

VOLUME 29, NO. 02, MEI 2026

Analisis

JURNAL BISNIS DAN AKUNTANSI

**Analisis Swot Dengan Pendekatan Ifas-Efas
Pada CV Futago Karya Klaten**
Farra Aulia Yunitasari dan Susi Hermawanti

**Pengaruh *High Season* Dan *Low Season* Terhadap
Kinerja Karyawan Front Office Di Tara Hotel Yogyakarta**
Agnes Mayvia Cahaya Niken Sari dan Benedicta Budiningsih

**Pengaruh Disiplin, Kejujuran, Dan Tanggung Jawab
Terhadap Profesionalitas Kinerja Karyawan**
Sc. M. Innoceline. OSF

**Analisis Laporan Keuangan
Sebagai Dasar Dalam Menilai Kinerja Keuangan
Pada RSUD Bagas Waras Kabupaten Klaten**
Amelia Dharmastuti dan Petrus Sutono

**Pengelolaan Pelayanan
Dalam Menciptakan Kepuasan Pasien Rawat Jalan
Di Rumah Sakit Cakra Husada Klaten**
Amelia Ayu Hariyanti dan Yulius Pribadi

**Strategi Manajemen Radio Star FM Dalam
Beradaptasi Terhadap Konvergensi Media Digital**
Agustinus Iryanto Bawa Prasetya

ISSN 1978-9750

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
ASM MARSUDIRINI SANTA MARIA YOGYAKARTA

Analisis

JURNAL BISNIS DAN AKUNTANSI

Dewan Redaksi

Pelindung : Dr. Kristina Wasiyati, S.Pd., M.Hum

Pemimpin Redaksi : Dra. M.A. Susi Hermawanti, M.M.

Redaktur Pelaksana : B. Budiningsih, S.Pd., M.M.

Dewan Redaksi : Indri Erkaningrum F., SE., M.Si.

Drs. G. Jarot Windarto, M.M.

Petrus Sutono, SE., M.M., M.T.

Mitra Bestari : Dr. R. Kunjana Rahardi, M.Hum.

Administrasi dan Sirkulasi : Agustinus Iryanto, S.Kom., M.Ikom.

Alamat Redaksi

Kantor : Program Studi Manajemen

ASM Marsudirini Santa Maria

Jalan Bener 14, Tegalrejo, Yogyakarta

Telepon : (0274) 585836

Faksimile : (0274) 585841

Rekening Bank : Bank Niaga Cabang Sudirman

Nomor Rekening 018-01-13752-00-3

a.n. ASMI Santa Maria Yogyakarta

Berlangganan : Langsung menghubungi Alamat Redaksi

u.p. Bagian Administrasi dan Sirkulasi

Jurnal Bisnis dan Akuntansi “Analisis” diterbitkan oleh Program Studi Manajemen ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta, dimaksudkan untuk mempublikasikan hasil penelitian empiris terhadap praktik dan proses bisnis kontemporer. Jurnal ini terbit dua kali setahun pada bulan November dan Mei. Redaksi menerima naskah artikel ilmiah hasil penelitian dalam wilayah bisnis dan akuntansi dari para pakar, peneliti, alumni, dan sivitas akademika perguruan tinggi.

Analisis

JURNAL BISNIS DAN AKUNTANSI

DAFTAR ISI

Analisis Swot Dengan Pendekatan Ifas-Efas Pada CV Futago Karya Klaten Farra Aulia Yunitasari dan Susi Hermawanti.....	1
Pengaruh <i>High Season</i> Dan <i>Low Season</i> Terhadap Kinerja Karyawan Front Office Di Tara Hotel Yogyakarta Agnes Mayvia Cahaya Niken Sari dan Benedicta Budiningsih	10
Pengaruh Disiplin, Kejujuran, Dan Tanggung Jawab Terhadap Profesionalitas Kinerja Karyawan Sr. M. Innoceline. OSF.....	20
Analisis Laporan Keuangan Sebagai Dasar Dalam Menilai Kinerja Keuangan Pada RSUD Bagas Waras Kabupaten Klaten Amelia Dharmastuti dan Petrus Sutono.....	26
Pengelolaan Pelayanan Dalam Menciptakan Kepuasan Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Cakra Husada Klaten Amelia Ayu Hariyanti dan Yulius Pribadi.....	39
Strategi Manajemen Radio Star FM Dalam Beradaptasi Terhadap Konvergensi Media Digital Agustinus Iryanto Bawa Prasetya	52

ANALISIS SWOT DENGAN PENDEKATAN IFAS-EFAS PADA CV FUTAGO KARYA KLATEN

Farra Aulia Yunitasari dan Susi Hermawanti

Abstract

This study aims to analyze the internal and external conditions and formulate an appropriate marketing strategy for CV Futago Karya using SWOT analysis with the IFAS (Internal Factor Analysis Summary) and EFAS (External Factor Analysis Summary) approaches. This research employed a quantitative descriptive method involving 30 respondents, with data collected through interviews, observations, questionnaires, participation, and documentation.

