



## IMPLEMENTASAUN METODU ANÁLISE SWOT HODI DETERMINA ESTRATÉJIA MERKADORIA (KOMPANHIA FUABE UNIPESOAAL LDA, ATABAE, BOBONARO)

<sup>1</sup>Mateus Maia, <sup>2</sup>Alemrindo Bianco Sequeira

fakuldade Enjeñaria Departamentu Enjeñaria Indústria

Universidade Da Paz (UNPAZ)

[Mateusmaia1994@gmail.com](mailto:Mateusmaia1994@gmail.com)

[sequieraalan@gmail.com](mailto:sequieraalan@gmail.com)

### ABSTRATU

Merkadoria hanesan atividade ne'ebe servisu hamutuk ho merkadu hodi halo transformasaun ne'ebe fó satisfasaun no kompleta ema barak nia nesetidade, Merkadoria iha ninia partisipasaun ne'ebe maka's lori fo susesu ba Kompañia ruma, ho ida ne'e iha atividade merkadoria bele lori produktu hakbesik a'an ba konsumidor atu sira bele koñese klean kona-ba produktu ne'ebe mak iha. Problema ne'ebe hakerek nain identifika iha kompañia Fuabe Unipessoal Lda, maka hanesan tuir mai ne'e kompañia la iha estratèjia promosaun produktu ba comunidade liu husi media hanesan publisidade, internet, no kuestionariu.

Objetivu hosi estudu peskiza ne'e mak atu buka hatene estratèjia merkadoria ba fa'an bloku ne'ebe maka iha kompañia Fuabe Unipessoal Lda produs, no atu determina estratèjia merkadoria ne'ebe maka estratèjiku iha Kompañia Fuabe Unipessoal Lda ho metódu SWOT.

Tékniku kolesaun dados ho kestionariu, tékniku análise dados ho análise SWOT, rezultadu hosi estudu ne'e mak hanesan tuir mai ne'e: Estratèjia merkadoria Kompañia Fuabe Iha pozisaun kuadrante 1 mak estratèjia Agresivu no estratèjia ne'ebe kompañia Fuabe bele aplika mak estratèjia Grow and Build ne'e signifika katak Estratèjia Merkadoria ne'ebe Estratèjiku ba Kompañia Fuabe bele hala'o nia atividade produsaun bloku maibe tenke hadia frakeza no ameasa sira ne'ebe iha, Kompañia Fuabe iha forsa ne'ebe bo'ot tebes hodi hadia frakeza ne'ebe mak iha. Kompañia Fuabe iha oportunitades ne'ebé bo'ot tebes, maibé iha parte seluk sei hasoru sasatan/Ameasa externa balun mak hanesan kompetisaun fa'an bloku ne'ebe maka'as entre Kompañia Fuabe ho kompañia sira seluk.

Foku husi estratèjia Kompañia ne'e nian mak atu minimiza Kompañia nia problema interna ho externa sira hanesan Frakeza no Ameasa sira atu nune'e bele hadau oportunitade sira ne'ebé di'ak liu.

**Lia-fuan Xave : Análise Estratèjia Merkadoria, Métodu SWOT.**



## IMPLEMENT THE METHODOLOGY ANALISE SWOT DETERMINE STRATEGY OF THE MARKETING OF THE COMPANY FUABE UNIPessoal LDA.

<sup>1</sup>Mateus Maia, <sup>2</sup>Alemrindo Bianco Sequeira, <sup>3</sup>Jeronimo Da Silva

Fakulty Engineering Department Engineering Indústria

Universidade Da Paz

(UNPAZ)

[Mateusmaia1994@gmail.com](mailto:Mateusmaia1994@gmail.com)

### ABSTRACT

Marketing is as activities that work together and the market and to made transformation that give the satisfied and to complete the necessary of the many people, marketing in our participation that hard is to give the sucess to the some company, and them has some activities marketing can bring the product to the consumer so that can recognize clearly about the product which is a problem that written identify in the company Fuabe Unipessoal Lda, such as the company does not have strategy promotion product to the community through the media as published, internet, and questionnaire.

Review theory about variation is something that need or object that give the attention to research or

The objective from studyng research this is can find out strategy of marketing to sell the block in the company Fuabe Unipessoal Lda produz, and to determine the strategy of marketing that is strategy is in the company Fuabe Unipessoal Lda the methodology of SWOT.

Tecnic colection information and questionnaire, tecnic analise information and analise SWOT. The result from studyng suar as : The strategy of marketing of the company Fuabe has the position squared 1 is the strategy of the marketing agressive and strategy that company of Fuabe can apply is strategy grow and build the meaning is strategy of marketing that strategy to the company Fuabe can have the activities block products that has to repair the Weakness and Treat that are in company Fuabe has the Opportunity that very high but in the next part will face the Treat External some is as competation sell the block that very high between company Fuabe and others company. The competation that are seling the block that very hard between company Fuabe and others company.

