



+62 813 8765 4578

+62 813 8765 4578

<https://dinastirev.org/JMPIS>

dinasti-info@gmail.com

ANALISIS SWOT PADA PT OCEANIAS TIMBER PRODUCTS

Yohan Tirtayasa

Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia

ARTICLE INFORMATION

Received: 27 April 2020

Revised: 7 Mei 2020

Issued: 12 Mei 2020

(filled in by Editor)

Corresponding author: first author

E-mail:

yohan.tirtayasa@gmail.com



DOI:10.38035/JMPIS

Abstrak: Setiap perusahaan dalam sebuah industry mempunyai strategi bersaing agar dapat bertahan terhadap perusahaan pesaingnya yang lain dan dapat mempertahankan eksistensinya dalam dunia bisnis. Agar lebih memahami dengan jelas mengenai strategi-strategi berbisnis suatu perusahaan maka dengan ini penulis melakukan studi penelitian terhadap PT. Oceanias Timber Products. PT. Oceanias Timber Products merupakan perusahaan kayu olahan/*moulding*. Dalam era globalisasi ini pertumbuhan pasar selalu meningkat dari tahun ke tahun dan karenanya adalah penting untuk mempelajari analisis SWOT dari PT. Oceanias Timber Products. Berdasarkan strategi bersaing yang telah dikemukakan, permasalahan. Permasalahan yang muncul dalam penelitian ini strategi apa yang efektif untuk memasuki pasar Internasional serta bagaimana prospek PT. Oceanias Timber Products untuk memasuki pasar Internasional. Melalui hasil penelitian dari Analisa SWOT strategi yang paling efektif digunakan untuk memasuki pasar Internasional dengan menggunakan *direct selling*. *Direct selling* ini dilakukan untuk mengurangi biaya *trading company*.

Kata Kunci: Strategic management, analisis SWOT, matriks SWOT

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan dalam sebuah industri mempunyai strategi bersaing. Untuk mengatasi atau mengantisipasi kesulitan tersebut, setiap perusahaan tentunya memiliki strategi masing-masing dalam berbisnis. Perlu diingat bahwa persaingan terjadi karena adanya persaingan di setiap masing-masing perusahaan. Perusahaan yang masih exist untuk dapat semakin membuktikan atau menunjukkan keberadaannya harus dapat bersikap luwes terhadap perubahan yang terjadi, salah satunya tentunya dengan memiliki wawasan yang luas tentang perubahan tersebut. Dimana perubahan strategis dapat memberikan manfaat terbesar, serta menyoroti bidang-bidang dimana kecendrungan industri menjanjikan adanya peluang atau ancaman yang terbesar. Kemudian hal mendasar dalam menjalankan bisnisnya adalah persoalan tepatkah strategi itu dipergunakan oleh perusahaan tersebut. Salah satu pendekatan dalam merumuskan strategi adalah mencari posisi di pasar dimana suatu perusahaan dapat memenuhi sasarannya tanpa mengancam pesaingnya. Oleh karena itu, mengenali dan membaca isyarat-isyarat pasar sangat penting untuk mengembangkan strategi bersaing. Dalam kebanyakan hal, perusahaan harus memaksa para pesaingnya untuk melakukan kompromi atas

tujuan-tujuan mereka agar perusahaan ini dapat mencapai sasarannya. Untuk melakukan ini, perusahaan tentunya perlu mencapai strategi yang dapat diandalkan dalam menghadapi persaingan yang ada dan pendatang baru melalui keunggulan-keunggulan yang nyata. Dengan demikian diperlukan adanya analisis tentang tujuan pesaing, karena hal ini membantu perusahaan menghindarkan gerakan strategi yang akan memancing peperangan sengit karena mengancam kemampuan pesaing dalam mencapai tujuan utamanya. Apabila strategi yang diterapkan oleh perusahaan tersebut tidak sesuai dengan keadaannya, maka strategi tersebut akan mengakibatkan kegagalan bagi perusahaan tersebut. Strategi perusahaan untuk tiap bidangnya di dalamnya pun berbeda-beda, mulai bagian produksi, distribusi dan penjualan. Target perusahaan yang akan dicapai oleh suatu perusahaan tentunya harus didukung dengan adanya suatu strategi yang tepat agar perusahaan dapat mengalami peningkatan kualitas usahanya. Strategi bersaing yang efektif mencakup tindakan-tindakan menyerang ataupun bertahan guna menciptakan posisi bertahan yang aman terhadap kekuatan pesaing yang ada. Tindakan-tindakan tersebut merupakan tindakan peperangan terhadap persaingan yang semakin ketat dan pertahanan apabila mengaggap pesaing yang lain lebih unggul dari dirinya. Dalam mempertimbangkan gerakan ofensif dan defensif, perlu diperhatikan tingkat ketidakstabilan secara umum dalam industri atau kondisi keseluruhan industri.

