

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PT HARAPAN SEJAHTERA KARYA UTAMA SIDOARJO

Vincent Ferdika Hariyono dan Hotlan Siagian

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: vincentferdika@gmail.com, hotlan.siagian@petra.ac.id

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisa keadaan lingkungan internal dan eksternal serta untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis yang perlu dilakukan oleh PT Harapan Sejahtera Karya Utama. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, metode studi kasus dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data penelitian ini menggunakan analisis SWOT.

Hasil dari analisis menunjukkan bahwa kekuatan (*strengths*) yang di miliki oleh PT Harapan Sejahtera Karya Utama yaitu kualitas produk dan bahan baku yang di miliki mempunyai standar kualitas yang tinggi dan pangsa pasar yang cukup besar. Kelemahan (*weakness*) PT Harapan Sejahtera Karya Utama yaitu minimnya promosi yang di lakukan oleh perusahaan dan minimnya media untuk promosi dan pemasaran. Peluang (*opportunities*) PT Harapan Sejahtera Karya Utama yaitu tidak ada produk pengganti plastik dan hambatan untuk pendatang perusahaan sejenis susah. Ancaman (*threats*) yang di hadapi PT Harapan Sejahtera Karya Utama yaitu pesaing-pesaing perusahaan sejenis yang memiliki harga lebih rendah

Strategi alternative berdasarkan matriks SWOT, PT Harapan Sejahtera Karya Utama dapat menerapkan strategi penetrasi pasar. Dalam hal ini, PT Harapan Sejahtera Karya Utama harus melakukan pemasaran melalui media-media online seperti website untuk mengenalkan produk-produk serta kualitas produk yang di miliki, media-media offline seperti brosur, poster dan sebagainya juga di perlukan untuk menarik calon-calon konsumen baru.

Kata Kunci:

Analisa SWOT, Porter's Five Force , Internal, Eksternal

I. PENDAHULUAN

Perkembangan sektor industri di Indonesia yang mengalami pasang surut menjadi penting untuk merumuskan kebijakan yang mampu mendorong peranan sektor industri dalam pembentukan PDB (Produk Domestik Bruto). (Murtianingsih, 2015). Salah satu industri manufaktur yang terus berkembang adalah industri plastik. Industri plastik merupakan sektor industri yang penting dan sangat terkait dengan industri-industri lain (Kemenperin, 2015)

Di zaman sekarang kehidupan manusia tidak bisa lepas dari bahan plastik. Hampir semua barang yang ada di sekitar kita mempunyai bahan yang berasal dari plastik. Plastik merupakan material yang baru secara luas dikembangkan dan digunakan sejak abad ke-20 yang berkembang secara luar biasa penggunaannya dari hanya beberapa ratus ton pada

tahun 1930-an, menjadi 150 juta ton/tahun pada tahun 1990-an dan 220 juta ton/tahun pada tahun 2005 (Ahvenainen, 2003)

Industri plastik khususnya di Indonesia, berpotensi untuk dikembangkan karena didukung oleh peningkatan konsumsi dan penggunaan berbagai jenis produk plastik, antara lain kemasan, komponen otomotif maupun elektronik, serta berbagai macam penggunaan lainnya. Kementerian Perindustrian (Kemenperin) terus mendorong pengembangan industri hilir plastik karena memiliki potensi pasar yang besar, baik di dalam maupun luar negeri, Potensi dari konsumsi produk plastik di Indonesia masih cukup besar. Menurut Direktur Jenderal (Dirjen) Basis Industri Manufaktur Kemenperin Panggah Susanto, konsumsi nasional per kapita per tahun baru 10 kilogram dan relatif lebih rendah dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya, seperti Singapura, Malaysia, dan Thailand, yang mencapai 40 kilogram per kapita per tahun. Saat ini kapasitas terpasang industri kemasan plastik mencapai 2,35 juta ton per tahun. Namun, utilisasinya sebesar 70 persen, sehingga rata-rata produksi mencapai 1,65 juta ton, sedangkan penyerapan tenaga kerjanya sekitar 350.000 orang. Meskipun struktur industri plastik nasional sudah cukup lengkap atau terintegrasi dari hulu ke hilir, namun masih terdapat sejumlah kendala dan hambatan, di antaranya impor bahan baku plastik, seperti polipropilena yang mencapai 484.000 ton dari total kebutuhan sebesar 976.000 ton per tahun. (Kemenperin, 2016)

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, importasi plastik dan barang dari plastik selama Januari sampai April 2013 naik 11,7% secara year on year menjadi US\$ 2,48 miliar. Adapun impor di periode sebelumnya tahun 2012 sebesar US\$ 2,22 miliar. Sedangkan impor plastik bulan April 2013 sebesar US\$ 688,9 juta, naik 9% dari impor Maret 2013 yang tercatat sebesar US\$ 631,6 juta. (Kemenperin, 2015).

