



**MEMPERTAHANKAN COMPETITIVE ADVANTAGE PADA PERUSAHAAN SEKTOR  
INDUSTRI NON-CYCLICAL MELALUI ANALISIS SWOT**

**Suripto<sup>1</sup>, Wahyudi Widodo<sup>2</sup>, Immami<sup>3</sup>**  
Universitas Pamulang<sup>1,2,3</sup>

[dosen00756@unpam.ac](mailto:dosen00756@unpam.ac), [whyoudie@gmail.com](mailto:whyoudie@gmail.com), [mimy.meimei85@gmail.com](mailto:mimy.meimei85@gmail.com)

**INFORMASI ARTIKEL**

**Riwayat Artikel:**

Diterima : 20/06/2024  
Direvisi : 25/06/2024  
Disetujui: 30/06/2024

**Keywords:**

*Company Performance,  
SWOT Analysis, Strategic  
Planning, Non-cyclical  
Companies*

**Kata kunci:**

Kinerja Perusahaan,  
Analisis SWOT,  
Perencanaan Strategis,  
Perusahaan non-cyclical

**ABSTRACT:**

*Company Performance is a description of the company's achievements in its operational activities either from financial, marketing, fund raising, technological development, human resource quality, or social and environmental aspects. As an effort to output good performance, management needs to think about several strategies and synergize them with the company's current environmental situation and conditions. SWOT analysis is a widely known internal and external environmental analysis instrument. This analysis is based on the assumption that an effective strategy will minimize weaknesses and threats. This research aims to present a review and analysis of competitive advantage in non-cyclical companies using the SWOT analysis technique. From this research, it can be concluded that the use of SWOT analysis in the business world offers many benefits, not only in the macro scope, but can also be used to analyze the company's internal strengths, weaknesses, opportunities and threats in the micro scope. This analysis is useful as a form of evaluation and monitoring of achievements of business activities as well as for designing strategic plans and operational strategies to improve company performance.*

**ABSTRAK:**

Kinerja Perusahaan merupakan gambaran prestasi perusahaan dalam kegiatan operasionalnya baik dari aspek keuangan, pemasaran, penghimpunan dana, pengembangan teknologi, kualitas sumber daya manusia, maupun aspek sosial dan lingkungan. Untuk menghasilkan kinerja yang baik, manajemen perusahaan perlu memikirkan beberapa strategi dan mensinergikannya dengan situasi dan kondisi lingkungan yang dimiliki perusahaan saat ini. Analisis SWOT adalah salah satu alat analisis lingkungan internal dan eksternal yang sangat terkenal. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif akan mengurangi kelemahan dan ancaman. Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan sebuah review dan Analisa *competitive advantage* pada perusahaan-perusahaan *non-cyclical* dengan menggunakan alat analisis SWOT. Dari penelitian ini dapat disimpulkan penggunaan analisi SWOT pada dunia bisnis membawa manfaat yang sangat banyak, tidak hanya dalam lingkup makro, namun juga bisa

dipergunakan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari internal perusahaan dalam lingkup mikro. Analisis tersebut berguna sebagai bentuk evaluasi dan monitoring pencapaian atas aktivitas bisnis serta untuk merancang *strategic plan* dan *operational strategy* untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

## PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis yang semakin modern menuntut perusahaan industri *non cyclical* untuk mampu berkompetisi guna mempertahankan usahanya serta mengharuskan pemilik usaha melakukan inovasi dan terobosan-terobosan baru yang unik untuk menarik konsumen ataupun calon konsumen. Hal ini diartikan bahwa profit atau laba bukan lagi menjadi satu-satunya tujuan utama, namun perusahaan juga dituntut untuk terus menerus meningkatkan kualitas *resource* dan *output* nya yang meliputi kualitas sumber daya manusia, teknologi, kualitas produk, dan peningkatan kinerja kearah yang lebih tinggi sebagai bagian dari *strategic management* guna mempertahankan *competitive advantage*.

