

ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL DAN EKSTERNAL BISNIS STMIK SUMEDANG DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT ANALYSIS

Kiki Alibasah

Dosen Jurusan Sistem Informasi STMIK Sumedang

Email : kikialibasah78@gmail.com

ABSTRAK

STMIK Sumedang merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang berada di kabupaten Sumedang. STMIK Sumedang membuka jurusan yang berhubungan dengan keilmuan teknologi informasi. Dewasa ini permasalahan yang muncul bukan lagi sempitnya lahan pekerjaan tapi para calon pekerja harus mempunyai kemampuan dalam menghadapi persaingan. Salah satu kemampuan yang berpotensi saat ini yaitu mampu bekerja dengan menggunakan komputer. Peluang tersebut yang perlu diambil oleh STMIK Sumedang untuk menjadi perguruan tinggi swasta yang dapat menjawab tantangan yang terjadi saat ini. Untuk itu perlu adanya suatu kajian berupa analisis terhadap lingkungan bisnis baik itu dari segi internal maupun eksternal. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan SWOT Analysis dengan menggunakan beberapa tools analisis yaitu Value Chain Analysis, PEST Analysis, Five Forces Analysis, dan Matrix SWOT. Penelitian ini akan menghasilkan suatu rumusan tentang bagaimana memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang untuk menutupi/mengantisipasi kelemahan dan ancaman sehingga hasil akhirnya adalah berupa usulan strategis bisnis.

Kata Kunci : SWOT Analysis, lingkungan internal, eksternal, usulan strategis

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Setiap perguruan tinggi swasta pasti mempunyai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang beragam. Dari ke empat faktor tersebut, kekuatan merupakan faktor yang lebih sering dipublikasikan daripada faktor lainnya. Kekuatan suatu perguruan tinggi dapat terlihat pada brosur maupun website PTS tersebut, di sana sudah jelas tertulis baik itu visi misi, jurusan, dan tujuan dari perguruan tinggi tersebut.

Melihat persaingan antar perguruan tinggi swasta saat ini memang sangat ketat terutama dalam mendapatkan calon mahasiswa. Setiap perguruan tinggi berlomba-lomba dalam mempromosikan PTS-nya masing-masing untuk menarik calon mahasiswa. Di sisi lain para calon mahasiswa menginginkan kuliah di perguruan tinggi yang dapat memberikan kemampuan yang mereka inginkan untuk bersaing di dunia kerja. Dewasa ini para calon mahasiswa sudah cerdas dalam memilih PTS mana yang berkualitas. Muncul pertanyaan, apakah PTS yang mereka pilih mampu memberikan harapan tersebut?

Selain itu juga, permasalahan yang terjadi saat ini yaitu lowongan kerja yang terbatas. Sebenarnya bukan lowongan pekerjaannya yang terbatas melainkan permintaan dunia kerja yang menuntut para pencari kerja berkompeten. Sehingga hal itulah yang perlu digali oleh mahasiswa dalam proses menimba ilmu di PTS. Dewasa ini *mainset* para calon mahasiswa lebih yakin ketika kuliah di PTN atau PTS terkemuka maka mereka akan sukses dibandingkan dengan kuliah di PTS yang ada disekitarnya. Padahal hal tersebut tidak dapat menjamin, tapi kembali ke bagaimana proses untuk mencapai tujuan dari mahasiswa tersebut.

STMIK Sumedang salah dari beberapa perguruan tinggi swasta yang ada di kabupaten Sumedang yang bergerak di bidang Informasi dan Komputer yang mencoba menjawab tantangan tersebut. Adapun langkah yang dilakukan oleh pihak manajemen untuk melihat kondisi/posisi STMIK Sumedang saat ini yaitu dengan melakukan analisis terhadap lingkungan bisnis internal dan eksternal. Sebagai salah satu cara untuk kedepannya memberikan kualitas terbaik untuk para calon mahasiswa.