Focus from the strategy of the company is to minimize about the problem of the company Internal and External theirs as Weakness and Treat that's why can strive for positions of power that more comfortable.

**Key Words : Analise Strategy Marketing, Methodology SWOT.**

## INTRODUSAUN

Timor-Leste hanesan Nasaun ida ne'ebe foin ukun'an durante tinan sanulu resin sia (19) nia laran, ne'ebe selebra nia loron restaurasaun indepedensia iha loron 20 de maiu 2002 ho naran Estadu Republika Demokátiku de Timor-Leste (RDTL), nu'udar Estadu soberanu independente iha rejiaun Ásia. Depois de restaura independensia Timor-leste mos tama ona iha era globalizasaun industria iha kompañia barak maka kompete iha produsaun produktu iha parte oin-oin, ho ne'e dezenvolvimentu negósiu iha Timor-Leste komesa sae maka'as ho situasaun sira ne'e atu fo forsa ba kada kompañia sira atu halo kompetisaun ba produktu iha merkadoria.

Merkadoria hanesan atividade ne'ebe servisu hamutuk ho merkadu hodi halo transformasaun ne'ebe fo satisfasaun no komleta ema barak nia nesidade, prosesu transformasaun merkadoria hanesan atividade ida, mak fa'an tenke buka mak sosa sira, mak fa'an tenke halo identifikasaun ba konsumidor sira nia presija, mak fa'an tenke halo promosaun produktu ba konsumidor, mak fa'an tenke halo distribuisaun produktu ba konsumidor no tenke determina ho kustu ba produktu. Merkadoria iha ninia partisipasaun ne'ebe mak a'as lori fo susesu ba Kompañia ruma, ho ida ne'e iha atividade merkadoria bele lori produktu hakbesik ba konsumidor atu sira bele koñese klean kona-ba produktu ne'ebe mak iha.

Mundu negosiu agora ne'e mais kompetitivu tebes entre autor negosiu sira ho ida ne'e kompañia sira tenke matenek no iha koñesementu ne'ebe mak diak kona-ba estratéjia merkadoria, atu atinji objetivu husi estratéjia merkadoria ne'e rasik kompañia sira tenke komprende didiak kona-ba merkadu ho konsumidor, atu nune'e halo produsaun ba produktu ruma tenke tuir merkadu ninia presija, atu sai popularidade ba produktu ida ita tenke hatudu imajen ne'ebe maka diak ba produktu ruma.

Metódu SWOT sai hanesan mata dalan ida ba Kompañia sira atu análise estratéjia merkadoria ho maneira tau prioridade liu ba pontu forte, (*Strength*), pontu fraku (*Weakness*), oportunidade (*Opportunity*), ho ameasa (*Treatment*)sira ne'e hotu hanesan parte fundamental ida ba kompañia sira atu sai susesu.

## FORMULASAUN PROBLEMA

Bazeia ba problema hirak ne'ebe maka hakerek nain esplika ona iha leten, maka hakerek nain ba Projeto Final ida ne'e halo formulasaun maka hanesan tuir mai ne'e

1. Oinsa estratéjia merkadoria ba fa'an bloku ne'ebe maka iha kompañia Fuabe Unipesoal Lda produs?
2. Oinsa determina estratéjia merkadoria ne'ebe maka estratéjiku iha kompañia Fuabe Unipesoal Lda ho metodu SWOT?

## LITERATURA

### 1. Estratéjia Merkadoria

Estratéjia merkadoria hanesan algu ne'ebe inklui hotu sistema sira ne'ebe relasionadu ho objetivu hodi planeia no determina presu ba produktu ruma lori komersializa no distribui bens ho servisu bele fo satisfasaun ba konsumidor atual i potensial. Estratéjia merkadoria hanesan baze ida ho objetivu ba atividade merkadoria Kompañia nian, kondisaun kompetisaun ho ambiente ne'ebe sempre mudansa ho esperansa katak bele alkansa ba objetivu ruma ne'ebe ita hakarak, antes atu implementa estratéjia merkadoria ba iha Kompañia ruma, primeiru tenke hare uluk kondisaun merkadu no avalia pozisaun merkadu, parte ida ne ho objetivu atu nune'e bele determina atividade merkadoria ne'ebe adekuaudu hodi implementa iha merkadu. Kuandu atividade hotu lao ho diak, estratéjia merkadoria ita bele koalia susesu ita hare liu husi realizasaun ba nivel satisfasaun ne'ebe Kompañia espera no hakarak. Signifika katak objetivu husi meta (*Sasaran*) merkadoria ba produktu ruma ne'ebe deseju no lori satisfasaun ba konsumidor.

