

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Strategi pengembangan

a. Definisi strategi

Strategi adalah struktur umum dalam suatu kegiatan yang dijadikan rencana sebagai bentuk pelaksanaan suatu kegiatan yang didalamnya terdapat banyak unsur yang harus diatur (Panggabean dalam Sharfina 2022). Strategi merupakan rencana yang diatur untuk mencapai tujuan yang di tentukan. Untuk mencapai tujuan yang di inginkan maka strategi perlu diterapkan agar dapat mencapai tujuan dengan sebaik mungkin (Budio dalam Sharfina 2022).

Seiring berkembangnya zaman saat ini perusahaan atau organisasi telah melakukan ekspansi pasar demi mendapatkan keuntungan yang besar. Untuk mencapai target atau keuntungan yang di inginkan perlu strategi yang tepat sehingga prosesnya mudah dilakukan. Dalam suatu strategi terdapat rencana bagaimana perusahaan mendapatkan apa yang mereka inginkan dengan cara evaluasi perusahaan dan memperbaiki hasil evaluasi serta menjadikan acuan untuk lebih baik. Strategi memiliki fungsi untuk mengupayakan agar pendekatan yang telah disusun dapat dilakukan dengan efektif (Assauri dalam Sharfina 2022).

b. Definisi strategi pengembangan

Menurut Latar Bakroni (2020) Strategi pengembangan merupakan kegiatan untuk lebih meningkatkan efektifitas suatu organisasi dengan menyatukan keinginan setiap individu sebagai wujud perkembangan dari tujuan organisasi. Proses ini merupakan suatu usaha membuat perubahan yang terencana meliputi suatu system total sepanjang periode tertentu, usaha perubahan ini berkaitan dengan misi organisasi.

Menurut Arik dkk, (2022) Strategi pengembangan merupakan usaha yang terencana dan akan segera dilaksanakan dengan penerapan ilmu perilaku sebagai pengembangan system dengan cara menggunakan metode-metode refleksi dan analisis diri. Proses perubahan produk berencana juga memerlukan dukungan dari pihak pengelola dan pekerja, adanya perubahan perusahaan berharap dapat lebih meningkatkan suatu perusahaan atau organisasi yang memerlukan usaha jangka waktu pendek, jangka menengah, dan jangka panjang guna menghadapi perubahan yang mungkin akan terjadi pada masa yang akan datang. Setelah mengetahui ancaman yang dihadapi oleh suatu perusahaan atau suatu organsasi perumusan strategi sangat

diperlukan. Perumusan strategi meliputi menentukan misi perusahaan, menentukan tujuan-tujuan yang ingin dicapai, pengembangan strategi, dan penetapan pedoman kebijakan.

c. Pengembangan Produk

Produk merupakan barang atau jasa dapat berupa barang, berbentuk fisik dan jasa yang ditawarkan oleh produsen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kebutuhan dan keinginan setiap orang berbeda-beda, jadi banyak produk yang ditawarkan. Perusahaan atau organisasi harusnya menciptakan pengembangan produk agar dapat mempertahankan dan menambah konsumen (Sharfina, 2022).

Menurut (Philip dan Kevin dalam Aprina, 2023) Pengembangan produk merupakan upaya perusahaan untuk mengembangkan produk dengan cara inovasi dari produk orisinal, di modifikasi oleh perusahaan melalui usaha analisis konsumen dan pengembangan perusahaan itu sendiri.

Pengembangan produk berarti dapat mengambil beberapa Langkah, yaitu (Sondang dalam Sharfina, 2022) :

- 1) Menciptakan atau menginovasi produk lama menjadi produk baru tanpa mengurangi manfaat yang ada
- 2) Menambah daya guna produk yang dihasilkan sekarang
- 3) Menarik keuntungan karena produk yang dihasilkan dari inovasi tersebut banyak diminati oleh para konsumen.

Dapat disimpulkan bahwa pengembangan produk merupakan suatu kegiatan yang dilaksanakan oleh perusahaan atau organisasi terhadap produk untuk dijadikan produk yang lebih unggul dan sesuai dengan permintaan pasar. Pengembangan produk bisa berbentuk seperti memodifikasi produk lama tanpa meninggalkan satu manfaatnya atau menciptakan produk baru dan menambah manfaatnya sesuai dengan yang diinginkan oleh perusahaan atau organisasi.

