

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani *Strategia* yang di artikan sebagai “*The Art Of The General*” atau seni seorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan. Menurut Clausewitz dalam (Damanik et al., 2023) strategi adalah pengetahuan tentang penggunaan tentang pertempuran untuk memenangkan peperangan. Sedangkan perang itu sendiri adalah kelanjutan dari politik. Strategi bukan hanya untuk masuk dan bersaing, tetapi lebih luas lagi untuk mencapai keunggulan kompetitif dan menghasilkan keuntungan di suatu industri. Keadaan industri memang dipengaruhi oleh lima kekuatan kompetitif yang diidentifikasi oleh Porter. Memahami lima kekuatan ini sangat penting bagi perusahaan untuk menentukan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan di industri tersebut. Model Lima Kekuatan Porter merupakan kerangka kerja yang digunakan untuk menganalisis daya tarik dan tingkat persaingan dalam suatu industri. Model ini berfokus pada lima kekuatan utama yang menentukan profitabilitas industri yaitu: (Suryatimur et al., 2020)

1. Ancaman Masuknya Pendatang Baru

Kemudahan masuknya perusahaan baru ke suatu industri dapat diukur dengan tingkat hambatan masuk (*Barriers To Entry*). Semakin rendah hambatan masuk, semakin mudah bagi perusahaan baru untuk bersaing, dan semakin tinggi pula ancaman bagi perusahaan lama yang sudah mapan.

2. Ancaman Produk Pengganti

Kemudahan bagi konsumen untuk beralih ke produk atau layanan lain merupakan faktor penting yang menentukan kekuatan tawar menawar perusahaan yang ada.

Semakin mudah bagi konsumen untuk beralih, semakin rendah kekuatan tawar menawar perusahaan.

### 3. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok

Kekuatan tawar menawar pemasok mengacu pada kemampuan mereka untuk mempengaruhi harga, kualitas, dan kondisi pasokan produk atau layanan yang mereka jual kepada perusahaan. Semakin kuat daya tawar pemasok, semakin tinggi harga yang dapat mereka kenakan dan semakin rendah keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan yang ada.

### 4. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli

Kekuatan tawar menawar pembeli mengacu pada kemampuan pembeli untuk mempengaruhi harga, kualitas, dan persyaratan produk atau layanan yang mereka beli dari perusahaan. Semakin kuat daya tawar pembeli, semakin rendah harga yang dapat mereka negosiasikan dan semakin rendah keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan yang ada.

### 5. Persaingan di Antara Pesaing yang Ada

Tingkat persaingan antar perusahaan dalam suatu industri dapat bervariasi. Semakin ketat persaingannya, semakin sulit bagi perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif dan meraih keuntungan.

Strategi merupakan suatu rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi haruslah komprehensif, terukur, dan dapat dicapai dalam jangka waktu yang ditentukan. Dalam pengertian umum, strategi adalah cara untuk mendapatkan kemenangan atau pencapaian tujuan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).

Pembuatan keputusan perusahaan perlu pertimbangan faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan maupun faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman. Dalam hal ini, analisis SWOT dipakai jika para penentu strategi perusahaan mampu melakukan pemaksimalan peranan faktor kekuatan dan memanfaatkan peluang sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisi kelemahan yang terdapat dalam tubuh organisasi dan menekan ancaman yang timbul dan harus dihadapi dengan tepat. (Budiman, 2017)

Menurut Chandler strategi adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Chandler menekankan bahwa strategi dan struktur organisasi memiliki hubungan yang erat. Menurutnya, struktur organisasi harus mengikuti strategi yang diterapkan. Hal ini berarti bahwa perusahaan harus menyesuaikan struktur organisasinya dengan strategi yang dipilihnya agar dapat mencapai tujuannya secara efektif. Strategi merupakan sebuah rancangan yang dirancang untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dalam konteks yang lebih luas, strategi dapat dimaksud dengan serangkaian langkah yang terencana dan sistematis yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam jangka panjang atau jangka pendek organisasi.

