pembelian dan Pendidikan Terakhir**

Responden dalam penelitian ini adalah 1 orang pemilik, dan 2 orang karyawan bagian teknisi dan pemasaran CV Gemilang di Semarang yang akan melakukan pengisian dalam variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Sedangkan 10 orang pelanggan dari CV Gemilang di Semarang hanya digunakan sebagai penguat untuk data penelitian SWOT ini.

**Tabel 4.1**

**Responden Penelitian dari Pemilik dan Karyawan CV Gemilang**

No	Responden	Keterangan	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Lama Kerja	Pendidikan Terakhir
1	Pemilik	Pemilik	Andreas Wijaya	Pria		15 tahun	SMA
2	Karyawan	Teknisi	Joko Santoso	Pria	44	12 tahun	SMA
		Pemasaran	Kiki Wibowo	Pria	45	15 tahun	SMA

Sumber data yang sudah diolah : Data sekunder, 2019

Berdasarkan data pada tabel di atas, diketahui bahwa semua responden adalah laki-laki. Responden terdiri dari 1 orang pemilik, dan 2 orang karyawan bagian teknisi dan pemasaran CV Gemilang di Semarang. Selain dari pemilik dan karyawan CV Gemilang, responden penelitian ini juga terdiri dari 5 orang pelanggan CV Gemilang yang akan dijelaskan terpisah sebagai berikut.

Selain responden yang berasal dari pemilik dan karyawan CV Gemilang, dilakukan juga penyebaran kuesioner kepada 5 orang pelanggan CV Gemilang sebagai berikut:

**Tabel 4.2**

**Responden Penelitian dari Pelanggan CV Gemilang**

No	Nama Usaha	Lama Kerja Sama	Nama	Usia	Jabatan
1	CV Putra Mapan	8 tahun	Arif Setiaji	43	Manajer
2	CV Gunung Kisma	8 tahun	Kintan Mardiasmo	51	Owner
3	CV Ulam Batur	8 tahun	Sumarto	50	Supervisor
4	PT Wijaya Karya	10 tahun	Peter Haliman	33	Supervisor
5	CV Furnindo Wiratama	9 tahun	Bramantyo Andika	47	Manajer

Pelanggan yang akan digunakan sebagai responden penelitian adalah lima pelanggan yang telah bekerja sama dengan CV Gemilang selama lebih dari 5 tahun.

### 4.3 Variabel SWOT

Berdasarkan hasil prasurvey kepada pemilik CV Gemilang Semarang, didapatkan faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan perusahaan serta faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman di masa yang akan datang.

**Tabel 4.3**  
**Variabel SWOT CV Gemilang**

No	Variabel	Keterangan	Aspek
1	Kekuatan	Fokus pada produk pintu saja	Pemasaran
		Berpengalaman selama 15 tahun di bisnis pintu	Operasi
		Produk impor, impor dilakukan sendiri	Operasi
2	Kelemahan	Kesulitan mencari karyawan yang terlatih	SDM
		Harga mahal	Keuangan
		Adanya ketergantungan dari supplier	Operasi
3	Peluang	Pengembangan property yang pesat (kebutuhan meningkat)	Situasi ekonomi
		Jenis produk pintu yang semakin banyak	Pemasaran
		Pertumbuhan jumlah produsen pintu	Pemasaran
4	Ancaman	Pembatasan impor	Situasi ekonomi
		Peningkatan jumlah pesaing	Situasi ekonomi

**Sumber data yang sudah diolah : Data primer, 2019**

#### **4.3.1 Tanggapan Responden terhadap Kekuatan CV Gemilang**

Berdasarkan tanggapan responden terhadap kekuatan CV Gemilang yang didapat dari pemilik, karyawan bagian teknisi dan bagian pemasaran, maka didapatkan hasil perhitungan sebagai berikut:



Tabel 4.4

## Tanggapan Pemilik dan Karyawan terhadap Kekuatan CV Gemilang

No	Kekuatan	Rating Pemilik	Rating Karyawan 1	Rating Karyawan 2	Modus Rating	Bobot Pemilik	Bobot Karyawan 1	Bobot Karyawan 2	Rata-Rata Bobot
1	CV Gemilang berfokus pada satu produk saja yaitu pintu sehingga CV Gemilang memiliki produk pintu yang lengkap dengan berbagai variannya	4	3	4	4	0,30	0,20	0,20	0,23
2	CV Gemilang sudah berpengalaman bekerja di bidang bisnis pintu ini selama 15 tahun sehingga sudah dikenal oleh pengguna secara luas dan dapat melakukan pemasangan secara akurat.	4	4	3	4	0,20	0,10	0,20	0,17
3	Persediaan produk pintu CV Gemilang didapatkan dengan cara mengimpor langsung produk pintu ini tanpa melalui importir sehingga CV Gemilang merupakan tangan pertama langsung dari pabrik dan mendapat support langsung dari pabrik di China.	4	2	4	4	0,10	0,10	0,10	0,10

Sumber data yang sudah diolah : Data primer, 2019

Berdasarkan rating responden penelitian, faktor-faktor yang dipandang menjadi kekuatan CV Gemilang adalah sebagai berikut :

1. CV Gemilang berfokus pada satu produk saja yaitu pintu sehingga CV Gemilang memiliki produk pintu yang lengkap dengan berbagai variannya.

Responden merasa bahwa CV Gemilang memiliki produk pintu yang lengkap bagi konsumennya, sehingga konsumen dapat dengan lebih mudah memilih pintu sesuai dengan kebutuhannya.

2. CV Gemilang sudah berpengalaman bekerja di bidang bisnis pintu ini selama 15 tahun sehingga sudah dikenal oleh pengguna secara luas dan dapat melakukan pemasangan secara akurat.

Responden merasa bahwa CV Gemilang sudah berpengalaman di bidang pintu selama 15 tahun sehingga lebih dikenal oleh konsumen karena menjual pintu yang baik dan juga mampu melakukan pemasangan dengan akurat.

3. Persediaan produk pintu CV Gemilang didapatkan dengan cara mengimpor langsung produk pintu ini tanpa melalui importir sehingga CV Gemilang merupakan tangan pertama langsung dari pabrik dan mendapat support langsung dari pabrik di China.

Responden merasa bahwa CV Gemilang mengimpor sendiri pintu yang dijualnya sehingga pintu yang dijual oleh CV Gemilang memiliki kualitas yang terjamin karena CV Gemilang disupport langsung oleh pabrik produsen pintu tersebut.



