**INTERNAL FACTORS ANALYSIS SUMMARY**

Disusun oleh :

Elsa Apriyana

2156041031

Reguler M

**PENDAHULUAN**

Manajemen strategis adalah perencanaan, pemantauan, analisis, dan evaluasi berkelanjutan terhadap semua kebutuhan yang dibutuhkan organisasi untuk mencapai tujuan dan sasarannya. Perubahan lingkungan bisnis akan mengharuskan organisasi untuk terus mengevaluasi strategi mereka untuk mencapai kesuksesan. Proses manajemen strategis membantu organisasi memahami situasi saat ini, mengembangkan strategi, menerapkannya, dan menganalisis efektivitas strategi manajemen yang diterapkan.

Manajemen strategis bergantung pada pemahaman yang jelas tentang misi organisasi; visi tentang apa yang diinginkannya di masa depan dan nilai-nilai yang akan memandu tindakannya. Proses ini memerlukan komitmen terhadap perencanaan strategis, bagian dari manajemen bisnis yang melibatkan kemampuan organisasi untuk menetapkan tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Perencanaan strategis juga mencakup perencanaan keputusan strategis, kegiatan, dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.

Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan analisis SWOT dengan pengumpulan data menggunakan matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS). Pemahaman yang luas dan mendalam terhadap kondisi lingkungan internal organisasi juga harus dicapai. Oleh karena itu, strategi yang dibuat harus konsisten dan sesuai dengan kenyataan tergantung situasi dan kondisi. Berdasarkan pemahaman terhadap lingkungan internal, maka kelemahan dan kekuatan organisasi harus diketahui. Selain mengetahui kekuatan dan kelemahannya, organisasi juga harus mengidentifikasi peluang yang ada dan memanfaatkannya dengan baik untuk memperoleh keunggulan kompetitif. Ingatlah bahwa jika peluang disia-siakan, maka peluang tersebut dapat menjadi ancaman bagi bisnis. Logikanya, peluang yang terbuang akan dimanfaatkan oleh pesaing.

**PEMBAHASAN**

1. **Pengertian Manajemen Strategi**

Manajemen Strategi dapat diartikan sebagai seni dan ilmu dari perumusan, pengaplikasian, dan evaluasi dari berbagai keputusan yang memungkinkan perusahaan untuk dapat mencapai tujuannya, David, (2014). Tujuan Manajemen Strategi adalah memanfaatkan dan membuat kesempatan/oportunitas baru dan berbeda untuk masa depan. Manajemen strategis adalah cara menumbuhkan dan mengatur strategi sebuah organisasi atau perusahaan sehingga bisa mencapai tujuannya dengan baik dan tepat sesuai sasaran dan waktu yang telah ditetapkan (Afin. 2013).

Porter (1991) menyebutkan bahwa manajemen strategi adalah pendekatan posis unik dan berharga yang diperoleh dengan melakukan serangkaian kegiatan. Porter juga mengatakan bahwa ketika mengembangkan strategi kompetitif, Anda harus mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan perusahaan Anda, nilai-nilai pribadi Anda, peluang dan ancaman industri Anda, dan harapan komunitas Anda. Robins dan Coulter (2010) berpendapat bahwa manajemen strategis adalah tugas penting yang dilakukan oleh manajer untuk mengembangkan strategi organisasi termasuk perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian.

1. **Pengertian Lingkungan Internal**

Lingkungan internal mencakup faktor-faktor internal suatu organisasi yang membentuk sumber daya perusahaan dan menjelaskan kekuatan dan kelemahan organisasi. Dengan memahami kekuatan dan kelemahan, organisasi dapat menetapkan kebijakan yang memanfaatkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang dan meminimalkan kelemahan.

Lingkungan internal organisasi mencakup seluruh unsur sumber daya dalam organisasi, termasuk manajemen dan anggotanya, pemegang saham dan dewan direksi, aktivitas manajemen dan organisasi, perlengkapan modal dan material, budaya organisasi, dan aturan di dalamnya. Lingkungan internal organisasi akan dianalisis secara internal untuk mengevaluasi sumber daya, keterampilan dan keunggulan kompetitif organisasi, untuk menentukan kekuatan dan kelemahan organisasi. Analisis internal inilah yang kemudian akan membantu pengambilan keputusan manajemen strategis pada saat organisasi melakukan proses perumusan strategi dan melaksanakan kebijakan/keputusan yang telah diambil.