Menurut Husein Umar, “Strategi didartikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai (Munarika, 2018). Agustinus Sri Wahyudi mendefinisikan “Strategi merupakan kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan untuk manajemen, yang menghasilkan dampak besar pada kinerja keuangan. Kebijakan dan keputusan ini biasanya melibatkan sumber daya yang penting dan tidak dapat diganti dengan mudah (Siregar & Sugilar, 2018)

Berdasarkan keseluruhan definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan serangkaian pendekatan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, rencana, dan pelaksanaan kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam suatu organisasi. Selain itu dapat juga disimpulkan rencana kerja yang memaksimalkan kekuatan

### **2.1.1 Tujuan Strategi**

Tujuan strategi adalah komponen penting dari strategi yang efektif. Dengan tujuan strategi yang jelas, organisasi dan individu dapat meningkatkan peluang mereka untuk mencapai kesuksesan. Tujuan bersifat kebijakan, program, atau manajerial, dan dinyatakan dengan cara yang memungkinkan penilaian atas pencapaian sasaran di masa depan. Menurut (Sugiyono, 2023) mengemukakan tujuh tujuan strategi, yaitu:

1. Memberikan arah jangka panjang perusahaan yang bakal dicapai.
2. Membantu perusahaan beradaptasi pada setiap perusahaan.
3. Membuat kinerja perusahaan menjadi lebih efektif.
4. Mengaplikasikan dan mengevaluasi strategi yang disepakati dengan efektif dan efisien.
5. Membuat strategi baru untuk menyesuaikan dengan perkembangan lingkungan eksternal.
6. Meninjau ulang kelebihan dan kelemahan serta mencermati peluang dan ancaman bisnis perusahaan.
7. Berinovasi pada produk dan layanan sehingga selalu disukai oleh konsumen.

### 2.1.2 Tahap -Tahap Strategi

Menurut (Sugiyono, 2023), dalam pelaksanaan strategi perlu dilakukan tahapan – tahapan didalamnya. Secara garis besar strategi memiliki tiga tahapan yaitu:

#### 1. Perumusan Strategi

Perumusan strategi adalah proses menentukan arah dan tindakan yang akan diambil oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuannya. Perumusan strategi merupakan langkah penting dalam manajemen strategi, yang merupakan proses yang berkelanjutan untuk menciptakan dan menerapkan strategi yang efektif.

#### 2. Implementasi Strategi

Implementasi strategi adalah proses menerjemahkan strategi yang telah diformulasikan menjadi tindakan nyata. Implementasi strategi merupakan tahap penting dalam manajemen strategi, yang merupakan proses yang berkelanjutan untuk menciptakan dan menerapkan strategi yang efektif.

#### 3. Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi adalah proses menilai efektivitas strategi yang telah diterapkan. Evaluasi strategi merupakan tahap penting dalam manajemen strategi, yang merupakan proses yang berkelanjutan untuk menciptakan dan menerapkan strategi yang efektif.

## 2.2 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah kerangka kerja yang digunakan untuk mengevaluasi posisi strategis suatu perusahaan. Analisis ini dilakukan dengan mengidentifikasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) yang dihadapi perusahaan. Kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal perusahaan, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor eksternal. Dengan

memahami keempat faktor ini, perusahaan dapat menyusun strategi yang tepat untuk mencapai tujuannya.

Menurut (Robinson & Richard; 2013), analisis SWOT merupakan teknik yang terkenal dan telah digunakan sejak lama oleh para manajer untuk mendapatkan gambaran umum secara cepat mengenai situasi strategis perusahaan. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif haruslah selaras dengan sumber daya internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dan situasi eksternalnya (peluang dan ancaman). (Elvana et al., 2022)

### 1. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan adalah suatu kelebihan yang dimiliki oleh suatu perusahaan, termasuk sumber daya, keterampilan, atau kemampuan lain yang relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani. Contoh keunggulan antara lain meliputi kekuatan keuangan, citra positif, posisi dominan di pasar, hubungan yang kuat dengan pemasok, loyalitas pelanggan, dan kepercayaan dari berbagai pihak yang berkepentingan. Untuk mempertahankan dan meningkatkan keunggulan, perusahaan harus berupaya menjaga, mempertahankan, atau mengembangkan kekuatan yang dimiliki. (Nurlita, 2020)

### 2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kemampuan yang secara signifikan menghambat kinerja efektif suatu perusahaan. Contoh kelemahan meliputi keterbatasan sarana dan prasarana, kemampuan manajerial yang kurang, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan kebutuhan pasar, produk yang tidak diminati, dan tingkat keuntungan yang kurang memadai. Untuk meningkatkan kinerja, kelemahan harus dikurangi atau diminimalisir oleh perusahaan. (Mashuri & Nurjannah, 2020)