Untuk konfirmasi terhadap hasil rating pihak internal perusahaan, maka dilakukan penyebaran kuesioner kepada pelanggan untuk mengetahui tanggapan mengenai kekuatan dari CV Gemilang, dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.5**

**Tanggapan Pelanggan terhadap Kekuatan CV Gemilang**

No	Keterangan	1 (STS)		2 (TS)		3 (S)		4 (SS)		Total Skor	Rata-Rata
		F	S	F	S	F	S	F	S		
1	CV Gemilang berfokus pada satu produk saja yaitu pintu sehingga CV Gemilang memiliki produk pintu yang lengkap dengan berbagai variannya	0	0	0	0	4	12	1	4	16,00	3,20
2	CV Gemilang sudah berpengalaman bekerja di bidang bisnis pintu ini selama 15 tahun sehingga sudah dikenal oleh pengguna secara luas dan dapat melakukan pemasangan secara akurat.	0	0	0	0	2	6	3	12	18,00	3,60
3	Persediaan produk pintu CV Gemilang didapatkan dengan cara mengimpor langsung produk pintu ini tanpa melalui	0	0	0	0	3	9	2	8	17,00	3,40

No	Keterangan	1 (STS)		2 (TS)		3 (S)		4 (SS)		Total Skor	Rata-Rata
		F	S	F	S	F	S	F	S		
	importir sehingga CV Gemilang merupakan tangan pertama langsung dari pabrik dan mendapat support langsung dari pabrik di China.										

Tanggapan pelanggan digunakan untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap kekuatan dari CV Gemilang dan mencocokkan dengan jawaban pihak internal perusahaan. Berdasarkan tanggapan pelanggan atas faktor-faktor yang dipandang menjadi kekuatan CV Gemilang adalah sebagai berikut :

1. CV Gemilang berfokus pada satu produk saja yaitu pintu sehingga CV Gemilang memiliki produk pintu yang lengkap dengan berbagai variannya. Pelanggan setuju bahwa CV Gemilang berfokus pada satu produk saja yaitu pintu sehingga CV Gemilang memiliki produk pintu yang lengkap dengan berbagai variannya. Hal ini karena pelanggan merasa bahwa sampai saat ini CV Gemilang mampu memberikan pelayanan yang cepat dan tepat.
2. CV Gemilang sudah berpengalaman bekerja di bidang bisnis pintu ini selama 15 tahun sehingga sudah dikenal oleh pengguna secara luas dan dapat melakukan pemasangan secara akurat.

Pelanggan setuju bahwa CV Gemilang sudah berpengalaman bekerja di bidang bisnis pintu ini selama 15 tahun sehingga sudah dikenal oleh pengguna secara luas selain itu pelanggan juga merasa bahwa CV Gemilang selalu melakukan pemasangan AC dengan rapi sehingga mampu memuaskan pelanggan.

3. Persediaan produk pintu CV Gemilang didapatkan dengan cara mengimpor langsung produk pintu ini tanpa melalui importir sehingga CV Gemilang merupakan tangan pertama langsung dari pabrik dan mendapat support langsung dari pabrik di China.

Pelanggan setuju produk pintu dari CV Gemilang selalu berkualitas dan stock persediaan selalu siap sebab CV Gemilang merupakan importir langsung dan mendapatkan dukungan langsung dari produsen pintu.

#### **4.3.2 Tanggapan Responden terhadap Kelemahan CV Gemilang**

Berdasarkan tanggapan responden terhadap kelemahan CV Gemilang yang didapat dari pemilik, karyawan bagian teknisi dan bagian pemasaran, maka didapatkan hasil perhitungan sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Tanggapan Pemilik dan Karyawan terhadap Kelemahan CV Gemilang**

o	Kelemahan	Rating Pemilik	Rating Karyawan 1	Rating Karyawan 2	Modus rating	Bobot Pemilik	Bobot Karyawan 1	Bobot Karyawan 2	Bobot Rata-Rata
1	Ketika karyawan CV Gemilang yang telah tua mulai pensiun, CV Gemilang mengalami kesulitan untuk mencari karyawan yang terlatih dan berpengalaman dalam hal pemasangan pintu maupun marketing karena kurang agresif dalam melakukan pemasaran kepada konsumen.	3	2	2	2,00	0,20	0,30	0,20	0,23
2	Harga produk pintu dari CV Gemilang lebih mahal dibandingkan pesaing	3	3	4	3,00	0,10	0,20	0,20	0,17
3	Saat ini CV Gemilang hanya memiliki supplier tunggal saja atau semua produk CV Gemilang berasal dari satu supplier saja, sehingga CV Gemilang tergantung dari suppliernya tersebut.	2	2	3	2,00	0,10	0,10	0,10	0,10

Sumber data yang sudah diolah : Data primer, 2019

Berdasarkan tanggapan responden penelitian, faktor-faktor yang dipandang menjadi kelemahan CV Gemilang adalah sebagai berikut :

1. Ketika karyawan CV Gemilang yang telah tua mulai pensiun, CV Gemilang mengalami kesulitan untuk mencari karyawan yang terlatih dan berpengalaman dalam hal pemasangan pintu maupun marketing karena kurang agresif dalam melakukan pemasaran kepada konsumen.

Responden merasa saat ini sulit untuk mencari karyawan yang terlatih dan berpengalaman apalagi loyal. Hal ini sangat menyulitkan bagi CV Gemilang sebab jika karyawan yang melakukan pemasangan pintu tidak ahli, maka pintu bisa jadi tidak dapat ditutup atau dikunci. Sedangkan marketing saat ini kurang menguasai product knowledge serta kurang gigih dalam mengejar konsumen.

2. Harga produk pintu dari CV Gemilang lebih mahal dibandingkan pesaing

Responden merasa bahwa saat ini produk pintu CV Gemilang lebih mahal dari pesaing, sebab kualitas bahan pintu yang dijual oleh CV Gemilang memang lebih baik dari pesaing.

3. Saat ini CV Gemilang hanya memiliki supplier tunggal saja atau semua produk CV Gemilang berasal dari satu supplier saja, sehingga CV Gemilang tergantung dari suppliernya tersebut.