Bisnis industri plastik Indonesia yang di tuntut terus berkembang di perlukan strategi yang baik. PT Harapan Sejahtera Karya Utama merupakan salah satu perusahaan industri manufaktur yang bergerak di bidang plastik. PT Harapan Sejahtera Karya Utama beroperasi sejak 1998 dan terletak di jalan Kutilang No. 25 Larangan, Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur. PT Harapan Sejahtera Karya Utama memproduksi berbagai macam jenis produk plastik seperti Polypropylene, Polyethylene, dan High Density Polyethylene.

Menurut Sugeng Prayitno selaku direktur utama PT Harapan Sejahtera Karya Utama jumlah target penjualan yang dilakukan perusahaan tidak sesuai dengan target perusahaan yang hanya mencapai 70% dari target perusahaan yaitu 90%. Dengan melihat fenomena konsumsi plastik Indonesia dan tuntutan pemerintah, perusahaan dapat mengembangkan bisnisnya perusahaan perlu memutuskan dan menggunakan strategi dengan tepat. Untuk mencapai keputusan strategi, maka diperlukan manajemen strategis. Menurut David (2011) manajemen strategis terdiri dari lingkungan internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan serta lingkungan eksternal yang meliputi peluang dan ancaman bagi perusahaan. Dengan demikian focus manajemen strategi adalah menghubungkan lingkungan internal dengan lingkungan eksternal dan memastikan implementasi strategi berjalan dengan tepat.

Menurut Helms, Rodríguez, Ríos, & Hargrave (2011) pada jurnalnya *Entrepreneurial potential in Argentina*; a SWOT analysis, pengusaha dapat mengasumsikan masing-masing variable SWOT yang mempengaruhi penciptaan peluang bisnis baru yang sama dalam lingkungan dan kepentingannya. Namun hal itu dapat terjadi jika perusahaan atau organisasi dapat memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada.

Oleh karena itu, peneliti tertarik menganalisa lingkungan internal dan eksternal, dan meneliti strategi pengembangan bisnis pada PT Harapan Sejahtera Karya Utama untuk dapat meningkatkan penjualan serta memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui keadaan lingkungan internal dan eksternal pada PT Harapan Sejahtera Karya Utama dan untuk menyusun rencana strategi alternatif pengembangan bisnis pada PT Harapan Sejahtera Karya Utama

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai intrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. (Sugiyono, 2015).

Konseptual yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari analisa strategi pengembangan bisnis yang meliputi analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal serta melakukan analisa SWOT (*strength, weakness, opportunities, dan threats*). Analisis lingkungan internal meliputi

1. Pemasaran : Pemasaran merupakan proses mendefinisikan, mengantisipasi, menciptakan, dan memenuhi kebutuhan pelanggan dan keinginan untuk produk dan jasa. Dalam penelitian ini peneliti hanya akan menggunakan fungsi pemasaran yaitu penjualan barang atau jasa, penentuan harga, dan distribusi

2. Keuangan : Financing decision adalah aktivitas menentukan struktur modal terbaik untuk perusahaan dan meliputi pemeriksaan berbagai metode dimana perusahaan dapat meningkatkan modal. Keputusan pembiayaan harus mempertimbangkan baik jangka pendek dan jangka panjang untuk kebutuhan modal kerja
3. Produksi : Fungsi produksi/Operasional terdiri dari semua kegiatan bisnis yang merubah *input* menjadi barang atau jasa. Fungsi operasional/produksi adalah proses, kapasitas, inventori, tenaga kerja, dan kualitas
4. Sumber Daya Manusia : Manajemen Sumber Daya Manusia adalah suatu prosedur yang berkelanjutan yang bertujuan untuk memasok suatu organisasi atau perusahaan dengan orang-orang yang tepat untuk ditempatkan pada posisi dan jabatan yang tepat pada saat organisasi memerlukannya. Manajemen sumber daya manusia terkait dengan rekrutmen, seleksi, pelatihan dan pengembangan, kompensasi