### 3. Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah situasi yang signifikan yang terjadi di lingkungan perusahaan. Contoh-contoh peluang meliputi kecenderungan penting di kalangan pengguna produk, identifikasi segmen pasar yang belum mendapat perhatian, perubahan persaingan, perubahan peraturan perundang-undangan yang membuka kesempatan baru, hubungan yang akrab dengan pembeli, dan hubungan yang harmonis dengan pemasok. Perusahaan harus mampu membaca peluang dengan baik karena peluang sangat penting untuk tetap bertahan di pasar. (Zainuri & Budi Setiadi, 2023)

#### 4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi yang tidak menguntungkan yang terjadi di lingkungan perusahaan. Jika tidak diatasi, ancaman dapat menjadi hambatan bagi bisnis yang bersangkutan, baik untuk masa depan. Contoh-contoh ancaman meliputi masuknya pesaing baru di pasar yang sudah dilayani, pertumbuhan pasar yang lamban, meningkatnya posisi tawar pembeli produk, meningkatnya posisi tawar pemasok, perkembangan teknologi yang belum dikuasai, dan perubahan peraturan perundang-undangan yang restriktif. Ancaman harus dibaca oleh perusahaan karena hal ini sangat tidak memberikan keuntungan bagi perusahaan. (Elvana et al., 2022)

Dalam melakukan analisis eksternal, perusahaan mengumpulkan dan mengidentifikasi semua peluang yang berkembang dan menjadi trend pada saat itu serta ancaman dari para pesaing dan calon pesaing. Sebaliknya, analisis internal lebih fokus pada identifikasi kekuatan dan kelemahan dari perusahaan

### **2.2.1 Tujuan Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah analisis yang melibatkan telaah terhadap kondisi internal organisasi untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan, serta telaah terhadap kondisi

eksternal organisasi untuk mengetahui peluang dan ancaman. Analisis SWOT hanya bermanfaat jika jelas ditentukan apa organisasi beroperasi, ke arah mana menuju masa depan, dan ukuran apa yang digunakan untuk menilai keberhasilan organisasi dalam menjalankan misi dan mewujudkan visi. Hasil analisis memetakan posisi organisasi terhadap lingkungannya dan menyediakan pilihan strategi umum yang sesuai, serta dijadikan dasar dalam menetapkan sasaran organisasi selama 3-5 tahun ke depan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan hidup perusahaan. Dalam melakukan analisis, pastilah menetapkan tujuan yang akan dicapai dengan menggunakan analisis yang dipilih, termasuk analisis SWOT (Zainuri & Budi Setiadi, 2023). Berikut beberapa tujuan dari analisis SWOT:

1. Mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal yang terlibat sebagai input untuk merancang proses, sehingga proses yang dirancang dapat berjalan optimal, efektif, dan efisien.
2. Untuk menganalisis suatu kondisi dimana akan dibuat sebuah rencana untuk melakukan sesuatu.
3. Mengetahui keuntungan yang dimiliki perusahaan kompetitor.
4. Menganalisis prospek perusahaan untuk penjualan, keuntungan, dan pengembangan produk yang dihasilkan.
5. Menyiapkan perusahaan untuk siap dalam menghadapi permasalahan yang terjadi.
6. Menyiapkan untuk menghadapi adanya kemungkinan dalam perencanaan pengembangan di dalam perusahaan.

### **2.2.2 Manfaat Analisis SWOT**

Menurut Ferrel dan Harline (2005) dalam (Erliningtias, 2020), fungsi analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya

dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman). Analisis SWOT menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang membantu perusahaan mencapai tujuannya atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan.

Analisis SWOT dapat digunakan dengan berbagai cara untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan. Analisis SWOT bermanfaat jika telah secara jelas ditentukan dalam bisnis apa perusahaan beroperasi, arah mana perusahaan menuju masa depan, serta ukuran apa yang digunakan untuk menilai keberhasilan manajemen dalam menjalankan misi dan mewujudkan visi. Manfaat analisis SWOT adalah strategi bagi para stakeholder untuk menetapkan sarana-sarana saat ini atau masa depan terhadap kualitas internal maupun eksternal.

### **2.2.3 Fungsi Analisis SWOT**

Secara umum, analisis SWOT sudah dikenal oleh banyak tim teknis yang menyusun rencana perusahaan. Sebagian besar dari pekerjaan perencanaan strategi berfokus pada apakah perusahaan memiliki sumber daya dan kapabilitas yang cukup untuk menjalankan misinya dan mewujudkan visinya. Mengenali kekuatan yang dimiliki akan membantu perusahaan untuk memperhatikan dan mengeksplorasi peluang-peluang baru. Sebaliknya, penilaian yang jujur terhadap kelemahan yang ada akan memberikan realisme pada rencana-rencana yang akan dibuat oleh perusahaan. Jadi, fungsi Analisis SWOT adalah untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta mengevaluasi peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan melalui telaah terhadap kondisi eksternal perusahaan.

