



DOI: <https://doi.org/10.38035/EMBI>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Analisis SWOT Terhadap Strategi Keunggulan Bersaing PT. XYZ Sebagai Perusahaan Manufaktur

Pandu Nugroho¹

¹Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya,
pandunugroho2004@gmail.com

Corresponding author: pandunugroho2004@gmail.com

Abstract: *This study aims to analyse the competitive advantage strategy of PT XYZ, a manufacturing company, through the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) approach. This analysis is conducted to identify internal and external factors that affect the company's competitiveness amid the market dynamics of the manufacturing industry. The research method used is descriptive qualitative with data collection through documentation studies, observation, and in-depth interviews. The results of the analysis show that PT XYZ has a number of strengths such as high production capacity and consistent product quality, but also faces weaknesses in terms of distribution efficiency and technology adoption. In terms of opportunities, the company can capitalise on the development of industry 4.0 technology and increased domestic market demand, while the main threats come from foreign competitors and fluctuating raw material prices. Based on the results of the SWOT analysis, it is recommended that PT XYZ develop a product differentiation strategy and improve operational efficiency to maintain and strengthen its competitive advantage in the market.*

Keywords: *SWOT Analysis, Competitive Advantage, Business Strategy*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi keunggulan bersaing PT. XYZ, sebuah perusahaan manufaktur, melalui pendekatan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Analisis ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi daya saing perusahaan di tengah dinamika pasar industri manufaktur. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui studi dokumentasi, observasi, dan wawancara mendalam. Hasil analisis menunjukkan bahwa PT. XYZ memiliki sejumlah kekuatan seperti kapasitas produksi yang tinggi dan kualitas produk yang konsisten, namun juga menghadapi kelemahan dalam hal efisiensi distribusi dan adopsi teknologi. Dari sisi peluang, perusahaan dapat memanfaatkan perkembangan teknologi industri 4.0 dan peningkatan permintaan pasar domestik, sementara ancaman utama datang dari kompetitor asing dan fluktuasi harga bahan baku. Berdasarkan hasil analisis SWOT, disarankan agar PT. XYZ mengembangkan strategi diferensiasi produk serta meningkatkan efisiensi operasional guna mempertahankan dan memperkuat keunggulan bersaing di pasar.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Keunggulan bersaing, Strategi Bisnis

PENDAHULUAN

Dalam era persaingan global yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk memiliki strategi yang tepat guna mempertahankan dan meningkatkan keunggulan bersaing. Perusahaan manufaktur, khususnya, harus mampu beradaptasi terhadap perubahan teknologi, kebutuhan pasar, dan dinamika ekonomi yang terus berkembang. Strategi keunggulan bersaing menjadi salah satu aspek kunci yang menentukan keberhasilan jangka panjang sebuah perusahaan dalam menghadapi tekanan pasar dan mempertahankan posisi strategisnya.

PT. XYZ sebagai salah satu perusahaan manufaktur di Indonesia memiliki peranan penting dalam mendukung sektor industri nasional. Namun, untuk tetap kompetitif, perusahaan ini harus mampu mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerjanya. Dalam hal ini, analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) menjadi alat strategis yang efektif untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan.

PT. XYZ adalah salah satu perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang produksi semen di Indonesia. Dalam menghadapi persaingan yang semakin intensif, PT. XYZ dituntut untuk memiliki strategi keunggulan bersaing yang kuat agar dapat mempertahankan posisinya di pasar dan meningkatkan pertumbuhan jangka panjang. Untuk itu, perusahaan perlu memahami kekuatan dan kelemahan internalnya, serta peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi keunggulan bersaing PT. XYZ melalui pendekatan SWOT sebagai dasar dalam merumuskan strategi yang lebih adaptif dan berkelanjutan. Dengan memahami posisi perusahaan secara menyeluruh, diharapkan PT. XYZ dapat meningkatkan daya saingnya serta menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan bagi pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya.

Berdasarkan Latar Belakang Rumusan Masalah dari Artikel ini Adalah:

- 1) Bagaimana hasil analisis SWOT dapat digunakan untuk merumuskan strategi keunggulan bersaing PT. XYZ?
- 2) Bagaimana identifikasi faktor internal (Strengths dan Weaknesses) dan eksternal (Opportunities dan Threats) yang memengaruhi posisi strategis PT. XYZ sebagai perusahaan manufaktur?
- 3) Bagaimanakah Strategi SO, ST, WO dan WT pada PT XYZ

METODE

Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami dan menganalisis strategi keunggulan bersaing PT. XYZ melalui kerangka analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menggambarkan kondisi nyata perusahaan secara menyeluruh serta mengeksplorasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi daya saingnya di industri semen.