1. Produk

Menurut (Aprina, 2023) Produk adalah bentuk barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen ke konsumen untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan. Selain itu produk juga merupakan sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, digunakan, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen, sebagai usaha untuk mencapai tujuan perusahaan melalui dengan cara memenuhi kebutuhan atau keinginan para konsumen, produk yang dibuat juga bermanfaat bagi para konsumen.

Menurut (Stanton dalam Gischa, 2023) mendefinisikan produk merupakan sebuah atribut yang nyata, yang didalamnya mencakup harga, warna, kemasan, prestise pabrik. Sedangkan menurut (Kotler dan Armstrong dalam Gischa, 2023) mendefinisikan produk sebagai bentuk barang atau jasa yang dapat ditawarkan ke pasar atau konsumen agar mendapatkan perhatian untuk dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Dari pernyataan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan dan di perjual belikan produsen kepada konsumen guna memenuhi keinginan konsumen dan mampu memberikan kepuasan bagi penggunaanya.

Menurut Herawati (2022) bahwa terdapat klasifikasi produk, sebagai berikut:

1. Barang

Barang adalah produk yang berwujud, yang dapat dilihat, diraba, di pegang dan di simpan.

2. Jasa

Jasa merupakan produk yang tidak mempunyai bentuk fisik, tetapi dapat dirasakan manfaatnya atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual (dikonsumsi oleh pihak lain).

2. Jenis Strategi Pengembangan Produk

Pengembangan produk merupakan kunci dari siklus hidup produk dalam suatu perusahaan. Karena memungkinkan suatu perusahaan untuk berinovasi untuk mengubah produk lama menjadi produk baru dengan menambah elem-elemen dan selanjutny memperkenalkan produk baru ke pasar. Perusahaan selalu mempunyai cara yang baik dalam berinovasi produk baru agar pengembangan produk bisa maksimal dan mendapatkan hasil yang di inginkan. Menurut (Kotler dalam Aprina, 2023) berikut ini jenis pengembangan produk yaitu:

- 1) Memperbaiki produk yang sudah ada, dalam hal ini perusahaan dapat menggunakan teknologi dan fasilitas dengan baik sebagai alat bantu inovasi dalam memperbaiki dan memperbarui produk yang sudah ada.
- 2) Memperluas lini produk, pengembangan ini dapat dilakukan dengan cara menambah jumlah produk (item) pada produk lama dan menambahkan produk baru.

- 3) Meniru strategi pesaing, suatu perusahaan dapat meniru kebijakan pesaing yang dapat diambil manfaatnya bagi perusahaan
- 4) Menambah lini produk, dalam fase ini perusahaan memerlukan dana (modal) yang cukup besar terhadap penambahan produk baru tanpa mengubah produk lama.

3. Perencanaan Pengembangan Produk

Menurut (Aprina,2023) Pengembangan produk merupakan upaya yang dilakukan saat menghadapi perubahan suatu produk menjadi produk yang lebih baik lagi agar bisa memberikan manfaat atau kepuasan bagi para konsumen. Dalam suatu perusahaan pengembangan produk dapat dijalankan dengan cara berinovasi dan menyesuaikan keadaan lingkungan sekitar. Berikut ini beberapa langkah yang dapat dilakukan dalam upaya pengembangan produk sebagai berikut:

1. Penciptaan Ide

Penciptaan ide merupakan kegiatan yang paling awal dilakukan dalam pengembangan produk, penciptaan ide merupakan mencari ide baru untuk menciptakan produk baru. Tujuan penciptaan ide yaitu untuk menghasilkan ide – ide baru. Selanjutnya ide baru harus dipertimbangkan terlebih dahulu sebelum melakukan tindakan.

2. Penyaringan Ide

Penyaringan ide merupakan tahap awal dalam proses pengurangan ide, yaitu menentukan ide yang akan diambil dan dijalankan. Tujuan dari penyaringan ide yaitu untuk menentukan ide yang akan dipakai. Dengan ini produsen dapat menghasilkan ide-ide baru yang baik yang sesuai dengan kebutuhan para konsumen.

3. Pengembangan dan Pengujian Konsep

Langkah berikutnya setelah penyaringan ide adalah memperkenalkan produk baru yang diperlihatkan kepada konsumen, dan mengadakan survei terhadap pendapat konsumen terhadap produk tersebut.

4. Pengembangan Strategi Pemasaran

Dalam pengembangan strategi pemasaran perusahaan membuat strategi pemasaran baru untuk produk baru dengan menggunakan segmentasi pasar, dan penyajian informasi yang dapat mudah dipahami oleh semua kalangan.