Kinerja Perusahaan merupakan gambaran prestasi perusahaan dalam kegiatan operasionalnya baik dari aspek keuangan, pemasaran, penghimpunan dana, pengembangan teknologi, kualitas sumber daya manusia, maupun aspek sosial dan lingkungan (Jumingan, 2011). Gambaran kinerja perusahaan umumnya dapat dinilai melalui pengungkapan perusahaan dalam bentuk *annual report*, *financial report*, maupun *sustainability disclosure*. Melalui review dan analisis yang cermat dari data sekunder tersebut *stakeholders* dapat menggali secara mendalam tentang kondisi internal dan eksternal perusahaan, mengenali posisi perusahaan dalam struktur pasar dan struktur industri, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan terhadap pesaing, hingga mengidentifikasi peluang dan ancaman potensial yang mungkin dihadapi.

Untuk menghasilkan kinerja yang baik, manajemen perusahaan perlu memikirkan beberapa strategi dan mensinergikannya dengan situasi dan kondisi lingkungan yang dimiliki perusahaan saat ini. Beberapa strategi yang perlu dipikirkan antara lain:

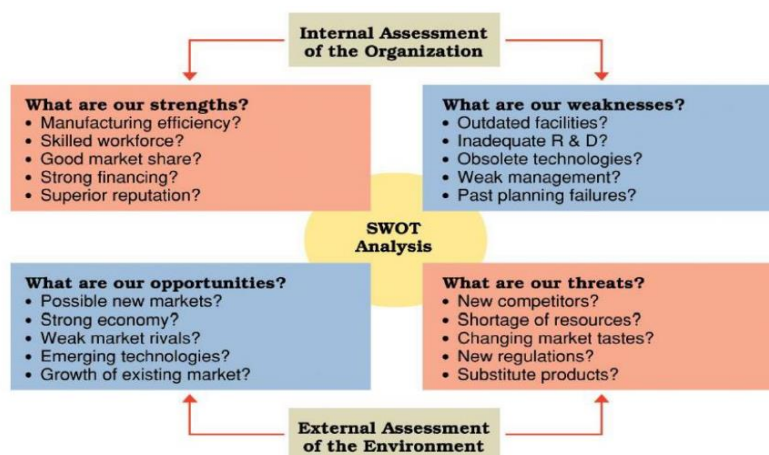
- a) Perencanaan Strategis: yaitu suatu proses manajemen yang terstruktur yang melibatkan penentuan proyek-proyek yang akan dilakukan oleh bisnis serta perkiraan alokasi dana yang akan diberikan untuk setiap program dalam beberapa tahun ke depan (Permatasari A., 2017).
- b) Strategi Operasi: yaitu suatu strategi yang menentukan arah atau motivasi umum bagi pengambilan keputusan. Strategi bisnis perusahaan, penurunan harga, dan penetapan harga semua didasari oleh strategi operasionalnya, yang terdiri dari rangkaian tujuan, strategi, dan prosedur (Eva Awaliya et al., 2023).
- c) Strategi Inovasi: yaitu strategi yang terkait dengan paradigma bahwa bisnis dapat mengalami perubahan yang signifikan melalui penerapan konsep-konsep baru. Antara inovasi dan kinerja perusahaan saling berhubungan; semakin banyak inovasi yang dilakukan oleh perusahaan, semakin besar pula kesuksesan yang diraih oleh perusahaan secara keseluruhan (Suryana, 2014).
- d) Lingkungan Perusahaan: yaitu lingkungan yang memiliki pengaruh yang besar terhadap strategi perusahaan (Saputra S., 2015). Planner strategi menggunakan analisis lingkungan sebagai langkah untuk memantau sektor lingkungan serta mengenali potensi risiko atau ancaman bagi perusahaan. Lingkungan yang mempengaruhi perusahaan terbagi menjadi 2 kelompok, yakni; Lingkungan internal yang mencakup semua bagian yang terlibat secara langsung atau tidak langsung memberikan dukungan kepada organisasi tersebut, dan lingkungan eksternal yang meliputi semua yang berada di luar batas fisik perusahaan dan memiliki kemungkinan untuk memengaruhi perusahaan tersebut.

Analisis SWOT merupakan salah satu instrument analisis lingkungan internal dan eksternal yang sudah dikenal luas (Pierce Robinsin, 1997). Analisis ini berlandaskan pada asumsi bahwa strategi yang efektif mampu mengurangi kelemahan dan ancaman. Jika diterapkan dengan benar, asumsi sederhana ini dapat berdampak signifikan terhadap perancangan strategi yang berhasil.

Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan sebuah review dan Analisa *competitive advantage* pada perusahaan-perusahaan *non-cyclical* dengan menggunakan alat analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*).

