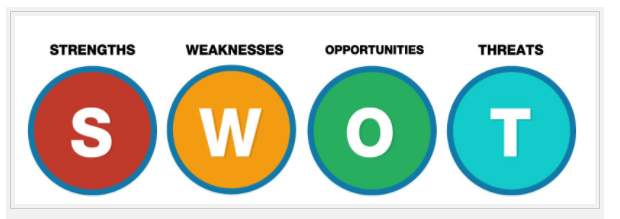
**ANALISIS SWOT CV.KREASI BUNDA CHANIAGO**

****

|  |  |
| --- | --- |
| A.Faktor Internal | B.Faktor Eskternal |
| **1.Kekuatan** | **3.Peluang** |
| a. Tenanga Kerja Handal | a. Pelanggan Loyal |
| b. Menghasilkan Produk yang Baik | b. Citra Produk Baik |
| c. Kualitas Bahan Baku yang dipakai Baik | c. Hubungan baik dengan pemasok bahan baku |
| d. Tempat Usaha yang strategis | d. Kemajuan Teknologi Untuk Pemasaran |
| e.Harga Produk Terjangkau |  |
| **2.Kelemahan** | **4. Ancaman** |
| a. Seringnya terjadi kekosongan boneka jadi di gudang | a. Keberadaan Perusahaan sejenis yang lebih modern |
| b. Biaya produksi yang cukup tinggi | b. Kenaikan Biaya Produksi |
| c.Promosi Kurang | c. Minat Pelanggan Menurun |
| d. Seringnya kekosongan bahan baku untuk produksi |  |

**1. Analisis Matriks IFE dan Matriks EFE**

**a. Analiss Matriks IFE**

Hasil analisis matriks IFE terdapat pada Tabel 1 Matriks IFE. Berdasarkan Tabel 1, faktor internal yang menjadi kekuatan utama CV. Kreasi Bunda Chaniago adalah tenaga kerja yang handal, menghasilkan produk yg baik harga produk terjangkau dan tempat usaha yang strategis. Hal ini dapat dilihat dari kapasitas produksi boneka perhari yg banyak. Sementara itu lemahan dominan yang dihadapi adalah kegiatan promosi dan biaya produksi. Selama ini para Distributor sebagian besar mendapatkan infromasi dari teman sedangkan promosi melalui media masa untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas belum tersentuh. Biaya produksi yang tinggi bisa menyebabkan kendala dalam meningkatkan omzet Penjualan.

Tabel 1 Matriks IFE

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Faktor Internal | Bobot(a) | Rating (b) | Skor |
| **Kekuatan** |  |  |  |
| a. Tenanga Kerja Handal | 0.15 | 4 | 0,6 |
| b. Menghasilkan Produk yang Baik | 0.1 | 3 | 0,3 |
| c. Kualitas Bahan Baku yang dipakai Baik | 0.15 | 3 | 0,45 |
| d. Harga Produk terjangkau | 0.1 | 4 | 0.4 |
|  |  |  | **1,75** |
| **Kelemahan** |  |  |  |
| a. Seringnya terjadi kekosongan produk jadi di gudang | 0.1 | 1 | 0.1 |
| b. Biaya produksi yang cukup tinggi | 0.15 | 2 | 0,3 |
| c.Promosi Kurang | 0.15 | 2 | 0.3 |
| d. Seringnya kekosongan bahan baku untuk produksi | 0.1 | 1 | 0.1 |
|  |  |  | **0.8** |

**b. Analisis Matriks EFE**

Hasil analisis matriks EFE terdapat di Tabel 2. Faktor eskternal yang menjadi peluang utama bagi pengembangan usaha CV.Kreasi Bunda Chaniago adalah loyalitas Pelanggan pada CV.Kreasi Bunda Chaniago selema ini disebabkan sudah adanya hubungan bisnis yang cocok baik dari segi finansial maupun mutu dari barang. Faktor ini sangan mendukung usaha dalam mempertahankan kapasitas produksi dan penjualan barang. Sedangkan ancaman utama bagi keberlangsungan usaha adalah adanya keberadaan usaha sejenis di regional subang pabuaran dan kenaikan biaya produksi yang akan berpengaruh terhadap harga barang yang menyebabkan minat pelanggan menurun.