5. Analisis Usaha

Analisis usaha dilaksanakan dengan cara memperbaiki input dengan membandingkan output produksi. Maka dapat diketahui untuk laba yang didapatkan perusahaan.

6. Pengembangan Produk

Dalam pengembangan produk ide yang dirancang lalu serahkan ke bagian team produksi untuk dijalankan. Merk yang berhasil ditandai dengan produk atau jasa yang unggul. Sebagian besar komitmen dalam jangka waktu yang panjang, dan pemasaran dilakukan dengan teratur dan dijalankan dengan baik. Merk yang kuat akan mendatangkan konsumen yang berpotensi menjadi pelanggan tetap.

7. Market Testing

Langkah selanjutnya yaitu produk akan di promosikan ke pasar yang telah ditentukan dan sesuai dengan rencana, dengan itu memudahkan perusahaan memperoleh informasi penting mengenai keadaan barang, agen, permintaan potensial dan lainnya.

8. Komersial

Setelah melewati semua langkah-langkah, selanjutnya perusahaan dapat memproduksi dengan skala besar dan mencari investor. Selanjutnya perusahaan dapat memasarkan produk ke masyarakat. Produk baru akan mengalami proses adopsi oleh konsumen. Maka mampu menciptakan rasa puas bagi para konsumen yang mengkonsumsi, dan mengaut laba bagi perusahaan.

Pesaing merupakan perusahaan yang bergerak dibidang yang sama. Analisis pesaing diperlukan karena untuk mendukung efektifitas pemasaran. Pengembangan produk sendiri dapat dilakukan guna mempertahankan agar produk tetap ada dan meningkatkan daya saing perusahaan. Pengembangan produk adalah salah satu cara perusahaan untuk tetap mempertahankan agar produk tetap berkembang dan laku.

4. Tujuan pengembangan produk

Seperti yang sudah dijelaskan diatas yaitu pengembangan produk yaitu upaya yang dilaksanakan perusahaan dalam menghadapi perubahan produk menjadi lebih baik lagi dan dapat menyajikan manfaat atau kepuasan bagi para konsumen. Sebelum memasuki proses produksi perusahaan harus memikirkan dengan matang mengenai ide dan konsep produk yang akan diproduksi. Perusahaan atau organisasi

akan terus berupaya memperbaiki produk agar dapat diterima oleh banyak masyarakat (Aprina,2023).

Menurut (Rahmah Miftahur, 2017) Pengembangan produk merupakan strategi yang memiliki tujuan menjadikan perusahaan menjadi lebih maju dengan memperbaiki dan berinovasi pada produk yang sudah ada. Tujuan pengembangan produk tidak hanya itu masih banyak lagi yaitu seperti:

- 1) Memberikan nilai yang maksimal bagi para konsumen
- 2) Memilih produk yang inovatif untuk memenangkan persaingan perusahaan, dengan dimodifikasi produk serta menambah nilai dari segi desain, warna, ukuran, kemasan, merek dan lainnya
- 3) Mengembangkan produk yang berkualitas
- 4) Menciptakan produk yang unik dan memiliki keunggulan yang kompetitif
- 5) Mengembangkan produk yang menguntungkan perusahaan
- 6) Memenuhi kebutuhan para konsumen
- 7) Memperkuat reputasi perusahaan dimata investor

d. Fungsi dari strategi

Fungsi strategi adalah menjalankan pendekatan yang sudah direncanakan agar dapat diterapkan dengan baik. Ada enam fungsi yang dapat diterapkan secara bersamaan, sebagai berikut: (Assauri dalam Sharfina, 2022).

- 1) Mendiskusikan tujuan yang akan dijalankan
- 2) Menghubungkan kekuatan dan keunggulan perusahaan dengan peluang yang ada di lingkungan.
- 3) Memanfaatkan keuntungan yang diperoleh, dan melakukan riset pasar.
- 4) Menciptakan dan membangun sumber baru
- 5) Pengorganisasian perusahaan ke arah yang lebih baik.
- 6) Menanggapi kondisi baru yang dihadapi.