## KAJIAN LITERATUR

Sektor industri *non-cyclical* atau sering disebut dengan sektor *defensive* adalah sektor-sektor yang memiliki korelasi yang relatif kecil dengan siklus ekonomi sehingga umumnya kinerjanya tidak tergantung dengan siklus ekonomi. Siklus ekonomi yang dimaksud adalah terkait pertumbuhan ekonomi/PDB, perubahan suku bunga, dan lain-lain (Spring Smart, 2016). Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) menurut Porter (1998) adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama (Porter & Michael E., 1998). Sedangkan menurut John Mc Gee (July 2015) *competitive advantage* adalah penyampaian suatu nilai yang superior ke konsumen sehingga perusahaan dan *stakeholders* mendapatkan keuntungan di atas rata-rata (Aramia Fahriyah & Rochland Yoseph, 2020). Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Porter, beberapa cara untuk memperoleh *competitive advantage* dengan menawarkan produk atau jasa dengan harga minimum (*Low Cost Leadership*) dan menawarkan produk atau jasa yang menawarkan keunikan (*differentiation*), atau fokus pada segmen tertentu (*focus*). (Noviani, 2020). Analisis SWOT adalah suatu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi Strengths (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunity (peluang), dan Threats (ancaman) dalam sebuah proyek tertentu atau spekulasi bisnis. Keempat faktor inilah yang merupakan faktor utama dari analisis ini dan membentuk akronim yang selama ini kita kenal, yaitu SWOT (strengths, weakness, opportunities, dan threats) (Deradjat Mahadi Sasoko & Imam Mahrudi, 2023). Teknik analisis ini dikembangkan oleh Albert Humphrey, seorang pemimpin proyek riset di Universitas Stanford, pada tahun 1960-an dan 1970-an menggunakan data dari perusahaan-perusahaan Fortune 500. Analisis SWOT melibatkan tiga tahapan utama: pengumpulan data, analisis, dan pengambilan keputusan berdasarkan hasil analisis. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi aspek-aspek penting dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu perusahaan atau organisasi.



**Gambar 1.** Skema Analisis SWOT

Sumber: Analisis Swot Pada PT Oceanias Timber Product (<https://dinastirev.org/JMPIS>)

Teknik analisis SWOT bertujuan untuk melakukan evaluasi kondisi lingkup kegiatan bersangkutan yang selanjutnya dapat pula digunakan untuk merumuskan strategi pembangunan institusi yang lebih tepat sesuai dengan kondisi dan potensi institusi bersangkutan (Abdussamad & Amala, 2016). Beberapa aspek yang terkait dengan analisis SWOT dapat dijelaskan sebagai berikut: Pertama, Faktor yang Mempengaruhi Analisis SWOT; dalam penyusunan strategi menggunakan analisis SWOT, terdapat dua faktor yang mempengaruhinya, yaitu faktor internal dan eksternal yang dijabarkan sebagai berikut:

- a) Faktor internal dalam analisis SWOT meliputi kekuatan (*strength*) dan kelemahan

(*weakness*). Untuk mengidentifikasi faktor internal ini, biasanya melibatkan: (a) Pengalaman, baik yang berhasil maupun yang gagal, (b) Keuangan atau anggaran, (c) Sumber daya yang tersedia, dan (d) Kelemahan serta kekuatan yang ada.

- b) Faktor eksternal dalam analisis SWOT mencakup peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). Untuk mengidentifikasi faktor eksternal, meliputi: (a) Lingkungan, (b) Peraturan, (c) Tren, (d) Budaya, ideologi, sosial politik, dan ekonomi, (e) Peristiwa yang sedang terjadi, (f) Sumber dana atau modal, dan (g) Perkembangan teknologi.

