

Em.
658.575
Sub.
or
197.

ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR PENYUSUNAN STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK BARU STUDI KASUS PADA PT. CALISTAPRIMA PIRANTIINDAH CLASSIC FURNITURE

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi persyaratan untuk menempuh
ujian akhir Program S1
Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen




Disusun Oleh :

Nama : Yohanes Agus Subagyo
NIM : 92.30.1202
NIRM : 92.6.111.02016.50037
Jurusan : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

1997

	PERMUTAKAAN
No. Inv.	190 / E / C-1
Th. Angg.	1997 COM98
PARAP.	<i>JB</i> TEL. 10-11-97



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

Jl. Pawiyatan Luhur IV/1 Bendan Duwur Semarang - 50234

Telp. (024) 316142 - 441555 (hunting)

Fax. (024) 415429 E-Mail : unika@Semarang.wasantara.net,id Po. Box. 8033/SM

Badan Hukum : Yayasan Sandjojo

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

BUKTI PENYELESAIAN REVISI SKRIPSI

NAMA : Yohanes Agus Subagyo.

NIM : 92 . 30 . 1202

NIRM : 92.6.111.02016.50037.

SKRIPSI SUDAH DISELESAIKAN UNTUK DISETUJUI :

YANG BERTANDA TANGAN DI BAWAH INI :

PANITIA PENGUJI

NAMA

TANDA TANGAN

1. Drs. J. Sugiarto, PH, SU.
2. Drs. R. Bowo. Harcahyo, MBA.
3. Ben. Karno, SE, M1...

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

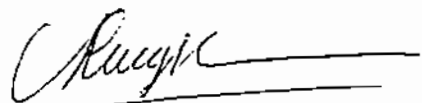
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : YOHANES AGUS SUBAGYO
NIM : 92.30.1202
NIRM : 92.6.111.02016.50037
FAKULTAS : EKONOMI
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR PENYUSUNAN
STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK BARU
STUDI KASUS PADA PT. CALISTAPRIMA
PIRANTIINDAH CLASSIC FURNITURE

Disetujui di Semarang

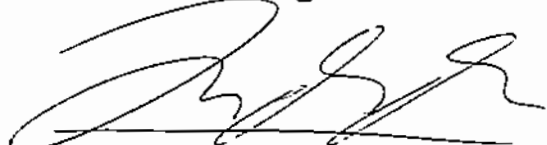
Pada tanggal : 16-7-1997

Pembimbing I



Drs. Alex Emyll, MSP

Pembimbing II



Ben. Karno BP. SE,MM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disahkan oleh Panitia
Penguji dalam sidang :

Hari : Selasa

Tanggal : 19 Agustus 1997

Yang bertanda tangan dibawah ini Panitia Penguji :

Penguji :

Tanda Tangan :

I. Dra. Retno Yustini, MSi

II. Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA

III. B. Karno Budi P, SE, MM

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata

(Komala Inggarwati, SE, MM)

HALAMAN PERSEMBAHAN



Skripsi ini kupersembahkan untuk :
Orang tuaku, Kakak-kakaku, dan
adikku tercinta serta sahabat-
sahabatku yang baik yang telah
mendorong dan mendukung saya
sehingga saya dapat menyelesaikan
skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul " Analisis SWOT Sebagai Dasar Penyusunan Strategi Pengembangan Produk Baru Studi Kasus Pada PT. Calistaprima Pirantiindah Classic Furniture".

Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk melengkapi tugas dalam memenuhi syarat untuk menempuh program S1 pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Selama penelitian hingga selesainya penyusunan skripsi ini telah banyak menerima bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Komala Inggarwati, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberi izin serta sarana-sarana yang penulis perlukan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Alex Emyll, MSP. (Dosen Pembimbing I) dan Bapak Ben. Karno BP. SE, MM (Dosen Pembimbing II) yang telah memberikan tuntunan dan bimbingan sehingga tersusun skripsi ini.

3. Bapak Agustinus Rachmiyono selaku pimpinan perusahaan PT. Calistaprima Pirantiindah Classic Furniture, yang membantu penulis dalam proses pengumpulan data di lapangan.
4. Seluruh karyawan perusahaan PT.Calistaprima Pirantiindah yang telah memberikan keterangan dan informasi yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak, ibu, kakak, dan adikku yang banyak memberikan doa dan dorongan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
6. Rekan-rekanku dan berbagai pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu.