Agar lebih mengerti dengan jelas mengenai strategi-strategi berbisnis suatu perusahaan maka dengan ini saya menjelaskan tentang PT. Oceanias Timber Products, suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang industry *moulding*. Kapasitas terpasang dari pabrik tersebut $\pm 1000\text{m}^3$ / bulan dan produksi saat ini tidak maksimal yaitu rata-rata $\pm 300\text{m}^3$ / bulan. Adapun hasil produksinya berupa kayu setengah jadi untuk di ekspor ke Eropa, Korea dan Amerika Serikat $\pm 65\%$ sisanya $\pm 35\%$ dipasarkan untuk kebutuhan dalam negeri. Untuk bahan baku berasal dari lokal.

Setiap perusahaan tentunya memiliki faktor internal dan eksternal yang berbeda, oleh karena itu tentunya strategi yang dipergunakan akan berbeda-beda pula, belum tentu strategi yang dipergunakan oleh suatu perusahaan dapat dipergunakan oleh perusahaan lain. Oleh karena itu sangatlah perlu bagi kita untuk mempelajari strategi bisnis dasar agar kita dapat mengetahui penerapan strategi yang tepat bagi suatu perusahaan

Pembahasan strategi bersaing dalam penulisan ini sangat luas dan mencakup strategi bersaing dalam pasar Internasional, mengingat PT. Oceanias Timber Products merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang ekspor. Di dalam pasar internasional menghubungkan transaksi bisnis yang dilakukan antar negara, yakni satu negara dengan negara lain. Seiring dengan era globalisasi, Indonesia adalah negara yang menerapkan pasar bebas, dimana pihak asing akan dengan bebas berdagang dan bertransaksi di wilayah Indonesia. Pasar bebas tentunya akan membawa dampak pengaruh yang besar bagi Indonesia. Dampak positif tentunya sudah pasti perdagangan dan bisnis di Indonesia akan semakin maju dengan adanya produk-produk yang bervariasi yang ditawarkan dari berbagai negara. Konsumen pun akan memiliki banyak pilihan yang bervariasi dalam menentukan kebutuhan yang akan dibelinya. Akan tetapi, dengan semakin bebasnya perdagangan, pengusaha Indonesia harus semakin kreatif dan meningkatkan profesionalismenya dalam memuaskan konsumennya. Jika tidak tentunya konsumen akan lebih berpihak pada produk-produk yang ditawarkan pengusaha asing tersebut. Jika hal ini terjadi, maka dampak negatifnya adalah konsumen kurang menyukai produk lokal, dan hal ini akan sangat berpengaruh besar terhadap pembangunan bangsa Indonesia.

. Sebelum memasuki Analisa SWOT tentunya setiap perusahaan memiliki visi dan misi. Berikut visi dan misi dari PT. Oceanias Timber Product.

Visi:

- Menjadi industri perkayuan terpadu terbaik di dunia dan bertanggung jawab secara social.

- Memberikan solusi dengan menghasilkan produk-produk ramah terhadap lingkungan yang menggunakan bahan baku dari hutan yang dikelola secara lestari

Misi:

- Mengelola kelompok usaha industry perkayuan terpadu di bidang *moulding*
- kayu lapis olahan, komponen pinti/jendela
- Memanfaatkan limbah kayu kecil-kecil yang disambung dengan bahan baku penolong berpaperekat serta produk-produk turunan lainnya yang berkaitan dengan industry perkayuan serta mempunyai tanggung jawab social.
- Melakukan produksi yang ramah lingkungan
- Memberikan nilai tambah produk melalui peningkatan nilai di setiap proses tahapannya, pengembangan produk tersebut, sumber daya manusia, dan jalur distribusi

Produk yang ditawarkan oleh PT. Oceanias timber Products bervariasi, tetapi *main product* dari PT. Oceanias Timber Products itu adalah kayu meranti. Keunggulan dari kayu meranti ini adalah dapat menahan sinar matahari yang sangat terik dan udara yang sangat dingin.