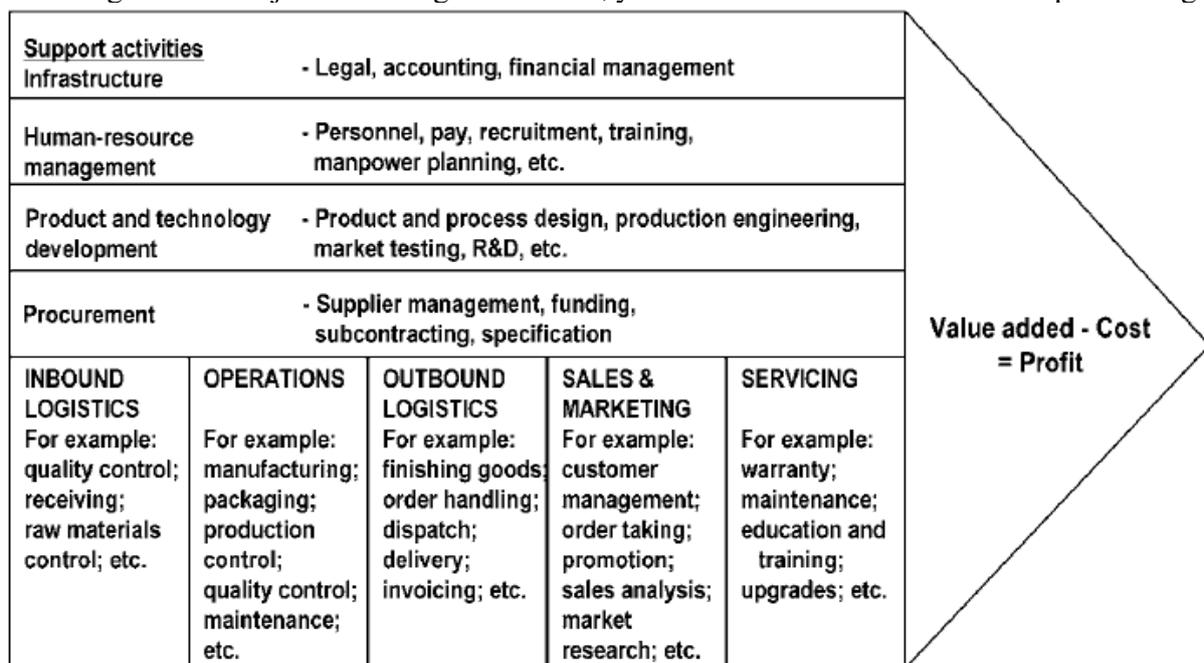
Dari permasalahan tersebut, maka penelitian ini dilakukan untuk melihat potensi baik itu dalam hal positif dan negatif sehingga akan dapat terlihat gambaran tentang posisi STMIK Sumedang pada saat ini. Maka dari itu dilakukanlah analisis lingkungan bisnis internal dan eksternal di STMIK Sumedang.

PEMBAHASAN

Analisis Value Chain

Menurut David, analisis rantai nilai (*value chain analysis – VCA*) mengacu pada proses yang dengannya perusahaan menentukan biaya yang terkait dengan aktivitas organisasional dari pembelian bahan mentah sampai produksi dan pemasaran produk tersebut. (2009;227) [1]

Analisis *Value Chain* dilakukan untuk memetakan seluruh proses kerja yang terjadi dalam organisasi menjadi dua kategori aktivitas, yaitu aktivitas utama dan aktivitas pendukung.



Gambar 1. Diagram *Value Chain* (Ward and Peppard 2002;265) [4]

Aktivitas Utama terdiri dari :

1. *Inbound Logistics* : adalah semua aktivitas yang dibutuhkan untuk menerima, menyimpan dan mendistribusikan masukan-masukan, dan termasuk pula hubungan dengan para pemasok (*suppliers*)
2. *Operations* : adalah semua aktivitas yang dibutuhkan untuk mentransformasikan semua masukan menjadi keluaran (produk dan/atau jasa)
3. *Outbound Logistic* : adalah semua aktivitas yang dibutuhkan untuk mengumpulkan, menyimpan, dan mendistribusikan keluaran (produk dan/atau jasa)
4. *Marketing and Sales* : adalah semua kegiatan mulai dari menginformasikan para calon pembeli mengenai produk dan/atau jasa, mempengaruhi mereka agar membelinya dan memfasilitasi pembelian mereka.