### **2.2.4 Tahapan Analisis SWOT**

1. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka kekuatan dan kelemahan perusahaan. Tahapannya adalah:

- a. Identifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- b. Berikan bobot masing-masing faktor dengan skala 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. Jumlah total bobot tidak boleh melebihi 1,00.
- c. Berikan rating 1-4 untuk masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan besar (rating = 1), kelemahan kecil (rating = 2), kekuatan kecil (rating = 3), atau kekuatan besar (rating = 4). Rating mengacu pada perusahaan, sedangkan bobot mengacu pada industri tempat perusahaan berada.
- d. Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan skor.
- e. Jumlahkan total skor masing-masing variabel.

Banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matrik IFAS, total rata-rata tertimbang biasanya berada dalam rentang rendah 1,0 hingga tinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5, maka perusahaan secara internal terlihat lemah. Sebaliknya, jika total nilai di atas 2,5, maka posisi internal perusahaan terlihat kuat.

## 2. Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Terdapat lima tahap penyusunan matriks faktor strategi eksternal, yaitu:

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.

- b. Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) hingga 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut dapat memberikan dampak pada faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- c. Hitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 hingga 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-rata), dan 1 (respon di bawah rata-rata). Rating ini berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi perusahaan.
- d. Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan skor.
- e. Jumlahkan semua skor untuk mendapatkan total skor perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Dalam matriks EFAS, total skor tertinggi yang mungkin adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. Total skor 4,0 menunjukkan bahwa perusahaan merespons peluang dengan sangat baik dan berhasil menghindari ancaman di pasar industrinya. Sebaliknya, total skor 1,0 menunjukkan bahwa strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang atau tidak menghindari ancaman eksternal.

### 3. Pencocokan Matriks Internal dan Eksternal (IE)

Untuk merumuskan strategi yang akan digunakan selanjutnya, pencocokan dilakukan dengan matriks IE. Matriks ini didasarkan pada dua dimensi kunci: IFAS pada sumbu X dan EFAS pada sumbu Y. Untuk sumbu X, skor dibagi menjadi tiga kategori:

- a. Skor 4,0 – 3,0: posisi internal kuat
- b. Skor 2,99 – 2,0: posisi internal rata-rata
- c. Skor 1,99 – 1,0: posisi internal lemah

d. Untuk sumbu Y, skor juga dibagi menjadi tiga kategori:

- 1) Skor 4,0 – 3,0: posisi eksternal kuat
- 2) Skor 2,99 – 2,0: posisi eksternal rata-rata
- 3) Skor 1,99 – 1,0: posisi eksternal lemah

Matriks IE dapat dibagi menjadi tiga bagian utama yang memiliki dampak strategi yang berbeda. Divisi yang berada di sel I, II, atau IV disarankan untuk menggunakan strategi pertumbuhan dan pengembangan, seperti penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Divisi yang berada di sel III, V, atau VII dapat menggunakan strategi mempertahankan dan memelihara. Penetrasi pasar dan pengembangan produk dapat diterapkan pada divisi ini. Divisi yang berada di sel VI, VIII, atau IX disarankan untuk menggunakan strategi panen atau divestasi. Divestasi adalah pengurangan beberapa jenis aset, baik dalam bentuk finansial maupun barang, yang merupakan kebalikan dari investasi. Perusahaan yang paling sukses adalah perusahaan yang mampu menghasilkan bisnis yang berada di posisi sel I. (Juwita, 2019)

### **2.2.5 Matrik SWOT**

Matriks SWOT adalah alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi (Rangkuti, 2006). Berikut adalah tabel format dalam menganalisis dan menentukan keputusan strategis dengan pendekatan matrik SWOT:

**Tabel 2.1 Pendekatan Matriks SWOT**

<b>IFAS</b> <b>EFAS</b>	<b>STRENGTH (S)</b> Daftar semua kekuatan yang dimiliki	<b>WEAKNESSES (W)</b> Daftar semua kelemahan yang dimiliki
<b>OPPORTUNITIES (o)</b> Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi.	<b>STRATEGI SO</b> Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada.	<b>STRATEGI WO</b> Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada
<b>THREATS (T)</b> Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi.	<b>STRATEGI ST</b> Gunakan semua kekuatan untuk menghindari ancaman.	<b>STRATEGI WT</b> Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman.