The results showed that the strength score was 1.80 and the weakness score was 1.22, resulting in an S-W value of 0.58. Meanwhile, the opportunity score was 1.53, and the threat score was 1.88, resulting in an O-T value of -0.35. Based on the SWOT diagram, CV Futago Karya was positioned in Quadrant II (Strength-Threat). Therefore, the recommended strategy is the ST (Strength-Threat) strategy, focusing on utilizing the company's strengths to overcome external threats. The proposed strategies include improving product quality, optimizing digital promotion, leveraging project portfolios, enhancing customer service, and diversifying markets. These strategies are expected to improve the company's competitiveness and support its business sustainability.

Keywords: SWOT analysis, IFAS, EFAS, marketing strategy

A. Pendahuluan

Persaingan bisnis pada industri manufaktur semakin meningkat seiring dengan perkembangan pembangunan infrastruktur dan kemajuan teknologi. Kondisi tersebut menuntut perusahaan untuk mampu menyusun strategi yang tepat guna mempertahankan dan meningkatkan daya saing. Strategi pemasaran menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keberhasilan perusahaan dalam menjangkau pasar, mempertahankan pelanggan, serta meningkatkan penjualan produk.

CV Futago Karya merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang pengecoran logam dan permesinan dengan produk utama berupa furnitur jalan, perlengkapan pedestrian, serta berbagai produk logam lainnya. Dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, perusahaan telah memanfaatkan berbagai media pemasaran, baik konvensional maupun digital. Namun, perusahaan masih menghadapi berbagai tantangan, seperti meningkatnya jumlah

kompetitor, persaingan harga, perubahan kebutuhan pelanggan, serta perkembangan teknologi yang semakin cepat. Kondisi tersebut menuntut perusahaan untuk terus melakukan evaluasi terhadap strategi yang diterapkan agar mampu mempertahankan posisinya di tengah persaingan industri.

Analisis terhadap faktor internal dan eksternal perusahaan menjadi langkah penting dalam penyusunan strategi pemasaran yang efektif. Faktor internal mencakup kekuatan dan kelemahan perusahaan, sedangkan faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan bisnis. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor tersebut adalah analisis SWOT yang didukung oleh matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*). Dengan metode ini, perusahaan dapat mengetahui posisi strategisnya serta menentukan alternatif strategi yang sesuai dengan kondisi yang dihadapi.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi pemasaran CV Futago Karya menggunakan analisis SWOT dengan pendekatan IFAS dan EFAS. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: .

1. Bagaimana hasil analisis SWOT dengan pendekatan IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*) terhadap CV Futago Karya?
2. Strategi pemasaran seperti apakah yang dapat dirumuskan CV Futago Karya berdasarkan hasil analisis SWOT dengan pendekatan IFAS-EFAS tersebut?

B. Tinjauan Teori

1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan serangkaian upaya yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran melalui perencanaan dan penerapan kegiatan pemasaran yang efektif. Menurut Heriyati (2022), strategi pemasaran berfokus pada cara dan teknik pemasaran yang digunakan untuk memenangkan persaingan pasar. Dengan strategi pemasaran yang tepat, perusahaan dapat meningkatkan daya saing serta mempertahankan keberlangsungan usahanya.

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dihadapi perusahaan. Menurut Kurniasih et al. (2021), analisis SWOT membantu organisasi dalam mengevaluasi kondisi internal dan eksternal sebagai dasar penyusunan strategi yang efektif. Analisis SWOT menghasilkan empat alternatif strategi, yaitu strategi SO (*Strengths-Opportunities*), WO (*Weaknesses-Opportunities*), ST (*Strengths-Threats*), dan WT (*Weaknesses-Threats*).

3. IFAS dan EFAS

IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) merupakan metode analisis yang berfokus pada kekuatan dan kelemahan perusahaan melalui pembobotan dan pemberian *rating* sehingga diperoleh gambaran kuantitatif mengenai kondisi internal. Sementara itu, EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) digunakan untuk menilai peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal dengan cara yang sama, yakni memberikan bobot dan *rating*, (Aslamiyah ; 2024 : 43).

Tahapan penyusunan matriks IFAS dan EFAS adalah sebagai berikut:.

- a. Mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi perusahaan.
- b. Memberikan *rating* pada setiap faktor berdasarkan tingkat pengaruhnya terhadap perusahaan.
- c. Menentukan bobot masing-masing faktor sesuai tingkat kepentingannya.
- d. Menghitung skor dengan mengalikan bobot dan *rating* pada setiap faktor.
- e. Menjumlahkan seluruh skor untuk memperoleh total nilai faktor internal dan eksternal.
- f. Menggunakan hasil perhitungan sebagai dasar dalam menentukan posisi perusahaan pada diagram SWOT dan penyusunan alternatif strategi

C. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk menganalisis faktor internal dan eksternal serta merumuskan strategi pemasaran yang tepat bagi CV Futago Karya melalui analisis SWOT dengan pendekatan IFAS dan EFAS. Penelitian dilaksanakan pada Divisi Sales & Marketing CV Futago Karya yang berlokasi di Kecamatan Ceper, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah, pada periode 5 Januari sampai dengan 28 Februari 2026.

Subjek penelitian terdiri dari 30 responden yang meliputi karyawan Divisi Sales & Marketing, karyawan Divisi PPIC, dan karyawan Divisi Operasional CV Futago Karya. Pemilihan responden

dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan mempertimbangkan keterlibatan dan pemahaman responden terhadap kondisi internal dan eksternal perusahaan.