### 2. Metodu SWOT

Metódu análise SWOT hanesan teknika ida kona-ba planejamentu estratéjiku ne'ebe maka uza hodi halo avaliasaun ba fatores-fatores ne'ebe maka fo influensia ba iha pontu forte (*Strength*), pontu fraku (*Weakness*), oportunidade (*Opportunity*), ho ameasa (*Treatment*) maibe ho objetivu katak halo avaliasaun ba tempu badak (*Kurtu Praju*) no tempu naruk (*Longu Praju*).

Liafuan ou termu análise SWOT bain-bain ita hasoru iha ambitu ekonomia ho negosiu, metódu análise SWOT ho ninia objetivu hanesan hodi deskreve situasaun ho kondisaun ne'ebe agora daudaun hasoru no enfrenta hela, maibe laos sai hanesan ekipamentu analitika ida ne'ebe maka fo solusaun ba problema sira ne'ebe agora daundaun hasoru no enfrenta.

Matrix SWOT hanesan feramenta (*Alat*) ida hodi utiliza no dezenvolve fatores estratéjiku ba kompañia. Maibe matrix SWOT bele deskreve buat ne'ebe maka los oinsa oportunidade no ameasa iha parte liur (*Eksternal*) ne'ebe kompañia enfrenta no halo hanesan ho pontu forsa no pontu fraku.

SWOT signifika (*Strength*) Forsa, (*Weakness*) Frakeza, (*Opportunity*) Oportunidade no (*Treatment*) Ameasa. Ho ida ne'e SWOT sai hanesan pontu importante ida uza hodi análise ba iha kompañia ou organizasaun sira hodi orienta ba iha lukru (*Profit*), no laos lukru (*Non profit*) ho objetivu prinsipal hodi buka no koñese kona-ba kondisaun kompañia nian ne'ebe maka iha ho forma abrajén (*Komprehensif*), depois koñese kona-ba pontu forsa no pontu fraku

iha oportunidade aberta, ho ameasa-ameasa ne'ebe maka enfrenta, bele dezenvolve planu estratéjiku ida ne'ebe ho forma akumulá metas ou objetivu ne'ebe determinadu ona

3. Matrix SWOT Ho Kuadrante Análise SWOT

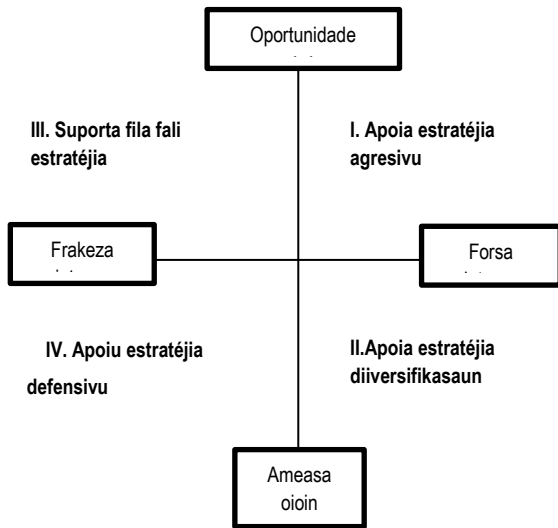
a. Matrix SWOT :

Matríx SWOT ne'e bele deskreve oinsá oportunidade no ameasa sira husi ambiente externu empresa nian antisipa ho ninia forsa no frakeza sira. Matríx SWOT ne'e sei sai fásil liu atu formula estratéjia oi-oin. Estratéjia alternativu sira tenke orienta ba esforsu sira atu uza forsa no hadi'a frakeza sira, aproveita oportunidade negósiu nian no rezolve ameasa sira. Atu nune'e, hosi Matríx SWOT nian, sei hetan grupu alternativa ha'at ne'ebé mak hanaran Estratéjia SO, Estratéjia ST, Estratéjia WO no Estratéjia WT nian.

b. Kuadrante Análise SWOT

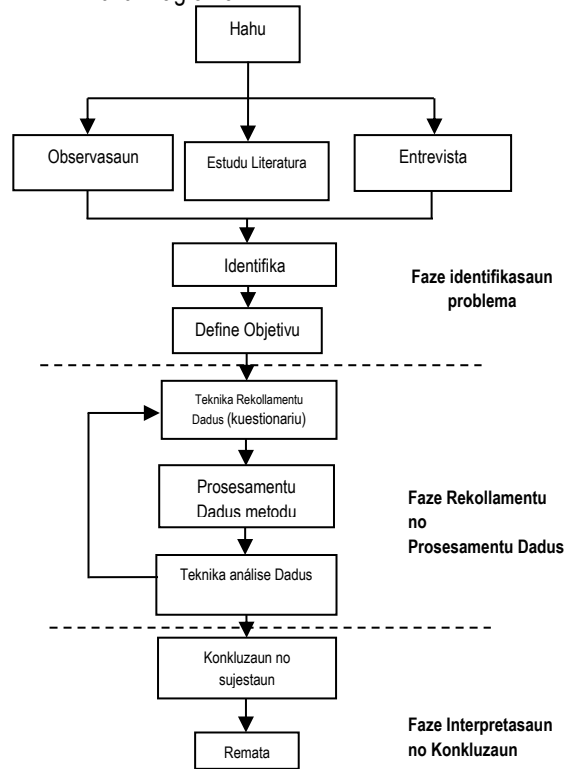
Tuir **Rangkuti (2011)**, análise SWOT fahe ba komponente prinsipál ha'at ne'ebé iha estratéjia ne'ebé la hanesan ba dala ha'at. Diagrama análise SWOT no nia esplikaun mak hanesan tuir mai ne'e :

