

ABSTRAK

ANALISIS INTERNAL DAN EKSTERNAL SEBAGAI DASAR PERUMUSAN STRATEGI PERUSAHAAN Studi Kasus Pada PT. KHI Pipe Industries Jalan Amerika 1 Kawasan PT. Krakatau Steel Cilegon – Banten

Dewi Mustikarini
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2004

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memperoleh strategi yang tepat dengan mengevaluasi variabel internal dan eksternal PT. KHI Pipe Industries sesuai kondisi perusahaan saat ini.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan wawancara secara langsung maupun tertulis kepada subjek yang berkepentingan akan hasil data-data yang diperoleh, serta teknik dokumentasi dengan mengumpulkan dan mengutip keterangan-keterangan yang ada dalam perusahaan dan sumber lain yang berhubungan dengan penelitian. Kerangka kerja yang dilakukan melalui tiga tahapan yaitu *the input stage*, *the matching stage*, dan *the decision stage*.

Hasil yang diperoleh berdasarkan penelitian dan pengujian dapat disimpulkan sebagai berikut : Pada *input stage*, diperoleh *total weight score* untuk *External Factor Evaluation (EFE)* adalah sebesar 2,75. Hal ini menunjukkan klasifikasi sedang, yang berarti perusahaan telah memiliki strategi yang baik dalam memanfaatkan peluang-peluang dan mampu menghindari ancaman-ancaman yang ada. *Total weight score* untuk *Internal Factor Evaluation (IFE)* adalah sebesar 3,11 yang berarti perusahaan telah memiliki kekuatan-kekuatan internal yang dapat mengantisipasi kelemahan-kelemahan yang ada. Pada *matching stage*, dalam *Internal-External (IE) matrix* posisi perusahaan berada pada kuadran IV sehingga *strategic business unit* perusahaan digambarkan sebagai *grow and build*. Pada TOWS/SWOT matrix diperoleh strategi pengembangan produk, strategi integrasi ke belakang, dan strategi integrasi horizontal yang kemudian dapat diimplementasikan perusahaan. Pada *decision stage*, strategi sebagai prioritas utama yang diperoleh dalam matrik *Quantitative Strategies Planning (QSP)* adalah strategi pengembangan produk baru yang menunjukkan *Total Attractiveness Score (TAS)* sebesar 6,56. Strategi ini berusaha untuk memperbaiki/menyempunakan dan mengembangkan produk perusahaan yang telah mencapai tahap kejenuhan.

Apabila startegi tersebut diimplementasikan perusahaan dapat mengembangkan produk baru dengan menambah dan memperbaharui mesin-mesin produksi dengan mesin produksi pipa dengan las lurus, karena selama ini perusahaan hanya memproduksi pipa dengan las spiral.

ABSTRACT

THE INTERNAL AND EXTERNAL ANALYSIS AS THE BASIC FOR A COMPANY'S STRATEGY FORMULATION

A Case Study at PT. KHI Pipe Industries

Jalan Amerika 1 in the area of PT. Krakatau Steel Cilegon – Banten

**Dewi Mustikarini
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2004**

The purpose of this research is to choose the appropriate strategy by evaluating the internal and external variables at PT. KHI Pipe Industries according to the condition of this company at this time.

The type of this research is a case study. The methods of collecting data used are interview, documentation and observation. The framework of the research went through three stages namely, *the input, the matching and the decision one*.

The result obtained based on the research and test could be concluded as follows: in *the input stage* it was obtained that the total weight score for the *External Factor Evaluation (EFE)* was 2,75. The indicated middle classification. It meant that company had had the good strategy in using the opportunities and able to avoid the existing threats. The total weight score for the *Internal Factor Evaluation (IFE)* was 3,11. It meant that the company had had the internal forces that could anticipate the existing weaknesses. In *the matching stage*, the *Internal – External (IE)* matrix of company's position was in the quadrant IV. So the strategic business unit of the company was described as *grow and build*. In the TOWS/SWOT matrix, it was founded the developing product strategy, the backward and horizontal integrated strategy could be implemented by the company subsequently. In *the decision stage*, the strategy as the main priority obtained in the matrix of *Quantitative Strategies Planning (QSP)* was the strategy of new product development indicating that the *Total Attractiveness Score (TAS)* was 6,56. This strategy was attempted to improve/perfect and develop the company's product that had reached stage of saturation.

The implementation of the strategy hopefully would develop the new product by increasing and renew the production machine with the straight-welded-pipe machine because so far company only produced the spiral-welded pipe.