Objek penelitian adalah produk furnitur jalan dan pedestrian hasil pengecoran logam CV Futago Karya, seperti tiang lampu jalan, kursi taman, *bollard*, dan produk sejenis lainnya. Variabel penelitian terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi kualitas produk, harga, jaringan distribusi, dan promosi, sedangkan faktor eksternal meliputi tren permintaan pasar, persaingan industri, kebijakan pemerintah, dan perkembangan teknologi.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, angket, partisipasi, dan dokumentasi. Wawancara dan observasi digunakan untuk memperoleh informasi mengenai kondisi perusahaan, sedangkan angket digunakan untuk memperoleh penilaian responden terhadap faktor-faktor strategis yang memengaruhi perusahaan.

Data penelitian dianalisis menggunakan Matriks IFAS dan EFAS. Tahapan analisis dimulai dengan mengidentifikasi faktor internal yang terdiri atas kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), serta faktor eksternal yang terdiri atas peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Tahapan selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Atas setiap faktor diberi *rating* berdasarkan nilai rata-rata hasil angket responden menggunakan skala Likert 1-4, yaitu:
1 = sangat tidak setuju,
2 = tidak setuju,
3 = setuju,
4 = sangat setuju.
2. Bobot setiap faktor diperoleh melalui normalisasi nilai *rating* dengan rumus:

$$\text{Bobot}_i = \text{Rating}_i : \sum \text{Rating}$$

3. Selanjutnya, skor masing-masing faktor dihitung dengan mengalikan bobot dan *rating* menggunakan rumus:

$$\text{Skor}_i = \text{Bobot}_i \times \text{Rating}_i$$

4. Menginterpretasi total skor matriks IFAS dan EFAS menurut (Hery, 2024) adalah sebagai berikut:
 - a. Total skor berada pada rentang 1,0-4,0 dengan nilai rata-rata 2,5.
 - b. Pada matriks IFAS, skor $> 2,5$ menunjukkan kondisi internal yang kuat, sedangkan skor $< 2,5$ menunjukkan kondisi internal yang lemah.
 - c. Pada matriks EFAS, skor $> 2,5$ menunjukkan perusahaan mampu merespons peluang dan ancaman eksternal dengan baik, sedangkan skor $< 2,5$ menunjukkan kemampuan perusahaan dalam merespons lingkungan eksternal masih rendah.
5. Nilai faktor internal diperoleh dari selisih antara total skor kekuatan dan total skor kelemahan dengan rumus:

$$S-W = \sum \text{Skor Kekuatan} - \sum \text{Skor Kelemahan}$$

Sedangkan nilai faktor eksternal diperoleh dari selisih antara total skor peluang dan total skor ancaman dengan rumus:

$$O-T = \sum \text{Skor Peluang} - \sum \text{Skor Ancaman}$$

6. Nilai S-W dan O-T selanjutnya digunakan sebagai koordinat pada diagram SWOT untuk menentukan posisi perusahaan. Menurut Riyanto, *et al.*, 2021 nilai koordinat (X,Y), posisi perusahaan dalam Diagram SWOT dapat dijelaskan sebagai berikut :
 - a. Kuadran I (S-O)
X positif, Y positif → perusahaan memiliki kekuatan dan peluang yang besar.
 - b. Kuadran II (S-T)
X positif, Y negatif → perusahaan memiliki kekuatan yang besar namun menghadapi ancaman.
 - c. Kuadran III (W-O)
X negatif, Y positif → perusahaan memiliki kelemahan namun masih terdapat peluang.
 - d. Kuadran IV (W-T)

X negatif, Y negatif → perusahaan memiliki kelemahan dan menghadapi ancaman.

Faktor internal terdiri atas kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), sedangkan faktor eksternal terdiri atas peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Hasil identifikasi faktor strategis CV Futago Karya disajikan pada Tabel 1.

D. Hasil dan Pembahasan

1. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal CV Futago Karya

Tabel 1.
Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal
CV Futago Karya
(Januari-Februari 2026)

Kategori	Faktor Strategis
Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Kualitas produk yang baik dan tahan lama; kemampuan memproduksi produk sesuai kebutuhan pelanggan; pengalaman di bidang pengecoran logam; hubungan baik dengan pelanggan; pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi; reputasi perusahaan dan dukungan mitra distribusi.
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	Pemanfaatan teknologi produksi belum optimal; SDM pemasaran masih terbatas; jangkauan promosi media sosial belum luas; pemanfaatan marketplace belum optimal; ketergantungan pada proyek pemerintah; koordinasi internal dan pengiriman produk masih perlu ditingkatkan.
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Meningkatnya pembangunan infrastruktur; peluang kerja sama dengan instansi pemerintah dan swasta; kebijakan penggunaan produk dalam negeri; perkembangan teknologi produksi dan pemasaran digital.
Ancaman (<i>Threats</i>)	Persaingan industri yang semakin ketat; perang harga antar kompetitor; munculnya pesaing dengan teknologi lebih modern; regulasi dan standar produksi yang semakin ketat; perubahan kebijakan anggaran infrastruktur; kompetitor lebih cepat mengadopsi teknologi modern.