Metode penelitian serta analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Studi Literatur kegiatan membaca referensi yang berkaitan dengan topik penelitian; Kajian ini merupakan wawasan teoritis konsep penelitian dan berguna untuk memberi kerangka berpikir untuk memecahkan masalah dan membuat hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan metode analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunity, Threats) untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal. Berdasarkan hasil analisis SWOT tersebut, disusun empat jenis strategi, yaitu: Strategi SO (Strengths-Opportunities) yang memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang; Strategi ST

(Strengths-Threats) yang menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman; Strategi WO (Weaknesses-Opportunities) yang memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan; dan Strategi WT (Weaknesses-Threats) yang bertujuan untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan latar belakang, tujuan, dan metode yang telah dijelaskan dalam artikel ini, diperoleh hasil sebagai berikut :

Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan terhadap PT. XYZ, perusahaan memiliki beberapa keunggulan internal yang dapat dijadikan dasar dalam merumuskan strategi keunggulan bersaing di industri semen yang kompetitif. Strategi yang dirumuskan mengarah pada dua pendekatan utama, yaitu **diferensiasi produk** dan **efisiensi biaya (cost leadership)**, yang disesuaikan dengan kondisi pasar dan kekuatan internal perusahaan.

1) Strategi Diferensiasi Produk

PT. XYZ berupaya untuk membedakan produknya dari pesaing melalui peningkatan kualitas, inovasi produk, dan layanan pelanggan. Strategi ini didasarkan pada kekuatan perusahaan dalam hal:

- a) Kualitas bahan baku yang stabil dan terstandarisasi,
- b) Proses produksi yang mendukung konsistensi mutu,
- c) Reputasi merek yang kuat di kalangan pelanggan industri konstruksi.

Selain itu, perusahaan mulai mengembangkan varian produk ramah lingkungan (eco-friendly cement) sebagai respons terhadap tren pembangunan berkelanjutan. Strategi ini tidak hanya memperkuat citra perusahaan tetapi juga membuka peluang di pasar proyek-proyek hijau dan pembangunan berwawasan lingkungan.

2) Strategi Efisiensi Biaya (Cost Leadership)

Untuk menghadapi tekanan harga dari kompetitor, terutama produsen semen asing yang menawarkan harga lebih rendah, PT. XYZ juga menerapkan strategi efisiensi biaya dengan cara:

- a) Optimalisasi proses produksi melalui modernisasi peralatan dan teknologi,
- b) Penghematan energi dan pemanfaatan sumber daya alternatif,
- c) Efisiensi distribusi melalui peningkatan sistem logistik dan kemitraan strategis dengan distributor.

Strategi ini memungkinkan PT. XYZ untuk menekan biaya produksi per unit, sehingga dapat tetap kompetitif dalam hal harga tanpa mengorbankan kualitas produk.

3) Integrasi Strategi Berdasarkan Matriks SWOT

Dari hasil pemetaan SWOT, kombinasi strategi yang paling relevan bagi PT. XYZ adalah strategi **Strength-Opportunity (SO)**, yaitu dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang pasar, seperti:

- a) Menggunakan keunggulan kapasitas produksi untuk memenuhi peningkatan permintaan dalam proyek infrastruktur nasional,
- b) Meningkatkan layanan purna jual dan komunikasi pelanggan sebagai bentuk nilai tambah dibandingkan pesaing.

Selain itu, strategi **Weakness-Threat (WT)** juga penting, di mana perusahaan perlu memperbaiki kelemahan internal—seperti keterlambatan adopsi teknologi digital—untuk mengantisipasi ancaman jangka panjang dari regulasi dan kompetitor global.

Strategi bersaing telah di pelajari secara menyeluruh oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah Ulfa, M., & Ali, H. (2024)., Candana, D. M., Ali, H., & Zefriyenni, Z. (2023)., Wahono, S., & Ali, H. (2021).

Strategi Bisnis

Strategi bisnis merupakan pendekatan menyeluruh yang dirancang untuk mencapai keunggulan bersaing dan mempertahankan posisi perusahaan di pasar. Dalam konteks PT. XYZ yang bergerak di industri semen, strategi bisnis harus mampu merespons dinamika pasar yang kompetitif, tekanan biaya, serta tuntutan inovasi dan keberlanjutan.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, PT. XYZ berada dalam posisi yang memungkinkan untuk menerapkan kombinasi strategi bisnis yang berorientasi pada efisiensi operasional dan diferensiasi produk, sebagai upaya memperkuat daya saing jangka panjang.

1) Strategi Diferensiasi

Strategi ini dilakukan dengan menciptakan nilai tambah pada produk semen yang ditawarkan. PT. XYZ fokus pada:

- a) Inovasi produk, seperti pengembangan semen dengan kandungan bahan tambahan yang ramah lingkungan dan lebih cepat kering untuk proyek tertentu.
- b) Peningkatan layanan pelanggan, termasuk kecepatan pengiriman, dukungan teknis untuk kontraktor, dan layanan purna jual.
- c) Citra merek, di mana perusahaan terus membangun kepercayaan pasar melalui kualitas dan konsistensi.

Strategi diferensiasi ini memungkinkan PT. XYZ untuk tidak hanya bersaing pada harga, tetapi juga pada persepsi nilai dari produk yang dihasilkan, sehingga menarik pelanggan dari segmen menengah hingga proyek berskala besar.