Di dalam penyusunan skripsi ini mengingat sempitnya pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki, maka sudah barang tentu terdapat banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu saran dan petunjuk dari semua pihak yang nantinya dapat digunakan untuk perkembangan skripsi ini.

Namun demikian penulis berharap semoga karya ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu ekonomi, khususnya Ekonomi Manajemen.

Semarang, 14 Juli 1997

Penulis

ABSTRAK

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin tajam menuntut kemampuan bersaing dari setiap perusahaan yang ada untuk merebutkan peluang-peluang pasar yang tersedia agar dapat tetap terjaga kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini menuntut perusahaan harus selalu mengantisipasi selera konsumen yang terus berubah. Untuk itu perusahaan harus melakukan pengembangan produk agar produk sesuai dengan keinginan konsumen sehingga produk akan menang bersaing dalam pasar. Banyak faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam melakukan pengembangan produk, oleh sebab itu perusahaan perlu mempersiapkan strategi dengan perencanaan penyusunan yang tepat, sehingga akan berhasil dalam memasarkan produknya dipasaran.

Melihat pentingnya aspek strategi pengembangan produk baru bagi suatu perusahaan, maka penulis merasa tertarik melakukan penelitian untuk mendapatkan gambaran mengenai rencana penyusunan strategi pengembangan produk baru. Untuk itu penulis melakukan penelitian pada PT. Calistaprima Pirantiindah di jalan Candi Pawon Timur VII/20 Panjangan RT. 07 RW. 07 Semarang. Perusahaan ini memproduksi barang-barang furniture yang berbentuk klasik.

Dalam skripsi ini penulis mencoba menganalisis tentang faktor-faktor lingkungan intern dan lingkungan ekstern yang akan mempengaruhi suatu strategi pengembangan produk baru. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui gambaran yang jelas mengenai faktor-faktor lingkungan intern yang akan merupakan kekuatan atau kelemahan dan faktor-faktor lingkungan ekstern yang akan merupakan kesempatan atau tantangan yang

mempengaruhi perusahaan dalam menyusun strategi pengembangan produk baru.

Untuk dapat menganalisis suatu perusahaan tentu saja harus banyak mengetahui tentang keadaan perusahaan yang akan dianalisis, terutama berkaitan dengan analisis data yang akan dilakukan. Dalam hal ini analisis data yang dilakukan bersandar pada kondisi lingkungan ekstern dan lingkungan intern PT. Calistaprima Pirantiindah. Alat analisis yang digunakan adalah analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunity, and Threats). Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, sedangkan prosedur pengumpulan data diperoleh melalui wawancara, melihat dokumen dan mengadakan pengamatan.

Dalam melakukan pengembangan produk baru PT. Calistaprima Pirantiindah di dorong oleh adanya keinginan perusahaan untuk memperluas pasar dan keinginan perusahaan untuk meningkatkan laba. Disamping itu juga faktor ekstern yaitu semakin meningkatnya persaingan didalam pasar dan konsumen yang semakin selektif serta adanya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Sedangkan faktor-faktor yang menghambat perusahaan dalam melakukan pengembangan produk antara lain kurangnya gagasan, mahalnya proses pengembangan produk baru dan terbatasnya modal.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas penilaian keadaan pemasaran mendekati nilai B yaitu sebesar 3,85. Hal ini menunjukkan bahwa keadaan pemasaran PT. Calistaprima Pirantiindah kuat, terbukti bahwa daerah pemasaran PT. Calistaprima Pirantiindah cukup luas, kualitas produk dan layanan yang sudah dikenal baik di pasar, tenaga penjualan yang berpengalaman, informasi pemasaran yang cepat dan kemampuan perencanaan pemasaran yang baik. Keadaan ini merupakan kekuatan bagi PT. Calistaprima Pirantiindah. Mayoritas penilaian keadaan

kegiatan produk sebesar 3,5. Ini menunjukkan bahwa keadaan kegiatan produksi perusahaan kuat. Hal ini merupakan kekuatan bagi perusahaan. Disamping itu mayoritas penilaian keadaan produk sebesar 3,75, ini juga merupakan kekuatan bagi perusahaan.