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2026

2. Analisis Matriks IFAS

Analisis ini untuk mengetahui tingkat pengaruh faktor kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) terhadap kondisi internal CV Futago Karya. Nilai bobot, *rating*, dan skor pada setiap faktor diperoleh

berdasarkan hasil penilaian responden yang kemudian digunakan untuk menentukan kondisi internal perusahaan. Hasil perhitungan Matriks IFAS disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2.
Hasil Perhitungan Matriks IFAS CV Futago Karya
 (Januari-Februari 2026)

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
	Kekuatan			
1	Produk CV Futago Karya memiliki kualitas tinggi, kuat dan tahan lama.	0,045	2,97	0,13
2	Produk dibuat sesuai spesifikasi dan kebutuhan pelanggan (<i>custom</i>) .	0,052	3,40	0,18
3	Harga produk kompetitif dibandingkan pesaing.	0,041	2,67	0,11
4	Penawaran harga yang diberikan perusahaan jelas dan mudah dipahami.	0,045	2,93	0,13
5	Perusahaan miliki pengalaman lama di bidang pengecoran logam.	0,053	3,50	0,19
6	Hubungan Perusahaan dengan pelanggan berjalan baik	0,045	2,97	0,13
7	CV Futago Karya memiliki reputasi positif di mata pelanggan.	0,029	1,90	0,06
8	Proses pengiriman produk berjalan dengan baik.	0,043	2,83	0,12
9	Perusahaan memiliki mitra/logistik yang mendukung distribusi.	0,047	3,07	0,14
10	Koordinasi bagian produksi dan pengiriman berjalan dengan baik.	0,042	2,73	0,11
11	Perusahaan memanfaatkan media digital untuk promosi.	0,054	3,53	0,19
12	Informasi Produk mudah ditemukan calon pelanggan.	0,050	3,30	0,17
13	Brand CV Futago Karya dikenal oleh pelanggan atau calon pelanggan.	0,046	3,00	0,14
Total		0,592		1,80
	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
1	Pemanfaatan teknologi dalam proses produksi belum optimal sehingga belum sepenuhnya mendukung peningkatan kualitas produk.	0,046	3,00	0,14
2	Sumber daya manusia (SDM) dalam bidang pemasaran masih terbatas.	0,046	3,03	0,14
3	Jangkauan promosi perusahaan melalui sosial media belum luas.	0,037	2,40	0,09
4	Perusahaan bergantung pada proyek pemerintah.	0,047	3,07	0,14
5	Pemanfaatan <i>marketplace</i> atau platform digital belum optimal.	0,043	2,80	0,12
6	Koordinasi dan pengelolaan manajemen internal belum berjalan secara efektif.	0,046	3,03	0,14

7	Terdapat keluhan pelanggan terkait kualitas produk perusahaan.	0,046	3,03	0,14
8	Pengiriman produk tidak selalu sesuai dengan jadwal yang ditetapkan.	0,049	3,23	0,16
9	Penetapan harga produk belum seragam.	0,048	3,13	0,15
Total		0,408		1,22
S-W		1		0,58

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2026

Berdasarkan hasil perhitungan Matriks IFAS, dapat ditunjukkan bahwa:

- Total skor IFAS sebesar 3,02 (1,80 + 1,22) menunjukkan bahwa CV Futago Karya memiliki kondisi internal yang baik. Nilai tersebut berada di atas rata-rata 2,5 sehingga perusahaan dinilai mampu memanfaatkan sumber daya dan potensi yang dimiliki untuk mendukung kegiatan pemasaran serta pengembangan usaha.
- Hasil perhitungan menunjukkan total skor kekuatan sebesar 1,80 lebih tinggi dibandingkan total skor kelemahan sebesar 1,22. Kondisi ini menunjukkan bahwa berbagai keunggulan yang dimiliki perusahaan masih mampu menutupi kelemahan yang ada.
- Nilai S-W diperoleh sebesar 0,58 (1,80 - 1,22) yang berasal dari selisih antara

total skor kekuatan dan kelemahan. Nilai positif tersebut mengindikasikan bahwa posisi internal perusahaan berada dalam kondisi yang menguntungkan dan dapat menjadi modal dalam menghadapi persaingan usaha.

3. Analisis Matriks EFAS

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pengaruh faktor peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang dihadapi CV Futago Karya. Hasil perhitungan bobot, rating, dan skor masing-masing faktor digunakan untuk mengetahui kondisi eksternal perusahaan. Hasil perhitungan Matriks EFAS disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3.
Hasil Perhitungan Matriks EFAS pada CV Futago Karya

No	Faktor Eksternal Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Peningkatan pembangunan infrastruktur dan pertumbuhan kota mendorong kebutuhan produk logam.	0,088	3,30	0,29
2	Tersedia peluang kerja sama dengan instansi pemerintah dan perusahaan swasta.	0,089	3,33	0,30
3	Kebijakan penggunaan produk dalam negeri.	0,088	3,27	0,29
4	Perkembangan teknologi meningkatkan efisiensi dan kualitas produk.	0,091	3,40	0,31