2) Strategi Biaya Rendah (Cost Leadership)

PT. XYZ juga mengadopsi strategi efisiensi biaya sebagai langkah adaptif terhadap persaingan harga di industri semen, terutama dari produsen luar negeri. Strategi ini mencakup:

- a) Efisiensi energi dan bahan baku, melalui penggunaan teknologi hemat energi dan sistem daur ulang.
- b) Modernisasi proses produksi, untuk menurunkan biaya per unit dan meningkatkan output.
- c) Penguatan jaringan logistik, untuk menekan biaya distribusi dan menjangkau pasar yang lebih luas secara efisien.

Strategi ini penting untuk menjaga margin keuntungan, terutama dalam kondisi pasar yang sensitif terhadap fluktuasi harga jual semen.

3) Strategi Pertumbuhan dan Ekspansi

Selain mempertahankan pasar yang ada, PT. XYZ juga mengembangkan strategi pertumbuhan melalui:

- a) Ekspansi wilayah distribusi, khususnya ke daerah dengan pembangunan infrastruktur yang sedang berkembang.
- b) Penguatan kemitraan, baik dengan kontraktor besar maupun distributor lokal.
- c) Investasi teknologi, guna menunjang transformasi digital dan otomatisasi dalam operasional.

Strategi pertumbuhan ini tidak hanya membuka pasar baru, tetapi juga memperkuat posisi perusahaan sebagai pemain utama dalam industri semen nasional.

Strategi bisnis yang diterapkan PT. XYZ menunjukkan pendekatan yang adaptif dan terarah, yang menggabungkan efisiensi internal dengan inovasi produk. Dengan landasan analisis SWOT yang kuat, strategi tersebut dapat meningkatkan daya saing sekaligus menjaga keberlanjutan jangka panjang perusahaan di pasar manufaktur semen.

Strategi Bisnis telah di pelajari secara menyeluruh oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah Ulfa, M., & Ali, H. (2024)., Candana, D. M., Ali, H., & Zefriyenni, Z. (2023)., Wahono, S., & Ali, H. (2021).

Kekuatan PT. XYZ

PT. XYZ memiliki kapasitas produksi yang besar dan stabil dengan fasilitas modern yang mampu memenuhi permintaan pasar dalam jumlah signifikan dengan kualitas konsisten. Perusahaan sudah memiliki reputasi dan merek yang kuat serta dikenal luas dan dipercaya oleh pelanggan, khususnya pada proyek konstruksi besar. Akses langsung ke sumber bahan baku utama seperti batu kapur dan tanah liat memastikan kontinuitas pasokan dan kestabilan biaya produksi. Penggunaan teknologi manufaktur modern mendukung proses produksi yang efisien dan menghasilkan produk bermutu tinggi. Selain itu, PT. XYZ didukung oleh jaringan distribusi yang luas dan tersebar di berbagai wilayah, memudahkan pengiriman tepat waktu ke pelanggan. Sumber daya manusia yang berpengalaman dan profesional di bidang manufaktur semen juga menjadi kekuatan penting. Komitmen perusahaan terhadap kualitas dan standar lingkungan, termasuk pengadopsian praktik ramah lingkungan, turut memperkuat posisi PT. XYZ di pasar.

Kekuatan pada PT. XYZ telah di pelajari secara menyeluruh oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah Pratama, D. R., & Ali, H. (2024)., Ramadhanitya, S., & Ali, H. (2025)., Agustina, P., & Ali, H. (2025).

Kelemahan PT. XYZ

Penjualan PT. XYZ masih sangat bergantung pada pasar domestik, sehingga rentan terhadap fluktuasi ekonomi dan kebijakan nasional. Efisiensi energi dalam proses produksi masih bisa ditingkatkan untuk mengurangi biaya. Implementasi teknologi ramah lingkungan dan pengelolaan limbah belum optimal, meskipun perusahaan telah berkomitmen pada keberlanjutan. Sistem distribusi di beberapa wilayah kurang terintegrasi dengan baik, menyebabkan kendala logistik yang dapat menunda pengiriman dan menambah biaya. Selain itu, inovasi produk yang dapat menembus segmen pasar khusus atau niche masih terbatas dan belum dikembangkan secara maksimal.

Kelemahan pada PT. XYZ telah di pelajari secara menyeluruh oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah Sari, V. N., & Ali, H. (2019)., Ernawati, F. A., & Ali, H. (2024)., Salsabilla, P. J., & Ali, H. (2024).

Peluang PT. XYZ

Peningkatan proyek infrastruktur nasional membuka peluang besar bagi PT. XYZ untuk memenuhi permintaan semen yang terus bertambah. Tren pembangunan berkelanjutan dan green building memberikan kesempatan untuk mengembangkan produk ramah lingkungan sebagai nilai tambah dan diferensiasi di pasar. Ekspansi ke pasar regional dan ekspor ke kawasan Asia Tenggara juga merupakan peluang yang menjanjikan. Kemajuan teknologi industri 4.0 memungkinkan perusahaan untuk mengadopsi digitalisasi dan otomatisasi proses produksi guna meningkatkan efisiensi. Terakhir, kemitraan strategis dengan kontraktor besar dan distributor regional dapat memperluas jaringan distribusi dan memperkuat posisi pasar.

