



# SINOPSIS

**Nama** : Asri Delfi, S.T., M.H.  
**No Serdik** : 202409002011  
**MP** : Analisis Pemecahan Masalah Dan Pengambilan Keputusan Strategis

1. Pengantar Proses Pengambilan Keputusan
  - a. Strategi generik adalah konsep yang diperkenalkan oleh Michael Porter dalam kerangka analisis kompetitifnya. Strategi ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di pasar melalui tiga pendekatan utama. Strategi generik membantu perusahaan memilih pendekatan terbaik untuk bersaing di industri dan pasar mereka.
  - b. Strategi utama merujuk pada rencana jangka panjang yang disusun oleh perusahaan atau organisasi untuk mencapai tujuan dan sasaran yang lebih besar. Strategi ini mencakup arah keseluruhan perusahaan dan seringkali melibatkan keputusan penting tentang bagaimana perusahaan akan beroperasi, bersaing, dan tumbuh di masa depan. Strategi utama melibatkan perumusan kebijakan yang besar dan langkah-langkah yang dirancang untuk mencapai keunggulan kompetitif serta memenuhi visi organisasi.
  - c. Strategi fungsional adalah rencana dan tindakan yang diterapkan oleh unit-unit fungsional dalam sebuah organisasi (seperti pemasaran, produksi, sumber daya manusia, keuangan, dan lain-lain) untuk mendukung strategi perusahaan secara keseluruhan. Strategi ini berfokus pada pengoptimalan kinerja masing-masing fungsi organisasi agar bisa berkontribusi terhadap pencapaian tujuan strategis perusahaan. Setiap unit fungsional memainkan peran penting dalam mendukung visi dan misi organisasi dengan menjalankan strategi yang sesuai dengan spesialisasi masing-masing. Strategi fungsional biasanya disusun oleh manajemen menengah

## 2. Analisis Deskriptif, Prediktif, dan Preskriptif

- a. Analisis Deskriptif adalah metode analisis data yang berfokus pada pengumpulan, pengolahan, dan penyajian data untuk memberikan gambaran yang jelas tentang suatu situasi atau fenomena. Tujuan utama dari analisis deskriptif adalah untuk menjelaskan dan merangkum data yang ada tanpa melakukan interpretasi atau membuat prediksi masa depan.
- b. Analisis Prediktif adalah metode analisis yang digunakan untuk memprediksi hasil atau kejadian di masa depan berdasarkan data historis dan teknik pemodelan statistik, machine learning, serta algoritma kecerdasan buatan. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi pola atau tren dalam data yang dapat digunakan untuk membuat perkiraan tentang apa yang mungkin terjadi di masa depan.
- c. Analisis Preskriptif adalah jenis analisis data yang tidak hanya memprediksi apa yang mungkin terjadi di masa depan (seperti dalam analisis prediktif), tetapi juga memberikan rekomendasi tindakan terbaik yang dapat diambil untuk mencapai hasil yang diinginkan. Analisis ini menggabungkan data historis, pemodelan prediktif, dan teknik optimasi untuk menyarankan solusi atau keputusan optimal.

## 3. Beberapa Model Pengambil Keputusan

- a. **PESTEL Analysis** adalah alat yang digunakan untuk menganalisis lingkungan eksternal yang mempengaruhi suatu organisasi atau bisnis. PESTEL adalah singkatan dari enam faktor makro yang dianalisis: **Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, dan Legal (hukum)**. Tujuan dari analisis ini adalah untuk memahami bagaimana faktor-faktor ini dapat mempengaruhi operasional, strategi, dan keberhasilan organisasi di masa depan.

- 1) **Politik (*Political*):** Meliputi kebijakan pemerintah, regulasi, stabilitas politik, pajak, dan kebijakan perdagangan. Faktor politik dapat mempengaruhi lingkungan bisnis secara signifikan, terutama dalam hal perubahan regulasi dan undang-undang.
  - 2) **Ekonomi (*Economic*):** Mengacu pada faktor ekonomi seperti inflasi, tingkat pengangguran, suku bunga, dan pertumbuhan ekonomi. Faktor ini mempengaruhi daya beli konsumen dan kemampuan perusahaan untuk bertahan dalam kondisi ekonomi tertentu.
  - 3) **Sosial (*Social*):** Faktor sosial melibatkan aspek demografis, budaya, kebiasaan masyarakat, tren konsumen, dan gaya hidup. Ini mempengaruhi preferensi konsumen dan perilaku pasar.
  - 4) **Teknologi (*Technological*):** Faktor teknologi mencakup inovasi, kemajuan teknologi, otomatisasi, dan adopsi teknologi baru yang dapat meningkatkan efisiensi bisnis atau menciptakan peluang pasar baru.
  - 5) **Lingkungan (*Environmental*):** Berhubungan dengan isu lingkungan seperti perubahan iklim, polusi, dan peraturan lingkungan yang semakin ketat. Perusahaan harus menyesuaikan operasinya agar ramah lingkungan dan memenuhi regulasi.
  - 6) **Legal (*Legal*):** Melibatkan hukum dan regulasi yang harus dipatuhi oleh perusahaan, termasuk hukum ketenagakerjaan, perlindungan konsumen, serta hak kekayaan intelektual.
- b. **SWOT Analysis** adalah alat strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dari suatu organisasi atau proyek. Analisis ini membantu organisasi memahami posisi mereka saat ini, baik secara internal maupun eksternal, serta mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mencapai tujuan mereka.