1. **Pendekatan Fungsional Analisis Lingkungan Internal**

Analisis lingkungan internal adalah tempat perencana strategis memeriksa elemen pemasaran dan penjualan perusahaan, penelitian dan pengembangan, produksi dan operasi, sumber daya dan karyawan, serta keuangan dan akuntansi untuk menentukan di mana kemampuan utama yang memungkinkan perusahaan mengembangkan peluang. suatu proses untuk menentukan apakah Anda bisa menggunakan cara yang paling efektif. , untuk mengatasi ancaman terhadap lingkungan. Aspek lingkungan internal perusahaan mana yang harus dipertimbangkan dapat diperoleh dari beberapa pendekatan.

Analisis lingkungan internal bermanfaat bagi organisasi. Itu adalah:

1. Memberikan informasi penting tentang hubungan antara strategi organisasi dan lingkungan internalnya, sehingga informasi ini dapat digunakan sebagai dasar untuk membandingkan strategi yang diterapkan. Itu telah dilakukan dan sedang dilakukan. Analisis strategi komparatif ini memberikan rekomendasi mengenai potensi strategi masa depan organisasi.
2. Analisis lingkungan internal memberikan informasi mengenai faktor-faktor dan isu-isu utama yang pernah atau sedang mempunyai dampak signifikan terhadap organisasi, sehingga faktor-faktor dan isu-isu utama tersebut menjadi dasar dalam menyusun strategi organisasi.
3. Analisis lingkungan internal memberikan informasi untuk mengantisipasi peluang yang akan datang dan memprediksi rencana yang sesuai dengan lingkungan internal. Selama analisis lingkungan internal

Faktor internal adalah kemampuan, keterbatasan, dan karakteristik dasar perusahaan . Dalam pendekatan ini , terdapat beberapa elemen kunci bagi banyak perusahaan yang klasifikasi analitis internalnya sering diarahkan pada kondisi pasar dan pemasaran, keuangan dan akuntansi produksi, sumber daya manusia serta struktur organisasi dan manajemen .

1. Pasar dan pemasaran Untuk memposisikan suatu produk di pasar sesuai harapan, faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan antara lain: pangsa pasar, layanan purna jual, kepemilikan informasi pasar, distribusi kendali distributor, status unit pemasaran, kegiatan promosi, dan harga, produk, komitmen pimpinan senior, loyalitas pelanggan dan kebijakan produk baru, selain citra dan reputasi juga merupakan faktor yang sangat penting untuk diperhatikan.
2. Keuangan dan Akuntansi Detail keuangan sangat penting untuk operasi bisnis . Oleh karena itu, faktor-faktor yang perlu diperhatikan adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola modal dalam jangka pendek dan jangka panjang , beban yang harus ditanggung ketika menambah modal, hubungan baik dengan investor dan pemegang saham, serta manajemen, manajemen keuangan, struktur tenaga kerja . modal, harga jual produk, pemantauan penyebab sistem akuntansi tidak efektif dan tidak dapat diandalkan.
3. Kegiatan Produksi dan Operasional Suatu kegiatan operasional produksi suatu perusahaan setidaknya dapat dilihat dari kokohnya prinsip efisiensi, efektivitas, dan produktivitas. Oleh karena itu, faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan antara lain hubungan baik dengan pemasok, sistem logistik yang andal, lokasi fasilitas yang sesuai, penggunaan teknologi tepat guna, pengorganisasian dengan sistem yang terpadu, keuangan dan pendekatan yang inovatif dan proaktif. Mungkin ada terobosan dalam proses manufaktur , pengendalian kualitas dan proses pelayanan yang baik.
4. Sumber Daya Manusia

Ini adalah sumber daya terpenting perusahaan Oleh karena itu, manajer harus berusaha menciptakan perilaku positif di kalangan karyawan di perusahaan. Banyak faktor berbeda yang perlu dipertimbangkan , seperti langkah-langkah yang jelas untuk manajemen sumber daya manusia, keterampilan dan motivasi profesional, serta produktivitas dan sistem penghargaan.

1. Sistem Informasi Manajemen

Perlu dilakukan analisis terhadap berbagai aspek sistem informasi manajemen, antara lain: aspek perangkat lunak, perangkat keras, dan otak, serta masukan, proses, dan keluaran berupa informasi, informasi yang sesuai dengan kebutuhan setiap tingkat manajemen.