5	Digitalisasi pemasaran membuka peluang perluasan jangkauan pasar.	0,096	3,60	0,35
Total		0,453		1,53
	Ancaman	Bobot	Rating	Skor
1	Persaingan antar perusahaan pengecoran logam semakin ketat.	0,098	3,67	0,36
2	Perang harga antar kompetitor.	0,099	3,70	0,37
3	Munculnya Pesaing baru dengan teknologi yang lebih modern.	0,075	2,80	0,21
4	Regulasi atau persyaratan standar produksi yang semakin ketat.	0,094	3,50	0,33
5	Perubahan kebijakan pemerintah terkait anggaran infrastruktur dapat mempengaruhi permintaan produk.	0,095	3,53	0,33
6	Kompetitor yang lebih cepat mengadopsi teknologi modern.	0,087	3,23	0,28
Total		0,547		1,88
S-W		1		-0,35

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2026

Berdasarkan hasil perhitungan Matriks IFAS, dapat ditunjukkan bahwa:

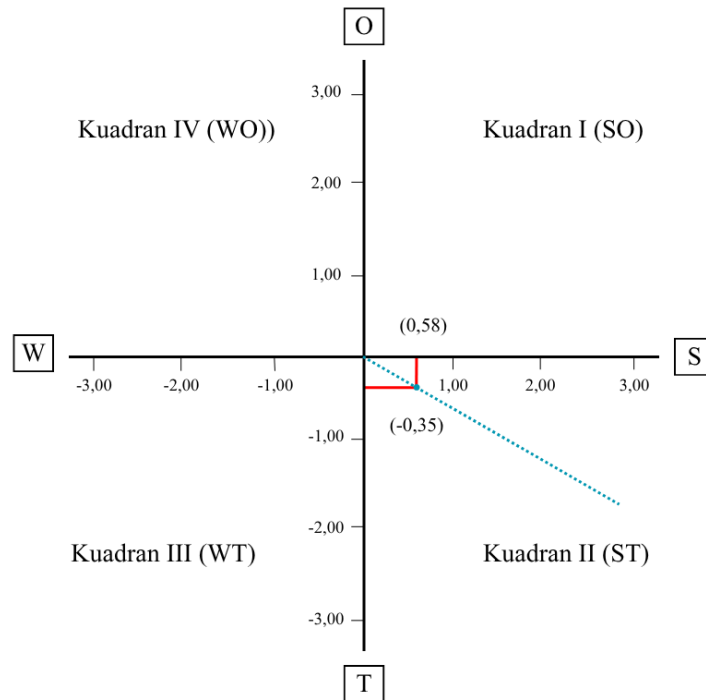
- Total skor EFAS sebesar 3,41 (1,53 + 1,88) menunjukkan bahwa CV Futago Karya mampu mengenali dan merespons berbagai perubahan yang terjadi pada lingkungan eksternal perusahaan.
- Total skor ancaman sebesar 1,88 lebih tinggi dibandingkan total skor peluang sebesar 1,53. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan menghadapi tekanan eksternal yang cukup besar dari lingkungan bisnis.
- Hasil perhitungan menunjukkan nilai O-T sebesar -0,35 (1,53 - 1,88). Nilai

negatif tersebut mengindikasikan bahwa ancaman yang dihadapi perusahaan lebih besar dibandingkan peluang yang tersedia sehingga diperlukan strategi yang tepat untuk mempertahankan daya saing perusahaan.

4. Diagram SWOT

Berdasarkan hasil perhitungan Matriks IFAS dan EFAS diperoleh nilai faktor internal (S-W) sebesar 0,58 dan faktor eksternal (O-T) sebesar -0,35. Nilai tersebut digunakan sebagai koordinat dalam Diagram SWOT untuk menentukan posisi strategis CV Futago Karya.

Diagram 1.
Diagram SWOT CV Futago Karya



Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2026

Hasil pemetaan menunjukkan bahwa CV Futago Karya berada pada Kuadran II (*Strength-Threat*). Posisi ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan internal yang baik, namun menghadapi ancaman eksternal yang cukup besar. Oleh karena itu, strategi yang tepat adalah strategi ST (*Strength-Threat*), yaitu memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk menghadapi ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal.

5. Strategi Pemasaran CV Futago Karya

Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi pemasaran yang direkomendasikan bagi CV Futago Karya adalah strategi ST (*Strength-Threat*). Strategi tersebut dirumuskan dengan memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk mengurangi dampak ancaman yang dihadapi.

- a. **Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk untuk menghadapi persaingan industri yang semakin ketat.**

Kualitas produk merupakan salah satu kekuatan utama CV Futago Karya. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertahankan standar kualitas bahan baku, proses produksi, dan pengendalian mutu agar mampu bersaing dengan kompetitor.

- b. **Mengoptimalkan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran.**

Pemanfaatan media digital dapat membantu perusahaan memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan visibilitas produk di tengah persaingan industri yang semakin tinggi.

- c. **Memanfaatkan pengalaman dan reputasi perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan.**

Pengalaman perusahaan di bidang pengecoran logam dapat menjadi nilai tambah dalam membangun citra perusahaan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

d. Meningkatkan inovasi produk sesuai kebutuhan pasar dan perkembangan teknologi.

Inovasi produk diperlukan agar perusahaan mampu mengikuti perkembangan industri dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berubah.

e. Memperkuat hubungan dengan pelanggan dan mitra bisnis.

Hubungan yang baik dengan pelanggan dan mitra bisnis dapat membantu perusahaan mempertahankan pasar yang telah dimiliki sekaligus membuka peluang kerja sama baru.