Dezeñu 2.1 Diagrama Análise SWOT



**METODOLOJIA PESKIZA**

1. Fluxu Diagrama



Dezeñu : 3.1 Fluxo Diagrama Peskiza

2. Rekollamentu Dadus

Bainhira halo peskiza, dadus sira ne'ebe rekolla tiha ona sei utiliza hodi rezolve problema ne'ebe iha, ho nune'e maka dadus hirak ne'ebe refere tenke ser realmente no los, iha peskiza sientifika nian, metódu rekolla halo ho objetivu atu bele hetan dadus hirak ne'ebe relevante no los.

3. Prosesamento De Dadus

Dadus ne'ebe maka hetan ona liu husi faze rekollamentu sei prosesu hodi bele hetan resultadu ne'ebe maka tuir duni espetativa. Faze prosesamentu de dadus ne'ebe maka hakerek nain utilija maka hanesan metódu análise SWOT.

**DISKUSAUN**

1. Prosesamentu Dadus

Peskiza ida ne'e utiliza metodu SWOT atu determina no Identifika fatores interna (Forsa no Frakeza) no identifika fatores externa (Oportunidade no Ameasa) hodi hetan ho lalaok kompara fator ne'ebé mak iha ho possibilidade akontese no fo impaktu boot liu ba estratéjia merkadoria. Nune'e

identifika fatores externa no interna hanesan persepsaun ou hanoin hosi parte Kompañia Fuabe Unipessoal Lda. Rezultadu komparasaun oportunidade ho ameasas no forsa ho frakeza bele hare'e iha anexu. No tabela fatores externa no interna iha Industria Produsaun Bloku Kompañia Fuabe Unipessoal Lda.

**Tabela 4.3 Forsa, Frakeza, Oportunidade no Ameasa Kompañia Fuabe**

Forsa		Frakeza	
1. Prosesu produsaun ba Bloku ne'ebe diak.	5. Kompañia Fuabe la halo Promosaun bloku ba comunidade sira	2. Kapasidade ba makina Produsaun bloku ne'ebe diak	6. Fatin produsaun bloku iha fatin ida deit
3. Traballador sira ne'ebe Servisu Hetan kualifikadu husi sentru formasaun sira	7. Distansiamentu entre Komunidade sira ba kompañia Fuabe ne'ebe mak do'ok	4. Bloku ne'ebe mak produs bele garantia katak iha kualidade ne'ebe diak	8. Kompañia Fuabe la iha liña Merkadu fa'an bloku sai husi Postu Administrativu Atabae
Oportunidade		Ameasa	
1. Demanda ba bloku ne'ebe a'as Tebes	5. Regras husi governu difikulta Ba kompañia hodi halao negosiu ba bloku	2. Modelu merkadu ba fa'an bloku ne'ebe dinámiku	6. Kompetisaun ne'ebe maka'as entre kompañia Fuabe ho kompañia sira seluk
3. Kompañia Fuabe la iha kompetisaun ho kompañia seluk kona-ba fa'an bloku	7. Traballador ne'ebe servisu la iha kapasidade	4. Kompañia halo distribuissau bloku ba merkadu ho diak	8. Demanda ba bloku ne'ebe mak Menus

3. Etapa hatama dadus (*The Input Stage*)

Iha etapa input, dadus ne'ebé rekolla, análise no depois hafahe sai fator internal no fator external. Fator-fator sira hetan hosi análise ambiente interna no depois klasifika iha matrix IFE (*Internal Factor Evaluation*). Portantu fator-fator ne'e hetan hosi análise ambiente eksternal klasifika ba matrix EFE (*External Factor Evaluation*). Matrix IFE no EFE hetan hosi rezultadu priense kuestionariu ba pezu no nivel/rating hosi korespondente nain tolu nulu (30)