5. *Services* : adalah semua aktivitas yang dibutuhkan agar produk dan/atau jasa yang telah dibeli oleh konsumen tetap berfungsi dengan baik setelah produk dan/jasa tersebut terjual dan sampai di tangan pelanggan.

Aktivitas Sekunder terdiri dari :

1. *Procurement* : adalah pengadaan berbagai masukan atau sumber daya untuk suatu perusahaan/organisasi.
2. *Human-Resource Management* : meliputi segala aktivitas yang menyangkut perekrutan, pemecatan, pemberhentian, penentuan upah dan kompensasi, pengelolaan, pelatihan, dan pengembangan sumber daya manusia.
3. *Product and Technology Development* : menyangkut masalah peralatan, perangkat keras (*hardware*), perangkat lunak (*software*), prosedur, dan pengetahuan teknis yang digunakan dalam proses transformasi dari masukan menjadi keluaran dalam suatu perusahaan/organisasi.
4. *Infrastructure* : digunakan untuk mendukung keperluan-keperluan suatu perusahaan dan menyelaraskan kepentingan dari berbagai bagian, yang terdiri dari bagian-bagian atau departemen-departemen seperti bagian akuntansi, hukum (*legal*), keuangan (*finance*), perencanaan (*planning*), bagian umum (*public affairs*), pengukuran kualitas (*quality assurance*), dan manajemen umum (*general management*).

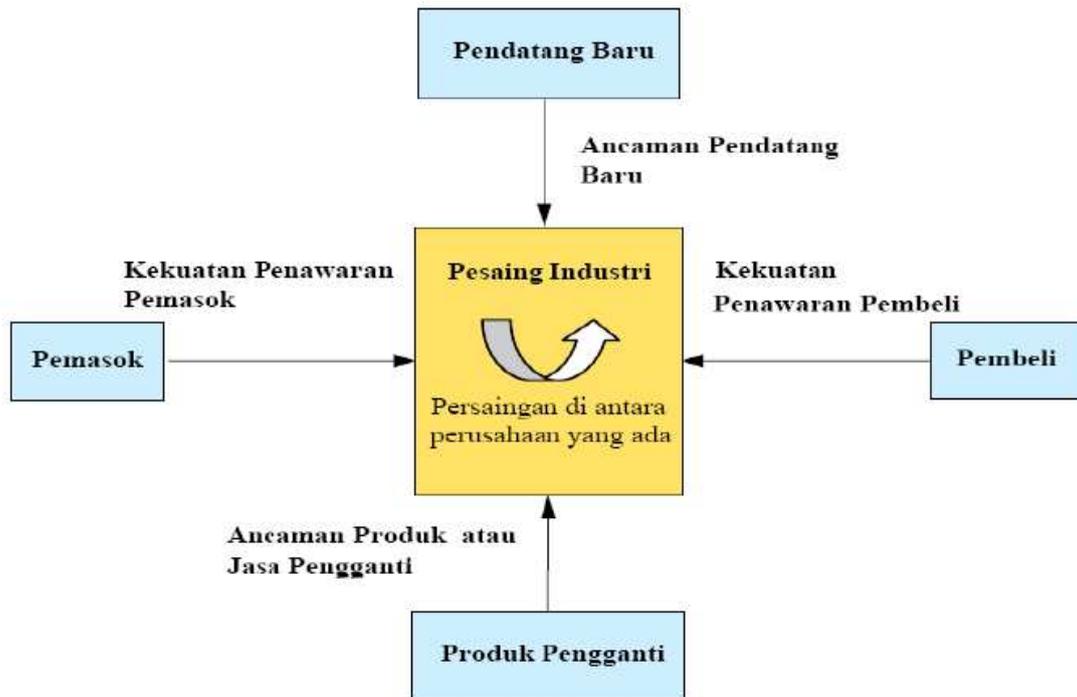
Analisis PEST (Politik, Ekonomi, Sosial, dan Teknologi)