Semua data yang diperoleh tentang faktor internal organisasi, yaitu kekuatan dan kelemahan organisasi/perusahaan, dievaluasi dan diberi bobot. Tujuan pembobotan adalah untuk mengukur faktor-faktor internal dalam skala 1 sampai 5, dari yang sangat tidak penting hingga yang sangat penting. Setelah memperoleh data tertimbang , maka akan ditentukan skor masing -masing indikator. Menentukan penilaian berdasarkan faktor kekuatan 4 = sangat baik, 3 = baik, 2 = buruk dan 1 = tidak baik, sedangkan untuk faktor lemah nilainya 4 = kurang baik , 3 = kurang baik, 2 = baik dan 1 = sangat baik. Dari hasilnya ditentukan bobot dan skornya kemudian dimasukkan ke dalam tabel IFAS dan final poin dihitung dan skor akhir IFAS ( kekuatan dan kelemahan ) diperoleh.

1. **Aspek Dalam Analisis Lingkungan Internal**

Analisis lingkungan internal dilakukan untuk mengetahui tingkat daya saing perusahaan berdasarkan kondisi internal perusahaan. Faktor internal bisnis dapat dikendalikan sepenuhnya untuk mengatasi kelemahan yang diketahui. Analisis internal, yang dikenal sebagai rantai nilai, memposisikan perusahaan pada matriks strategis umum dan menentukan keunggulan kompetitif perusahaan melalui analisis kompetensi inti. Rantai nilai ini memerlukan hal ini agar dapat menghasilkan keuntungan! Usaha tersebut harus didukung oleh kegiatan primer dan penunjang. Kegiatan Pokok

adalah kegiatan pokok perusahaan menurut fungsinya :

1. Fungsi logistik

Kegiatan usaha yang berkaitan dengan penerimaan barang, pergudangan, informasi mengenai: Pergudangan, persediaan atau jadwal pengiriman.

1. Kegiatan

Kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan konversi bahan baku produksi menjadi produk akhir, meliputi: permesinan, perakitan, pengujian, pengemasan dan pemeliharaan mesin/peralatan.

1. Kegiatan perusahaan Logistik Keluar meliputi pengumpulan, penyimpanan, dan pendistribusian produk ke konsumen.
2. Pemasaran dan Penjualan Menyediakan sarana bagi konsumen untuk membeli produk dan juga mencakup aktivitas seperti: periklanan, penjualan, penetapan harga, saluran distribusi, dan promosi.
3. Servis

Memberikan jasa pemeliharaan dalam hal ini nilai produk meliputi: pemasangan, pelatihan, penyediaan suku cadang, perbaikan dan pemeliharaan.

Berikutnya adalah fungsi pendukung khususnya kegiatan penunjang bisnis yang meliputi :

1. Pembelian

Merupakan fungsi dari departemen pembelian, meliputi seluruh prosedur pembelian dari pemasok, yang berhubungan dengan antar perusahaan.

1. Perkembangan teknologi Segala sesuatu yang berhubungan dengan perkembangan teknologi mesin dan proses, serta pengetahuan/keterampilan, proses dan sistem tenaga kuda.
2. Manajemen Sumber Daya Manusia Meliputi seluruh kegiatan rekrutmen, pelatihan, pengembangan dan penilaian karyawan.
3. Infrastruktur Perusahaan

Meliputi manajemen umum, perencanaan dan keuangan, pengendalian mutu dan sistem informasi. Infrastruktur perusahaan mendukung seluruh aktivitas dalam rantai nilai, yang dapat membantu perusahaan memperoleh keunggulan kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

*Nunung.B.A., 2018, analisis SWOT daya saing sekolah: studi kasus di sebuah SMA swasta di*

*kota Tangerang*

*Dhika.A.K & Mohammad.Z.A., 2019, Strategi Pengembangan Wisata Kampung Durian desa*

*Ngrogung Kecamatan Ngebel Ponorogo Melalui Analisis matrik IFAS dan EFAS.*

*Dr. Virgo Simamora,M.B.A., 2022 . Buku Ajar Manajemen Strategis*

*Slamet Riyanto, S.T.,M.M. dkk. 2020. Analisis SWOT: Sebagai Penyusunan Strategi*

*Organisasi*

*Dr. h. Arman Paramansyah S.F.,M.M. 2022. Manajemen Strategis: Strategis, Konsep,*

*Proses*

*Organisasi*