Sumber: (Budiman, 2017)

Matrik SWOT ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, seperti:

1. Strategi SO (*Strengths and Opportunities*):

Membuat strategi berdasarkan jalan pikiran perusahaan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. Strategi ST (*Strengths and Threats*):

Menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

3. Strategi WO (*Weaknesses and Opportunities*):

Menerapkan strategi berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4. Strategi WT (*Weaknesses and Threats*):

Berbasis kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Untuk melakukan analisis SWOT secara lebih mendalam, perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting.

1. Faktor eksternal mempengaruhi opportunities dan threats (O dan T) yang terkait dengan kondisi di luar perusahaan yang mempengaruhi keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri (industry environment) dan lingkungan bisnis makro (macro environment), serta faktor lain seperti ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.
2. Faktor internal mempengaruhi terbentuknya strengths dan weaknesses (S dan W). Faktor ini terkait dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mempengaruhi keputusan perusahaan. Faktor internal meliputi semua fungsi manajemen, termasuk pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, serta budaya perusahaan, yang semua ini turut mempengaruhi proses pengambilan keputusan perusahaan.

### **2.3 HIV/AIDS**

HIV (Human Immunodeficiency Virus) adalah virus yang menyerang sistem kekebalan tubuh manusia dan dapat melemahkan kemampuan tubuh untuk melawan infeksi dan penyakit. Virus ini menginfeksi dan menghancurkan sel CD4 yang merupakan salah satu jenis sel darah putih yang penting dalam sistem pertahanan tubuh. Jika jumlah sel CD4 yang dihancurkan meningkat, sistem kekebalan tubuh akan melemah dan individu tersebut akan menjadi lebih rentan terhadap berbagai penyakit. HIV dapat menular melalui kontak dengan cairan tubuh penderita, seperti darah, sperma, cairan vagina, cairan anus, dan ASI. Namun, HIV tidak menular melalui udara, air, keringat, air mata, air liur, gigitan nyamuk, atau sentuhan fisik. Penularan HIV dapat

terjadi melalui hubungan seksual yang berisiko, berbagi jarum suntik dengan orang lain, atau dari ibu hamil yang mengidap HIV ke janinnya.

Sedangkan, AIDS merupakan tahap akhir dari infeksi HIV dan dapat menyebabkan berbagai penyakit berat dan infeksi oportunistik. AIDS adalah singkatan dari (Acquired Immunodeficiency syndrome). Penyakit AIDS merupakan suatu penyakit retrovirus yang ditimbulkan sebagai tempat berkembangbiaknya virus HIV dalam tubuh manusia yang mana virus ini menyerang sel darah putih (sel CD4). Sehingga menyebabkan rusaknya sistem kekebalan tubuh yang kemudian ditandai dengan immunosupresi berat sehingga menimbulkan infeksi oportunistik, neoplasma sekunder dan manifestasi neurologis.

### **2.3.1 Gejala HIV/AIDS**

HIV/AIDS merupakan singkatan dari Human Immunodeficiency Virus/Acquired Immunodeficiency Syndrome. HIV/AIDS adalah penyakit yang menyerang sistem kekebalan tubuh manusia. Virus ini secara bertahap melemahkan sistem kekebalan tubuh, membuatnya rentan terhadap berbagai infeksi dan komplikasi. Gejala HIV/AIDS dapat bervariasi tergantung pada stadium penyakitnya, dan beberapa orang mungkin tidak menunjukkan gejala sama sekali pada fase awal. Gejala Infeksi Akut HIV: Sinyal Awal yang Sering Terabaikan Sekitar 2-4 minggu setelah terpapar HIV, individu mungkin mengalami gejala yang dikenal sebagai infeksi akut HIV. Gejala ini dapat terjadi pada 50-90% orang yang terinfeksi dan biasanya berlangsung selama 1-3 minggu. Gejala-gejala tersebut meliputi:

1. Demam: Suhu tubuh yang lebih tinggi dari biasanya, seringkali disertai dengan rasa dingin dan menggigil.
2. Nyeri otot dan sendi: Rasa sakit dan ketidaknyamanan yang dapat terjadi di seluruh tubuh, terutama pada persendian dan otot besar.