Kedua, Cara Menggunakan Analisis SWOT; Hal yang harus dilakukan sebelum melakukan analisis adalah membuat daftar pertanyaan yang harus dijawab dengan jujur berdasarkan kondisi nyata perusahaan. Berikut adalah contoh daftar pertanyaan sebelum melakukan analisis SWOT:

1. Strengths (Kekuatan)
  - Apa saja keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan?
  - Apa yang membuat perusahaan lebih unggul dibandingkan perusahaan lainnya?
  - Faktor apa saja yang menyebabkan perusahaan memperoleh keuntungan?
  - Apa kelebihan perusahaan yang terlihat atau dirasakan oleh masyarakat atau konsumen?
  - Apa keunikan yang dimiliki perusahaan?
2. Weaknesses (Kelemahan)
  - Apa yang harus ditingkatkan pada perusahaan?
  - Apa yang harus dihindari oleh perusahaan?
  - Apa kelemahan yang dilihat maupun dirasakan oleh masyarakat atau konsumen dari perusahaan?
  - Faktor apa saja yang dapat menghilangkan keuntungan perusahaan?
  - Apa yang telah dilakukan perusahaan supaya lebih baik?
3. Opportunities (Peluang)
  - Kesempatan apa yang bisa dilihat?
  - Tren apa yang saat ini sedang berlangsung?
4. Threats (Ancaman)
  - Perkembangan apa yang potensi menjadi ancaman perusahaan?
  - Apa hambatan yang sekarang sedang dihadapi?
  - Hal apa yang telah dilakukan oleh perusahaan pesaing?
  - Apakah ada perubahan aturan yang bisa mengancam perkembangan?

Ketiga, Strategi kombinasi analisis SWOT; Dalam analisis ini, kita dapat memusatkan perhatian pada satu kombinasi dari dua poin SWOT untuk menentukan langkah strategis. Kombinasi fokus tersebut antara lain:

- Fokus pada Kekuatan-peluang (S-O) untuk mendapatkan alternatif ofensif dengan memanfaatkan kekuatan internal guna meraih peluang eksternal.
- Fokus pada Kelemahan-ancaman (W-T) untuk mendapatkan alternatif defensif dengan memanfaatkan kelemahan internal untuk mengurangi ancaman eksternal.
- Fokus pada Kekuatan-ancaman (S-T) dengan menggunakan kekuatan internal untuk mengurangi ancaman eksternal.
- Fokus pada Kelemahan-peluang (W-O) dengan memperbaiki kelemahan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Metode ini digunakan karena mampu memberikan pemahaman rinci tentang suatu fenomena, mampu menganalisis topik yang sulit dengan diukur secara numerik, serta lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi. Sumber data dalam penelitian ini adalah dokumen penelitian dan media jurnal-jurnal lainnya yang telah terbit dari tahun 2019 - 2024 dan terdapat pada website Google Scholar, dengan membatasi pada jurnal penelitian dan

tema pembahasan terkait tehnik dan analisi SWOT pada perusahaan non cyclical. Bahan penelitian kualitatif dijabarkan pada tabel berikut:

**Tabel 1.**  
**Metode Penelitian**

No.	Peneliti	Judul	Jurnal	Tahun
1.	Widya Aipama	“Analisis Swot Pada Pt. Media Pajak Indonesia (Taxmedia)”	JIMT: JURNAL ILMU MANAJEMEN TERAPAN, Vol 1, No, 1	2019
2.	Aramia Fahriyah dan Rochland Yoseph	“Keunggulan Kompetitif Spesial sebagai Strategi Keberlanjutan UKM di Era New Normal”	Prosiding Seminar Stiami, Vol 7 No. 2,	2020
3.	Agus Mangiring Siburian	“Implementasi Analisis Swot Dalam Perencanaan Strategi Bersaing Perusahaan Manufaktur Kimia (Studi Kasus Pada PT. ABC)”	JIMT: JURNAL ILMU MANAJEMEN TERAPAN, Vol 1, Issue 4	2020
4.	Yohan Tirtayasa	“Analisis Swot Pada PT Oceanias Timber Products”	JMPIS: JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL, Vol 1, No. 1	2020
5.	Elsa Oktavia, Desti Innayah Ramadhanti, Dela Lestari	“Analisis Budaya Kerja pada PT. Indomarco Prismatama (INDOMARET)”	Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen dan Sumberdaya (EISSN: 2964-7088), Vol 1 No. 3	2022
6.	Jannah, Firdaus	SWOT Analysis in Determining Marketing Strategy at PT. Sejahtera Wahana Gemilang (Chitose Surabaya)	Journal of Humanities and Social Sciences Innovation Vol. 2 No. 6 <a href="https://doi.org/10.35877/454RI.daengku1319">https://doi.org/10.35877/454RI.daengku1319</a>	2022
7.	Deradjat Mahadi Sasoko dan Imam Mahrudi	“Tehnik Analisis SWOT Dalam Sebuah Kegiatan Perencanaan	Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif, JPIAN: Fakultas Ilmu Sossial dan Ilmu Politik, Univ. Jayabaya Vo. 22 No. 1. ISSN 1412-9000	2023
8.	Efira Devi, Elsafitri, Kania Priska,	“Analisis SWOT dalam Upaya Peningkatan	IJM: Indonesian Journal of	2023