2.2 Buah Stroberi

a. Pengertian tanaman stroberi

Menurut (Yasmin, 2023) Stroberi adalah buah subtropis yang memiliki potensi baik untuk dibudidayakan di Indonesia. Karena itu tanaman stroberi yang ada di Indonesia adalah hasil dari adopsi. Tanaman stroberi merupakan tanaman yang bisa beradaptasi di lingkungan dengan baik di daerah dataran tinggi tropis yang bersuhu 17-20°C dan yang disertai curah hujan 600-700 mm/tahun. Tanaman stroberi

membutuhkan siklus udara yang cukup lembab dan cukup untuk pertumbuhannya dan lama penyinaran cahaya matahari selama 8-10 jam setiap harinya. Suhu dingin di malam hari dapat membantu proses inisiasi bunga, sedangkan pada siang hari tanaman stroberi membutuhkan sinar uv untuk proses fotosintesis dan pematangan buah.

Usia tanaman stroberi untuk bisa berbuah bervariasi, terdapat tanaman stroberi yang dapat berbuah cepat juga terdapat yang lama, ini disebabkan sebagian aspek antara lain merupakan sebab varietas/ tipe tumbuhan stroberi. Setelah pemanenan pertama pada buah stroberi dapat dilakukan panen selanjutnya yang berjarak 3 hari dari pemanenan pertama atau seminggu 2 kali panen dengan melihat kondisi buah. Buah stroberi saat masa pertumbuhan kebanyakan berwarna hijau ke putih dan pada saat buah stroberi masak akan berwarna merah.

b. Klasifikasi Tanaman Stroberi

Tanaman stroberi “ L” pertama kali ditemukan di Chili. Spesies ini banyak menyebar ke berbagai negara. Sedangkan spesies lain yaitu *Fragaria vesca* L, lebih menyebar luas dan juga pertama kali di budidayakan di Indonesia. Tanaman stroberi dapat berkembang di wilayah dataran tinggi dengan temperatur 17-20° dan curah hujan yang cukup baik. Untuk lebih jelasnya lihat klasifikasi tanaman stroberi (Putri dkk, 2020).

- Klasifikasi tanaman stroberi :

Divisi	: Spermatophyta
Subdivisi	: Angiospermae
Kelas	: Dicotyledone
Ordo	: Rosales
Subfamilik	: Rosaceae
Genus	: <i>Fragaria</i>
Spesies	: <i>Fragaria</i> sp.

c. Kandungan Stroberi

Stroberi merupakan tanaman buah yang mempunyai nilai yang cukup tinggi, karena memiliki rasa yang manis, warna merah yang pekat dan bentuk buah yang besar, serta komponen gizi, vitamin dan antioksidan yang tinggi. Di dalam 100 gram buah stroberi, terdapat kandungan sekitar 32 kalori dan beragam nutrisi, sebagai berikut:

- 1) 8 gram karbohidrat
- 2) 2 gram serat
- 3) 1 gram protein

- 4) 150 miligram kalium
- 5) 15 miligram kalsium
- 6) 15 miligram magnesium
- 7) 6 miligram vitamin C

Tidak hanya itu, di dalam buah stroberi juga mengandung vitamin B6. Asam folat, zat besi, dan beragam jenis anti oksidan seperti antosianin dan ellagitannins. Zat besi dan antioksidan yang terkandung dapat digunakan untuk memperbaiki rambut yang rusak, menjaga kelembapan rambut, serta menghaluskan rambut (Agustin, 2024).

d. Manfaat

Buah stroberi mengandung banyak vitamin dan antioksidan yang bermanfaat bagi kesehatan tubuh. Berikut manfaat dari buah stroberi: (Nisa, 2023)

- 1) Menjaga Kesehatan mata dan rambut

Kandungan dalam buah stroberi terdapat vitamin C dan juga antioksidan yang dibutuhkan mata dan sebagai vitamin untuk rambut.

- 2) Meningkatkan kekebalan tubuh

Vitamin C yang terkandung pada buah stroberi dapat membantu meningkatkan system kekebalan tubuh. System kekebalan tubuh yang baik dapat mencegah infeksi dan menjaga kesehatan secara keseluruhan,

- 3) Mencegah kanker

Antioksidan yang terdapat dalam buah stroberi dapat membantu tubuh untuk melawan radikal bebas yang menyebabkan pertumbuhan sel kanker. Mengonsumsi buah stroberi dengan rutin dapat meminimalisir resiko pertumbuhan kanker.

- 4) Meningkatkan fungsi otak

Mengonsumsi buah-buahan berry, termasuk stroberi dapat meningkatkan fungsi otak. Komponen yang terkandung dalam buah stroberi dapat membantu meningkatkan daya ingat yang baik.