Faktor-faktor intern lainnya yaitu faktor keuangan, faktor manajemen, faktor sumber daya manusia dan faktor riset and developmen, hasil dari penilaian keadaan tersebut, menunjukkan keadaan bidang-bidang tersebut hanya dalam keadaan rata-rata dibandingkan dengan para pesaing. Jadi belum merupakan kekuatan dalam industri namun juga tidak merupakan kelemahan karena untuk saat sekarang ini pada kuantitas produksi seperti pada saat ini masih cukup dan dapat diterima atau dilangsungkan karena tidak menjadikan masalah bagi perusahaan.

Dari penilaian lingkungan menunjukkan faktor lingkungan sosial ekonomi yang cukup baik dengan rata-rata nilai mayoritas sebesar 3,69. Hal ini merupakan kesempatan bagi perusahaan. Disamping itu faktor lingkungan konsumen juga menunjukkan tanggapan konsumen terhadap produk cukup baik, terbukti hasil mayoritas penilaian sebesar 3,67. Faktor lingkungan pemasok rata-rata penilaian sebesar 3,75, ini juga menunjukkan bahwa lingkungan pemasok memberikan peluang yang cukup kuat bagi perusahaan. Sebaliknya penilaian lingkungan pesaing menunjukkan nilai sebesar 2,75, ini berarti lingkungan pesaing merupakan ancaman bagi perusahaan. Didalam faktor lingkungan lainnya yaitu faktor lingkungan teknologi dan faktor lingkungan pemerintah bersifat netral berarti tidak memberikan pengaruh yang berarti bagi perusahaan.

Dari profil kesempatan dan ancaman lingkungan yang dipadukan dengan profil keunggulan strategis dapat di ketahui gambaran situasi strategis atau posisi

PT. Calistaprima Pirantiindah, posisi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan mengalami tantangan yaitu dari pesaing yang bobotnya tidak begitu besar namun memiliki dampak cukup besar, tetapi dilain pihak memiliki kekuatan pemasaran yang kuat, kegiatan produksi dan produk yang cukup kuat, disamping juga adanya kesempatan atau peluang keadaan konsumen dan pemasok yang cukup kuat.

PT. Calistaprima Pirantiindah mempunyai kelemahan yang perlu diatasi dan mendapat tantangan dari pesaing, namun dengan kondisi kekuatan perusahaan yang cukup kuat dan adanya peluang pasar yang cukup besar membuat PT. Calistaprima Pirantiindah mampu mengembangkan usahanya.

Proses pengembangan produk yang dilakukan PT. Calistaprima Pirantiindah adalah :

1. Penciptaan ide.

Penciptaan ide atau gagasan berasal dari pimpinan perusahaan, bagian produksi, salesman dan karyawan lain serta dari luar perusahaan yaitu penyalur dan pesaing.

2. Penyaringan ide.

Ide-ide yang muncul dibahas bersama dalam rapat pimpinan dan staff.

3. Pengembangan dan pengujian konsep.

Ide yang telah dipilih dikembangkan, selanjutnya bagian produksi mengubah konsep produk menjadi produk yang nyata.

4. Pengembangan strategi pemasaran.

Produk baru perusahaan akan dijual pada pasar yang sudah dikuasai dengan saluran distribusi yang sudah ada.

5. Analisa bisnis.

Perusahaan melakukan analisis bisnis. Apakah pengembangan produk tersebut perlu dan dapat mendatangkan keuntungan.

6. Pengembangan produk.

Dari analisis bisnis produk yang dinyatakan layak untuk dikembangkan, maka dibagian produksi produk tersebut dikembangkan.

7. Pengujian pasar.

PT. Calistaprima Pirantiindah tidak melakukan pengujian pasar.

8. Komersialisasi.

Produk baru yang sukses dipasaran dan banyak diminati konsumen akan diproduksi lebih besar.



DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR BAGAN	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Sintematika Penulisan	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Tinjauan Pustaka	8
2.1.1. Pengertian Strategi Pengembangan Produk	8
2.1.2. Analisis Lingkungan	10

	2.1.3. Analisis Keunggulan	
	Strategis	16
	2.1.4. Hubungan Pengembangan	
	Produk Dengan Siklus	
	Kehidupan Produk	20
	2.1.5. Faktor-Faktor Yang Mendorong	
	Pengembangan Produk Baru	23
	2.1.6. Strategi Pengembangan Produk	
	Baru	25
	2.1.7. Kegagalan Suatu Produk Baru .	33
	2.2. Kerangka Pikir	36
	2.3. Definisi Operasional.....	38
BAB	III. METODE PENELITIAN	41
	3.1. Lokasi Penelitian	41
	3.2. Metode Pengumpulan Data	42
	3.3. Metode Analisa Data	43
BAB	IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	55
	4.1. Gambaran Umum Perusahaan	55
	4.1.1. Sejarah Berdirinya	
	Perusahaan	55
	4.1.2. Lokasi Perubahan	56
	4.1.3. Struktur Organisasi.....	58
	4.1.4. Pemasaran.....	63
	4.1.5. Produksi	64
	4.1.6. Personalia	68

4.1.7. Aspek Penelitian dan Pengembangan	69
4.1.8. Keuangan	70
4.2. Analisis dan Pembahasan	71
4.2.1. Faktor-faktor Yang Mendorong PT. Calistaprima Pirantiindah Melakukan Pengembangan Produk	71
4.2.2. Faktor-faktor Yang Menghambat PT. Calistaprima Pirantiindah Dalam Melakukan Pengembangan Produk ...	73
4.2.3. Pelaksanaan Tahap-tahp Pengembangan Produk Pada PT. Calistaprima Pirantiindah	74
4.2.4. Penilaian Keadaan	84
4.2.5. Analisis SWOT	95
EAB V. PENUTUP	101
5.1. Kesimpulan	101
5.2. Saran-Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	111

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Model Manajemen Strategi	10
Tabel 2.2. Proses Perumusan Strategi	13
Tabel 3.1. Bentuk Analisis SWOT	44
Tabel 3.2. Penilaian Keadaan	45
Tabel 3.3. Penilaian Lingkungan	48
Tabel 3.4. Konsep Profil Kesempatan dan Tantangan Lingkungan	51
Tabel 3.5. Profil Keunggulan Strategis	53
Tabel 3.6. Situasi Strategis	53
Tabel 4.1. Penilaian Keadaan Pemasaran	84
Tabel 4.2. Penilaian Keadaan Kegiatan Produksi ...	85
Tabel 4.3. Penilaian Keadaan Produk	86
Tabel 4.4. Penilaian Keadaan Keuangan	87
Tabel 4.5. Penilaian Keadaan Manajemen	88
Tabel 4.6. Penilaian Keadaan Sumber Daya Manusia..	89
Tabel 4.7. Penilaian Keadaan Riset dan Development	90
Tabel 4.8. Penilaian Lingkungan Faktor Lingkungan Sosial Ekonomi	91
Tabel 4.9. Penilaian Lingkungan Teknologi	92
Tabel 4.10. Penilaian Lingkungan Konsumen	92
Tabel 4.11. Penilaian Lingkungan Pemasok	93
Tabel 4.12. Penilaian Lingkungan Pesaing	94
Tabel 4.13. Penilaian Lingkungan Pemerintah	94
Tabel 4.14. Analisis SWOT	95
Tabel 4.15. Analisis SWOT	97

Tabel 4.16. Profil Kesempatan Dan Ancaman Lingkungan	98
Tabel 4.17. Profil Keunggulan Strategis	98
Tabel 4.18. Situasi Strategis PT. Calistaprima Pirantiindah.....	99



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Siklus Hidup Produk	21
Gambar 2. Mortalisasi Gagasan Produk Baru	34
Gambar 3. Kerangka Pikir	37
Gambar 4. Struktur Organisasi PT. Calistaprima Pirantiindah	60



The watermark logo of Universitas Soegijapranata is a yellow shield-shaped emblem with a scalloped border. Inside the shield, there is a stylized white and grey figure resembling a bird or a flame, with an open book at its base. The text 'UNIVERSITAS SOEGIJAPRANATA' is written in a circular path around the central figure, and 'DAFTAR BAGAN' is written across the top of the shield.

Bagan 1. Proses Perumusan Strategi	20
Bagan 2. Bagan Kerja Tentang Proses Pengemba- ngan Produk	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Daftar Pertanyaan	111
Lampiran II. Penilaian Keadaan	117
Lampiran III. Daftar Penjualan	129
Lampiran IV. Daftar Produk	130