Peluang pada PT. XYZ telah di pelajari secara menyeluruh oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah Mulyani, S. R., Ridwan, M., & Ali, H. (2020)., Shobirin, M., & Ali, H. (2019)., Mulyani, S. R., Ridwan, M., & Ali, H. (2020).

Ancaman PT. XYZ

Persaingan yang semakin ketat, baik dari produsen semen lokal maupun asing yang menawarkan harga kompetitif, menjadi ancaman utama bagi PT. XYZ. Fluktuasi harga bahan baku dan energi dapat menyebabkan kenaikan biaya produksi secara signifikan. Regulasi lingkungan yang semakin ketat memaksa perusahaan untuk beradaptasi dan berinvestasi lebih besar agar memenuhi standar emisi dan pengelolaan limbah. Perubahan permintaan pasar yang cepat dan tren konstruksi yang dinamis dapat mengganggu perencanaan produksi dan strategi

pemasaran perusahaan. Selain itu, kendala infrastruktur dan kondisi geografis Indonesia yang luas dapat menyebabkan gangguan pada rantai pasok dan distribusi produk.

Ancaman pada PT. XYZ telah di pelajari secara menyeluruh oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah Angelita, N., & Ali, H. (2024). Maiishairoh, T., & Aili, H. (2020)., Shobirin, M., & Ali, H. (2019).

Berdasarkan latar belakang dan hasil analisis SWOT, PT. XYZ memiliki keunggulan utama pada kualitas produk yang tinggi. Namun, perusahaan masih menghadapi tantangan dalam memperkenalkan merek di pasar internasional. Peluang besar hadir melalui kemajuan teknologi, khususnya digitalisasi dan e-commerce, yang dapat dimanfaatkan untuk memperluas jaringan pasar. Sementara itu, persaingan yang semakin ketat di industri menuntut perusahaan untuk terus berinovasi dan menjaga efisiensi operasional.

Tabel 1 berikut merangkum strategi SWOT yang dapat diterapkan PT XYZ berdasarkan hasil analisis SWOT:

Tabel 1. SWOT Analisis

	STRENGTH Memanfaatkan kualitas produk yang tinggi untuk memasuki pasar internasional dengan dukungan teknologi digital dan e-commerce.	WEAKNESSES Mengatasi tantangan pengenalan merek di pasar internasional melalui peningkatan branding dan pemasaran digital.
OPPORTUNITY Mengembangkan produk inovatif yang sesuai tren pasar global.	STRENGTH - OPPORTUNITY Memanfaatkan kualitas produk yang tinggi untuk memasuki pasar internasional dengan dukungan teknologi digital dan e-commerce. Mengembangkan produk inovatif yang sesuai tren pasar global.	WEAKNESSES - OPPORTUNITY Mengatasi tantangan pengenalan merek di pasar internasional melalui peningkatan branding dan pemasaran digital. Memperbaiki proses internal agar dapat memanfaatkan peluang teknologi terbaru.
THREATS Persaingan ketat	STRENGTH - THREATS Mempertahankan keunggulan kualitas produk untuk bersaing dengan ketatnya persaingan industri semen. Meningkatkan efisiensi operasional guna mengurangi biaya produksi dan memperkuat daya saing.	WEAKNESSES - THREATS Mengantisipasi persaingan dan tantangan pasar internasional dengan meningkatkan inovasi produk dan memperbaiki citra merek. Memperkuat kapasitas internal untuk menghadapi tekanan kompetitif dan regulasi yang ketat.

Strategi SO (Strength - Opportunity):

PT. XYZ dapat memanfaatkan kualitas produk yang sudah teruji tinggi sebagai modal utama untuk memperluas pasar, khususnya ke pasar internasional. Dengan dukungan kemajuan teknologi digital dan e-commerce, perusahaan dapat meningkatkan eksposur merek serta mempercepat distribusi produk ke wilayah baru. Selain itu, pengembangan produk inovatif yang sesuai dengan tren global, seperti semen ramah lingkungan, dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan di pasar ekspor.

Strategi ST ST (Strength – Threats)

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, PT. XYZ harus mempertahankan keunggulan kualitas produk sebagai pembeda utama dari pesaing. Di sisi lain, perusahaan perlu terus meningkatkan efisiensi operasional untuk menekan biaya produksi sehingga harga jual

dapat bersaing tanpa mengorbankan mutu. Kombinasi ini akan memperkuat posisi PT. XYZ dalam industri semen yang kompetitif.

Strategi WO (*Weaknesses – Opportunity*)

Untuk mengatasi tantangan dalam pengenalan merek di pasar internasional, PT. XYZ perlu meningkatkan upaya branding dan pemasaran digital yang lebih agresif dan terintegrasi. Selain itu, perusahaan harus memperbaiki proses internal dan mengadopsi teknologi terbaru agar dapat memanfaatkan peluang yang ada, seperti digitalisasi rantai pasok dan penjualan online. Peningkatan kapasitas inovasi produk juga akan membantu membuka segmen pasar baru.