3. Ruam kulit: Bintik-bintik merah atau merah muda yang dapat muncul di berbagai bagian tubuh, termasuk wajah, batang tubuh, dan lengan dan kaki.
4. Sariawan di mulut: Luka kecil yang terasa sakit dan dapat mengganggu makan dan minum.
5. Pembesaran kelenjar getah bening: Benjolan yang tidak nyeri di leher, ketiak, atau pangkal paha, yang merupakan tanda sistem kekebalan tubuh sedang melawan infeksi.
6. Sakit kepala: Rasa sakit di kepala yang dapat bervariasi dalam intensitas dan lokasinya.
7. Kelelahan: Rasa lelah yang ekstrem dan berkepanjangan yang dapat mengganggu aktivitas sehari-hari.
8. Mual dan muntah: Sensasi mual dan muntah yang dapat terjadi secara tiba-tiba dan tanpa peringatan.
9. Diare: Buang air besar yang encer dan sering, yang dapat menyebabkan dehidrasi.

Gejala-gejala ini dapat menyerupai flu atau penyakit virus lainnya sehingga sering kali tidak terdiagnosis. Jika Anda mencurigai terpapar HIV, penting untuk segera melakukan tes HIV untuk memastikan diagnosis dan memulai pengobatan sesegera mungkin.

### **2.3.2 Pencegahan HIV/AIDS**

Pencegahan HIV/AIDS secara seksual dapat dilakukan dengan beberapa cara, termasuk berpantang seks, menjaga hubungan monogami dengan pasangan yang tidak terinfeksi, hanya melakukan hubungan seksual dengan pasangan sendiri (suami atau istri), melakukan seks non-penetratif, serta penggunaan kondom pria atau wanita secara konsisten dan benar. Selain itu, pencegahan juga melibatkan penggunaan jarum suntik baru (tidak bekas), tidak menggunakan jarum suntik berulang kali, dan memastikan

produk darah yang akan digunakan telah diuji HIV dan memenuhi standar keamanan darah. Tidak ada yang namanya seks yang benar-benar aman. Seks yang lebih aman melibatkan berbagai upaya untuk menurunkan risiko penularan dan terkena infeksi menular seksual (IMS), termasuk HIV, saat melakukan hubungan seks. Menggunakan kondom dengan benar dan konsisten dianggap sebagai tindakan seks yang lebih aman. (Ni'matutstsania, 2020)

Tes HIV/AIDS rutin juga penting untuk mendeteksi infeksi sejak dini dan memulai pengobatan yang tepat. Pengobatan HIV/AIDS melibatkan penggunaan antiretroviral (ARV) yang bertujuan untuk menekan perkembangan virus HIV/AIDS dan menjaga kesehatan individu yang terinfeksi. ARV (Antiretroviral) merupakan pengobatan khusus bagi Orang Dengan HIV/AIDS (ODHA). Tujuan utama ARV bukan untuk menyembuhkan HIV, melainkan menghambat replikasi virus, menurunkan viral load hingga tidak terdeteksi atau minimal, dan meningkatkan jumlah CD4 untuk mencegah infeksi oportunistik (Utami, 2018). Pengobatan ARV harus dilakukan secara rutin dan seumur hidup. Meskipun belum ada obat yang dapat menyembuhkan HIV/AIDS, pengobatan yang tepat dapat memperlambat perkembangan penyakit dan meningkatkan kualitas hidup penderitanya.

### **2.3.3 Penanggulangan HIV/AIDS**

Upaya terpadu dalam penanggulangan HIV/AIDS merupakan upaya terpadu dari peningkatan perilaku hidup sehat (promotif), pencegahan penyakit HIV/AIDS (preventif), beserta pengobatan dan perawatan (kuratif) dan dukungan hidup (support) terhadap pengidap HIV/AIDS. Dilakukan upaya preventif dan promotif sebagai upaya prioritas yang diselenggarakan secara berimbang terkait upaya kuratif dan dukungan terhadap pengidap HIV/AIDS. (Anggina et al., 2019)

Lima menteri melakukan kesepakatan bersama yaitu Menteri Dalam Negeri, Menteri Kesehatan, Menteri Pendidikan dan Kebudayaan serta Menteri Agama melakukan penegasan upaya pemerintah dalam pengendalian HIV/AIDS. Satu diantaranya kegiatan upaya yang dilakukan dalam penanggulangan HIV/AIDS adalah program pencegahan yang meliputi: peningkatan pengetahuan tentang HIV/AIDS, penggunaan kondom, layanan alat suntik steril, peningkatan akses pengobatan sebagai bagian dari pencegahan. Upaya peningkatan pengetahuan dan pemahaman HIV dan PIMS dilakukan melalui berbagai media social, media cetak dan media elektronik, kerja sama dengan dunia usaha dan lintas sektor antar kementerian Lembaga.