	Muhammad Sidik, Riyanti Teresya, Sinta Angrainy	Daya Saing pada Es Teh Indonesia”	Multidisciplinary, Vol 1, No. 3 <a href="https://journal.csspublishing/index.php/ijm">https://journal.csspublishing/index.php/ijm</a>	
9.	Awaliya, Suhendri, Goharwin, Sibarani, Wildani, Zabrina, Anantia	Analisis Lingkungan Bisnis Internal dan Eksternal PT. Nestle Indonesia	Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)Vol. 4 No.2 Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)Vol. 4 No.2 <a href="https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i2.1097">https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i2.1097</a>	2023
10.	Mahardika, Saputra, Yasa, Sukaatmadja	Perumusan Strategi Bisnis PT. Oasis Waters International Cabang Bali	Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis Vol. 1 No. 3 Hal. 610-617 <a href="https://e-journal.naureendigitio.com/index.php/pmb">https://e-journal.naureendigitio.com/index.php/pmb</a>	2023
11.	Fitria Rahmadani, Dwi Margareta, Vinsensa Lidia Juita, Riko Julian Wardana, Rusdi Hidayat, Maharani Ikaningtyas	“Analisis Strategi Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar (Studi Kasus Pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk)”	Jurnal Manajemen dan Akuntansi, Vol 1 No. 3, Hal 7-15 DOI: <a href="https://doi.org/10.62017/wanargi">https://doi.org/10.62017/wanargi</a>	2024
12.	A.St. Fatmawaty, A. Muh. Arif Bijaksana, Muh. Nasrun	“Strategi Marketing Produk Snackfood pada PT. Sinar Niaga Sejahtera Cabang Makassar”	JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE, HUMANITIS AND HUMANIORA ADPERTIS	2024
10.	Devina Wistiasari, Nathania Jocelyn, Sherlica Styvani	“The Influence of Cultural Factors on International Business PT Mayora Indah Tbk”	Jurnal Ilmu Manajemen PROFITABILITY, Vol 8, No. 1	2024
11.	Alvina, Faryandri, Khesi, William, Maryati, Selina	“Analisis Penerapan Strategi Internasional Oleh PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk	Jurnal Inovasi Ekonomi Vol. 06 No. 2 <a href="https://journalpedia.com/1/index.php/jie">https://journalpedia.com/1/index.php/jie</a>	2024
12.	Iswanda, Haripin	Analisis Strategi Pada Perusahaan McDonald’s Dengan Menggunakan Porter’s Five Forces Model	Jurnal Sanskara Manajemen dan Bisnis Vol. 2 No. 02 pp. 124-132	2024

Sumber: Olah data penulis

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan penelitian berdasarkan kaca kunci “Implementasi Analisis SWOT untuk Competitive Advantage” di sajikan pada tabel. Berikut ini adalah tabel ringkasan hasil jurnal penelitian yang mencakup judul penelitian dan tipe penelitian, tehnik analisis, dan hasil penelitian.