Strategi WT (*Weaknesses – Threats*)

PT. XYZ perlu mengantisipasi tekanan persaingan dan tantangan pasar internasional dengan melakukan inovasi produk secara berkelanjutan dan memperbaiki citra merek agar lebih dikenal secara global. Selain itu, memperkuat kapasitas internal seperti sumber daya manusia dan sistem manajemen sangat penting untuk menghadapi regulasi lingkungan yang ketat serta dinamika pasar yang cepat berubah.

Pembahasan

Berdasarkan kajian teori dan artikel yang relevan, analisis SWOT merupakan metode yang efektif untuk merumuskan strategi dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Analisis ini membantu dalam memaksimalkan kekuatan dan peluang sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman. Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat mengambil keputusan strategis yang adaptif dan mampu meningkatkan daya saingnya.

Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) adalah cara untuk memahami faktor-faktor penting yang diperlukan dalam mencapai dan mengembangkan rencana bisnis. Selain itu, analisis ini memberikan gambaran tentang bagaimana perusahaan melihat lingkungan internal dan eksternalnya. Lingkungan internal perusahaan meliputi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), sedangkan lingkungan eksternal mencakup peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).

- 1) Kekuatan (*Strength*) adalah kondisi atau faktor yang menjadi keunggulan utama perusahaan. Faktor ini menciptakan nilai tambah yang membedakan perusahaan dari pesaing lain dan dapat memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan. Kekuatan ini sangat penting bagi perusahaan dalam menghasilkan produk atau layanan berkualitas tinggi.
- 2) Kelemahan (*Weaknesses*) adalah situasi yang menunjukkan kekurangan atau area di mana perusahaan kurang optimal. Kelemahan ini dapat dianggap sebagai hal yang menghambat, namun masih bisa diperbaiki atau diminimalkan oleh perusahaan.
- 3) Peluang (*Opportunity*) adalah situasi eksternal yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan dan berpotensi meningkatkan pertumbuhan atau pengembangan bisnis.
- 4) Ancaman (*Threats*) adalah kondisi di luar perusahaan yang bisa mengganggu kelancaran bisnis dan berisiko merugikan perusahaan jika tidak diantisipasi dengan baik. Ancaman ini bisa berdampak jangka panjang, bahkan menghambat pencapaian tujuan dan visi perusahaan.

Analisis SWOT telah di pelajari secara menyeluruh oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah Mulyani, S. R., Ridwan, M., & Ali, H. (2020)., Shobirin, M., & Ali, H. (2019)., Mulyani, S. R., Ridwan, M., & Ali, H. (2020)., Yeni, F., Erwin, G., & Ali, H. (2019).

Tabel 2. Strategi SWOT

Faktor internal	Kekuatan 1. Kualitas produk, 2. reputasi merek, 3. kapasitas produksi.	Kelemahan 1. Ketergantungan pasar domestik, 2. kurang optimalnya digitalisasi, 3. brand awareness global yang rendah.
------------------------	--	---

Faktor Eksternal		
Peluang 1. Pertumbuhan proyek infrastruktur nasional yang mendorong peningkatan permintaan semen. 2. Tren green building , membuka pasar bagi produk semen ramah lingkungan. 3. Digitalisasi dan e-commerce , memungkinkan perluasan pasar dan efisiensi distribusi. 4. Peluang ekspor ke pasar regional di Asia Tenggara dan negara berkembang lainnya. 5. Kemitraan strategis , seperti kerja sama dengan kontraktor besar atau investor asing.	Strategi Kekuatan – peluang 1. Memanfaatkan kualitas produk yang tinggi untuk memenuhi permintaan pasar dalam proyek-proyek infrastruktur nasional. 2. Menggunakan kapasitas produksi yang besar sebagai keunggulan untuk menjawab lonjakan kebutuhan semen di berbagai wilayah. 3. Memperluas pasar melalui digitalisasi dan e-commerce guna menjangkau pelanggan baru secara lebih efisien dan cepat.	Strategi Kelemahan-Peluang 1. Meningkatkan branding dan pemasaran digital untuk mengatasi rendahnya pengenalan merek di pasar internasional. 2. Mengoptimalkan penggunaan teknologi digital dan otomasi guna memperbaiki efisiensi proses produksi yang masih terbatas. 3. Memperluas pemanfaatan e-commerce untuk menjangkau pasar baru yang sebelumnya sulit dijangkau melalui distribusi konvensional.
Ancaman 1. Persaingan ketat dari produsen semen lokal maupun asing dengan harga yang lebih kompetitif. 2. Fluktuasi harga bahan baku dan energi yang dapat meningkatkan biaya produksi. 3. Regulasi lingkungan yang semakin ketat , memaksa perusahaan beradaptasi dan berinvestasi dalam teknologi ramah lingkungan.	Strategi Kekuatan – ancaman 1. Mempertahankan kualitas produk tinggi sebagai pembeda utama untuk menghadapi persaingan yang ketat di industri semen. 2. Meningkatkan efisiensi operasional melalui penerapan teknologi dan otomasi guna menekan biaya produksi. 3. Mengoptimalkan jaringan distribusi untuk mengatasi keterbatasan logistik dan memperkuat pangsa pasar di berbagai wilayah.	Strategi Kelemahan – ancaman 1. Meningkatkan kapasitas manajemen internal untuk lebih siap menghadapi persaingan dan regulasi yang ketat. 2. Melakukan inovasi produk secara berkelanjutan agar tetap relevan dengan perubahan tren dan kebutuhan pasar. 3. Memperkuat brand awareness melalui kampanye pemasaran yang lebih agresif, khususnya di pasar internasional.