Responden merasa bahwa karena CV Gemilang memiliki satu supplier produk saja maka CV Gemilang saat ini masih tergantung dari supplier/produsen pintu tersebut, jadi saat ini masih belum memiliki pilihan supplier produk pintu lainnya yang berkualitas.

Untuk konfirmasi terhadap hasil rating pihak internal perusahaan, maka dilakukan penyebaran kuesioner kepada pelanggan untuk mengetahui tanggapan mengenai kelemahan dari CV Gemilang, dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.7**

**Tanggapan Pelanggan terhadap Kelemahan CV Gemilang**

No	Keterangan	1 (STS)		2 (TS)		3 (S)		4 (SS)		Total Skor	Rata-Rata
		F	S	F	S	F	S	F	S		
1	Ketika karyawan CV Gemilang yang telah tua mulai pensiun, CV Gemilang mengalami kesulitan untuk mencari karyawan yang terlatih dan berpengalaman dalam hal pemasangan pintu maupun marketing karena kurang agresif dalam melakukan pemasaran kepada konsumen.	0	0	0	0	3	9	2	8	17,00	3,40
2	Harga produk pintu dari CV Gemilang lebih mahal dibandingkan pesaing	0	0	0	0	3	9	2	8	17,00	3,40
3	Saat ini CV Gemilang hanya memiliki supplier tunggal saja atau semua produk CV Gemilang berasal dari satu supplier	0	0	0	0	3	9	2	8	17,00	3,40

saja, sehingga CV Gemilang tergantung dari suppliernya tersebut.										
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Tanggapan pelanggan digunakan untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap kelemahan dari CV Gemilang dan mencocokkan dengan jawaban pihak internal perusahaan. Berdasarkan tanggapan pelanggan atas faktor-faktor yang dipandang menjadi kelemahan CV Gemilang adalah sebagai berikut :

1. Ketika karyawan CV Gemilang yang telah tua mulai pensiun, CV Gemilang mengalami kesulitan untuk mencari karyawan yang terlatih dan berpengalaman dalam hal pemasangan pintu maupun marketing karena kurang agresif dalam melakukan pemasaran kepada konsumen.

Pelanggan merasa setuju bahwa karyawan memegang peranan penting dalam melakukan pemasangan pintu karena pemasangan pintu harus presisi dan tepat sehingga tidak mudah lepas atau miring.

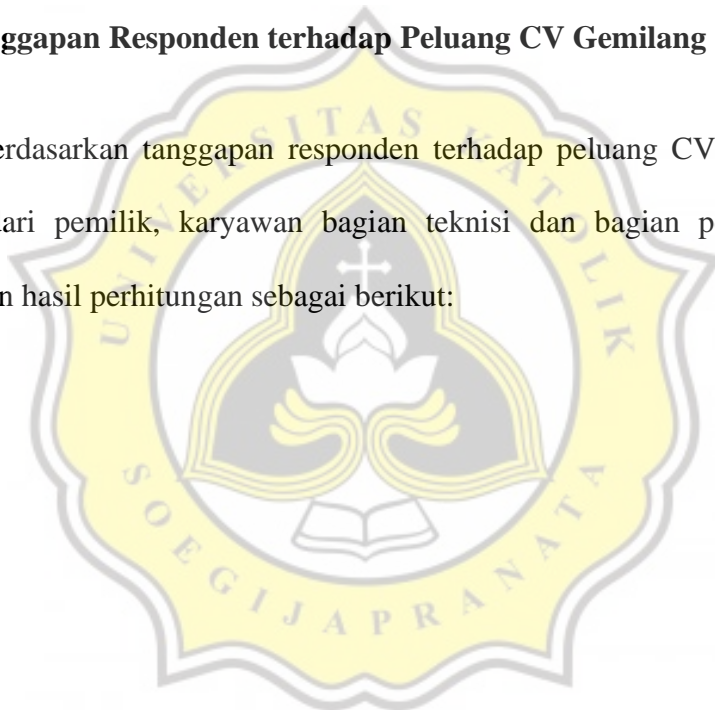
2. Harga produk pintu dari CV Gemilang lebih mahal dibandingkan pesaing Pelanggan merasa setuju harga produk pintu dari CV Gemilang lebih mahal dibandingkan pesaing CV Gemilang karena memang ada perbedaan bahan pintu dari yang dijual CV Gemilang dengan pesaingnya

3. Saat ini CV Gemilang hanya memiliki supplier tunggal saja atau semua produk CV Gemilang berasal dari satu supplier saja, sehingga CV Gemilang tergantung dari suppliernya tersebut.

Pelanggan merasa setuju bahwa produk pintu yang dijual CV Gemilang hanya satu merk saja walaupun terdapat banyak variasi produk pintu dari supplier tersebut.

#### **4.3.3 Tanggapan Responden terhadap Peluang CV Gemilang**

Berdasarkan tanggapan responden terhadap peluang CV Gemilang yang didapat dari pemilik, karyawan bagian teknisi dan bagian pemasaran, maka didapatkan hasil perhitungan sebagai berikut:





**Tabel 4.8**  
**Tanggapan Pemilik dan Karyawan terhadap Peluang CV Gemilang**

o	Peluang	Rating Pemilik	Rating Karyawan 1	Rating Karyawan 2	Modus Rating	Bobot Pemilik	Bobot Karyawan 1	Bobot Karyawan 2	Bobot Rata-Rata
1	Adanya pengembangan property yang semakin pesat seperti perumahan, hotel, apartemen dan restoran membuat kebutuhan akan pintu semakin meningkat.	4	4	4	4,00	0,30	0,20	0,20	0,23
2	Dengan perkembangan teknologi saat ini jenis dan bahan pintu juga semakin berkembang sehingga jenis produk pintu yang dapat ditawarkan untuk dijual akan semakin bertambah seperti pintu kasa otomatis, pintu magnetic.	3	3	3	3,00	0,10	0,30	0,20	0,20
3	Produsen pintu saat ini juga semakin banyak sehingga ada kemungkinan untuk menambah produk pintu baru dari supplier lainnya baik dari dalam negeri maupun luar negeri.	4	2	2	2,00	0,20	0,20	0,20	0,20

Sumber data yang sudah diolah : Data primer, 2019

Berdasarkan tanggapan responden penelitian, faktor-faktor yang dipandang menjadi peluang bagi CV Gemilang adalah sebagai berikut :

1. Adanya pengembangan property yang semakin pesat seperti perumahan, hotel, apartemen dan restoran membuat kebutuhan akan pintu semakin meningkat.