Pencegahan dalam studi HIV preventionn trial network (HPTN) membuktikan bahwa terapi ARV adalah pencegahan penularan HIV paling efektif saat ini. Pemberian ARV lebih dini dapat menurunkan penularan HIV sebesar 93% pada seksual non-HIV (pasangan serodiskordan). Sangat penting untuk di sadari bahwa penurunan jumlah 30 virus akibat terapi ARV harus disertai dengan pengurangan perilaku berisiko, sehingga penggunaan ARV secara konsisten dengan paduan yang tepat.

## 2.4 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti /Tahun Diterbitkan oleh	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Hafzana Bedasari, Frinda Novita, Azmi, Muhammad Taufiq Razali, & Irna Shafira Landa Wana. (2022). <i>Jurnal Kemunting</i> , 3(2), 703-722.E-ISSN 2720-9113 (Bedasari et al., 2022)	Strategi Dinas Kesehatan Dalam Pencegahan Dan Penanganan Stunting (Studi Kasus Di Desa Pongkar Kecamatan Tebing Kabupaten	Kualitatif	Berdasarkan penelitian dalam jurnal, menunjukkan bahwa Dinas Kesehatan Kabupaten Karimun belum berhasil menurunkan angka stunting di Desa Pongkar, malah mengalami peningkatan dari 2,76% pada 2019 menjadi 12,8% pada 2021. Pelaksanaan program pencegahan dan

No	Nama Peneliti /Tahun Diterbitkan oleh	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		Karimun)		penanganan stunting di Desa Pongkar oleh Dinas Kesehatan belum maksimal, dipengaruhi oleh: Minimnya pengetahuan masyarakat, kurangnya sarana-prasarana, SDM, anggaran, dan partisipasi masyarakat.. Secara keseluruhan, upaya Dinas Kesehatan Kabupaten Karimun dalam pencegahan dan penanganan stunting di Desa Pongkar masih menghadapi berbagai kendala sehingga belum berhasil menurunkan angka stunting di daerah tersebut.
2 .	Sintia Ranti , Dedy Hermawan , Ita Prianhantika/ Administrativa   Vol 2 Nomor 2 Tahun 2020. (Ranti et al., 2020)	Strategi Dinas Kesehatan Provinsi Lampung Dalam Menanggulangi Penyebaran HIV/AIDS Di Provinsi Lampung	Deskriptif kualitatif	Dinas Kesehatan Provinsi Lampung belum memiliki strategi khusus untuk menanggulangi penyebaran HIV/AIDS di Provinsi Lampung. Selama ini mereka hanya menerapkan strategi umum seperti intervensi berbasis kabupaten/kota, meningkatkan cakupan layanan HIV/AIDS dan IMS, memperkuat sistem kesehatan nasional, serta menciptakan lingkungan yang mendukung. Sumber daya manusia di Dinas Kesehatan Provinsi Lampung dalam menangani HIV/AIDS sudah memadai dari segi jumlah dan kemampuan. Namun, kondisi eksternal seperti faktor politik, hukum, dan teknologi masih menjadi kendala

No	Nama Peneliti /Tahun Diterbitkan oleh	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				yang menghambat efektivitas penanganan HIV/AIDS
3.	Megawati Ayu Zhahraini Kaminang, Sutopo Patria Jati, Eka Yunila F/ Jurnal Kesehatan Masyarakat (e-Journal) Volume 7, Nomor 1, Januari 2019 (ISSN: 2356-3346). (Kaminang, 2019)	Analisis Strategi Dinas Kesehatan Kota Semarang Dalam Penyelenggaraan Pelayanan Kesehatan Orang Dengan Risiko Terinfeksi HIV	Kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa Kekuatan DKK Semarang adalah pelayanan HIV yang lengkap dan anggaran yang disediakan, namun kelemahannya adalah keterbatasan logistik dan promosi. Peluangnya adalah kerjasama lintas sektor dan kesadaran masyarakat, sedangkan ancamannya adalah stigma dan belum ada kebijakan tes rutin di lapas. Analisis SWOT menempatkan DKK Semarang pada posisi strategis yang agresif. Strategi prioritas yang disarankan adalah meningkatkan akses dan fasilitas pelayanan HIV, melakukan promosi rutin, menambah logistik, serta membuat kebijakan tes HIV rutin di lapas. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa DKK Semarang dapat mengoptimalkan pelayanan kesehatan bagi orang dengan risiko HIV melalui beberapa strategi prioritas tersebut.
4.	Mia Auliani, eJournal Administrasi Negara, Volume 5 , Nomor 1 , 2017: 5293 - 5306 ISSN 0000-0000, ejournal.an.fisip-unmul.ac.id.	Stategi Komisi Penanggulangan AIDS (KPA) Dalam Pencegahan HIV/AIDS DI Kota Samarinda	Deskriptif Kualitatif	Strategi KPA dalam pencegahan HIV/AIDS di Kota Samarinda terfokus pada penyebaran informasi dan edukasi, koordinasi dengan stakeholder terkait, dan pelaksanaan program