Alternatif strategi SWOT ini meliputi:

1) Strategi SO (*Strength - Opportunity*)

- a) Memanfaatkan kualitas produk unggulan untuk menangkap peluang proyek infrastruktur nasional yang berkembang pesat.
- b) Memperluas penggunaan teknologi digital dan e-commerce untuk memperkuat pemasaran dan distribusi produk.

- c) Mengembangkan produk ramah lingkungan agar sesuai tren green building dan memenuhi permintaan pasar baru.
 - d) Membangun kerja sama dengan kontraktor besar dan investor asing untuk memperluas jaringan bisnis.
 - e) Memanfaatkan reputasi merek untuk ekspansi pasar regional dan internasional.
- 2) Strategi ST (*Strength – Threats*)**
- a) Mempertahankan kualitas produk sebagai keunggulan utama menghadapi persaingan pasar.
 - b) Meningkatkan efisiensi operasional guna menekan biaya produksi di tengah fluktuasi harga bahan baku.
 - c) Mengoptimalkan jaringan distribusi untuk mengatasi hambatan logistik dan memperkuat pangsa pasar.
 - d) Berinovasi dalam produk ramah lingkungan untuk memenuhi regulasi dan meningkatkan citra perusahaan.
 - e) Melakukan riset pasar secara berkala untuk menyesuaikan strategi dengan perubahan tren dan permintaan.
- 3) Strategi WO (*Weaknesses – Opportunity*)**
- a) Meningkatkan branding dan pemasaran digital untuk meningkatkan pengenalan merek di pasar global.
 - b) Mengadopsi teknologi produksi terbaru untuk memperbaiki efisiensi dan kualitas produk.
 - c) Memperluas kanal distribusi melalui platform e-commerce dan digital marketing.
 - d) Melakukan pelatihan karyawan untuk mendukung transformasi digital dan inovasi produk.
 - e) Mengembangkan produk inovatif yang ramah lingkungan untuk menarik segmen pasar baru.
- 4) Strategi WT (*Weaknesses – Threats*)**
- a) Meningkatkan manajemen internal untuk menghadapi tekanan pasar dan regulasi ketat.
 - b) Melakukan inovasi produk berkelanjutan agar tetap relevan dengan kebutuhan pasar.
 - c) Memperkuat brand awareness lewat kampanye pemasaran agresif, terutama di pasar ekspor.
 - d) Meningkatkan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan teknologi terbaru.
 - e) Menekan biaya produksi dan distribusi untuk menjaga daya saing harga.

Analisis perusahaan, baik dari sisi internal maupun eksternal, dilakukan untuk menyusun strategi bisnis. Analisis SWOT merupakan alat yang digunakan untuk menilai kondisi tersebut, meliputi keunggulan, kekurangan, peluang, dan risiko. Dengan pendekatan ini, analisis membantu memaksimalkan keunggulan dan peluang sekaligus mengurangi kekurangan.

Strategi SWOT telah di pelajari secara menyeluruh oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah Shobirin, M., & Ali, H. (2019)., Firmansyah, P. D., & Ali, H. (2024)., Sari, V. N., & Ali, H. (2019)., Mulyana, A. P., & Ali, H. (2024).

Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai yang lebih baik dibandingkan pesaing, yang dapat berupa produk, layanan, atau proses yang unik dan sulit ditiru. Keunggulan ini memungkinkan perusahaan untuk memenangkan preferensi pelanggan, meningkatkan pangsa pasar, dan memperoleh keuntungan yang berkelanjutan.

Dalam konteks PT. XYZ sebagai perusahaan manufaktur semen, keunggulan bersaing dapat berasal dari:

1) Kualitas Produk yang Unggul

Produk semen PT. XYZ memiliki standar mutu yang tinggi dan konsisten, memenuhi

kebutuhan konstruksi yang ketat. Kualitas ini menjadi faktor utama yang membedakan PT. XYZ dari pesaing dan membangun loyalitas pelanggan.

