

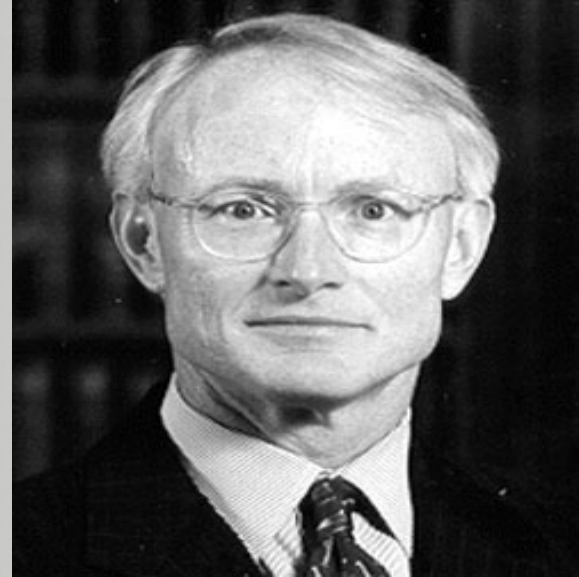
Analisis Proses Bisnis

Mia Fitriawati, S.Kom, M.Kom

1.

Analisis Value Chain

- ◆ Pendekatan ini diciptakan oleh Michael E. Porter yang berisi sekumpulan aktivitas yang membuat dan membangun nilai margin atau nilai tambah (added value)
- ◆ Aktivitas tersebut dibagi menjadi Aktivitas Utama (Primary Activity) dan Aktivitas Pendukung (Support Activity)



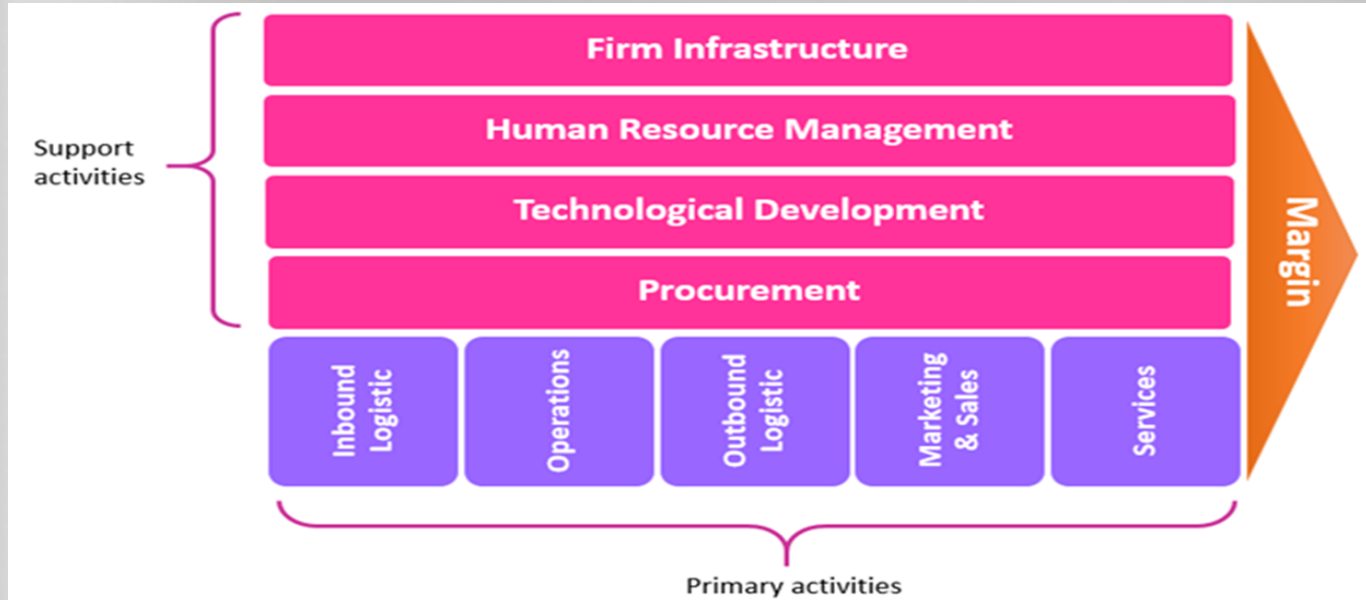
Analisis value chain

merupakan alat analisis yang berguna untuk memahami aktivitas-aktivitas yang membentuk nilai suatu produk atau jasa dan digunakan untuk menciptakan nilai bagi pelanggannya dalam mencapai suatu keunggulan yang kompetitif.