E. Penutup

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di CV Futago Karya dapat disimpulkan bahwa:

- a. Hasil analisis IFAS memperlihatkan total skor sebesar 3,02 dengan nilai selisih (S-W) sebesar 0,58, yang memperlihatkan bahwa kondisi internal CV Futago Karya tergolong kuat karena faktor kekuatan lebih dominan dibandingkan kelemahan.
- b. Hasil analisis EFAS menunjukkan total skor sebesar 3,41 dengan nilai selisih (O-T) sebesar -0,35, yang menunjukkan memperlihatkan bahwa kondisi eksternal perusahaan lebih banyak dipengaruhi oleh ancaman dibandingkan peluang.
- c. Berdasarkan Diagram SWOT, CV Futago Karya berada pada Kuadran II (*Strength-Threat*). Oleh karena itu, strategi yang direkomendasikan adalah strategi ST (*Strength-Threat*), yaitu memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk menghadapi ancaman eksternal melalui peningkatan kualitas produk, optimalisasi promosi digital, pengembangan inovasi produk, serta penguatan hubungan dengan pelanggan.

2. Rekomendasi

- a. Meningkatkan pemanfaatan teknologi produksi untuk mendukung efisiensi dan kualitas produk.

- b. Mengoptimalkan pemasaran digital dan pemanfaatan *marketplace* guna memperluas jangkauan pasar.
- c. Mengurangi ketergantungan pada proyek pemerintah dengan memperluas pasar ke sektor swasta dan retail.
- d. Meningkatkan inovasi produk dan kompetensi sumber daya manusia untuk menghadapi persaingan industri yang semakin ketat.
- e. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan metode analisis strategis yang lebih beragam serta melibatkan responden yang lebih luas agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.
- f. Mengoptimalkan promosi digital melalui pemanfaatan iklan digital dan testimoni pelanggan untuk memperkuat citra perusahaan (*branding*) serta meningkatkan kepercayaan calon pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, Hery. 2024. *Manajemen Strategik: Dasar bagi Kebutuhan Perubahan pada Era Disrupsi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Aslamiyah, Suaibatul. 2024. *Manajemen Strategi (Meningkatkan Daya Saing dan Keunggulan Kompetitif Era Ekonomi Global)*. Yogyakarta: Deepublish Digital.
- Heriyati, Pantry. 2022. *Strategi Pemasaran: Segmenting, Targeting, Positioning*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Kurniasih, Dewi, Yudi Rusfiana, Agus Subagyo, dan Rina Nuradhawati. 2021. *Teknik Analisa*. Bandung: Alfa.
- Riyanto, Slamet, Muh Nur Luthfi Azis, dan Andi Rahman Putera. 2021. *Analisis SWOT sebagai Penyusunan Strategi Organisasi*. Malang: Bintang Pustaka Madani.

Biodata Penulis

MA. Susi Hermawanti, lahir di Pekalongan 6 Maret 1968. Menyelesaikan S1 pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta pada tahun 1991. Lulus Program S2 Magister Manajemen pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta pada tahun 2002. Sejak tahun 1994 menjadi dosen tetap ASMI Santa Maria Yogyakarta. Mata kuliah yang diampu: Manajemen Keuangan, Statistika Bisnis dan Metodologi Penelitian. Jabatan akademik Lektor IIID.

Farra Aulia Yunitasari, mahasiswa pada Program Studi Manajemen, ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta.

Benedicta Budiningsih, S.Pd., M.M, lahir di Bantul, 14 September 1971. Tahun 1997 menyelesaikan pendidikan Sarjana Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial/Pendidikan Akuntansi FKIP USD. Tahun 2002 menyelesaikan pendidikan Magister Manajemen pada Program Pasca Sarjana UAJY Yogyakarta. Sejak 2001 sampai sekarang menjadi dosen tetap Program Studi Manajemen ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta mata kuliah Dasar-dasar Akuntansi, Akuntansi Biaya, Akuntansi Manajemen, Aplikasi Komputer Bisnis.

Agnes Mayvia Cahaya Niken Sari, mahasiswa pada Program Studi Manajemen, ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta.

Sr. M. Innoceline OSF, lahir di Flores- Maumere, 29 September 1972. Tahun 2003 menyelesaikan studi D2 PGSD Soegiopranata di Bawen, Tahun 2014 menyelesaikan pendidikan S1 PGSD di Universitas Terbuka di Kupang, Tahun 2003 sampai tahun 2025 menjadi guru dan kepala sekolah di Taman Kanak- Kanak dan Sekolah Dasar Marsudirini. Tahun 2025 menyelesaikan pendidikan S2 Magister Manajemen di Universitas Sanata Dharma. Tahun 2025 sampai sekarang bekerja di ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta sebagai Wakil Direktur 2 bagian umum dan perencanaan.

Petrus Sutono, lahir di Sleman tanggal 16 Juni 1970. Tahun 1996 menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Tahun 1998 menyelesaikan pendidikan S2 pada Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Tahun 2011 Menyelesaikan pendidikan S2 pada Program Studi Pasca Sarjana Magister Teknik Informatika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Sejak tahun 1998 sampai sekarang menjadi dosen tetap Program Studi Manajemen ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta. Mata kuliah yang diampu adalah Perpajakan, Sistem Informasi Manajemen, Kewirausahaan, dan Perilaku Konsumen

Amelia Dharmastuti, mahasiswa pada Program Studi Manajemen, ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta.