Tabel 2 Matriks FEE

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Faktor Eksternal | Bobot  (a) | Rating  (b) | Skor  (axb) |
| Peluang |  |  |  |
| a. Pelanggan Loyal | 0.17 | 4 | 0,68 |
| b. Citra Produk Baik | 0.17 | 3 | 0.51 |
| c. Hubungan baik dengan pemasok bahan baku | 0.15 | 3 | 0.51 |
| d. Kemajuan Teknologi Untuk Pemasaran | 0.1 | 2 | 0,2 |
|  |  |  | **1.9** |
| Ancaman |  |  |  |
| a. Keberadaan Perusahaan sejenis yang lebih modern | 0.15 | 1 | 0.15 |
| b. Kenaikan Biaya Produksi | 0.1 | 2 | 0.2 |
| c. Minat Pelanggan Menurun | 0.16 | 3 | 0.48 |
|  |  |  | **0.83** |

**3. Analisis Matriks SWOT**

Perumusan strategi dilakukan dengan mengkombinasikan berbagai faktor yang telah diidentifikasi dan dikelompokkan. Hasil perumusan dikelompokkan menjadi empat kelompok perumusan strategi yang terdiri dari strategi Kekuatan-Peluang (S-O), strategi Kekuatan-Ancaman (S-T), Strategi Kelemahan-Peluang (W-O) dan strategi Kelemahan-Ancaman (W-T)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Faktor Internal  Faktor Eksternal | Kekuatan(S)  1. Tenaga Kerja Handal  2. Menghasilkan Produk Yang Baik  3.Kualitas Bahan Baku Yang Dipakai Baik  4. Harga Produk terjangkau | Kelemahan(W)  1.Seringnya Terjadi Kekosongon Produk Jadi  Di Gudang.  2.Biaya produksi Yang Cukup Tinggi  3.Promosi Kurang  4.Seringnya Kekosongan Bahan Baku untuk Produksi |
| Peluang(O)  1.Pelanggan Loyal  2.Citra Produk Baik  3.Hubungan Baik dengan Pemasok Bahan Baku  4.Kemajuan Teknologi Untuk Pemasaran | Strategi S-O  a. Menciptakan Inovasi dan variasi Produk dengan harga yang murah dan memasarkannya dengan Memanfaatkan Teknologi pemasaran yg berkembang sekarang  (S1,S2,S3,S4,O4) | Strategi W-O  1.Memanfaatkan Hubungan baik Pemasok untuk bisa mendapatkan pasokan bahan baku yang lebih dengan harga yang murah(W2,W4,O3) |
| Ancaman (T)  1. Keberadaan Perusahaan sejenis yang lebih modern  2. Kenaikan Biaya Produksi  3. Minat Pelanggan Menurun | Strategi S-T  1. Konsisten mempertahankan produktivitas untuk diterima di pasar  (T1,T2,T3, S2,S3)  2.Meningktkan Loyalitas Pelanggan/Konsumen(T1,T2,S3,S4)  3.Membina Hubungan baik dengan Pelanggan dan Pemasok (S2,S3,S4,T1,T3) | Strategi W-T  1.Mengadakan Pelatihan Karyawan tentang mutu Untuk Meningkatkan Produksi  (O1,O4,W3)  2.Mengembangkan Kemitraan dengan Perusahaan yang lebih besar (W1,W2,W3,W4,T2). |

Nama : Disca Amelia

NIM : 10114345

KK : A (Sistem Informasi)

Judul : Pembangunan *Supply Chain Management* Di CV. Kreasi

Bunda Chaniago

Sesi : Perbaikan Sesi 1