Responden merasa dengan pengembangan property seperti perumahan, hotel, apartemen dan restoran, semuanya membutuhkan pintu sehingga peluang untuk mensupply kebutuhan pintu semakin besar.

2. Dengan perkembangan teknologi saat ini jenis dan bahan pintu juga semakin berkembang sehingga jenis produk pintu yang dapat ditawarkan untuk dijual akan semakin bertambah seperti pintu kaca otomatis, pintu magnetic..

Responden merasa jenis produk pintu yang dapat ditawarkan untuk dijual akan semakin bertambah karena ada pengembangan jenis dan bahan pintu akibat perkembangan teknologi yang semakin besar, misalnya pintu besi sekarang mulai tergeser dengan pintu titanium yang lebih kuat.

3. Produsen pintu saat ini juga semakin banyak sehingga ada kemungkinan untuk menambah produk pintu baru dari supplier lainnya baik dari dalam negeri maupun luar negeri.

Responden menyatakan bahwa saat ini ada banyak peluang untuk mencari supplier baru baik dari dalam negeri maupun luar negeri karena saat ini semakin banyak produsen pintu yang memproduksi sendiri pintu.

#### **4.3.4 Tanggapan Responden terhadap Ancaman CV Gemilang**

Berdasarkan tanggapan responden terhadap ancaman CV Gemilang yang didapat dari pemilik, karyawan bagian teknisi dan bagian pemasaran, maka didapatkan hasil perhitungan sebagai berikut:



**Tabel 4.9**  
**Tanggapan Pemilik dan Karyawan terhadap Ancaman CV Gemilang**

No	Ancaman	Rating Pemilik	Rating Karyawan 1	Rating Karyawan 2	Modus rating	Bobot Pemilik	Bobot Karyawan 1	Bobot Karyawan 2	Rata-Rata Bobot
1	Saat ini ada pembatasan terhadap produk impor yang masuk ke Indonesia. Hal ini merupakan ancaman karena seluruh produk pintu yang dijual oleh CV Gemilang berasal dari luar negeri atau impor.	4	3	3	3,00	0,30	0,20	0,30	0,27
2	Peningkatan jumlah pesaing juga menjadi ancaman bagi CV Gemilang, karena beberapa toko yang saat ini masih kecil dan bukan merupakan pesaing bagi CV Gemilang memiliki kemungkinan bertumbuh menjadi ancaman langsung bagi bisnis CV Gemilang di masa yang akan datang.	3	3	1	3,00	0,10	0,10	0,10	0,10

Sumber data yang sudah diolah: Data primer, 2019

Berdasarkan tanggapan responden penelitian, faktor-faktor yang dipandang menjadi ancaman bagi CV Gemilang adalah sebagai berikut :

1. Saat ini ada pembatasan terhadap produk impor yang masuk ke Indonesia. Hal ini merupakan ancaman karena seluruh produk pintu yang dijual oleh CV Gemilang berasal dari luar negeri atau impor.

Responden menyatakan bahwa ada ancaman saat ini adalah adanya pembatasan terhadap produk impor yang masuk ke Indonesia. Hal ini merupakan ancaman karena seluruh produk pintu yang dijual oleh CV Gemilang berasal dari luar negeri atau impor, adanya pembatasan ini akan membuat tidak semua produk pintu dari produsen bisa masuk ke Indonesia.

2. Peningkatan jumlah pesaing juga menjadi ancaman bagi CV Gemilang, karena beberapa toko yang saat ini masih kecil dan bukan merupakan pesaing bagi CV Gemilang memiliki kemungkinan bertumbuh menjadi ancaman langsung bagi bisnis CV Gemilang di masa yang akan datang.

Responden menyatakan bahwa peningkatan jumlah pesaing juga menjadi ancaman bagi CV Gemilang, karena beberapa toko yang saat ini masih kecil dan bukan merupakan pesaing bagi CV Gemilang memiliki kemungkinan bertumbuh menjadi ancaman langsung bagi bisnis CV Gemilang di masa yang akan datang karena saat ini sudah memasuki era globalisasi sehingga cara berbisnis semakin maju dan produk bisa didapatkan dari mana saja dengan saluran yang semakin pendek.

#### 4.4 Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS)

Matriks IFAS dibentuk dengan cara mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal perusahaan. Bobot ditentukan oleh rata-rata pemilik dan staff CV Gemilang karena pemilik dan staff dipandang yang paling mengetahui kondisi perusahaan. Jumlah dari seluruh bobot adalah 1,00 dengan besar kecilnya bobot dilakukan sesuai dengan tingkat penting tidaknya factor.

**Tabel 4.10**

#### Rekap Pengisian Bobot Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS)

No	Critical Success Factors	Bobot Pemilik	Bobot Karyawan 1	Bobot Karyawan 2	Rata-Rata
<b>STRENGTH</b>					
1	CV Gemilang berfokus pada satu produk saja yaitu pintu sehingga CV Gemilang memiliki produk pintu yang lengkap dengan berbagai variannya	0,30	0,20	0,20	0,23
2	CV Gemilang sudah berpengalaman bekerja di bidang bisnis pintu ini selama 15 tahun sehingga sudah dikenal oleh pengguna secara luas dan dapat melakukan pemasangan secara akurat.	0,20	0,10	0,20	0,17
3	Persediaan produk pintu CV Gemilang didapatkan dengan cara mengimpor langsung produk pintu ini tanpa melalui importir sehingga CV Gemilang merupakan tangan pertama langsung dari pabrik dan mendapat support langsung dari pabrik di China.	0,10	0,10	0,10	0,10
<b>WEAKNESS</b>					
1	Ketika karyawan CV Gemilang yang telah tua mulai pensiun, CV Gemilang mengalami kesulitan untuk mencari karyawan yang terlatih dan berpengalaman dalam hal pemasangan pintu maupun marketing karena kurang agresif dalam melakukan pemasaran kepada konsumen.	0,20	0,30	0,20	0,23
2	Harga produk pintu dari CV	0,10	0,20	0,20	0,17

o	<i>Critical Success Factors</i>	Bobot Pemilik	Bobot Karyawan 1	Bobot Karyawan 2	Rata-Rata
	Gemilang lebih mahal dibandingkan pesaing				
3	Saat ini CV Gemilang hanya memiliki supplier tunggal saja atau semua produk CV Gemilang berasal dari satu supplier saja, sehingga CV Gemilang tergantung dari suppliernya tersebut.	0,10	0,10	0,10	0,10
Total		1,00	1,00	1,00	

Hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa critical success factor yang dianggap terpenting oleh rata-rata responden adalah CV Gemilang berfokus pada satu produk saja yaitu pintu sehingga CV Gemilang memiliki produk pintu yang lengkap dengan berbagai variannya dan ketika karyawan CV Gemilang yang telah tua mulai pensiun, CV Gemilang mengalami kesulitan untuk mencari karyawan yang terlatih dan berpengalaman dalam hal pemasangan pintu maupun marketing karena kurang agresif dalam melakukan pemasaran kepada konsumen dengan bobot 0,23 yang disusul dengan CV Gemilang sudah berpengalaman bekerja di bidang bisnis pintu ini selama 15 tahun sehingga sudah dikenal oleh pengguna secara luas dan dapat melakukan pemasangan secara akurat dengan bobot 0,17. Sedangkan critical success factor yang memiliki nilai terendah adalah persediaan produk pintu CV Gemilang didapatkan dengan cara mengimpor langsung produk pintu ini tanpa melalui importir sehingga CV Gemilang merupakan tangan pertama langsung dari pabrik dan mendapat support langsung dari pabrik di China dan saat ini CV Gemilang hanya memiliki supplier tunggal saja atau semua produk CV Gemilang berasal dari satu supplier saja, sehingga CV Gemilang tergantung dari suppliernya tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa responden

merasa faktor kekuatan dari CV Gemilang dipandang memiliki bobot yang lebih dipertimbangkan dibandingkan dengan kelemahan CV Gemilang.

Rating diberikan dengan cara membandingkan kekuatan perusahaan dengan rata-rata industry atau dengan pesaing utama. Semakin tinggi kekuatan perusahaan dibandingkan dengan rata-rata industry atau dengan pesaing utama maka ratingnya akan semakin tinggi. Rating diberikan dengan cara membandingkan kelemahan perusahaan dengan rata-rata industry atau dengan pesaing utama. Semakin lemah perusahaan dibandingkan dengan rata-rata industry atau dengan pesaing utama maka ratingnya akan semakin tinggi. Rating diberikan dengan skala 1-4.

**Tabel 4.11**  
**Rating Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS)**

o	<i>Critical Success Factors</i>	Rating Pemilik	Rating Karyawan 1	Rating Karyawan 2	Modus
	LENGTH				
1	CV Gemilang berfokus pada satu produk saja yaitu pintu sehingga CV Gemilang memiliki produk pintu yang lengkap dengan berbagai variannya	4	3	4	4,00
2	CV Gemilang sudah berpengalaman bekerja di bidang bisnis pintu ini selama 15 tahun sehingga sudah dikenal oleh pengguna secara luas dan dapat melakukan pemasangan secara akurat.	4	4	3	4,00
3	Persediaan produk pintu CV Gemilang didapatkan dengan cara mengimpor langsung produk pintu ini tanpa melalui importir sehingga CV Gemilang merupakan tangan pertama langsung dari pabrik dan mendapat support langsung dari pabrik di China.	4	2	4	4,00



o	<i>Critical Success Factors</i>	Rating Pemilik	Rating Karyawan 1	Rating Karyawan 2	Modus
	WEAKNESS				
1	Ketika karyawan CV Gemilang yang telah tua mulai pensiun, CV Gemilang mengalami kesulitan untuk mencari karyawan yang terlatih dan berpengalaman dalam hal pemasangan pintu maupun marketing karena kurang agresif dalam melakukan pemasaran kepada konsumen.	3	2	2	2,00
2	Harga produk pintu dari CV Gemilang lebih mahal dibandingkan pesaing	3	3	4	3,00
3	Saat ini CV Gemilang hanya memiliki supplier tunggal saja atau semua produk CV Gemilang berasal dari satu supplier saja, sehingga CV Gemilang tergantung dari suppliernya tersebut.	2	2	3	2,00

**Sumber data yang sudah diolah : Data primer, 2019**

Modus didapatkan dari jumlah yang sama dengan jumlah terbanyak, sedangkan jika didapatkan nilai yang sama maka dipilih nilai yang tinggi. Hasil perhitungan rata-rata jawaban dari responden terhadap kekuatan maupun kelemahan CV Gemilang menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki prioritas yang sama dalam kekuatan maupun kelemahannya. Perhitungan matriks IFAS secara gabungan dapat dilihat dalam tabel 4.14 sebagai berikut :

**Tabel 4.12**  
**Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS)**

No	Critical Success Factors	Rata-Rata Bobot	Modus Rating	Bobot x Rating
<b>LENGTH</b>				
1	CV Gemilang berfokus pada satu produk saja yaitu pintu sehingga CV Gemilang memiliki produk pintu yang lengkap dengan berbagai variannya	0,23	4,00	0,93
2	CV Gemilang sudah berpengalaman bekerja di bidang bisnis pintu ini selama 15 tahun sehingga sudah dikenal oleh pengguna secara luas dan dapat melakukan pemasangan secara akurat.	0,17	4,00	0,67
3	Persediaan produk pintu CV Gemilang didapatkan dengan cara mengimpor langsung produk pintu ini tanpa melalui importir sehingga CV Gemilang merupakan tangan pertama langsung dari pabrik dan mendapat support langsung dari pabrik di China.	0,10	4,00	0,40
<b>AKNESS</b>				
1	Ketika karyawan CV Gemilang yang telah tua mulai pensiun, CV Gemilang mengalami kesulitan untuk mencari karyawan yang terlatih dan berpengalaman dalam hal pemasangan pintu maupun marketing karena kurang agresif dalam melakukan pemasaran kepada konsumen.	0,23	2,00	0,47
2	Harga produk pintu dari CV Gemilang lebih mahal dibandingkan pesaing	0,17	3,00	0,50
3	Saat ini CV Gemilang hanya memiliki supplier tunggal saja atau semua produk CV Gemilang berasal dari satu supplier saja, sehingga CV Gemilang tergantung dari suppliernya tersebut.	0,10	2,00	0,20
Total IFAS				3,17

**Sumber data yang sudah diolah : Data primer, 2019**

Berdasarkan skor, dapat dilihat hasilnya adalah 3,17 yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki posisi internal yang kuat. Skor ini akan dimasukkan dalam matriks Internal Eksternal (IE). Hasil ini menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki oleh CV Gemilang lebih kuat dibandingkan dengan kelemahannya. Hasil dari matriks IFAS di atas menunjukkan bahwa skor pada kekuatan yang menunjukkan indikator kekuatan yang terkuat adalah CV Gemilang berfokus pada satu produk saja yaitu pintu sehingga CV Gemilang memiliki produk pintu yang lengkap dengan berbagai variannya. Adanya spesialisasi produk ini membuat CV Gemilang dipandang sebagai satu-satunya supplier produk yang paling lengkap.