Sedangkan analisis lingkungan eksternal menggunakan *porter's five force* yang terdiri dari

1. Persaingan antar perusahaan pesaing di tentukan oleh beberapa faktor antara lain : pertumbuhan pasar, struktur biaya, hambatan keluar industri, switching cost yang dikeluarkan oleh pelanggan ketika beralih menggunakan produk dari perusahaan lain, pengalaman dalam industri dan perbedaan implementasi strategi
2. Potensi masuknya pesaing baru menunjukkan tentang kesulitan ataupun kemudahan bagi para pesaing baru yang masuk dalam suatu industri
3. Potensi produk pengganti di tentukan oleh harga produk substitusi, *switching cost* yang dikeluarkan oleh pelanggan ketika beralih produk, dan kualitas produk.
4. Daya tawar dari pemasok/*supplier* di tentukan oleh beberapa faktor, antara lain: switching cost ke supplier lain, jumlah supplier, konsentrasi supplier, ketersediaan barang substitusi, tingkat diferensiasi input, hingga tingkat hubungan dengan supplier.
5. Daya tawar pembeli menunjukkan kekuatan yang dimiliki oleh seorang pelanggan

Penentuan informan pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data, dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang di anggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang di teliti (Sugiyono, 2015). Peneliti mengajukan wawancara dengan mengajukan berbagai pertanyaan kepada narasumber yang terpilih. Narasumber yang di gunakan dalam penelitian ini meliputi pemilik perusahaan, direktur utama, manajer keuangan, manajer produksi, manajer pemasaran, dan HRD dari PT Harapan Sejahtera Karya Utama; narasumber yang dipilih merupakan pengambil keputusan dan implementator kebijakan. Narasumber tersebut di ambil karena narasumber tersebut

mengetahui kondisi lingkungan internal dan lingkungan eksternal PT Harapan Sejahtera Karya Utama sehingga diasumsikan sebagai narasumber mampu memberikan data sesuai dengan kebutuhan penelitian. Penulis menggunakan metode triangulasi sumber berarti untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama (Sugiyono, 2015)

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

PT Harapan Sejahtera Karya Utama adalah perusahaan manufaktur plastik. Perusahaan ini didirikan oleh Hendro Salim selaku pemilik pada tanggal 1 Januari 1999. PT Harapan Sejahtera Karya Utama terletak di Jalan Kutilang no.25, Larangan Candi, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Perusahaan ini termasuk perusahaan keluarga karena komisaris dan pemilik saham adalah istri Hendro Salim yaitu Minggarwati Lauwarni dan anaknya yaitu Linda Salim dan Vonny Salim. Perusahaan ini memiliki jumlah karyawan yaitu 262 orang yang terdaftar di BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial). Produk yang di hasilkan oleh perusahaan ini antara lain Polypropylene, Polyethylene, dan High Density Polyethylene. Bahan baku pembuatan plastik didatangkan melalui supplier yang berada di Jakarta. Pangsa pasar dari perusahaan ini yaitu di Jawa Timur, Nusa Tenggara Timur, Nusa Tenggara Barat dan beberapa wilayah lain di Indonesia. Polypropylene digunakan untuk penggunaan plastik makanan ringan seperti snack dan coklat, Polyethylene di gunakan untuk wadah plastik kiloan dan es batu, dan High Density Polyethylene biasanya digunakan konsumen sebagai kantong plastik

Hasil analisis lingkungan internal sebagai berikut :

1. Pemasaran : Perusahaan melakukan pemasaran langsung ke perusahaan-perusahaan menggunakan sales serta tidak ada strategi pemasaran ataupun media pemasaran seperti media online, radio dan sebagainya
2. Keuangan : Tidak ada rencana investasi dan pertumbuhan penjualan naik turun
3. Produksi : Produksi 24 jam yang terbagi 3 shift, mempunyai produk yang berkualitas tinggi
4. Sumber Daya Manusia : Perekrutan melalui DISNAKER dan karyawan yang di terima di latih sesuai departemennya

Hasil analisis lingkungan eksternal berdasarkan *porter's five force* adalah sebagai berikut :