Menurut *Ward* dan *Peppard*, analisis PEST adalah analisis terhadap faktor lingkungan eksternal bisnis yang meliputi bidang politik, ekonomi, sosial, dan teknologi. Faktor PEST sangat penting perannya dalam menghasilkan nilai keuntungan dari suatu strategi yang biasanya terjadi di luar kontrol sebuah perusahaan dan secara normal mempertimbangkan ancaman dan keuntungan. (2002;70-72) [4]

1. Faktor politik
2. Faktor Ekonomi
3. Sosial
4. Teknologi

Analisis Five Forces

Menurut *Ward* dan *Peppar*, persaingan dalam suatu industri tergantung pada lima kekuatan bersaing. Kumpulan kekuatan-kekuatan ini menentukan potensi keuntungan dalam industri yang diukur berdasarkan pengembalian jangka panjang terhadap modal yang diinvestasikan. Kelima kekuatan persaingan tersebut secara bersama-sama menentukan intensitas persaingan dan kemampuan dalam industri dan kekuatan yang paling besar akan sangat menentukan serta menjadi suatu yang sangat penting dari sudut pandang perumusan strategi. (2002;95) [4]



Gambar 2. Lima Kekuatan Bersaing Porter (*Ward And Peppard, 2002;95*) [4]

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*)

Menurut *Jhon Ward* dan *Joe Peppard*, analisis SWOT akan dipetakan dari hasil analisis lingkungan. Kekuatan diidentifikasi dengan tujuan untuk mengetahui apa saja kekuatan organisasi untuk dapat meneruskan dan mempertahankan bisnis. Dengan mengetahui kekuatan yang dimiliki organisasi akan dapat mempertahankan dan bahkan meningkatkan kekuatan sebagai modal untuk dapat bersaing. Mengidentifikasi kelemahan bertujuan untuk dapat mengetahui apa kelemahan-kelemahan yang masih ada, dan dengan mengetahui kelemahan tersebut, maka perusahaan dapat berusaha untuk memperbaiki agar menjadi lebih baik. Kelemahan yang tidak atau terlambat teridentifikasi akan merugikan bagi perusahaan. Oleh karena itu dengan semakin cepat mengetahui kelemahan, maka perusahaan juga dapat segera mungkin mencari solusi untuk dapat menutupi kelemahan tersebut. Dengan mengetahui peluang, baik peluang saat ini maupun peluang di masa yang akan datang, maka perusahaan dapat mempersiapkan diri untuk dapat mencapai peluang tersebut. (2002;83) [4]

Menurut Rangkuti, analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), dan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Setelah mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal. Langkah selanjutnya adalah menentukan diagram IFAS dan EFAS. (2003;18) [2]

Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)

Menurut Rangkuti, setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi suatu tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *Strength* dan *Weakness* perusahaan, tahapannya adalah sebagai berikut [2] :

1. Susunan pada kolom pertama yang menjadi faktor kekuatan dan kelemahan bagi perusahaan.

2. Berikan bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1.0 (paling penting) sampai 0.0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan.
3. Hitung *rating* (dalam kolom 3), untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang termasuk kategori kekuatan) diberikan nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata atau dengan pesaing utama dan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan *rating* pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4.0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
5. Pergunakan kolom 5 untuk memberikan komentar mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana nilai pembobotannya dihitung.
6. Jumlahkan nilai pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total nilai pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Nilai total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Tabel 1. Tabel IFAS (Rangkuti, 2006;25) [3]

Faktor Strategis Internal I	Bobot II	Rating III	B*R IV
Kekuatan			
Kelemahan			
Total			

Matriks Faktor Strategi Eksternal (IEAS)

