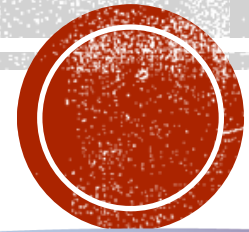


ANALISIS FAKTOR LINGKUNGAN INTERNALITAS & EKSTERNALITAS

M. Jorgy Lazuardi Labunove Ismi, S.P., M.P.



TUJUAN PEMBELAJARAN

1. Memahami konsep internalitas dan eksternalitas dalam manajemen strategi.
2. Mengidentifikasi faktor internal organisasi yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan.
3. Menganalisis faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman bagi perusahaan.
4. Menggunakan alat analisis strategi seperti PESTEL dan model Lima Kekuatan dari Michael Porter.
5. Mengintegrasikan analisis internal dan eksternal dalam penyusunan strategi melalui pendekatan SWOT.
6. Menyusun rekomendasi strategi berdasarkan hasil analisis yang sistematis dan logis.



INTERNALITAS

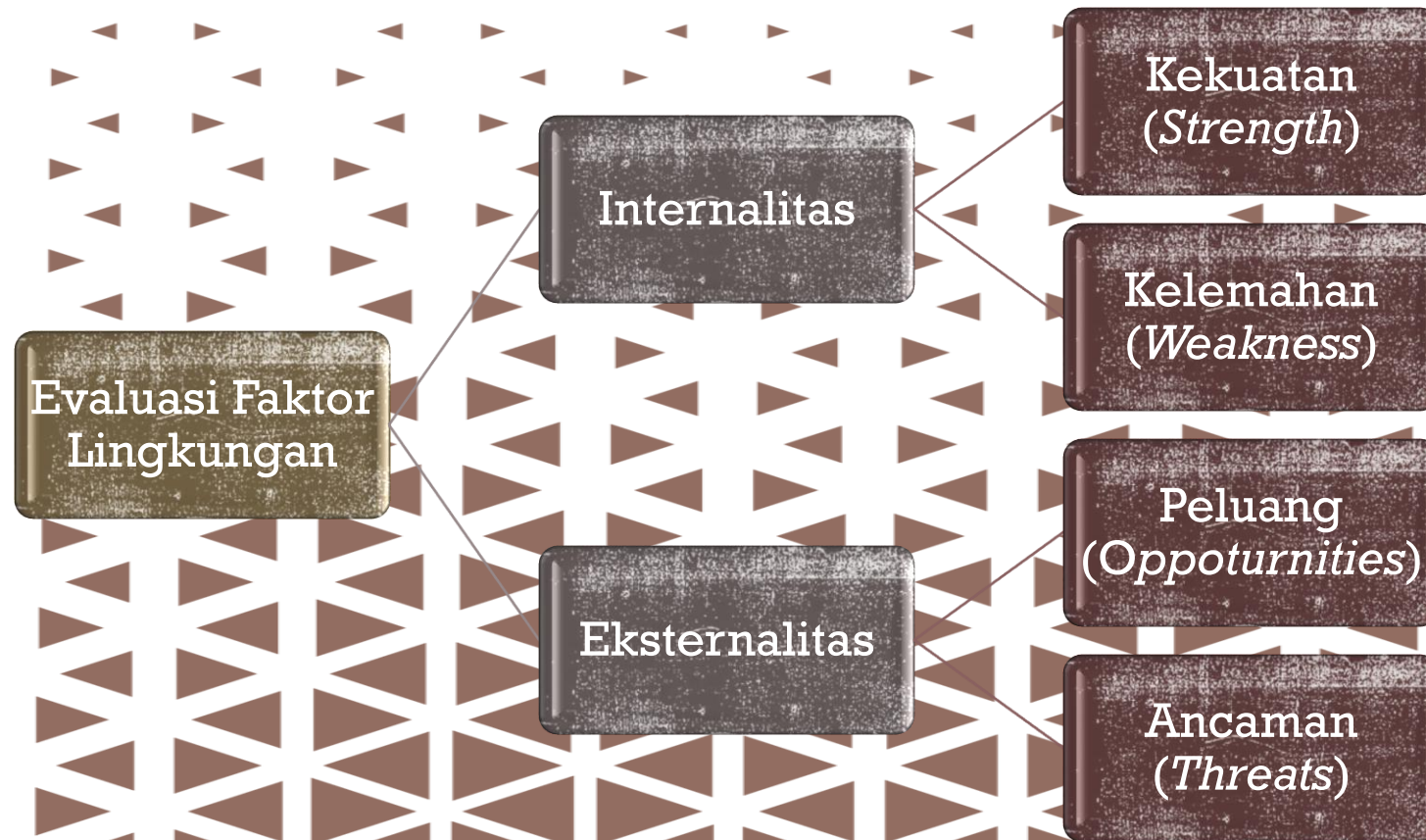
Internalitas adalah keseluruhan faktor, sumber daya, kapabilitas, struktur, budaya, serta proses yang berada di dalam organisasi dan berada dalam kendali manajemen, yang secara langsung memengaruhi kemampuan perusahaan dalam mencapai keunggulan kompetitif. Internalitas mencerminkan kekuatan dan kelemahan organisasi yang dianalisis melalui pendekatan seperti *Resource-Based View* dan rantai nilai