1. Persaingan antar perusahaan pesaing : persaingan terus bertambah walau tidak banyak dan pesaing utama dalam pangsa pasar perusahaan ini ada di daerah Jawa Tengah karena harga yang lebih rendah
2. Potensi masuknya pesaing baru : masuk dalam industri plastik susah karena sudah banyak pabrik plastik dan modal yang dibutuhkan banyak yaitu di atas 100 miliar
3. Potensi produk pengganti : tidak ada produk pengganti dari plastik
4. Daya tawar dari pemasok/supplier : Banyak yang menawarkan tetapi supplier perusahaan hanya satu yaitu PT Candra Asri Petrochemical tbk di Jakarta karena terpercaya kualitasnya
5. Daya tawar pembeli : Konsumen perusahaan sangat banyak mulai dari perusahaan hingga distributor-

distributor. Konsumen banyak yang setia karena kualitas plastik PT Harapan Sejahtera Karya Utama bagus dan terpercaya tetapi tingkat daya tawar pembeli tetap tinggi

Berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal PT Harapan Sejahtera Karya Utama, di peroleh kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yaitu pada tabel di bawah ini :

Tabel 1 Analisis SWOT PT Harapan Sejahtera Karya Utama

| | |
|--|---|
| <p>Kekuatan (<i>Strength</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kualitas produk (S1) • Kualitas pelayanan (S2) • Pangsa pasar 10-20% (S3) | <p>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Minim promosi (W1) • Minimnya media untuk memasarkan dan mempromosikan produk (W2) |
| <p>Peluang (<i>Opportunities</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tidak ada produk pengganti plastik (O1) • Hambatan masuk pendatang baru susah (O2) | <p>Ancaman (<i>Threats</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perusahaan sejenis yang memiliki harga lebih rendah (T1) • Daya Tawar Pembeli Tinggi (T2) |

Sumber : Data olahan peneliti

Berdasarkan kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) pada tabel 1 di atas dapat di kembangkan menjadi empat jenis strategi utama yaitu strategi SO (kekuatan - peluang), strategi WO (kelemahan - peluang), strategi ST (kekuatan - ancaman), dan strategi WT (kelemahan - ancaman). 4 jenis strategi tersebut dapat di rumuskan melalui matriks SWOT pada tabel bawah ini

Tabel 2 Matriks SWOT PT Harapan Sejahtera Karya Utama

| | |
|--|---|
| <p>Strategi SO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan perluasan pangsa pasar (S3,O1,O2) • Mempertahankan konsumen yang ada (S1,S2,O2) | <p>Strategi WO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat promosi dan strategi pemasaran agar perusahaan lebih di kenal lagi (W1, W2, O1, O2) |
| <p>Strategi ST</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk plastik serta pelayanan (S1,S2, A1) | <p>Strategi WT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan investasi untuk pengembangan perusahaan terutama bidang pemasaran (W1,W2, T1,T2) |

Sumber : Data olahan peneliti

Pembahasan

Analisis SWOT digunakan pada penelitian ini setelah melakukan analisa kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Analisa lingkungan internal meliputi aspek produksi, pemasaran, keuangan dan sumber daya manusia. Sedangkan untuk aspek lingkungan eksternal meliputi Persaingan Antar Perusahaan Pesaing, Daya Tawar Dari Pemasok/Supplier, Daya Tawar Pembeli/Konsumen, Potensi Masuknya Pesaing Baru, dan Potensi Produk Pengganti. Setelah mengetahui analisa lingkungan internal dan eksternal

maka dapat di ketahui SWOT dari PT Harapan Sejahtera Karya Utama.

Dari analisis internal dan eksternal yang menggunakan matriks SWOT menghasilkan alternative strategi pengembangan bisnis pada PT Harapan Sejahtera Karya Utama. Strategi alternative berdasarkan matriks SWOT, PT Harapan Sejahtera Karya Utama dapat menerapkan penetrasi pasar, yang merupakan strategi yang mengusahakan peningkatan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang ada di pasar saat ini melalui upaya-upaya pemasaran yang lebih besar. Dalam hal ini, PT Harapan Sejahtera Karya Utama harus melakukan pemasaran melalui media-media online seperti website untuk mengenalkan produk-produk serta kualitas produk yang di miliki, media-media offline seperti brosur, poster dan sebagainya juga di perlukan untuk menarik calon-calon konsumen baru