Indikator kelemahan yang paling tinggi adalah ketika harga produk pintu dari CV Gemilang lebih mahal dibandingkan pesaing. Harga produk pintu yang dijual CV Gemilang yang lebih mahal dirasakan membuat CV Gemilang mulai sedikit kesulitan dalam memasarkan produknya karena saat ini banyak pelanggan yang lebih mempertimbangkan harga dibandingkan dengan kualitas produk.

#### **4.5 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFAS)**

Matriks EFAS dibentuk dengan cara mendaftar semua peluang dan ancaman yang masuk dalam *critical success factors*. Bobot ditentukan oleh pemilik CV Gemilang karena pemilik dipandang yang paling mengetahui kondisi perusahaan. Jumlah dari seluruh bobot adalah 1,00 dengan besar kecilnya bobot dilakukan sesuai dengan tingkat penting tidaknya factor.

**Tabel 4.13**  
**Rekap Pengisian Bobot Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan**  
**(EFAS)**

No	Critical Success Factors	Bobot Pemilik	Bobot Karyawan 1	Bobot Karyawan 2	Rata-Rata
<b>OPPORTUNITY</b>					
1	Adanya pengembangan property yang semakin pesat seperti perumahan, hotel, apartemen dan restoran membuat kebutuhan akan pintu semakin meningkat.	0,30	0,20	0,20	0,23
2	Dengan perkembangan teknologi saat ini jenis dan bahan pintu juga semakin berkembang sehingga jenis produk pintu yang dapat ditawarkan untuk dijual akan semakin bertambah seperti pintu kaca otomatis, pintu magnetic.	0,10	0,30	0,20	0,20
3	Produsen pintu saat ini juga semakin banyak sehingga ada kemungkinan untuk menambah produk pintu baru dari supplier lainnya baik dari dalam negeri maupun luar negeri.	0,20	0,20	0,20	0,20
<b>THREAT</b>					
1	Saat ini ada pembatasan terhadap produk impor yang masuk ke Indonesia. Hal ini merupakan ancaman karena seluruh produk pintu yang dijual oleh CV Gemilang berasal dari luar negeri atau impor.	0,30	0,20	0,30	0,27
2	Peningkatan jumlah pesaing juga menjadi ancaman bagi CV Gemilang, karena beberapa toko yang saat ini masih kecil dan bukan merupakan pesaing bagi CV Gemilang memiliki kemungkinan bertumbuh menjadi ancaman langsung bagi bisnis CV Gemilang di masa yang akan datang.	0,10	0,10	0,10	0,10
Total		1,00	1,00	1,00	

**Sumber data yang sudah diolah : Data primer, 2019**

Hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa critical success factor yang dianggap terpenting oleh rata-rata responden adalah saat ini ada pembatasan terhadap produk impor yang masuk ke Indonesia. Hal ini merupakan ancaman karena seluruh produk pintu yang dijual oleh CV Gemilang berasal dari luar

negeri atau impor dengan bobot 0,27 dan dari sisi peluang adalah adanya pengembangan property yang semakin pesat seperti perumahan, hotel, apartemen dan restoran membuat kebutuhan akan pintu semakin meningkat dengan bobot 0,23. Ancaman dianggap lebih besar dari peluang sebab saat ini CV Gemilang menggantungkan diri pada supplier, sehingga kalau ada pembatasan impor, maka CV Gemilang hanya memiliki sedikit produk untuk dijualnya.

Rating diberikan dengan cara melihat cara perusahaan dalam merespons peluang yang ada. Semakin baik cara perusahaan untuk merespons peluang-peluang yang ada maka ratingnya akan semakin tinggi. Rating diberikan dengan cara melihat cara perusahaan menghindari ancaman eksternal. Jika perusahaan tidak mampu untuk menghindari ancaman eksternal yang timbul maka ratingnya akan semakin tinggi. Rating diberikan dengan skala 1-4. Modus didapatkan dari jumlah yang sama dengan jumlah terbanyak, sedangkan jika didapatkan nilai yang sama maka dipilih nilai yang tinggi.

**Tabel 4.14**  
**Rating Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFAS)**

No	Critical Success Factors	Rating Pemilik	Rating Karyawan 1	Rating Karyawan 2	Modus
OPPORTUNITY					
1	Adanya pengembangan property yang semakin pesat seperti perumahan, hotel, apartemen dan restoran membuat kebutuhan akan pintu semakin meningkat.	4	4	4	4,00
2	Dengan perkembangan teknologi saat ini jenis dan bahan pintu juga semakin berkembang sehingga jenis produk pintu yang dapat ditawarkan untuk dijual akan semakin bertambah seperti	3	3	3	3,00

No	Critical Success Factors	Rating Pemilik	Rating Karyawan 1	Rating Karyawan 2	Modus
	pintu kaca otomatis, pintu magnetic.				
3	Produsen pintu saat ini juga semakin banyak sehingga ada kemungkinan untuk menambah produk pintu baru dari supplier lainnya baik dari dalam negeri maupun luar negeri.	4	2	2	2,00
THREAT					
1	Saat ini ada pembatasan terhadap produk impor yang masuk ke Indonesia. Hal ini merupakan ancaman karena seluruh produk pintu yang dijual oleh CV Gemilang berasal dari luar negeri atau impor.	4	3	3	3,00
2	Peningkatan jumlah pesaing juga menjadi ancaman bagi CV Gemilang, karena beberapa toko yang saat ini masih kecil dan bukan merupakan pesaing bagi CV Gemilang memiliki kemungkinan bertumbuh menjadi ancaman langsung bagi bisnis CV Gemilang di masa yang akan datang.	3	3	1	3,00

**Sumber data yang sudah diolah : Data primer, 2019**

Hasil pada perhitungan matriks EFAS menunjukkan bahwa hasil jawaban responden memiliki kesamaan dengan setuju akan prioritas dan kondisi dari peluang serta ancaman yang dimiliki oleh CV Gemilang saat ini. Rating dengan nilai terbesar adalah pada peluang CV Gemilang yaitu adanya pengembangan property yang semakin pesat seperti perumahan, hotel, apartemen dan restoran membuat kebutuhan akan pintu semakin meningkat, sedangkan rating terkecil adalah produsen pintu saat ini juga semakin banyak sehingga ada kemungkinan untuk menambah produk pintu baru dari supplier lainnya baik dari dalam negeri maupun luar negeri.