4. Matrix IFE (*Internal Factor Evaluation*)

**Tabela 4.6 Internal Factor Analysis Strategic (IFAS)**

Nú	Indikador	Todan	Klasifiasaun	Skore
<b>Forsa</b>				
1.	Prosesu produsaun ba bloku ne'ebe diak	0.288	3.93	1.132
2.	Kapasidade ba makina produsaun bloku ne'ebe diak.	0.249	3.4	0.846
3.	Traballador sira ne'ebe servisu hetan kualifikadu Husi sentru formasaun sira	0.200	2.73	0.547
4.	Bloku ne'ebe mak produs bele garantia katak Iha Kualidade ne'ebe diak	0.263	3.6	0.948
<b>Total</b>		<b>1</b>	<b>13.67</b>	<b>3.473</b>
<b>Frakeza</b>				
5.	Kompañia Fuabe la halo promosaun bloku ba comunidade sira	0.290	3.73	1.083
6.	Fatin produsaun bloku iha fatin ida deit	0.249	3.2	0.796
7.	Distansiamentu entre comunidade sira iha foho ho kompañia Fuabe ne'ebe mak do'ok	0.249	3.2	0.796
8.	Kompañia	0.212	2.73	0.581

2. Tabulasaun

Perguntas No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	total	total	klasifiasaun	skore
<b>Forsa</b>																			
1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59	0.398	3.93	1.132
2	4	2	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	51	0.340	3.4	0.846
3	1	4	1	2	4	2	4	3	3	3	2	3	4	3	2	42	0.280	2.73	0.547
4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	54	0.362	3.6	0.948
total																205	1	13.67	3.473
<b>Frakeza</b>																			
1	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	55	0.366	3.73	1.083
2	2	3	4	4	3	4	4	2	4	4	3	2	3	3	3	48	0.320	3.2	0.796
3	4	1	3	3	4	3	2	4	2	3	4	4	3	4	4	48	0.320	3.2	0.796
4	4	2	2	2	4	1	4	3	1	4	4	1	4	4	1	42	0.280	2.73	0.547
total																193	1	13.67	3.396
<b>Oportunidade</b>																			
1	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	54	0.360	3.6	0.948
2	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	55	0.366	3.67	1.009
3	4	3	4	4	2	3	2	3	1	2	3	4	4	3	2	44	0.293	2.93	0.699
4	2	4	3	3	3	3	2	1	2	2	4	4	3	3	4	45	0.299	2.97	0.699
total																198	1	13.67	3.398
<b>Ameasa</b>																			
1	3	3	1	3	1	4	4	4	3	4	1	4	2	3	4	44	0.294	2.93	0.717
2	4	4	3	4	4	1	3	4	4	3	2	3	4	3	4	50	0.333	3.33	0.833
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	1	2	3	46	0.296	2.97	0.784
4	4	2	2	4	3	3	1	2	4	4	3	2	3	2	1	40	0.266	2.67	0.669
total																180	1	11.00	3.000

Copyright © 2021, Maia et al. This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

	Fuabe la iha liña merkadu fa'an bloku sai husi Postu Administrativu Atabae			
	<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>12.87</b>	<b>3.256</b>

Matrix IFE forma depois hala'o identifikasaun ba fator internal ne'ebé inklui forsa no frakeza iha Kompañia Fuabe Unipessoal Lda. Matrix IFE forma ho fo Nivel no Pezu. Nivel no Pezu hosi kada fator internal ne'ebé determina hosi korespondente nain sanulu resin lima (15) ne'e mak direktor Kompañia Fuabe no nia traballador sira Hosi rezultadu fo pezu no determina Nivel, maka hetan valor IFE ne'ebé bele hare'e iha tabela 4.6. Tótal Score fator estratéjia interna mak 6.729. Valor refere hatudu katak Kompañia Fuabe Unipessoal Lda bele aproveita forsa ne'ebe iha lori diminui frakeza ne'ebe iha kompañia laran. Iha mos score total ba forsa mak 3.473 no skore tótal ba frakeza 3.256. Valor ikus skore total fatores forsa bo'ot liu fatores Frakeza, signifika katak Kompañia Fuabe iha dezenvolve Industria Produsaun Bloku no bele aproveita forsa ne'ebé mak iha no bele hasoru frakeza ne'ebé mak Iha Tabela 4.6 hatene katak forsa ne'ebé mak bo'ot iha Kompañia Fuabe Lda mak.

Prosesu Produsaun ba Bloku ne'ebe mak diak tamba iha skore total 1.132, signifika katak hosi prosesu produsaun ba bloku ne'ebé mak diak iha Kompañia Fuabe nune'e sai hanesan forsa bo'ot ba Kompañia atu bele domina iha merkadu no bele garantia qualidade ba produtu. Entretantu frakeza bo'ot iha Kompañia Fuabe Lda mak Kompañia Fuabe la halo promosaun bloku ba comunidade sira ho total score mak 1.083, ne kauza tamba menus koñesimentu hosi Nain ba Kompañia Fuabe no nia traballador sira kona-ba estratéjia Merkadoria no sai hanesan frakeza ne'ebé mak bo'ot ba Kompañia hodi hamenus failansu ne'ebé mak hasoru iha prosesu produsaun bloku no oinsa atu fa'an Bloku ba iha merkadu.