Dari uraian tersebut maka saya akan melakukan Analisa SWOT pada PT.Oceanias Timber Products. Analisa ini diharapkan dapat mengetahui strategi efektif untuk memasuki pasar.

KAJIAN PUSTAKA

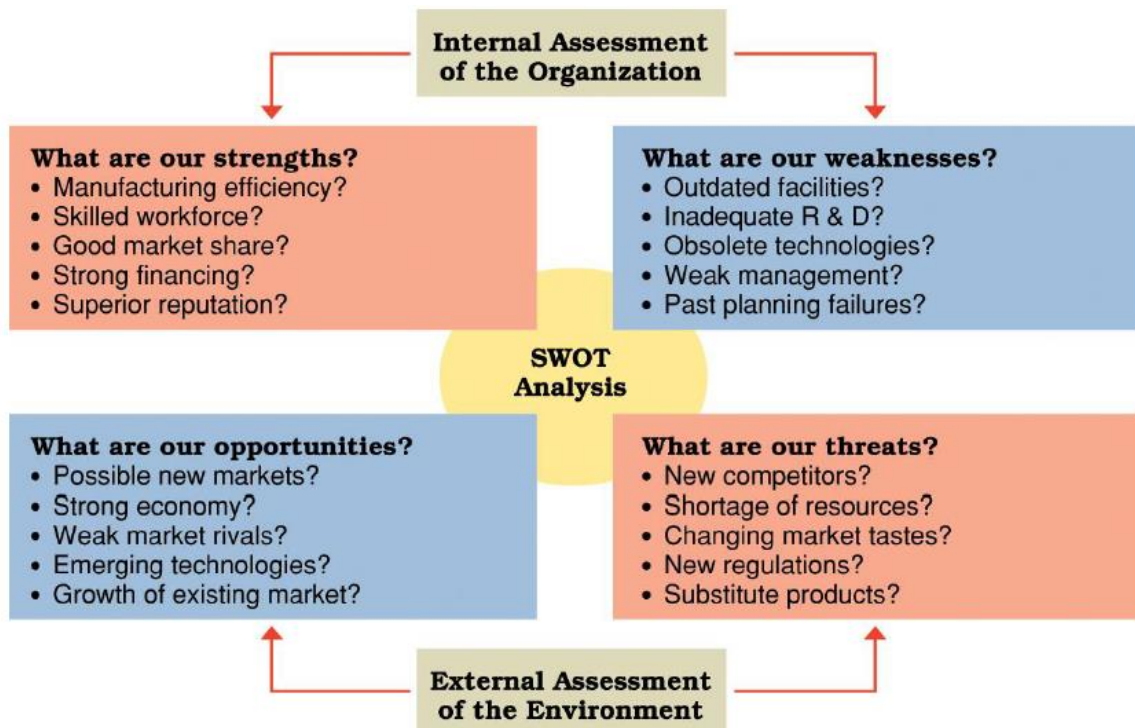
Menurut Elyarni (2016), untuk menghadapi persaingan pasar, terutama dalam menghadapi pasar global, suatu perusahaan harus bisa menetapkan metode SWOT sebagai landasan dasar perumusan strategi untuk meningkatkan nilai daya saing bagi produknya.

Analisis SWOT menurut Kotler (2009) diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Sedangkan menurut Freddy Rangkuti (2016), analisis SWOT diartikan sebagai : “analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*)”.