Pembobotan dilakukan oleh pemilik untuk mengetahui indikator-indikator peluang dan ancaman mana saja yang dianggap paling penting bagi perusahaan. Perhitungan matriks EFAS dapat dilihat dalam tabel 4.15 sebagai berikut :

**Tabel 4.15**

**Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFAS)**

No	Critical Success Factors	Rata-Rata Bobot	Modus Rating	Bobot x Rating
<b>OPPORTUNITY</b>				
1	Adanya pengembangan property yang semakin pesat seperti perumahan, hotel, apartemen dan restoran membuat kebutuhan akan pintu semakin meningkat.	0,23	4,00	0,93
2	Dengan perkembangan teknologi saat ini jenis dan bahan pintu juga semakin berkembang sehingga jenis produk pintu yang dapat ditawarkan untuk dijual akan semakin bertambah seperti pintu kaca otomatis, pintu magnetic.	0,20	3,00	0,60
3	Produsen pintu saat ini juga semakin banyak sehingga ada kemungkinan untuk menambah produk pintu baru dari supplier lainnya baik dari dalam negeri maupun luar negeri.	0,20	2,00	0,40
<b>THREAT</b>				
1	Saat ini ada pembatasan terhadap produk impor yang masuk ke Indonesia. Hal ini merupakan ancaman karena seluruh produk pintu yang dijual oleh CV Gemilang berasal dari luar negeri atau impor.	0,27	3,00	0,80
2	Peningkatan jumlah pesaing juga menjadi ancaman bagi CV Gemilang, karena beberapa toko yang saat ini masih kecil dan bukan merupakan pesaing bagi CV Gemilang memiliki kemungkinan bertumbuh menjadi ancaman langsung bagi bisnis CV Gemilang di masa yang akan datang.	0,10	3,00	0,30
Total EFAS				3,03

**Sumber data yang sudah diolah : Data primer, 2019**

Berdasarkan skor, dapat dilihat hasilnya adalah 3,03 yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki posisi eksternal yang kuat. Skor ini akan dimasukkan dalam matriks Internal Eksternal (IE). Hasil ini menunjukkan bahwa peluang bagi CV Gemilang lebih besar dibandingkan dengan ancaman bagi CV Gemilang. Hasil dari matriks EFAS menunjukkan bahwa faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman pada CV Gemilang masuk dalam kategori kuat. Hal ini berarti bahwa CV Gemilang memiliki peluang ke depan untuk meningkatkan bisnisnya namun ancaman yang timbul cukup mengancam eksistensi CV Gemilang. Peluang dengan skor tertinggi dimiliki oleh indikator Adanya pengembangan property yang semakin pesat seperti perumahan, hotel, apartemen dan restoran membuat kebutuhan akan pintu semakin meningkat. Peluang yang dianggap berpotensi adalah semakin banyaknya proyek konstruksi property akan membuat kebutuhan permintaan pintu semakin meningkat.

Namun di sisi lain CV Gemilang mendapatkan ancaman yang cukup besar CV Gemilang adalah pada ada pembatasan terhadap produk impor yang masuk ke Indonesia. Hal ini merupakan ancaman karena seluruh produk pintu yang dijual oleh CV Gemilang berasal dari luar negeri atau impor. CV Gemilang perlu mempersiapkan diri untuk menghadapi pembatasan impor, sebab seluruh produk yang dijual oleh CV Gemilang berasal dari impor.



#### 4.6 Matriks Internal – Eksternal (I-E)

Membuat Matriks Internal – Eksternal (I-E) dengan mengukur total skor bobot IFAS pada sumbu x dan total skor bobot EFAS pada sumbu y dan mengidentifikasi sembilan sel strategi perusahaan. Berdasarkan bobot pada matriks IFAS dan EFAS, didapatkan skor pada IFAS adalah sebesar 3,17 dan nilai EFAS sebesar 3,03. Maka matriks Internal-Eksternal sebagai contohnya adalah sebagai berikut:

**Gambar 4.3**

**Matriks Internal-Eksternal (IE Matrix)**

		SKOR TOTAL IFAS			
		Kuat	Rata-Rata	Lemah	
		4,0	3,0	2,0	1,0
SKOR TOTAL EFAS	Tinggi	I	II	III	
	Menengah	IV	V	VI	
	Rendah	VII	VIII	IX	
		3,0	2,0		
		2,0			
		1,0			

Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan strategi berada pada kuadran I yaitu strategi tumbuh dan bangun (*growth and build*). Strategi tumbuh dan bangun akan digunakan dengan cara pengenalan produk / jasa yang ada saat ini ke area geografi yang baru dan mencari peningkatan penjualan dengan memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa saat ini. Strategi yang tepat dalam tumbuh dan bangun ini adalah strategi intensif dan integrasi. Strategi intensif dilakukan dengan penetrasi pasar yaitu dengan cara meningkatkan wilayah penjualan CV Gemilang. Untuk strategi integrasi saat ini tidak dapat dilakukan karena untuk merger dengan pesaing, meakukan akuisisi supplier tidak realistis untuk dijalankan mengingat kondisi keuangan dari CV Gemilang yang belum memungkinkan untuk melakukannya.

Alasan pemilik memilih strategi tumbuh dan bangun dengan penetrasi pasar adalah karena CV Gemilang merupakan pemain lama di bidang penyedia / supplier pintu di kota Semarang dibandingkan pesaing, namun saat ini menghadapi persaingan maupun ancaman pembatasan impor, sehingga perlu melakukan strategi yang intensif sebelum tertinggal dalam persaingan.