Menurut Rangkuti, sebelum membuat matriks faktor strategi eksternal, maka perlu mengetahui terlebih dahulu faktor strategi eksternal EFAS (*External Factors Analysis Summary*). Berikut ini adalah cara-cara penentuan faktor strategis eksternal (EFAS) [2] :

1. Susunan pada kolom pertama yang menjadi faktor peluang dan ancaman bagi perusahaan.
2. Berikan bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1.0 (paling penting) sampai 0.0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan.
3. Hitung *rating* (dalam kolom 3), untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai *rating* untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi *rating* +4, tetapi jika peluangnya kecil diberi *rating* +1. Pemberian nilai *rating* ancaman adalah kebalikannya. Jika nilai ancamannya sangat besar, *rating*-nya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit *rating*-nya 4.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan *rating* pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4.0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
5. Pergunakan kolom 5 untuk memberikan komentar mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana nilai pembobotannya dihitung.
6. Jumlahkan nilai pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total nilai pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan

tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Nilai total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Tabel 2. Tabel IEAS (Rangkuti, 2006;24) [3]

Faktor Strategis Eksternal I	Bobot II	Rating III	B*R IV
Peluang			
Ancaman			
Total			

Matriks *Grand Strategy*

Setelah didapat hasil tabel bobot skor dari masing-masing IFAS da EFAS, langkah selanjutnya adalah memasukkan angka total bobot skor tersebut ke dalam matriks *grand strategy* berikut ini :



Gambar 3. Matriks *Grand Strategy* (Rangkuti, 2006;19) [3]

Keterangan :

1. Kuadran I : Merupakan situasi yang sangat menguntungkan, perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada, strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).
2. Kuadran II : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal, strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar)
3. Kuadran III : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak perusahaan menghadapi beberapa kendala internal. Fokus strategis perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.
4. Kuadran IV : Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan bagi perusahaan, perusahaan menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Matriks SWOT

Menurut Rangkuti, matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis [3]

Tabel 3. Matriks SWOT (Rangkuti, 2006;26) [3]

IFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
EFAS	Tentukan faktor – faktor kekuatan internal	Tentukan faktor – faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
Tentukan faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
Tentukan faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Keterangan dari matriks SWOT di atas :

1. Strategi SO
Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan kekuatan-kekuatan yang ada untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya
2. Strategi ST
Strategi yang menggunakan kekuatan yang ada untuk mengatasi ancaman yang datang.
3. Strategi WO
Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT
Strategi yang digunakan pada saat genting yaitu dengan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Identifikasi Lingkungan

a. Analisis Lingkungan Internal Bisnis

Analisis lingkungan internal yaitu melihat proses bisnis yang sedang berjalan saat ini dan fasilitas yang tersedia, untuk mengukur hal tersebut maka digunakan analisis *Value Chain*. Yang nantinya akan dapat tentang kekuatan dan kelemahan yang dimiliki STMIK Sumedang.

1. Analisis *Value Chain*



Gambar 4. Analisis *Value Chain* STMIK Sumedang

2. Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan

Tabel 4. Kekuatan dan Kelemahan

Kekuatan (<i>Strengths</i>)
Belum ada pesaing Menghasilkan lulusan berprofesi beragam Mempunyai SI Terpadu untuk layanan mahasiswa Tempat Representatif
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
Manajemen belum professional Fasilitas belum memadai Status Akreditasi C Belum terjalin komunikasi yang baik