##### 5. Matrix EFE (External Factor Evaluation)

**Tabela 4.7 External Factor Analysis Strategic (EFAS)**

Nú	Fator Externa	Todan	Klasifikasaun	Skore
<b>Oportunidade</b>				
1	Demanda ba bloku ne'ebe a'as Tebes	0.276	3.6	0.992
2	Modelu merkadu ba fa'an bloku ne'ebe dinámiku	0.281	3.67	1.029
3	Kompañia Fuabe la iha	0.224	2.93	0.659

	kompetisaun ho kompañia seluk konaba fa'an bloku			
4	Kompañia halo distribuisaun bloku ba merkadu ho diak	0.219	2.87	0.629
	<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>13.07</b>	<b>3.308</b>
	<b>Ameasas</b>	<b>Todan</b>	<b>Klasifikasaun</b>	<b>Skore</b>
5.	Regras husi governu difikulta ba kompañia hodi halao negosiu ba bloku	0.244	2.93	0.717
6.	Kompetisaun ne'ebe makas entre kompañia Fuabe ho kompañia sira seluk	0.278	3.33	0.926
7.	Traballador ne'ebe servisu la iha kapasidade	0.256	3.07	0.784
8.	Demanda ba bloku ne'ebe mak menus	0.222	2.67	0.593
	<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>12.00</b>	<b>3.019</b>

Matrix EFE hetan hosi rezultadu identifikasaun fator externa ne'ebé klasifika ou fahe ba oportunidade no ameasas ba Kompañia Fuabe Unipessoal Lda forma hosi fo nivel no pezu. Hosi rezultadu fo pezu no determina nivel ba kada fatores, maka bele hetan valor EFE ne'ebé bele hare'e iha Tabela 4.7. Tótal skore fator estratéjia externa 6.327. Valor refere hatudu katak Kompañia Fuabe Unipessoal Lda bele aproveita oportunidade ne'ebe mak iha no bele ultrapasa ameasa ne'ebé mak iha ho diak. Iha mos score total ne'ebé hatudu katak oportunidade iha valor 3.308 no skore total ba ameasa ho valor 3.019. Valor refere hatudu katak korespondente hatan makas ba oportunidade ne'ebé mak iha no koresponde hatan kontrariu ba ameasas ne'ebé fraku.

Tabela 4.5 hatudu katak oportunidade iha score bo'ot ho 1.029 katak Modelu merkadu ba fa'an bloku ne'ebe dinámiku hanesan fatin ba produsaun bloku iha Kompañia Fuabe ne'ebe lokaliza iha fatin ne'ebe sentru entre maubara likisa ba mos besik no mos

batugade mai mos besik ho modelu merkadu ne'ebe mak dinamiku atu nune'e Kompañia Fuabe mos bele aproveita hodi hasae tan nia kuantidade produsaun ba bloku. Hanesan ne'ebé esklaresa ona iha identifikasaun EFAS nian katak indikator ne'e bazeia ba Índise katak modelu merkadu ne'ebe mak dinamiku ba iha Kompañia Fuabe atu fa'an bloku. Signifika katak sai hanesan indikasaun ne'ebe diak ba Kompañia hodi atinje misaun ho vizaun nune'e mos bele dezenvolve diak liu tan. Wainhira kapta tiha ona oportunidade prinsipal refere maka Kompañia bele define estratéjia merkadoria hodi kompete iha merkadu kona-ba industria produsaun bloku. Entre ne'e mos Kompañia bele atinje benefisiu kompetetivu. Portantu hosi ameasas ne'ebé fo'o influensia maka'as mak mosu kompetitor foun fo kapasidade produsaun ne'ebé mak bo'ot ho valor 0.926, ne'ebé signifika katak sei iha kompetisaun merkadu ne'ebé makas entre kompañia sira hosi folin no kuantidade produsaun ne'ebé fo ameasa ba Kompañia. Liu hosi hatene ameasa sira no ameasas ne'ebé mak makas liu mak sei ajuda Kompañia hodi forma estratéjia merkadoria ne'ebé lo'os ba Kompañia. Nune'e matrix EFE (*External Factor Evaluation*) ajuda Kompañia hodi determina estratéjia alternativu ne'ebé diak hodi apar ho kondisaun Kompañia ba futuru oin mai.