Menurut Robinson (1997), analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil. Analisis SWOT merupakan singkatan dari strength, opportunities, weaknesses, threats. Analisis SWOT meliputi:

- Strength (kekuatan) Sumber daya (keuangan atau Financial, manusia, energy, mesin, bangunan dan sebagainya) keterampilan atau keunggulan khas yang di miliki oleh individu atau organisasi lain. Strength atau kekuatan di sebut juga core distinctive.
- Weakness (kelemahan) Keterbatasan atau kekurangan sumber daya, keterampilan, kapabilitas yang menghambat kemajuan perusahaan, baik secara kinerja (competency), profits income, improvement managerial & product.
- Opportunity (peluang) Situasi penting yang menguntungkan bagi perusahaan. Kemungkinan peluang tersebut tidak datang dua kali, akan tetapi perusahaan yang mampu melihat berbagai peluang baik dari kacamata bisnis, sangat berperan besar dalam pencapaian targets dan goals perusahaan.
- Threat (ancaman) Situasi yang penting tidak menguntungkan, dapat dihilangkan dan dapat di perbaiki. Bagaimanapun cara perusahaan mengatasinya. Hambatan tersebut tentu memiliki kapabilitas untuk menghambat dan merupakan sesuatu yang tidak menguntungkan.

SWOT ANALYSIS OF STRENGTHS, WEAKNESSES, OPPORTUNITIES AND THREATS.



Analisa Lingkungan Eksternal

Salah satu bentuk penelusuran pengaruh lingkungan eksternal, dapat dilakukan dengan menggunakan matriks EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*). Tata cara pembuatan EFAS menurut Rangkuti (2016) adalah melalui pembuatan matriks dalam bentuk kolom pembobotan dan rating peluang dan ancaman dengan parameter tertentu yaitu:

1. Kolom 1, menentukan factor-faktor strategi eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman perusahaan.
2. Kolom 2, pembobotan factor peluang, ancaman antara 1 (sangat penting) sampai (tidak penting). Factor-faktor tersebut berkemungkinan dapat memberikan dampak terhadap factor strategis.
3. Kolom 3, memberikan rating factor peluang dan ancaman, dengan skala 4 (Outstanding) sampai 1 (Poor). Berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif, dengan ketentuan peluang yang semakin besar diberi 4, tetapi jika peluangnya kecil diberi rating 1. Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya, dimana nilai ancaman besar ratingnya 1, sementara untuk nilai ancamannya kecil diberi nilai rating 4.
4. Kolom 4, merupakan pengalian antara bobot (kolom 2) dengan rating (kolom3). Hasil pengalian tersebut merupakan skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi antara 4 sampai 1.
5. Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan perusahaan bersangkutan.

Analisa Lingkungan Internal

Penyusunan Analisa lingkungan internal yang menyangkut kekuatan dan kelemahan organisasi, dapat ditempuh dengan mempergunakan matriks Analisa lingkungan internal IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) untuk mengidentifikasi factor strategi internal. Pada IFAS dilakukan analisa kekuatan dan kelemahan, melalui cara-cara berikut Rangkuti (2016):

1. Kolom 1, menentukan faktor-faktor strategi internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan perusahaan
2. Kolom 2, pembobotan factor kekuatan dan kelemahan perusahaan dengan skala 1 (paling penting) sampai 0 (tidak penting). Berdasarkan factor kekuatan dan kelemahan perusahaan diperhitungkan pengaruhnya terhadap posisi strategis perusahaan. Semua bobot tersebut tidak lebih dari 1.
3. Kolom 3, perhitungan rating dari masing-masing kekuatan dan kelemahan perusahaan, dengan memberi nilai 4 (outstanding) dan 1 (poor). Berdasarkan pengaruh factor kekuatan dan kelemahan perusahaan tersebut diketahui kondisinya. Variable yang bersifat positif (semua variable yang masuk kategori kekuatan) diberikan nilai 1 sampai 4 (sangat baik) dengan membandingkan dengan rata-rata industry / pesaing utama. Sedangkan variable yang bersifat negative, kebalikannya. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar dibandingkan dengan rata-rata industri, nilai adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan dibawah rata-rata industry adalah 4.
4. Kolom 4, mengalikan bobot kolom 2 dengan rating kolom 3, hasilnya merupakan skor pembobotan untuk masing-masing factor kekuatan dan kelemahan perusahaan nilainya bervariasi antara 4 sampai 1.
5. Jumlah skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan perusahaan bersangkutan.