- 5) Mengangkal efek radikal bebas

Antioksidan yang terdapat pada buah stroberi dapat membantu melindungi sel-sel tubuh dan membantu menghindari efek radikal bebas serta mencegah perkembangan penyakit terkait usia.

- 6) Menyehatkan saluran cerna

Serat yang terdapat pada buah stroberi dapat membantu menjaga kesehatan pencernaan. Ini dapat membantu menjaga pencernaan tetap lancar.

2.3 Kendala atau Permasalahan Home Industri

a. Kendala yang dialami saat produksi

Menurut UU No 3 tahun 2014 tentang perindustrian, pada umumnya industri rumahan termasuk dari sektor informal untuk memproduksi secara baik terkait dengan kearifan local, sumber daya setempat dan mengutamakan hasil karya buatan tangan agar dapat menarik perhatian. Home Industri merupakan perusahaan yang bergerak dalam skala kecil yang tenaga kerjanya adalah anggota keluarga itu sendiri yang bukan profesional, modal yang kecil, dan proses pengerjaannya lumayan rumit jika tanpa bantuan mesin. (Aprina, 2023)

1. Kurangnya Modal

Menurut Humaira Natasya (2023) modal adalah sesuatu yang digunakan perusahaan sebagai bekal untuk bekerja, dan sebagainya. Modal merupakan semua dimiliki berupa uang, barang, asset atau lainya yang dapat dimanfaatkan untuk keberlangsungan usaha dan menghasilkan keuntungan. Modal juga menjadi factor dalam mengembangkan usaha, maka untuk mengembangkan suatu usaha diperlukan modal karena tergantung besar kecilnya modal suatu perusahaan.

Kekurangan modal dapat disebabkan oleh arus kas yang tidak memadai. Arus kas merupakan pembukuan keluar masuknya kas pada periode tertentu. Kekurangan modal juga berpengaruh pada kelancaran suatu usaha, dan juga dapat berdampak buruk pada perusahaan.

2. Kendala tempat produksi

Tempat produksi merupakan tempat untuk memproduksi produk dari perusahaan tersebut. Yang sering dialami oleh kome industry adalah kendala tempat produksi, seperti ruangan kurang cukup untuk produksi, kebersihan yang kurang, tempat penyimpanan produk jadi masih campur dengan bahan lainya.

3. Kurangnya Bahan Baku

Menurut (Nisa destiana, 2022) Bahan baku adalah seluruh bahan atau komponen dasar yang dibutuhkan dan digunakan dalam membuat suatu produk di sebuah industry. Kurangnya persediaan bahan baku disebabkan oleh masa panen yang tidak stabil yang disebabkan oleh cuaca. Kurangnya bahan baku juga dapat

menyebabkan ketidak lancar proses produksi dan juga akan menghambat proses produksi.

4. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah komponen penting dalam menjalankan suatu proses produksi. Keterbatasan sumber daya alam berkaitan dengan Pendidikan formal karena mampu menghambat pada manajemen bisnis. Pengetahuan dan ketrampilan usaha kecil ini secara tradisional sudah tumbuh turun temurun yang mewarisi bisnis keluarga. Oleh karena itu keterbatasan sumber daya manusia akan mengalami kesulitan dalam mengembangkan bisnis sehingga tidak mampu bersaing (Aprina, 2023).

2.4 Analisis SWOT

2.4.1 Pengertian Analisis SWOT

Analisis swot adalah teknik untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk bisnis atau proyek tertentu. Analisis swot juga merupakan suatu kegiatan identifikasi berbagai factor untuk menciptakan strategi yang dapat menguntungkan bagi perusahaan. Analisis ini berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunities), namun dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats). Perencanaan strategi harus menganalisis factor-faktor yang terdapat di perusahaan dalam kondisi saat ini, dikutip dari jurnal (Yasmin,2023)

2.4.2 Analisis SWOT

Analisis swot adalah kegiatan mengidentifikasi berbagai macam factor untuk merumuskan strategi yang dapat menguntungkan suatu perusahaan. Proses pengambilan keputusan selalu berkaitan dengan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan ini penentuan strategi harus mengamati factor-faktor yang dimiliki perusahaan pada saat ini. Hal ini di sebut dengan Analisis SWOT (Rangkuti dalam Yasmin, 2023).