b. Analisis Lingkungan Eksternal Bisnis

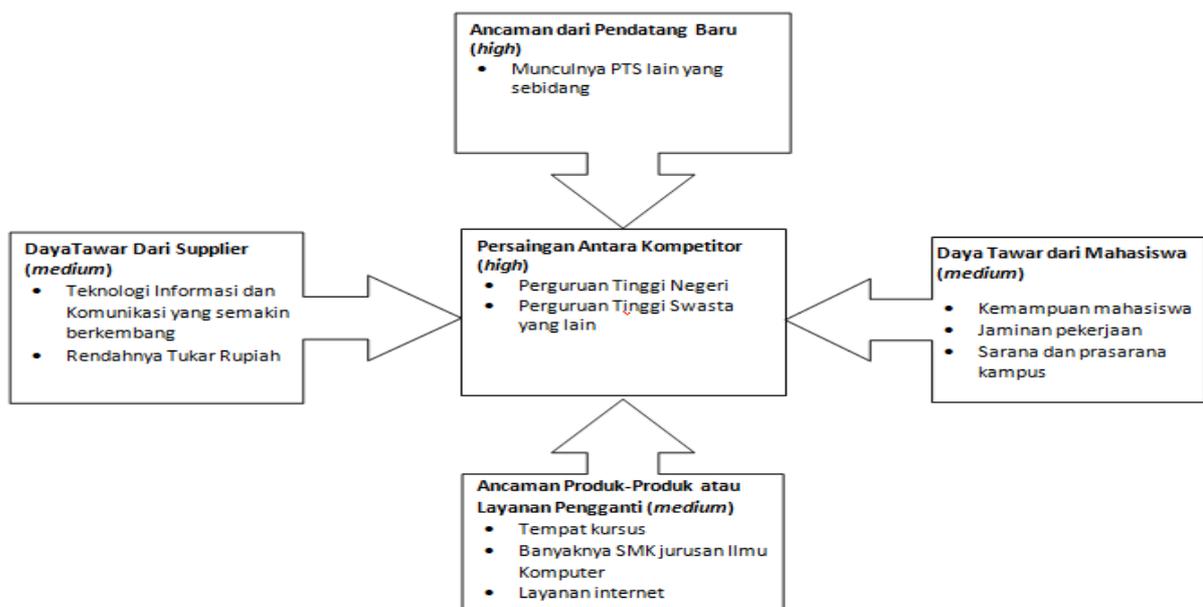
Analisis dilakukan untuk melihat faktor-faktor yang ada di luar yang dapat mempengaruhi bisnis dari STMIK Sumedang. Hasilnya akan diperoleh rumusan peluang dan ancaman yang dimiliki oleh STMIK Sumedang. Analisis yang dilakukan yaitu analisis PEST dan analisis *Five Forces*.

1. Analisis PEST

Tabel 5. Analisis PEST

No	Analisis	Hasil
1	Politik	Kerjasama dengan pemerintah untuk kuliah di STMIK Sumedang.
2	Ekonomi	Tingginya tingkat kebutuhan ekonomi masyarakat akan mengakibatkan pegawai akan menuntut lebih sehingga terancam menciptakan permasalahan untuk SDM yang berkaitan dengan kesejahteraan pegawai.
3	Sosial	Memberikan pelatihan dan seminar untuk masyarakat luar yang dinamakan dengan pengabdian pada masyarakat.
4	Teknologi	Memberikan peluang dengan belum adanya pesaing dalam bidang Teknologi khususnya di wilayah Sumedang

2. Analisis *Five Forces*



Gambar 5. Analisis Five Forces STMIK Sumedang

3. Identifikasi Peluang dan Ancaman

Tabel 6. Peluang dan Ancaman

Peluang (Opportunities)	
Lowongan pekerjaan yang luas	
Tuntutan keahlian komputer dalam pekerjaan	
Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi	
Banyaknya SMK ilmu komputer	
Ancaman (Threats)	
Munculnya PTS yang sejenis	
PTS lain yang mempunyai status akreditasi lebih baik	
SDM yang mengundurkan diri	
Jumlah mahasiswa yang menurun	

c. *Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)*

Hasil perhitungan matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) setelah dilakukan pembobotan dan *rating* diperoleh skor seperti pada tabel di bawah ini.