Yulius Pribadi, lahir di Sleman tanggal 5 Juli 1973. Tahun 2002 menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIPOL Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Tahun 2012 menyelesaikan pendidikan S2 pada Program Studi Manajemen Komunikasi Universitas Sebelas Maret Surakarta. Sejak Tahun 2002 sampai sekarang menjadi dosen tetap ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta. Mata Kuliah yang diampu : Government Relations, Manajemen Kritis, Aplikasi komputer Kehumasan, Desain Grafis, Fotografi, Strategi Komunikasi Pemasaran, Retorika.

Amelia Ayu Hariyanti, mahasiswa pada Program Studi Hubungan Masyarakat, ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta.

Agustinus Iryanto B.P., lahir di Merauke, 2 November 1970. Tahun 2010 menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Sistem Informasi, Universitas Teknologi Digital Indonesia (d/h. STMIK AKAKOM). Tahun 2025 menyelesaikan pendidikan S2 Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Tahun 2025 sampai sekarang menjadi dosen tetap Program Studi Hubungan Masyarakat ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta. Mata Kuliah yang diampu: Aplikasi Komputer Perkantoran, Aplikasi Komputer Kehumasan, Desain Grafis Fotografi, Produksi Media Audio Visual, Monitoring dan Analisis Media. Jabatan Fungsional: -.

PEDOMAN PENULISAN

BAHASA

1. Naskah yang diserahkan kepada Tim Redaksi ditulis dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris.
2. Naskah ditulis sesingkat dan selugas mungkin dengan mengikuti kaidah-kaidah penulisan yang baik dan benar.

FORMAT

1. Teks naskah atau manuskrip diketik dalam MS-Word setebal 15-20 halaman A-4 dengan huruf Times New Roman atau Arial 12 point spasi ganda. Khusus kutipan langsung diindent sejauh tabulasi.
2. Marjin (batas tepi) bagian atas 2 cm, bawah 4 cm, samping kanan 3 cm dan samping kiri 1,5 cm.
3. Naskah atau manuskrip diserahkan dalam rupa print-out di atas kertas putih yang dapat dibaca dengan jelas, disertai data elektronisnya dalam disket, CD, Flash Disk, atau sarana lain yang dapat diakses Tim Redaksi.
4. Pada halaman cover dicantumkan judul tulisan, nama penulis, gelar, jabatan serta institusinya, dan catatan kaki yang menunjukkan kesediaan penulis memberikan data-data lebih lanjut.
5. Pada setiap halaman (termasuk tabel, lampiran, dan acuan/kepuustakaan) diberi angka halaman urut dengan angka 1 dan seterusnya. Khusus bagian/halaman pertama tulisan tidak diberi judul dan angka halaman.
6. Jika tidak digunakan dalam tabel, daftar, unit atau kuantitas matematis, statistik, teknis keilmuan (jarak, bobot, ukuran), angka-angka harus dilafalkan (dieja) lengkap: dua kali suku bunga yang berlaku. Dalam berbagai kasus, angka perkiraan juga dieja lengkap: masa berlakunya kira-kira lima tahun.
7. Jika dipergunakan dalam konteks nonteknis, persentase dan pecahan desimal ditulis (dieja) lengkap. Jika

digunakan dalam kerangka bahasan teknis ditulis % atau

8. Kata kunci dicantumkan setelah abstrak, terdiri atas empat kata kunci, untuk membantu si pemberi indeks.

ABSTRAK

1. Panjang abstrak tidak lebih dari 200 kata, dicantumkan pada halaman tersendiri sebelum teks isi.
2. Jika naskah berbahasa Indonesia, abstrak ditulis dalam Bahasa Inggris, sebaliknya jika naskah berbahasa Inggris, abstrak ditulis dalam Bahasa Indonesia.
3. Abstrak mencakup ikhtisar pertanyaan dan metode penelitian, temuan dan pentingnya temuan, serta kontribusinya bagi perkembangan ilmu pengetahuan.
4. Judul harus dicantumkan pada halaman abstrak, dengan disertai nama penulis dan institusinya.

TABEL DAN GAMBAR

1. Semua tabel dan gambar (grafik) yang diperlukan untuk mendukung pembahasan isi naskah dicantumkan pada halaman terpisah dan ditempatkan pada akhir teks yang berkaitan.
2. Tiap-tiap tabel dan gambar (grafik) diberi nomor urut dan judul sesuai dengan isi tabel dan gambar (grafik) termaksud.
3. Dalam teks harus terdapat acuan ke tiap-tiap tabel dan gambar (grafik) yang dicantumkan.
4. Atas tiap tabel dan gambar (grafik) harus ditunjukkan letak persisnya dalam teks dengan mempergunakan notasi yang tepat.
5. Tabel dan gambar (grafik) harus dapat diinterpretasikan tanpa harus mengacu pada teks yang sesuai.
6. Keterangan tentang sumber dan catatan harus dicantumkan di bawah tabel atau grafik.