#### 6. Kalkulasaun analize SWOT.

Bazeia ba rezultadu análise SWOT, kálkulus no gráfiku sira nian produz análise X no Y hanesan tuir mai ne'e:

**Formulasaun kalkula Valor x no y**

$$x = \frac{S - W}{2} \quad y = \frac{O - T}{2}$$

$$x = \frac{3.473 - 3.256}{2} \quad y = \frac{3.308 - 3.019}{2}$$

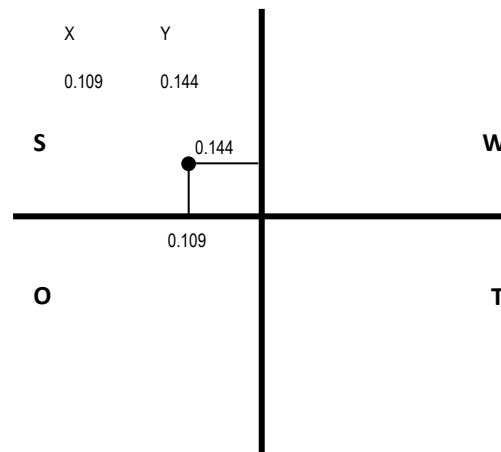
$$x = \frac{0.217}{2} \quad y = \frac{0.289}{2}$$

$$x = 0.109 \quad y = 0.144$$

#### 7. Matrix IE (*Internal-Externa*)

Ho kombina matrix IFE no EFE, maka sei hetan matrix IE ne'ebé hatudu iha kalkulasaun valor X ho Y Totál skore IFE mak 0.109 ne'ebé dezeña katak Kompañia Fuabe Unipessoal Lda iha kondisaun interna ne'ebé bo'ot. Iha mos total skore EFE mak 0.144 ne'ebé dezeña katak Kompañia Fuabe Unipessoal Lda iha pozisaun kondisaun external ne'ebé a'as. Bazeia pozisaun kuadrante iha Dezeñu 4.3, iha matrix IE hatudu katak pozisaun Kompañia Fuabe Unipessoal Lda iha pozisaun kuadrante I ne'ebé signifika Kompañia Fuabe Unipessoal Lda iha pozisaun kondisaun interna no externa ne'ebe diak. Estratéjia ne'e bele uza mak *Grow and Build*, ne'ebé sai hanesan estratéjia intensive ba

Kompañia Fuabe lori hala'o sira nia atividade negosiu produsaun bloku maibe tenke hadia sira nia farakeza hanesan halo promosaun produktu ba comunidade sira atu nune'e bele aumenta tan liña merkadu, no uza forsa ne'ebe mak iha lori hasoru ameasa sira ne'ebe hanesan kompetisaun ne'ebe makas entre kompañia Fuabe ho Kompañia sira seluk. (hadia estratéjia merkadoria). Estratéjia refere sai hanesan estratéjia ne'ebé mak diak.



**Dezeñu 4.3 kuadrante Kompañia Fuabe Unipessoal Lda**

#### 8. Téknika Análise Dadas

Bazeia ba formulasaun froblema ne'ebe mak iha no peskizador identifika iha Kompañia Fuabe Unipessoal Lda mak hanesan tuir mai ne'e:

- Estratéjia merkadoria ba fa'an bloku ne'ebe maka iha Kompañia Fuabe Unipessoal Lda hanesan modelu merkadu ne'ebe mak dinamiku no estratéjia merkadoria kompañia Fuabe Unipessoal Lda monu iha estratéjia Agresivu katak kondisaun kompañia Fuabe agora daudaun lao diak hela maibe kompañia Fuabe tenke hadia sasatan/frakeza ne'ebe mak iha hanesan kompañia tenke halo promosaun produktu ba comunidade sira atu nune'e kompañia Fuabe bele aumenta tan liña merkadu fa'an produktu nian.
- Bazeia ba dados ne'ebe mak peskizador hetan liu husi kestionariu no prosesa liu husi matrix IFAS, matrix EFAS, matrix IE, no hare'e ba rezultadu prosesamentu dados hirak ne'e katak kondisaun kompañia Fuabe monu iha Kuadrante 1 signifika estratéjia merkadoria kompañia Fuabe Agresivu hela, atu determina estratéjia merkadoria ne'ebe maka estratejiku iha Kompañia Fuabe Unipessoal Lda mak kompañia Fuabe tenke uza estratéjia (*Grow and Build*) signifika katak kompañia Fuabe

bele hala'o nia negosiu kona-ba fa'an produtu bloku maibe kompañia Fuabe tenke uza forsa hodi hadia sasatan/frakeza sira hanesan tenke halo promosaun produtu ba komunidadade sira hodi aumenta tan liña merkadu ba fa'an produtu nian sai hanesan oportunitade diak ida ba kompañia Fuabe lori hasoru sasatan/ameasa sira hanesan kompetisaun fa'an produtu bloku ne'ebe maka'as entre Kompañia Fuabe ho kompañia sira seluk.