Beberapa strategi alternative lainnya yang mungkin dapat di lakukan adalah strategi diferensiasi. Strategi ini bertujuan untuk menghasilkan produk atau jasa yang dianggap unik di industry dan diarahkan kepada konsumen yang relative peka terhadap harga. PT Harapan Sejahtera Karya Utama yang memiliki kualitas dalam hal produk plastik dan pelayanan. Perusahaan yang terus berupaya memberikan kualitas produk serta pelayanan yang terbaik dan berbeda dengan pesaing nya membuat konsumen akan bertahan. Pelayanan yang di berikan seperti pengiriman yang lebih cepat dan kualitas produk yang di topang oleh bahan baku berstandar tinggi akan membuat konsumen lebih merasa memiliki value lebih. Dalam hal ini PT Harapan Sejahtera Karya Utama yang mempunyai kekuatan dalam hal kualitas produk dan pelayanan sehingga dapat juga menggunakan strategi nilai terbaik. Pelayanan yang berbeda untuk para konsumen seperti pemberian sistem kredit pembayaran lebih lama, pengenalan produk atau pemberian informasi bahan baku yang lebih unggul di banding pesaingnya juga merupakan kekuatan yang dapat di lakukan oleh perusahaan untuk menjaga konsumen lebih setia ke perusahaan.

Dalam implikasi manajerialnya divisi keuangan perusahaan dapat melakukan pembenahan investasi usaha agar bisnis PT Harapan Sejahtera Karya Utama dapat lebih berkembang, penyisihan profit untuk investasi mesin ataupun membuka pabrik baru atau cabang baru. Pembenahan dalam bidang pemasaran yang selama ini belum maksimal dan tidak mempunyai sistem pemasaran yang jelas, pemberian target pemasaran dan alokasi biaya pemasaran serta promosi agar perusahaan dapat meningkatkan pangsa pasar dan menembus pasar-pasar baru domestik maupun internasional serta dapat meningkatkan penjualan yang menjadi masalah utama dari perusahaan. Sedangkan untuk divisi produksi lokasi pembelian bahan baku yang jauh di Jakarta mungkin dapat diganti dengan mencari supplier dengan kualitas yang sama dan harga yang sama di lokasi yang lebih dekat untuk menekan biaya pengiriman bahan baku dan pengecekan mesin-mesin secara berkala agar tidak mudah rusak ataupun macet ketika produksi. Dan yang terakhir yaitu divisi HRD dapat lebih melakukan pelatihan-pelatihan seluruh staff di perusahaan dan memelihara fasilitas-fasilitas seperti tempat istirahat, toilet juga kebersihan gedung agar motivasi dan kinerja karyawan terjaga.

IV. KESIMPULAN/RINGKASAN

Berdasarkan hasil data kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang di dapatkan melalui data primer dan data sekunder. Analisa lingkungan internal meliputi aspek produksi, pemasaran, keuangan dan sumber daya manusia. Sedangkan untuk aspek lingkungan eksternal meliputi persaingan antar perusahaan pesaing, daya tawar dari pemasok/supplier, daya tawar Pembeli/Konsumen, Potensi masuknya pesaing baru, dan potensi produk pengganti. Setelah mengetahui analisa lingkungan internal dan eksternal maka dapat di ketahui SWOT dari PT Harapan Sejahtera Karya Utama.

Hasil dari analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan (*strengths*) yang di miliki oleh PT Harapan Sejahtera Karya Utama yaitu kualitas produk dan bahan baku yang di miliki mempunyai standar kualitas yang tinggi dan pangsa pasar yang cukup besar. Kelemahan (*weakness*) PT Harapan Sejahtera Karya Utama yaitu minimnya promosi yang di lakukan oleh perusahaan dan minimnya media untuk promosi dan pemasaran. Peluang (*opportunities*) PT Harapan Sejahtera Karya Utama yaitu tidak ada produk pengganti plastik dan hambatan untuk pendatang perusahaan sejenis susah. Ancaman (*threats*) yang di hadapi PT Harapan Sejahtera Karya Utama yaitu pesaing-pesaing perusahaan sejenis yang memiliki harga lebih rendah. Strategi alternative berdasarkan matriks SWOT, PT Harapan Sejahtera Karya Utama dapat menerapkan strategi penetrasi pasar. Dalam hal ini, PT Harapan Sejahtera Karya Utama harus melakukan pemasaran melalui media-media online seperti website untuk mengenalkan produk-produk serta kualitas produk yang di miliki, media-media offline seperti brosur, poster dan sebagainya juga di perlukan untuk menarik calon-calon konsumen baru.