Matriks SWOT

Matriks SWOT (*Strengths Weakness Opportunities Threats Matrix*) merupakan alat bantu bagi para pimpinan dalam mengembangkan empat tipe strategi, yaitu: SO (kekuatan-peluang atau *strengths-opportunities*), WO (kelemahan-peluang atau *weaknesses-opportunities*), ST (kekuatan-ancaman atau *strengths-threats*), serta WT (kelemahan-ancaman atau *weaknesses-threats*).

Matriks ini dapat menghasilkan 4 alternatif strategis seperti bagan berikut ini :

IFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESS (W)
EFAS		
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO Mempertimbangkan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Mempertimbangkan strategi yang memanfaatkan peluang untuk menghindari kelemahan
THREATS (T)	STRATEGI ST Mempertimbangkan strategi yang meminimalkan efek kelemahan dan mengatasi atau	STRATEGI WT Mempertimbangkan strategi yang meminimalkan efek

	menghindari ancaman	kelemahan-kelemahan dan mengatasi atau menghindari ancaman
--	---------------------	--

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Metode penelitian ini dengan melakukan pengumpulan data dan wawancara. Dengan beberapa pendekatan untuk Perencanaan Strategis digunakan, termasuk: analisis SWOT, Matriks Internal-Eksternal. Berdasarkan analisis SWOT, matriks TOWS dikembangkan untuk menemukan strategi yang paling memanfaatkan peluang yang terbuka untuk masing-masing unit bisnis, serta strategi untuk menangani ancaman secara efektif, mengingat kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa SWOT didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Berikut analisis SWOT pada PT Oceanias Timber Products:

1. Strength

- PT. Oceanias Timber Products dapat menghasilkan produk yang berkualitas
- PT. Oceanias Timber Products memiliki harga yang relative murah dengan kualitas yang sangat bagus
- PT. Oceanias Timber Products memiliki kemampuan pegelolaan teknologi secara mandiri
- PT. Oceanias Timber Products memiliki Hak Pengusahaan Hutan (HPH) / own sources sendiri
- PT. Oceanias Timber Products dapat menyesuaikan keinginan pelanggannya terhadap produk yang dihasilkan

2. Weaknes

- Kurangnya kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Oceanias Timber Products
- Meningkatnya tekanan lingkungan dari peraturan pemerintah
- Kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh jalur akses terhadap sumber-sumber permodalan
- Keterbatasan sumber daya manusia yang masih kurang berkualitas
- Terjadinya pengurangan produktivitas perusahaan

3. Opportunities

- Besarnya potensi pasar terhadap kayu olahan asal Indonesia di pasaran Eropa, Australia, Korea, Jepang. Karena masih bergantungnya manusia kepada sumber hasil alam bahan baku kayu.
- Keberadaan Lembaga keuangan / perbankan sebagai alternative sumber permodalan perusahaan PT. Oceanias Timber Products.
- Situasi yang relative stabil sehingga memberikan keleluasaan kepada PT. Oceanias Timber Products dalam berbisnis
- Pembelian dapat dilakukan melalui internet di pasar industri

- Terdapat banyak cara yang dapat dilakukan oleh PT.Oceanias Timber Products untuk memangkas biaya transaksi

4. Threats

- Adanya seruan dari *Green Peace* dalam menghadapi *Global Warning*
- Kontinuitas pasokan bahan baku yang semakin terbatas
- Adanya masalah perijinan yang menambah beban biaya yang realtif cukup besar.
- Kekuatan tawar menawar pembeli dan pemasok bahan baku
- Kompetensi produk dari China yang lebih murah

Setelah faktor-faktor internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka Kekuatan (*Strength*) and Kelemahan (*Weaknesses*) pada perusahaan, Rangkuti (2016).

Berikut ini adalah tabel matriks IFAS sesuai dengan data di atas.