## KONKLUZAUN NO SUJESTAUN

### 1. Konkluzaun

a. Bazeia ba análise ambiente externa no interna, bele hatene oportunitade, ameasas, forsa no frakeza ne'ebé Kompañia Fuabe Unipessoal Lda iha Forsa ne'ebé Kompañia ne'e iha bo'ot tebes ne'ebé ninia valor skore mak 3.473 ho ninia indikador ne'ebé influensia liu mak Prosesu produsaun ba bloku ne'ebe diak ho ninia valor skore 1.132. No ikus frakeza ne'ebé Kompañia ne'e iha ho total skore 3.256 ho indikador frakeza ne'ebé mak bo'ot mak Kompañia Fuabe la halo promosaun bloku ba komunidadade sira ho nia skore 1.083. Oportunitade iha Kompañia Fuabe Unipessoal Lda bo'ot kompara ho ameasa ne'ebé mak iha ho nia total skore 3.308 ho indikador ne'ebé influensia liu mak Modelu merkadu ba fa'an bloku ne'ebe dinámiku ho total skore 1.029. Ameasa ne'ebé mak Kompañia ne'e iha ho total skore 3.019, signifika iha ambiente externa ameasa ki'ik liu kompara ho oportunitade ne'ebé mak Kompañia ne'e hetan ho indikador iha ameasa ne'e influensia liu ba Kompañia mak Kompetisaun ne'ebe makas entre kompañia Fuabe ho kompañia sira seluk ho valor skore 0.926.

b. Iha análisesaun fator externa no interna evaluasaun hetan total score hanesan tuir mai ne'e IFAS ho nia total score 0.109 no EFAS hetan total score hamutuk 0.144 nune'e tuir análisesaun ne'e pozisaun Kompañia nian hetan iha kuadrante I ne'ebé aumentan habo'ot no dezenvolve no estratejia merkadoria ne'ebé mak atu implementa mak estratejia integrasaun.

### 2. Sujestaun

Bazeia ba konkluzaun rezultadu peskiza formulariza estratejia dezenvolve industria produsaun bloku ne'ebe Kompañia Fuabe

Unipessoal Lda hala'o, maka sujestaun ne'ebé bele fo mak:

a. Bazeia ba rezultadu peskiza hatudu katak Kompañia iha kapasidade forsa ne'ebé bo'ot liu husi prosesu produsaun ba bloku ne'ebe mak diak nune'e Kompañia tenke mantein nafatin prosesu produsaun ba bloku ne'ebe mak diak ona, no Kompañia tenke iha koñesementu kona-ba estratejia merkadoria ou bele hetan formasaun kona-ba estratejia merkadoria oinsa atu fa'an produtu ba iha merkadu no kompete ho Kompañia sira seluk, ho formasaun ne'ebé barak hodi bele hementus farkeza ne'ebé mak iha Kompañia ne'e nia laran. Kompañia mos aproveita ho diak ona oportunitade ne'ebé mak iha hanesan Modelu merkadu ba fa'an bloku ne'ebe dinámiku liu husi kondissauhin ohin loron ne'ebé hasoru tamba iha mos kompetisaun merkadu ne'ebé makas ne'ebé sai ameasa bo'ot ba Kompañia nune'e sujere atu Kompañia dezenvolve liu tan negósium industria produsaun bloku.

b. Bazeia ba rezultadu análise SWOT hatudu katak pozisaun Kompañia Fuabe monu iha kuadrante I *Grow and Build*, liu husi rezultadu kuadrante ne'ebé mak hetan signifika katak Kompañia Fuabe iha kondisaun no pozisaun ne'ebé mak diak atu dezenvolve liu husi estratejia habo'ot no dezenvolve. Nune'e Kompañia iha kapasidade atu dezenvolve liu tan negósium industria produsaun bloku ne'ebé mak iha liu husi forsa ne'ebé mak bo'ot hodi aproveita oportunitade ne'ebé mak iha hodi halakon frakeza iha Kompañia no hasoru ameasa sira ne'ebé mak hetan.

Espera katak peskiza tuir mai bele sai hanesan evaluasaun ba peskiza dezenvolve negosium industria produsaun bloku iha Kompañia Fuabe Unipessoal Lda ne'e halao tiha ona.



## BIBLIOGRAFIA

1. Basu Swastha. 2002. Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbi.
2. Bilung (2016) dengan analisis SWOT memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi.
3. Freddy. 2013. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT.OCAI. Penerbit PT. Gramedia Pustaka.
4. Jogiyanto dalam Lukmandono (2015) tujuan dari analisis. SWOT adalah sebagai berikut: 1. Mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal.
5. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Volume 5, No. 2, Maret 2019.
6. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Universitas Mayjen Sungkono. (UNIMAS) Mojokerto.
7. Menurut Purwanto dalam Dj. Rusmawati (2017) untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT,
8. Menurut Rangkuti (2004), penjelasan untuk masing-masing strategi pada matriks SWOT.
9. Menurut Philip Kotler (terjemahan 1997) definisi pemasaran