2.4.3 Fungsi Analisis SWOT

Analisis swot adalah teknik untuk mengamati kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman suatu perusahaan untuk proyek tertentu. Fungsi dari analisis swot sebagai berikut: (Putri. V.K.M, 2022)

- 1) Menganalisis kekuatan dan kelemahan yang ada di perusahaan

- 2) Menganalisis dan mencari tahu peluang serta ancaman yang mungkin akan dihadapi
- 3) Membantu perusahaan untuk menganalisis bagaimana cara terbaik yang dapat dilakukan perusahaan untuk saat ini
- 4) Merancang strategi dumas yang akan datang
- 5) Mencari tahu hal-hal yang bisa menghambat usaha atau bisnis
- 6) Mencari tahu peluang yang bisa dimanfaatkan untuk memajukan usaha.

2.4.4 Manfaat Analisis SWOT

Analisis swot dapat membantu perusahaan untuk mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi kinerja dan pertumbuhan perusahaan. Berikut ini adalah manfaat dari analisis swot: (Meilinaeka, 2023)

- 1) Perusahaan dapat mengubah kelemahan menjadi kekuatan,

Analisis ini memberikan Gambaran atau ide baru yang lebih terperinci, faktor apa yang menjadikan produk terbaik maupun kekurangan bagi perusahaan. Ketika mengetahui kelemahan suatu produk, maka bisa mengubahnya menjadi kelebihan.

- 2) Meminimalkan kerugian, dan

Selanjutnya yaitu mengurangi terjadinya kerugian. Seperti perusahaan mengurangi kerugian finansial dengan mengevaluasi manfaat serta kerugiannya.

- 3) Memahami ancaman

Analisis strength, weakness, opportunities, threats dapat membantu menemukan ancaman serta peluang yang umum terjadi di suatu perusahaan. Sehingga para karyawan dapat meminimalkan ancaman dan memanfaatkan peluang yang ada dimasa yang akan datang. Sebelum melakukan penelitian suatu perusahaan harus menentukan tujuan dari penelitian, kemudian dapat melakukan penelitian bisnis, industri. Pentingnya analisis swot dilakukan oleh sebuah perusahaan guna meminimalisir segala ancaman, rintangan dan menentukan solusi.

1.4.4 Langkah – Langkah Identifikasi Analisis SWOT

Sebelum menentukan analisis swot dapat melalui beberapa Langkah-langkah yaitu:

- 1) Kumpulkan orang atau tim sebagai narasumber

Setiap orang dalam tim selalu mempunyai perspektif yang berbeda-beda. Keragaman perspektif sangat berpengaruh dalam membuat analisis swot. Dalam pengumpulan data juga dapat menyertakan konsumen dan stakeholders sebagai narasumber saat analisis terhadap swot berlangsung.

2) Mengidentifikasi kekuatan

Setelah menentukan narasumber langkah berikutnya adalah mengumpulkan gagasan tentang kekuatan yang dimiliki perusahaan. Kekuatan yang perlu dipertimbangkan seperti kreatifitas, kepemimpinan, produktifitas, dan kualitas produk.

Beberapa pertanyaan yang dapat menggali informasi mengenai kekuatan yang dimiliki perusahaan yaitu:

- a. Sumber daya apa yang dimiliki perusahaan?
- b. Keunggulan apa yang dimiliki oleh perusahaan?

3) Menentukan kelemahan

Untuk mengetahui kelemahan, suatu perusahaan dapat mengumpulkan informasi dari stakeholder, karyawan dan pelanggan.

Berikut beberapa contoh pertanyaan yang dapat menggali informasi mengenai kelemahan perusahaan antara lain:

- a. Apa saja yang perlu diperbaiki?
- b. Apa yang belum dimiliki oleh perusahaan (Sumber daya, teknologi dan lain-lain)?

4) Menganalisis peluang

Setelah mengetahui kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan, dapat memudahkan kegiatan mengidentifikasi peluang yang menguntungkan bagi perusahaan.

Berikut contoh pertanyaan yang dapat menentukan peluang yang dimiliki perusahaan:

- a. Peluang atau potensi apa yang dimiliki suatu perusahaan

5) Mengidentifikasi ancaman

Ancaman biasanya tidak langsung berdampak untuk perusahaan. Pentingnya perusahaan mengidentifikasi ancaman dan mengembangkan rencana untuk meminimalisir dampak yang mungkin akan terjadi.

Berikut contoh pertanyaan yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi ancaman:

- a. Apa saja yang dapat membahayakan perusahaan?