Faktor-faktor internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan :			
1. Produk yang berkualitas	0,10	2	0,20
2. Harga yang relative murah	0,10	3	0,30
3. Pengelolaan teknologi secara mandiri	0,14	3	0,42
4. Memiliki HPH sendiri	0,10	4	0,40
5. Menyesuaikan keinginan customer	0,12	3	0,36
Jumlah	0,56		1,68
Kelemahan :			
1. Kurang kegiatan promosi	0,11	3	0,33
2. Meningkatkan tekanan lingkungan dari pemerintah	0,10	2	0,20
3. Kelemahan dalam struktur permodalan	0,06	2	0,12
4. Keterbatasan sumber daya manusia	0,08	3	0,24
5. Pengurangan produktivitas perusahaan	0,09	3	0,27
Jumlah	0,44		1,16
TOTAL	1,00		2,84

Tabel Matrik IFAS

Keterangan:

Total Bobot : 1

Rating : 1 – 4

Score : Bobot x Rating

Total Score : 0.01 – 1.99 posisi perusahaan lemah

Total Score : 2.00 – 2.99 posisi perusahaan rata-rata

Total Score : ≥ 3.00 posisi perusahaan kuat

Hal yang sama juga dapat dilakukan untuk faktor eksternal. Suatu tabel EFAS (*Eksternal Strategic Factor Analysis Summary*) dapat disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis eksternal dalam kerangka Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threat*) terhadap perusahaan, Rangkuti (2016).

Berikut ini adalah tabel matriks IFAS sesuai dengan data di atas.

Faktor-faktor eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang :			
1. Besarnya potensi terhadap hasil olahan kayu Indonesia	0,10	4	0,40
2. Keberadaan Lembaga keuangan sebagai alternatif	0,10	3	0,30
3. Situasi yang relative stabil	0,10	2	0,20
4. Pembelian dapat dilakukan melalui internet	0,10	3	0,30
5. Pemangakasan biaya untuk maksimalkan transaksi	0,10	3	0,30
Jumlah	0,50		1,50
Ancaman :			
1. Seruan <i>Green Peace</i> dalam menghadapi <i>Global Warning</i>	0,20	3	0,60
2. Pasokan bahan baku semakin terbatas	0,05	3	0,15
3. Masalah perijinan menambah beban biaya	0,05	3	0,15
4. Tawar menawar pembeli dan pemasok bahan baku	0,05	2	0,10
5. Kompetensi produk China yang lebih murah	0,15	2	0,30
Jumlah	0,50		1,30
TOTAL	1,00		2,80

Tabel Matrik EFAS

Keterangan:

Total Bobot : 1

Rating : 1 – 4

Score : Bobot x Rating

Total Score : 0.01 – 1.99 posisi perusahaan lemah

Total Score : 2.00 – 2.99 posisi perusahaan rata-rata

Total Score : ≥ 3.00 posisi perusahaan kuat

Berdasarkan tabel matriks IFAS dan EFAS, alternatif strategi dapat dikumpulkan untuk memperoleh strategi kompetitif. Alternatif strategi kompetitif yang dapat dilakukan berdasarkan hasil Analisa adalah sebagai berikut :

<p>IFAS</p>	<p>STRENGTHS (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produk yang berkualitas • Harga yang relative murah • Pengelolaan teknologi secara mandiri • Memiliki HPH sendiri • Menyesuaikan keinginan customer 	<p>WEAKNESS (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kurang kegiatan promosi • Meningkatkan tekanan lingkungan dari pemerintah • Kelemahan dalam pembiayaan • Keterbatasan sumber daya manusia • Pengurangan produktivitas perusahaan
<p>EFAS</p> <p>OPPORTUNITIES (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Besarnya potensi terhadap hasil olahan kayu Indonesia • Keberadaan Lembaga keuangan sebagai alternative • Situasi yang relative stabil • Pembelian dapat dilakukan melalui internet • Pemangakasan biaya untuk maksimalkan transaksi 	<p>Strategi SO (Strengths – Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memperkuat hubungan dengan customer dengan memberikan reward • Melakukan pembelian Direct selling ke customer • Penyesuaian pesana custom jika diatas rata-rata minimal order akan diberikan diskon 	<p>Strategi WO (Weaknesses – Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lebih giat melakukan media promosi melalui iklan-iklan di internet atau jasa konsultan • Mencari permodalan dari Bank Asing atau Bank Lokal • Mencari tenaga kerja yang cukup available
<p>THREATS (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seruan Green Peace dalam menghadapi Global Warning • Pasokan bahan baku semakin terbatas • Masalah perijinan menambah beban biaya • Tawar menawar pembeli dan pemasok bahan baku • Kompetensi produk China yang lebih murah 	<p>Strategi ST (Strengths – Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mencari pasokan bahan baku yang masih berada di wilayah sekitar atau wilayah Indonesia • Menciptakan produk yang lebih bervariatig untuk melawan competitor dari China • Menambah masa ijin HPH untuk terus beraktivitas 	<p>Strategi WT (Weaknesses – Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mencari pemasok melalui media online • Membuka cabang baru untuk mencari persediaan bahan baku dan perijinan yang baru • Melakukan pelatihan dan pendidikan berbasis pengembangan kualitas SDM