Tabel 7. Bobot, *Rating*, dan Skor dari Faktor Strategis Internal

No	Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Nilai
A	Kekuatan (S)			
1	Belum ada pesaing	0.08	4	0.33
2	Lulusan berprofesi beragam	0.22	4	0.88
3	SI Terpadu layanan mahasiswa	0.28	4	1.11
4	Tempat Representatif	0.42	3	1.26
	JUMLAH	1.00		3.58

(1=sangat buruk, 2=biasa saja, 3=lebih baik, 4=sangat baik)

B	Kelemahan (W)			
1	Manajemen belum profesional	0.20	3	0.59
2	Fasilitas belum memadai	0.21	3	0.63
3	Status Akreditasi C	0.25	3	0.74
4	Belum terjalin komunikasi yang baik	0.34	3	1.03
	JUMLAH	1.00		3.00

(4=sangat buruk, 3=biasa saja, 2=lebih baik, 1=sangat baik) **0.58**

Nilai Kekuatan (S) = 3,58; Nilai Kelemahan (W) = 3,00. Terlihat (S) > (W)

Nilai akhir untuk IFAS = 3,58 – 3,00 = 0,58

Nilai ini di letakkan pada sumbu horizontal (S).

d. *External Strategic Factors Analysis Summary (EFAS)*

Hasil perhitungan matriks EFAS (*External Strategic Factors Analysis Summary*) setelah dilakukan pembobotan dan *rating* diperoleh skor seperti pada tabel di bawah ini.

Tabel 8. Bobot, *Rating*, dan Skor dari Faktor Strategis Eksternal

No	Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Nilai
A	Peluang (O)			
1	Lowongan pekerjaan yang luas	0.08	4	0.33
2	Tuntutan keahlian komputer dalam pekerjaan	0.24	3	0.72
3	Perkembangan TI dan komunikasi	0.30	3	0.90
4	Banyaknya SMK ilmu komputer	0.38	3	1.13
	JUMLAH	1.00		3.08

(1=sangat buruk, 2=biasa saja, 3=lebih baik, 4=sangat baik)

B	Ancaman(T)			
1	Munculnya PTS yang sejenis	0.25	4	1.00
2	PTS lain yang status akreditasi lebih baik	0.25	3	0.75
3	SDM yang mengundurkan diri	0.25	3	0.75
4	Jumlah mahasiswa yang menurun	0.25	4	1.00
	JUMLAH	1.00		3.50

(4=sangat buruk, 3=biasa saja, 2=lebih baik, 1=sangat baik) **-0.42**

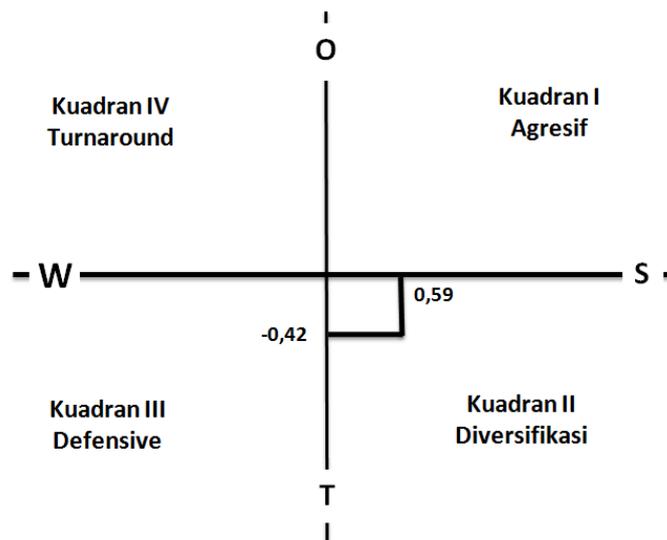
Nilai Peluang(O) = 3,08; Nilai Ancaman(T) = 3,50. Terlihat (O) < (T)

Nilai akhir untuk EFAS = 3,08 – 3,50 = -0,42

Nilai ini di letakan pada sumbu vertikal (O)

e. Matriks Grand Strategy

Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan tentang IFAS dan EFAS maka terbentuklah gambaran matriks *grand strategy*.