- 2) **Efisiensi Operasional dan Biaya Produksi yang Kompetitif**
Melalui optimalisasi proses produksi dan pemanfaatan teknologi modern, PT. XYZ mampu menekan biaya produksi tanpa mengorbankan kualitas, sehingga dapat menawarkan harga yang bersaing di pasar.
- 3) **Inovasi Produk dan Teknologi**
PT. XYZ terus mengembangkan produk baru, termasuk semen ramah lingkungan yang mendukung tren pembangunan berkelanjutan (green building). Penggunaan teknologi terbaru dalam produksi dan distribusi juga meningkatkan daya saing perusahaan.
- 4) **Jaringan Distribusi dan Logistik yang Luas dan Andal**
Dengan jaringan distribusi yang kuat, PT. XYZ mampu menjangkau berbagai wilayah, memastikan ketersediaan produk tepat waktu dan dalam jumlah memadai, yang sangat penting dalam industri manufaktur semen.
- 5) **Reputasi dan Brand Image yang Kuat**
PT. XYZ telah membangun citra positif di mata pelanggan dan mitra bisnis melalui komitmen terhadap kualitas, pelayanan, dan inovasi. Reputasi ini memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan pasar.
- 6) **Sumber Daya Manusia yang Kompeten**
Karyawan PT. XYZ memiliki keahlian teknis dan manajerial yang mumpuni, mendukung inovasi dan efisiensi dalam operasional perusahaan.
- 7) **Kemampuan Adaptasi terhadap Perubahan Pasar dan Regulasi**
PT. XYZ proaktif dalam menanggapi perubahan tren pasar, regulasi lingkungan, dan teknologi baru, sehingga tetap relevan dan kompetitif dalam jangka panjang.

Keunggulan bersaing yang berkelanjutan membutuhkan inovasi terus-menerus dan adaptasi terhadap perubahan pasar serta teknologi.

Keunggulan Bersaing telah di pelajari secara menyeluruh oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah Sari, V. N., & Ali, H. (2019)., Ernawati, F. A., & Ali, H. (2024)., Salsabilla, P. J., & Ali, H. (2024).

Strategi Bisnis

Strategi bisnis adalah rencana jangka panjang yang dirancang oleh perusahaan untuk mencapai tujuan utama, seperti peningkatan pangsa pasar, profitabilitas, dan keunggulan kompetitif. Strategi ini melibatkan pengambilan keputusan terkait produk, pasar, sumber daya, dan keunggulan kompetitif yang akan dikembangkan.

Untuk PT. XYZ sebagai perusahaan manufaktur semen, strategi bisnis meliputi:

- 1) **Diferensiasi Produk:** Menghadirkan produk berkualitas tinggi dan inovatif, seperti semen ramah lingkungan, yang membedakan dari pesaing.
- 2) **Kepemimpinan Biaya:** Meningkatkan efisiensi produksi untuk menekan biaya dan menawarkan harga kompetitif.
- 3) **Fokus Pasar:** Menargetkan segmen pasar tertentu, misalnya proyek infrastruktur dan pembangunan berkelanjutan.
- 4) **Pengembangan Teknologi dan Digitalisasi:** Mengadopsi teknologi terbaru untuk memperbaiki proses produksi, pemasaran, dan distribusi.
- 5) **Ekspansi Pasar:** Memperluas jangkauan pasar melalui kerja sama strategis dan penetrasi pasar regional dan internasional.

Strategi bisnis yang tepat akan membantu PT. XYZ mempertahankan dan meningkatkan keunggulan bersaingnya di industri semen yang kompetitif.

Strategi Bisnis telah di pelajari secara menyeluruh oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah Oktarini, A. S., & Ali, H. (2025)., Susanti, V. D., Purwandari, B., & Setiawan, A. (2020)., Reis, J., Amorim, M., Melão, N., & Matos, P. (2018).

KESIMPULAN

Berdasarkan Analisis SWOT pada artikel ini maka Kesimpulan adalah sebagai berikut:

- 1) **Hasil analisis SWOT dapat digunakan untuk merumuskan strategi keunggulan bersaing PT. XYZ** dengan cara mengidentifikasi kekuatan internal dan peluang eksternal yang dapat dimanfaatkan secara maksimal. Dengan memetakan faktor-faktor SWOT, perusahaan mampu menyusun strategi yang relevan untuk mempertahankan serta meningkatkan posisi kompetitifnya di industri manufaktur.
- 2) **Faktor internal yang memengaruhi posisi strategis PT. XYZ** meliputi kekuatan seperti kualitas produk, efisiensi produksi, dan teknologi yang digunakan, serta kelemahan seperti ketergantungan pada pemasok tertentu atau kurangnya inovasi SDM. Sementara itu, faktor eksternal mencakup peluang seperti pertumbuhan permintaan pasar dan kemajuan teknologi industri, serta ancaman seperti persaingan ketat dan fluktuasi harga bahan baku.
- 3) **Strategi SO, ST, WO, dan WT yang dapat diterapkan PT. XYZ** meliputi:
 - a) **Strategi SO:** Memanfaatkan keunggulan produksi dan teknologi untuk menangkap peluang ekspansi pasar dan diversifikasi produk.
 - b) **Strategi ST:** Menggunakan kekuatan internal seperti reputasi dan kapasitas produksi untuk menghadapi ancaman pesaing dan dinamika pasar.
 - c) **Strategi WO:** Mengembangkan SDM dan meningkatkan efisiensi operasional dengan memanfaatkan peluang kemitraan strategis dan perkembangan teknologi.
 - d) **Strategi WT:** Meminimalkan kelemahan dan menghindari risiko melalui efisiensi biaya, perbaikan manajemen risiko, serta peningkatan sistem kontrol kualitas.