Bedasarkan analisis dan kesimpulan, peneliti dapat memberikan beberapa saran antara lain

1. Menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan dan produk
2. Melakukan promosi dan iklan di media-media online seperti website dan media cetak seperti brosur ataupun koran
3. Pemberian target pemasaran dan alokasi biaya pemasaran serta promosi
4. Melakukan investasi-investasi yang dapat membuat usaha lebih berkembang dari sekarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahvenainen, R. (2003). *Modern Plastics Handbook* (1st ed.). Woodhead Publishing Limited.
- Assauri, S. (2013). *Strategic Management : Sustainable Compatitive Advantages*. Jakarta: Rajawali Persada.
- Azwar, S. (2013). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bateman, T. S., & Snell, S. (2004). *Management : the new competitive landscape*. New York: McGraw-Hill Education.
- Carlsen, J., & Andersson, T. D. (2011). *Strategic SWOT analysis of public, private and not-for-profit festival*

- organisations. *International Journal of Event and Festival Management*, 2(1), 83–97.
<http://doi.org/10.1108/17582951111116632>
- Carolina Duarte, Lawrence P. Etkin, Marilyn M. Helms, M. S. A. (2006). The challenge of Venezuela: a SWOT analysis. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 21(3), 269–287.
- Coulter, M. K. (2005). *Strategic management in action*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- David, F. R. (2011). *Strategic management: concepts and cases* (13th ed.). New Jersey: Prentice Hall. Inc.
- Dessler, G. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi 10). Jakarta: Indeks.
- Helms, M. M., Rodríguez, M. a., Ríos, L. D. L., & Hargrave, W. (Bill). (2011). Entrepreneurial potential in Argentina: a SWOT analysis. *Competitiveness Review: An International Business Journal Incorporating Journal of Global Competitiveness*, 21(3), 269–287.
<http://doi.org/10.1108/10595421111134859>
- Hung, T. Y., Hsiao, Y. J., & Wu, S. W. (2014). Advantage management strategy in competition via technological race perspective: Empirical evidence from the Taiwanese manufacturing industry. *Scientific World Journal*, 2014. <http://doi.org/10.1155/2014/843436>
- Industri Plastik Harus Terus Dikembangkan . Diperoleh 20 September 2016, dari <http://www.kemenperin.go.id/artikel/4709/Industri-Plastik-Harus-Terus-Dikembangkan>
- Industri Plastik Terbatas Kapasitas Produksi . Diperoleh 20 September 2016, dari <http://kemenperin.go.id/artikel/7336/Industri-Plastik-Terbatas-Kapasitas-Produksi>
- Menperin Tinjau Perkembangan Industri Manufaktur di Cikarang . Diperoleh 20 September 2016, dari <http://www.kemenperin.go.id/artikel/11274/Menperin-Tinjau-Perkembangan-Industri-Manufaktur-di-Cikarang>
- Murtianingsih. (2015). GLOBALISASI LEADING SECTOR. *Jurnal JIBEKA*, 9(2), 33–39.
- Rajasekar, J., & Raee, M. Al. (2013). An analysis of the telecommunication industry in the Sultanate of Oman using Michael Porter's competitive strategy model. *Competitiveness Review: An International Business Journal Incorporating Journal of Global Competitiveness*, 23(3), 234–259.
<http://doi.org/10.1108/10595421311319825>
- Ruspitaningsih, R., Arijanto, S., & Rispianda. (2014). Rumusan Alternatif Strategi CV . X dalam Menghadapi Persaingan Industri. *Itenas Rekayasa, XVIII(XVIII)*, 1.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sutherland, E. (2014). Lobbying and litigation in telecommunications markets – reapplying Porter's five forces. *Info*, 16(5), 1–18. <http://doi.org/10.1108/info-03-2014-0018>
- Tsitsipati, V., & Athanasios, C. (2014). SWOT analysis of the truffles market in Greece. *British Food Journal*, 116(12), 1976–1997. <http://doi.org/10.1108/BFJ-12-2012-0293>