No	Nama Peneliti /Tahun Diterbitkan oleh	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	(Auliani, 2017)			pencegahan di kelompok rawan. Sosialisasi kepada masyarakat, termasuk remaja dan kelompok berisiko, merupakan salah satu contoh implementasi strategi KPA
5.	Balqis Nurmauli , Asnita Yani , Dealita Daulay./ Kesehatan Deli Sumatera Volume 1, Number 1, Januari 2023	Analisis Pelaksanaan Strategi Directly Observed Treatment Shortcourse (DOTS) dalam Program Penanggulangan TB di Puskesmas Bromo Kecamatan Medan Denai Tahun 2023	Kualitatif	Penelitian ini membahas strategi DOTS dalam program penanggulangan TB di Puskesmas Bromo Kecamatan Medan Denai dan menemukan bahwa pelaksanaan strategi DOTS belum berjalan dengan maksimal karena komitmen politik yang masih belum maksimal, penjarangan suspek TB yang masih pasif, dan Pemantau Pengobatan (PMO) yang belum rutin dilatih
6.	Wahyudi, Mursid Raharjo Sulistiyani, Nurjazuli Nurjazuli, Suwito Suwito/ Jurnal Kesehatan Lingkungan Indonesia 23 (1), 2024, 10 – 18 DOI : 10.14710/jkli.23.1.10-18. (Wahyudi et al., 2024)	Penerapan Strategi Pemeliharaan Eliminasi Malaria Di Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecamatan kepulauan seribu selatan merupakan daerah reseptif malaria. Partisipasi masyarakat masi tinggi dalam mengikuti kegiatan kebersihan lingkungan. Jejaring kemitraan perlu di tingkatkan . koordinasi dilakukan jika ditemukan masalah yang berkaitan dengan dinas terkait survey migrasi hanya difokuskan pada nelayan dan belum mencakup wisatawan. Secara keseluruhan aktualisasi strategi pemeliharaan eliminasi malaria kabupaten administrasi kepulauan seribu belum maksimal

No	Nama Peneliti /Tahun Diterbitkan oleh	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
7.	Nur Azizah , Nastia, Anwar Sadat/Jurnal Inovasi Penelitian Vol.2No.12 Mei 2022. (Azizah et al., 2022)	Strategi Dinas Kesehatan Dalam Menekan Laju Penderita Stunting Di Kabupaten Buton Selatan	Deskriptif kualitatif	Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa strategi Dinas Kesehatan dalam menekan laju penderita stunting yang harapan setiap tahunnya akan ad penurunan.Dengan adanya program Gerakan Masyarakat Hidup Sehat dan Gerakan Masyarakat Peduli Stunting dan Dinas Kesehtatan aktifkan sosialisasi dengan melibatkan puskesmas, lembaga kemasyarakatan, lembaga pendidikan, agar ikut aktif dalam menekan penderita stunting ini karena peluang besar dalam menanggulangi stunting ini ada pada masyarakatnya sendiri untuk mencapai masyarakat yang sehat dan mandiri.
8.	Timbul Dompok/ Dialektika Publik   ISSN (Print) 2528-3332  ISSN (Online) 2621-2218 . (Dompok, 2020)	Aspek Pemberdayaan Kelurahan dalam Rangka Meningkatkan Pelayanan Masyarakat	Kualitatif	Hasil penelitian ini menekankan perlunya pembangunan holistik di Indonesia untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan tata kelola nasional, dengan fokus pada pengembangan sumber daya manusia dan penyediaan layanan public.

## 2.5 Karangka Berfikir

**Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir**