REFERENSI

- Agustina, P., & Ali, H. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Tempat terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 3(2), 100-107.
- Amelinda, S. (2015). Formulasi strategi bersaing pada PT. XYZ. *Agora*, 3(1), 36348.
- Arli, A., Daryanto, A., & Hendrawan, D. S. (2012). Strategi peningkatan daya saing rumah potong ayam PT XYZ. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 9(2), 68-76.
- Audina, G. O., Triwibisono, C., & Aisha, A. N. (2017). Perancangan sistem pengukuran kinerja organisasi pada pt xyz dengan metode balanced scorecard. *JISI: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 4(2), 93-98.
- Candana, D. M., Ali, H., & Zefriyenni, Z. (2023). Determinasi Kinerja Karyawan dan Produktivitas Kerja: Analisis Profesionalisme dan Pelatihan (Literature Review Manajemen Sumber Daya Manusia). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 4(2).
- earce II, John A, Richard B. Robinson Jr, Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian, buku 1, Jakarta: Salemba Empat, edisi 12, 2014.
- Ernawati, F. A., & Ali, H. (2024). Pengaruh Strategi Pemilihan Pasar, Diferensiasi Produk, dan Aliansi Strategis terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Siber Multi Disiplin*, 2(1), 10-17.
- Firmansyah, P. D., & Ali, H. (2024). Pengaruh Kebijakan Lingkungan, Pengembangan Teknologi dan Kompetensi Inti terhadap Strategi Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(2), 54-63.
- II, B. 2.1 ANALISIS SWOT 1. Pengertian Analisis SWOT. *ANALISIS SWOT PADA PRODUK IB MULTIGUNA BANK JATENG SYARIAH KCPS SEMARANG BARAT*, 11.

- Ikhsani, K., & Ali, H. (2017). Keputusan pembelian: Analisis kualitas produk, harga dan brand awareness (Studi kasus produk teh botol sosro di Giant Mall Permata Tangerang). *Swot*, 7(3), 523-541.
- Ma'Arif, S. (2020). *Strategi bisnis produk gula aren di Kecamatan Hanau Kabupaten Seruyan* (Doctoral dissertation, IAIN Palangka Raya).
- Maisharoh, T., & Ali, H. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi Infrastruktur Teknologi Informasi: Keuangan, Fleksibilitas TI, dan Kinerja Organisasi. *Universitas Mercu Bauna (UMB) Jakarta*, 1-9.
- Mintzberg, H. (1989). *Mintzberg on management: Inside our strange world of organizations*. Simon and Schuster.
- Mirza, M., & Ali, H. (2020). Strategi e-commerce shoppe: Dalam konteks bisnis etik. *Jurnal Manajemen*, 10(2), 99-104.
- Mulyana, A. P., & Ali, H. (2024). Pengaruh Faktor Lokasi, Keunikan Produk, dan Pengetahuan Karyawan Terhadap Kekuatan Strategis Perusahaan Dalam Manajemen Strategis. *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 2(2), 102-111.
- Mulyani, S. R., Ridwan, M., & Ali, H. (2020). Model of human services and resources: The improvement efforts of Silungkang restaurant attractiveness on consumers. *Talent Development & Excellence*, 12(1).
- Novianti, M. (2021). Analisa Strategi Bisnis PT XYZ dalam Industri Retail Fashion di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(3), 249-254.
- Pratama, D. R., & Ali, H. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Jurnal Siber Transportasi dan Logistik*, 2(1), 1-10.
- Rahmawati, S. (2019). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Bisnis Toko Surabaya Ampel Kota Kediri. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 1(2), 90-117.
- Ramadhanitya, S., & Ali, H. (2025). Pengaruh Analisis Lingkungan Formulasi, Implementasi dan Strategi terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial*, 3(1), 11-20.
- Salsabilla, P. J., & Ali, H. (2024). Pengaruh Teknologi Informasi, Kreativitas, dan Kualitas Produk terhadap Strategi Bersaing Perusahaan. *Jurnal Siber Multi Disiplin*, 2(1), 18-26.
- Samsudin, M., & Waluyo, M. (2021). Analisis strategi promosi produk kopi tarik untuk meningkatkan volume penjualan pada divisi promosi dengan metode Swot dan Bcg di PT. XYZ. *Juminten*, 2(2), 144-155.
- Sari, V. N., & Ali, H. (2019). Perumusan Strategi Bagi Universitas Putra Indonesia Yptk Padang Untuk Meraih Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(1), 7-16.
- Shobirin, M., & Ali, H. (2019). Strategi Pengembangan Infrastruktur dalam Meningkatkan Pelayanan Penumpang di Bandar Udara Internasional Soekarno Hatta Cengkareng. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(2), 155-168.
- Ulfa, M., & Ali, H. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi Strategi Berbasis Pasar pada Kinerja Pemasaran: Orientasi Pasar, Nilai Pelanggan, & Keunggulan Bersaing.
- Wahono, S., & Ali, H. (2021). Peranan Data Warehouse, Software Dan Brainware Terhadap Pengambilan Keputusan (Literature Review Executive Support Sistem for Business). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(2), 225-239.
- Yeni, F., Erwin, G., & Ali, H. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Pt. Federal Internasional Finance (Fif) Group Di Kecamatan Ipuh, Kabupaten Mukomuko. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(1), 38-54.