Tujuan analisis value-chain

adalah untuk mengidentifikasi tahap-tahap value chain di mana perusahaan dapat meningkatkan value untuk pelanggan atau untuk menurunkan biaya.

Matriks Value Chain



Primary Activities

kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk memberi nilai tambah.

Support Activities

kegiatan-kegiatan mendukung aktivitas utama dan memungkinkan aktivitas utama berlangsung

Primary Activities

Inbound Logistics

Hal-hal yang berhubungan dengan bahan baku/input material, termasuk kontrol penerimaan, pergudangan, dan persediaan..

Operations

Kegiatan penciptaan nilai yang mengubah input menjadi produk akhir.

Marketing and sales

Kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan mendapatkan pembeli untuk membeli produk.

Outbound Logistics

kegiatan-kegiatan yang dibutuhkan untuk menyampaikan produk yang telah selesai kepada konsumen.

Service

Kegiatan-kegiatan yang menjaga dan meningkatkan nilai dari produk.

Support Activities

Firm Infrastructure

Infrastruktur organisasi
(administrasi dan
manajemen).

Human Resource Management

Sumber Daya Manusia (perekrutan,
penempatan, dan pelatihan
karyawan).

Technology Development

Meningkatkan produk dan proses
produk.

Procurement

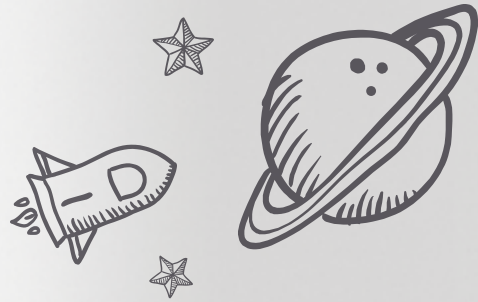
Perolehan, pengadaan,
pembelian.

2.

Analisis SWOT

Analisis SWOT (SWOT analysis)
yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali
kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman
yang menentukan kinerja perusahaan. (Richard
L. Daft 2010:253)

Fredi Rangkuti (2004: 18) menjelaskan bahwa
Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai
faktor secara sistematis untuk merumuskan
strategi perusahaan.



Analisis SWOT

singkatan dari Strengths, weakness, opportunity dan threats. Dari analisis tersebut dapat digolongkan menjadi dua faktor yaitu internal dan eksternal.

Faktor Internal

mempengaruhi terbentuknya strengths and weaknesses (S dan W). Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional

Faktor Eksternal

mempengaruhi terbentuknya opportunities and threats (O dan T). Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.

Model Analisis SWOT 1#

EFAS (Eksternal Strategic Factor Analisis Summary).

Faktor strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X rating	Keterangan
Peluang	X	X	X	
Jumlah	X	X	X	
Ancaman	X	X	X	
Jumlah	X	X	X	
Total	X	X	X	

Model Analisis SWOT 2#

IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary)

Faktor strategi internal	Bobot	Rating	Bobot X rating	Keterangan
Kekuatan	X	X	X	
Jumlah	X	X	X	
Kelemahan	X	X	X	
Jumlah	X	X	X	
Total	X	X	X	

Matriks SWOT

IFAS	EFAS	STRENGTH (S) Tentukan 5- 10 faktor- faktor kekuatan internal	WEAKNESS (W) Tentukan 5- 10 kelemahan internal
	OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal		STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk Mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

THANKS!

Any questions?