Berikut adalah penjelasan dari masing-masing komponen dalam **SWOT Analysis**:

1) **Strengths (Kekuatan)**

Faktor internal yang memberikan keunggulan kompetitif bagi organisasi. Kekuatan ini mencakup apa yang dilakukan perusahaan dengan baik atau faktor-faktor yang membuatnya menonjol di pasar..

2) **Weaknesses (Kelemahan)**

Faktor internal yang menghalangi atau membatasi kinerja organisasi. Kelemahan ini adalah area di mana perusahaan perlu memperbaiki atau mengatasi agar tidak kehilangan posisi kompetitif.

3) **Opportunities (Peluang)**

Faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk keuntungan perusahaan. Peluang adalah tren pasar, perubahan teknologi, atau kondisi lingkungan yang dapat memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk tumbuh.

4) **Threats (Ancaman)**

Faktor eksternal yang dapat mengancam posisi atau keberhasilan perusahaan. Ancaman ini bisa berasal dari pesaing, perubahan ekonomi, atau tren negatif dalam industri.

- c. **TOWS Analysis** adalah pengembangan dari **SWOT Analysis** yang fokus pada penyusunan strategi berdasarkan interaksi antara faktor internal (*Strengths dan Weaknesses*) dan faktor eksternal (*Opportunities dan Threats*). TOWS Analysis membantu dalam merancang strategi yang lebih terarah dengan menggabungkan kekuatan internal dengan peluang eksternal atau mengatasi ancaman eksternal dengan kelemahan internal.

**Penjelasan dari keempat strategi dalam TOWS Analysis:**

1) **SO Strategies (Strengths-Opportunities):**

Strategi ini memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Perusahaan menggunakan apa yang sudah mereka kuasai untuk memaksimalkan peluang pasar.

**2) ST Strategies (*Strengths-Threats*):**

Strategi ini menggunakan kekuatan internal untuk mengurangi atau mengatasi ancaman eksternal. Perusahaan mengandalkan keunggulan mereka untuk melawan tantangan dari lingkungan luar.

**3) WO Strategies (*Weaknesses-Opportunities*):**

Strategi ini berfokus pada mengurangi kelemahan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Perusahaan mungkin perlu melakukan investasi atau perbaikan agar dapat memanfaatkan peluang yang ada.

**4) WT Strategies (*Weaknesses-Threats*):**

Strategi ini bertujuan untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Ini sering kali merupakan strategi defensif, di mana perusahaan berusaha melindungi diri dari ancaman eksternal yang dapat memperparah kelemahan internal mereka.

4. Analisis Proses Hierarki

**Analisis Proses Hierarki (AHP** atau ***Analytic Hierarchy Process***) adalah metode pengambilan keputusan yang dikembangkan oleh **Thomas L. Saaty**. AHP membantu para pengambil keputusan untuk menyelesaikan masalah yang kompleks dengan memecah masalah tersebut menjadi hierarki yang lebih sederhana. Metode ini digunakan untuk menentukan prioritas dan memilih alternatif terbaik berdasarkan beberapa kriteria yang saling terkait.

5. Analisis-analisis strategi

**EFAS, IFAS, dan SFAS** adalah alat analisis strategis yang digunakan dalam manajemen untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi organisasi. Ketiganya digunakan untuk memberikan kerangka kerja yang terstruktur dalam analisis lingkungan bisnis dan strategi organisasi.

a. **IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)**

IFAS digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor **internal** yang mempengaruhi keberhasilan suatu organisasi. Ini termasuk kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*).

b. **EFAS (*External Factor Analysis Summary*)**

EFAS digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor **eksternal** yang mempengaruhi organisasi. Ini melibatkan peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*).

c. **SFAS (*Strategic Factor Analysis Summary*)**

SFAS merupakan kombinasi dari IFAS dan EFAS. Alat ini merangkum faktor-faktor strategis paling penting dari kedua analisis tersebut dan memprioritaskannya dalam satu tabel. Dengan menggunakan SFAS, perusahaan dapat menyederhanakan keputusan strategisnya dengan fokus pada faktor yang paling signifikan dari analisis internal dan eksternal.