EKSTERNALITAS

Eksternalitas adalah keseluruhan faktor lingkungan di luar organisasi yang tidak berada dalam kendali langsung manajemen, namun memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja dan keberlangsungan perusahaan. Eksternalitas mencakup dinamika lingkungan makro (politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, hukum) serta lingkungan industri, seperti yang dijelaskan dalam model lima kekuatan industri oleh Michael Porter, yang membentuk peluang dan ancaman strategis bagi organisasi.

KONSEP EVALUASI FAKTOR LINGKUNGAN



KAITAN ANALISIS FAKTOR LINGKUNGAN DENGAN SWOT

INTERNAL EKSTERNAL	Strengths	Weaknesses
Opportunities	Strategi SO: mengembangkan suatu strategi dalam memanfaatkan kekuatan (S) untuk mengambil manfaat dari peluang (O) yang ada.	Strategi WO: mengembangkan suatu strategi dalam memanfaatkan peluang (O) untuk mengatasi kelemahan (W) yang ada.
Threats	Strategi ST: mengembangkan suatu strategi dalam memanfaatkan kekuatan (S) untuk menghindari ancaman (T).	Strategi SO: mengembangkan suatu strategi dalam mengurangi kelemahan (W) dan menghindari ancaman (T).

Analisis SWOT merupakan kerangka strategis yang mengintegrasikan faktor internalitas organisasi yang mencerminkan kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) dengan faktor eksternalitas yang merepresentasikan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dari lingkungan eksternal. Dengan demikian, SWOT berfungsi sebagai alat sintesis untuk menyelaraskan kapabilitas internal perusahaan dengan dinamika lingkungan eksternal guna merumuskan strategi yang kompetitif dan adaptif.

DISPARITAS KEKUATAN-PELUANG

Kekuatan

1. Berasal dari faktor internal organisasi.
2. Berada dalam kendali manajemen.
3. Mencerminkan kapabilitas, sumber daya, atau kompetensi inti perusahaan.
4. Memberikan keunggulan kompetitif langsung.
5. Contoh: merek kuat, teknologi unggul, SDM kompeten

Peluang

1. Berasal dari faktor eksternal lingkungan bisnis.
2. Tidak berada dalam kendali langsung perusahaan.
3. Muncul dari perubahan atau tren lingkungan (ekonomi, sosial, teknologi, regulasi, industri).
4. Berpotensi dimanfaatkan untuk pertumbuhan atau ekspansi.
5. Contoh: pertumbuhan pasar, perubahan regulasi yang mendukung, perkembangan teknologi baru.



DISPARITAS KELEMAHAN-ANCAMAN

Kelemahan

Berasal dari faktor internal organisasi.

1. Berada dalam kendali manajemen untuk diperbaiki.
2. Mencerminkan keterbatasan sumber daya, kapabilitas, sistem, atau struktur.
3. Menghambat pencapaian tujuan strategis.
4. Menurunkan daya saing perusahaan.
5. Contoh: keterbatasan modal, manajemen tidak efektif, teknologi usang.

Ancaman

Berasal dari faktor eksternal lingkungan bisnis.

1. Tidak berada dalam kendali langsung perusahaan.
2. Muncul dari perubahan lingkungan makro atau industri.
3. Berpotensi merugikan posisi kompetitif perusahaan.
4. Dapat mengganggu keberlangsungan usaha jika tidak diantisipasi.
5. Contoh: masuknya pesaing baru, perubahan regulasi yang merugikan, krisis ekonomi.



DAFTAR PUSTAKA

1. David A. Aaker. (2014). *Strategic market management* (10th ed.). Wiley.
2. Fred R. David, & Forest R. David. (2017). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases* (16th ed.). Pearson.
3. Jay B. Barney, & William S. Hesterly. (2019). *Strategic management and competitive advantage: Concepts and cases* (6th ed.). Pearson.
4. Michael E. Porter. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
5. Michael E. Porter. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
6. Wheelen, Thomas L., Hunger, J. David, Hoffman, Alan N., & Bamford, Charles E.. (2018). *Strategic management and business policy: Globalization, innovation, and sustainability* (15th ed.). Pearson.
7. Richard L. Daft. (2021). *Organization theory and design* (13th ed.). Cengage Learning.





Terimakasih