#### **4.7 Matriks SWOT**

Membuat matriks SWOT dengan memasukkan faktor-faktor peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan pada kolom yang tersedia, mengkombinasikan peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan dan strategi intensif atau integrasi. untuk menghasilkan strategi SO, WO, ST, dan WT. Berdasarkan matriks IFAS dan EFAS, maka matriks SWOT dapat dibentuk seperti tabel 4.18 sebagai berikut:

Tabel 4.16

## Matriks SWOT

<b>ANALISIS SWOT</b>	<p style="text-align: center;"><b><u>Strengths (S)</u></b></p> <p>S1: Fokus pada produk pintu saja S2: Berpengalaman selama 15 tahun di bisnis pintu. S3: Produk impor, impor dilakukan sendiri.</p>	<p style="text-align: center;"><b><u>Weakness (W)</u></b></p> <p>W1: Kesulitan mencari karyawan yang terlatih. W2: Harga mahal W3: Adanya ketergantungan dari supplier</p>
<p style="text-align: center;"><b><u>Opportunities (O)</u></b></p> <p>O1: Pengembangan property yang pesat (kebutuhan meningkat) O2: Jenis produk pintu yang semakin banyak O3: Pertumbuhan jumlah produsen pintu</p>	<p style="text-align: center;"><b><u>Strategi S-O</u></b></p> <p><b>Strategi</b> : Aktif mengikuti tender proyek property besar (S1, S2, S3, O1)</p>	<p style="text-align: center;"><b><u>Strategi W-O</u></b></p> <p><b>Strategi</b> : Menambah jumlah karyawan dan pelatihan kompetensi (W1, O1)</p> <p><b>Strategi</b> : Menambah varian lini produk pintu second liner dengan harga terjangkau (W2, O2, O3)</p>
<p style="text-align: center;"><b><u>Threats (T)</u></b></p> <p>T1: Pembatasan impor T2: Peningkatan jumlah pesaing</p>	<p style="text-align: center;"><b><u>Strategi S-T</u></b></p> <p><b>Strategi</b> : Menjadi distributor resmi produk pintu buatan Indonesia (S1, S2, T1)</p>	<p style="text-align: center;"><b><u>Strategi W-T</u></b></p> <p><b>Strategi</b> : Memproduksi pintu sendiri (W2, W3, T1, T2)</p>

Sumber data yang sudah diolah : Data primer, 2019

Berdasarkan matriks SWOT, maka dapat dirumuskan enam alternative strategi menurut responden yang terdiri dari 1 orang pemilik dan 2 orang karyawan CV Gemilang. Berikut adalah analisis masing-masing strategi berdasarkan hasil diskusi antar responden.

#### 4.7.1 Analisis Strategi S-O

Strategi ini menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar perusahaan. Alternatif strategi yaitu Aktif mengikuti tender proyek property besar.

CV Gemilang sebaiknya mampu untuk lebih agresif dalam mengambil peluang-peluang bisnis terutama mengikuti berbagai tender pada proyek property besar seperti proyek pembangunan Tentrem, apartemen, rumah sakit, restoran dan tempat karaoke serta mengikuti tender-tender pengadaan pada pembangunan kantor instansi pemerintah untuk meningkatkan omset dari CV Gemilang.

#### **4.7.2 Analisis Strategi W-O**

Strategi ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan-kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal. Alternative strategi W-O adalah menambah jumlah karyawan dan pelatihan mandiri, dan menambah varian lini produk pintu second liner dengan harga terjangkau.

CV Gemilang saat ini perlu untuk meningkatkan jumlah karyawan dengan cara melakukan rekrutmen karyawan yang memiliki usia lebih muda untuk meregenerasi karyawan yang sudah hampir pensiun. CV Gemilang perlu untuk memiliki karyawan baru dengan keterampilan yang sama dengan karyawan yang sudah hampir pensiun, sehingga karyawan yang sudah senior perlu untuk mentrasfer pengetahuan yang dimilikinya kepada karyawan baru sebelum karyawan senior pensiun. Dengan adanya pelatihan one on one antara karyawan senior dengan karyawan baru, diharapkan transfer pengetahuan akan lebih efektif karena satu orang karyawan senior hanya perlu mentraining satu orang karyawan baru saja.

Strategi lain adalah CV Gemilang perlu untuk menambah varian produknya karena berdasarkan hasil didapatkan salah satu kelemahan dari CV Gemilang adalah harga pintu yang dijualnya terlalu mahal, sehingga CV Gemilang perlu untuk menambah varian produk pintu yang merupakan secondary liner atau produk dengan diberi merk berbeda yang memiliki harga dasar lebih rendah. Tujuannya adalah dengan adanya harga lebih rendah, maka CV Gemilang mampu untuk menjangkau lebih banyak konsumen dengan kelas ekonomi yang berbeda sehingga CV Gemilang dapat melakukan penjualan dengan lebih baik

#### **4.7.3 Analisis Strategi S-T**

Melalui strategi ini, perusahaan berusaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman-ancaman eksternal. Alternative strategi S-T adalah menjadi distributor resmi produk pintu buatan Indonesia.

Dengan adanya ancaman pembatasan impor, maka CV Gemilang perlu untuk mencoba untuk beralih menggunakan pintu yang dibuat oleh perusahaan produsen pintu dari dalam negeri. Pengalaman yang dimiliki oleh CV Gemilang selama 15 tahun membuat CV Gemilang akan mampu melakukan pemilihan produk dari produsen pintu yang dirasakan memiliki kualitas produk yang baik dan mampu membawa keuntungan bagi CV Gemilang. Hal ini selain menambah lini produk dari CV Gemilang, juga merupakan langkah antisipasi jika pembatasan impor yang lebih ketat diberlakukan di kemudian hari.

#### 4.7.4 Analisis Strategi W-T

Strategi ini merupakan taktik untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman. Alternative strategi W-T adalah memproduksi pintu sendiri.

Dengan melihat kebutuhan pasar saat ini, kebutuhan produk pintu diharapkan di masa depan akan mengalami peningkatan. Karena adanya pembatasan impor, semakin banyak pesaing, harga mahal dan ketergantungan CV Gemilang terhadap supplier, salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh CV Gemilang adalah memproduksi pintu sendiri, dengan kata lain, CV Gemilang naik kelas menjadi sebuah produsen pintu. Dengan memproduksi sendiri pintu, maka CV Gemilang akan dapat menurunkan biaya operasional, menurunkan ketergantungan terhadap supplier, menurunkan harga jual dan mengubah posisi persaingannya dengan pesaing yang dulunya sebagai pesaing dapat menjadi supplier.