Gambar 6. Matriks *Grand Strategy*

Setelah dilakukan analisis SWOT ternyata STMIK Sumedang berada pada kuadran *Diversifikasi*, dimana pada kuadran ini yang artinya STMIK Sumedang meskipun menghadapi berbagai ancaman tapi dapat menggunakan kekuatan dari segi internal untuk memanfaatkan peluang jangka panjang.

f. Matriks SWOT

Tabel 9. Matriks SWOT

IFAS	<u>Kelebihan (S) :</u> <ul style="list-style-type: none"> • Belum ada pesaing • Menghasilkan lulusan berprofesi beragam • Mempunyai SI Terpadu untuk layanan mahasiswa • Tempat Representatif 	<u>Kelemahan (W) :</u> <ul style="list-style-type: none"> • Manajemen belum profesional • Fasilitas belum memadai • Status Akreditasi C • Belum terjalin komunikasi yang baik
EFAS	<u>Strategi SO :</u> <ul style="list-style-type: none"> • Bekerja sama pihak terkait • Update tren teknologi informasi • Memperbanyak penelitian dan kegiatan pengabdian pada masyarakat • Mengisi kegiatan kampus dengan melibatkan siswa SMK, SMA, atau sekolah sederajat • Memperhatikan kualitas lulusan dalam menghadapi dunia kerja 	<u>Strategi WO :</u> <ul style="list-style-type: none"> • Memperbaiki kualitas manajemen • Memperbaiki dan menambah fasilitas sarana dan prasarana • Memperbaiki akreditasi • Melakukan pendekatan dan komunikasi baik itu antar dosen, staf, maupun mahasiswa
<u>Peluang (O) :</u> <ul style="list-style-type: none"> • Lowongan pekerjaan yang luas • Tuntutan keahlian komputer dalam pekerjaan • Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi • Banyaknya SMK ilmu komputer 	<u>Ancaman (T) :</u> <ul style="list-style-type: none"> • Munculnya PTS yang sejenis • PTS lain yang mempunyai status akreditasi lebih baik • SDM yang mengundurkan diri • Jumlah mahasiswa yang menurun 	<u>Strategi ST :</u> <ul style="list-style-type: none"> • Mengembangkan PTS dari segi SI/TI • Aktif promosi diberbagai media. • Banyak melakukan sosialisasi ke masyarakat • Meningkatkan kesejahteraan SDM
	<u>Strategi WT :</u> <ul style="list-style-type: none"> • Selalu melakukan evaluasi • Mempererat kerjasama antar manajemen • Monitoring alumni 	

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang sudah lakukan menggunakan SWOT Analysis didapatkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh STMIK Sumedang, yang kemudian dilakukan kajian kembali dengan menggunakan beberapa *tools* analisis yaitu *Value Chain Analysis*, *PEST Analysis*, *Five Forces Analysis*, dan *Matrix SWOT* sehingga dapat disimpulkan bahwa STMIK Sumedang berada pada kuadran *Diversifikasi*, dimana pada kuadran ini STMIK Sumedang meskipun menghadapi berbagai ancaman tapi dapat menggunakan kekuatan dari segi internal untuk memanfaatkan peluang jangka panjang. Sehingga untuk menjawab tantangan yang ada saat ini STMIK Sumedang harus melakukan strategi yang sudah dirumuskan yaitu SO, ST, WO, dan WT untuk mengembangkan STMIK Sumedang untuk kedepannya.

Saran

Adapun saran yang ingin diberikan untuk perkembangan selanjutnya baik kepada pengembang maupun tingkatan manajemen yaitu :

1. Analisis lingkungan bisnis internal dan eksternal perlu dilakukan secara berkala untuk melihat posisi STMIK Sumedang pada saat ini.
2. Mengimplementasikan rumusan strategi untuk mengembangkan STMIK Sumedang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] David, Fred R., (2009), *Manajemen Strategis Konsep*. Edisi 12. Salemba Empat, Jakarta.
- [2] Rangkuti, F., (2003), *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [3] Rangkuti, F., (2006), *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [4] Ward, J. & Peppard, J., (2002), *Strategic Planninng for Information System 3th*, England, John Wiley and Sons Ltd.