7. Persamaan-persamaan diberi nomor dalam kurung dan penulisannya rata margin sebelah kanan.

DOKUMENTASI

A. Acuan Karya

1. Setiap karya yang diacu dipertanggungjawabkan dengan mencantumkan nama penulis dan tahun penerbitannya sebagaimana tercantum dalam Daftar Pustaka. Kecuali itu penulis harus berusaha mencantumkan halaman karya yang diacu.
2. Contoh penulisannya: Seorang penulis (Kartajaya, 2003); dua orang penulis (Kartajaya dan Yuswohady, 2004); lebih dari dua orang penulis (Kartajaya et al. 2003), lebih dari dua sumber yang diacu bersamaan (Kartajaya, 2003; Handoko, 2004); dua tulisan atau lebih oleh seorang penulis (Kartajaya, 2003, 2004).
3. Untuk menghindari kerancuan, sebelum menuliskan angka halaman gunakan titik dua (Kartajaya, 2003:177).
4. Apabila pengarang yang diacu menerbitkan beberapa karya tulisnya sekaligus pada tahun yang sama dan semuanya harus diacu, sebaiknya digunakan akhiran a, b, c dan seterusnya: (Kartajaya, 2003a); (Kartajaya, 2003c); (Kartajaya, 2003 b; Handoko, 2004c).
5. Jika nama penulis yang diacu sudah disebutkan dalam teks, maka tidak perlu diulang: "Dikatakan oleh Kartajaya (2003:177), bahwa"
6. Jika tulisan yang diacu merupakan karya sebuah institusi, maka penulisan acuan harus menggunakan akronim atau singkatan sependek mungkin: (BEJ, 1998)
7. Jika tulisan yang diacu berasal dari kumpulan tulisan yang diketahui nama penulisnya, maka yang dicantumkan adalah nama penulis dan tahun penerbitan tulisan. Jika nama penulis tidak diketahui, maka yang dicantumkan

adalah nama penyunting dan tahun penerbitan kumpulan tulisan.

B. Daftar Acuan/Daftar Pustaka

1. Pada akhir naskah/manuskrip dicantumkan Daftar Acuan atau Daftar Pustaka dan hanya berisi karya-karya yang diacu.
2. Setiap entri dalam daftar memuat semua data yang dibutuhkan, dengan format berikut.
 - a. Acuan diurutkan secara alfabetis berdasarkan nama akhir (keluarga) pengarang pertama atau institusi yang bertanggung jawab atas karya termaksud.
 - b. Setelah tanda koma, tambahkan inisial nama depan pengarang dan selalu diakhiri tanda titik.
 - c. Setelah koma, tuliskan tahun terbit karya termaksud dan diakhiri tanda titik.
 - d. Selanjutnya tuliskan judul jurnal atau karya yang diacu, dan tidak boleh disingkat.
 - e. Jika ada dua karya atau lebih dari penulis yang sama, maka penulisannya diurutkan secara kronologis (menurut tahun terbitnya).
 - f. Jika ada dua karya atau lebih dari penulis yang sama dan diterbitkan pada tahun yang sama, maka penulisannya dibedakan dengan huruf yang diletakkan di belakang angka tahun.
3. Contoh Penulisan:
 - a. Majalah
Sinamo, J.H. 1999. "Learning for Success," *Manajemen*, 125, pp.3-5.
 - b. Jurnal
Klimoski, R. & S. Palmer, 1993. "The ADA and the hiring process in organizations," *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 45, pp. 10-36.

- c. Buku
Zikmund, W. G. 2000. Business research methods, 3rd edition, Orlando, The Dryden Press.
- d. Kumpulan Tulisan
Jika nama penulis diketahui:
Anderson, W. 1958. Kerangka Analitis untuk Pemasaran. Dalam A. Usmara & B. Budiningsih (Penyunting). 2003. Marketing Classic, pp 55-76, Yogyakarta: Penerbit Amara Books.

Jika nama penulis tidak diketahui:
Harianto, F, & S. Sudomo, 1998. Perangkat dan Teknik Analisis Investasi di Pasar Modal Indonesia, pp. 25-134.

- e. Tesis/Disertasi
Sanusi,E.S. 2001. Faktor-faktor permintaan dan penawaran yang mempengaruhi premium asing di Bursa Efek Jakarta, Tesis tidak diterbitkan, Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- f. Artikel On-Line
Meyer, A.S. & K.Bock. 1992. Employee assistant programs supervisory referrals: Characteristics of referring and nonreferring supervisors (On-Line), Available [http:Hostname:www.businessmags.com,Directory:main/article.html](http://Hostname:www.businessmags.com,Directory:main/article.html)

nomor urut angka Arab yang ditulis superskrip.

- 4. Keterangan catatan kaki diketik dengan spasi ganda pada bagian bawah halaman yang berkaitan, ditandai (diawali) dengan angka Arab yang sesuai dan diketik superskrip.

CATATAN KAKI

1. Catatan kaki tidak digunakan untuk menuliskan acuan.
2. Catatan kaki hanya digunakan untuk memberikan informasi lebih lanjut atas suatu pokok bahasan, yang jika dicantumkan dalam teks dapat mengganggu kesinambungan tingkat keterbacaan teks.
3. Catatan kaki diletakkan pada akhir teks yang hendak dijelaskan, ditandai dengan

