

ABSTRAK

Analisis SWOT merupakan prosedur sistematis untuk mengidentifikasi variabel-variabel keberhasilan kritis yang dimiliki oleh perusahaan baik meliputi kekuatan dan kelemahan internalnya, dan peluang serta ancaman yang bersifat eksternal. Dengan analisis SWOT memungkinkan perusahaan untuk menyusun dan merencanakan strategi manajemen dalam upaya untuk mencapai misi dan tujuan organisasi. Elemen terpenting dalam analisis SWOT dari sebuah perusahaan adalah menentukan dengan tepat apa yang menjadi *critical success factors* (CSFs) perusahaan. Kesalahan dalam menentukan *critical success factors* dapat berakibat buruk pada sebuah organisasi, sehingga penentuan secara tepat *critical success factors* dalam perusahaan haruslah mendapatkan prioritas utama bagi manajemen puncak, karena pada saat itulah strategi organisasi ditetapkan. Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai identifikasi *critical success factors* yang digunakan sebagai dasar penyusunan dan penjabaran strategi bisnis dalam sebuah perusahaan.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Jenis datanya adalah data kuantitatif dan data kualitatif untuk menjelaskan analisis struktur industri dalam rangka mengidentifikasi *critical success factors*, sedangkan sumber datanya adalah data primer. Tehnik analisis yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini penulis mencoba untuk menganalisa dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi *critical success factors* yang ada pada PT. MIF sebagai dasar penyusunan dan penjabaran strategi bisnis perusahaan.

Dari hasil penelitian dijabarkan bahwa dalam mengidentifikasi *critical success factors* ada dua hal yang perlu diperhatikan yaitu *analysis of customer and demand* dan *analysis of competition*. PT. MIF Surabaya menerapkan strategi diferensiasi dalam menjalankan bisnisnya. Hal-hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam rangka menerapkan strategi diferensiasi tersebut antara lain : kemampuan pemasaran yang tinggi, rekayasa produk, efisiensi, tradisi dalam industri atau keahlian unik, koordinasi yang kuat di antara fungsi, riset, dan pengembangan produk, serta pemasaran. *Critical success factors* merupakan hal yang utama dalam menentukan strategi bisnis untuk mencapai keunggulan bersaing bagi perusahaan.

Kata kunci: Analisis SWOT, *Critical success factors*, Strategi bisnis