Kesimpulan

Setelah menggabungkan penggabungan dari hasil total score matriks IFAS dan EFAS ternyata hasilnya sebesar 2,8. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan PT. Oceania Timber Products berada pada kondisi rata-rata dari segi internal maupun eksternal. PT. OTP selama ini dapat bersaing dalam industri *moulding*, namun seiring dengan pertumbuhan para pesaing yang terus terjadi selama ini membuat perusahaan harus tetap waspada dalam menerapkan strateginya. Persaingan di era globalisasi mengarah pada semakin ketatnya persaingan di sector industry, sehingga produsen harus semakin inovatif dalam design dan meningkatkan penggunaan bahan baku. Pentingnya Analisa SWOT yang akan diterapkan oleh perusahaan PT. Oceania Timber Products akan sangat membantu perusahaan untuk dapat bertahan dalam era persaingan yang semakin ketat ini.

Strategi yang paling tepat diterapkan oleh PT. Oceania Timber Products untuk masuk ke pasar internasional dengan menggunakan strategi direct export. Awalnya perusahaan melakukan transaksi dengan menggunakan indirect export. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pangsa pasar luar negeri terlebih dahulu. Tetapi dengan berjalannya waktu, perusahaan beralih menggunakan strategi direct export. Salah satu keunggulan dari direct export ini adalah untuk mengurangi biaya trading company. Selain itu keunggulan yang diperoleh oleh PT. Oceania Timber Products dipengaruhi beberapa faktor yaitu:

1. Produk

Main produk dari PT. Oceania Timber Products ini sendiri adalah kayu meranti. Kayu meranti ini memiliki sifat yang sangat khas dibandingkan dari kayu yang lain. Keunggulan dari kayu meranti ini adalah dapat menahan sinar matahari yang sangat terik dan udara yang sangat dingin.

2. Price

Harga yang digunakan oleh PT. Oceania Timber Products adalah harga ekspor yang berorientasi atas harga standar dunia dan harga majemuk. Keuntungan yang didapat PT. Oceania Timber Products dari ekspor ini lebih tinggi dari pada harga jual lokal, dikarenakan adanya perbedaan kurs yang cukup tinggi. Karena pembayaran yang dilakukan oleh PT. OTP menggunakan mata uang USD.

Daftar Rujukan

- Ali, Hapzi. (2020). Modul 1 Strategic Management. Overview Of Strategic Management. Universitas Mercubuana Jakarta
- Ali,Hapzi. (2020). Modul 4 Strategic Management. Analisis Lingkungan Internal Organisasi (resource-based view and value chain management), SWOT Analysis, SWOT Matrix dan IE Matrix.). Universitas Mercubuana Jakarta
- David,R, (1997). Manajemen Strategis konsep, PT. Prehalindo Jakarta, 1997, 231
- Elyami, R., Hermanto. (2016). Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Layanan SAP Express pada PT. SAP. Jurnal Metris 17 (2016), 81-88
- Kotler, P., Keller K.L. (2009). Manajemen Pemasaran Edisi 13, Jakarta : Penerbit Erlangga, 63
- Pearce Robinson,(1997). Manajemen Strategik Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian, (Jakarta: Bina Rupa Aksara, 1997), 229-230
- Rangkuti, F. (2016). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Siagian,P,S., (1995). Manajemen Strategi, (Jakarta :Bumi Aksara, 1995).