**Tabel 2.**  
**Hasil Penelitian**

No.	Judul dan Tipe Penelitian	Tehnik Analisis	Hasil Penelitian
1.	<p>Implementasi Analisis Swot Dalam Perencanaan Strategi Bersaing Perusahaan Manufaktur Kimia (Studi Kasus Pada PT. ABC) (Agus Mangiring Siburian, 2020)</p> <p>JURNAL ILMU MANAJEMEN TERAPAN, Vol 1, Issue 4, 2020.</p> <p>Tipe Penelitian: Kualitatif Deskriptif</p> <p>Sumber data: Wawancara &amp; Observasi</p>	<p>Faktor-faktor SWOT dianalisis menggunakan matriks IFAS dan EFAS dengan bobot ditentukan oleh peneliti</p>	<p>1) PT. ABC berada pada kuadran I dimana perusahaan memiliki kekuatan pada pemasaran dan produk.</p> <p>2) PT. ABC memiliki peluang besar untuk tumbuh dan menambah pasar pemasaran serta melakukan ekspansi pabrik</p> <p>3) PT. ABC memiliki pasar ekspor yang sudah besar dan masih dapat terus dikembangkan dengan strategi cost leadership dan differentiation.</p> <p>4) Analisis SWOT menggambarkan situasi dan kondisi lingkungan internal eksternal perusahaan saat ini, sehingga perusahaan dapat merancang strategi untuk menghindari ancaman di masa yang akan datang dan dapat unggul dalam persaingan bisnis.</p>
2.	<p>Analisis Budaya Kerja Pada PT. Indomarco Prismatama (INDOMARET) (Elsa Oktavia et al., 2022)</p> <p>Jurnal Manajemen dan Sumberdaya Vo. 1 No. 3, 2022. (EISSN: 2964-7088) <a href="https://journal.ainarapress.org/index.php/lms">https://journal.ainarapress.org/index.php/lms</a></p> <p>Tipe Penelitian:</p>	<p>Studi penelitian deskriptif mengenai budaya kerja.</p>	<p>1) PT Indomarco Prismatama (Indomaret) memiliki kekuatan seperti organisasi dan manajemen, budaya kerja dan starategi, kualitas SDM, lokasi, produk, promosi, teknologi dan aspek keuangan.</p> <p>2) Posisi Bisnis Indomaret berdasarkan</p>

	<p>Kualitatif Deskriptif</p> <p>Sumber data: Observasi Dept. Human Capital</p>		<p>Analisis Swot berada pada kuadran IA yaitu pada posisi strategi pertumbuhan agresif (Rapid Growth Strategy). Artinya Indomaret memiliki kekuatan yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan peluang yang terjadi.</p> <p>3) Strategi Pemasaran yang tepat untuk Indomaret adalah strategi pertumbuhan agresif.</p>
3.	<p>Analisis SWOT dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Pada Es Teh Indonesia (Efira Devi et al., 2023)</p> <p>Indonesian Journal of Multidisciplinary Vo. 1 No. 3, 2023. <a href="https://journal.csspublishing/index.php/ijm">https://journal.csspublishing/index.php/ijm</a></p> <p>Tipe Penelitian: Kualitatif Deskriptif</p> <p>Sumber Data: Kepustakaan</p>	<p>Review dokumen-dokumen terkait, mencakup: Peraturan perundang-undangan, Laporan keuangan, Publikasi ilmiah</p>	<p>1) Kekuatan Es Teh Indonesia adalah brand yang menunjukkan bahwa produk ini asli Indonesia, memanfaatkan sistem pemasaran melalui media sosial sebagai sarana promosi, dapat dikonsumsi dari berbagai kalangan, lokasi usaha yang strategis, terus berinovasi dalam berbagai varian rasa, harga cukup terjangkau, produk yang berkualitas.</p> <p>2) kelemahannya penerapan sistem pemasaran terpusat.</p> <p>3) Peluang yaitu banyaknya media e-commerce sebagai media promosi, memperluas wilayah pemasaran, di daerah sekitar masih sedikit yang memiliki usaha sejenis.</p> <p>4) Strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh Es Teh Indonesia dalam upaya meningkatkan daya saing berdasarkan</p>



			<p>matriks SWOT adalah dengan menjaga kualitas produk, memperluas wilayah pemasaran, terus berinovasi dalam berbagai varian rasa, dan memanfaatkan media promosi pemasaran dari berbagai media sosial secara optimal.</p>
5.	<p>Analisis Lingkungan Bisnis Internal dan Eksternal PT. Nestle Indonesia (Eva Awaliya et al., 2023)</p> <p>Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN) Vol. 4 No.2, 2023.  pp: 1525-1534  <a href="https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i2.1097">https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i2.1097</a></p> <p>Tipe Penelitian: Kualitatif Induktif</p> <p>Sumber data: Artikel, jurnal penelitian</p>	<p>Review data sekunder berupa artikel dan jurnal penelitian terkait sebelumnya</p>	<p>1) Strength: Nestlé adalah produsen pengganti susu terbesar di dunia.</p> <p>2) Weakness: segmen pasar anak muda tidak menyukai Nestlé dan lebih memilih merek lain.</p> <p>3) Opportunity: Nestlé mendapat manfaat dari reputasinya sebagai perusahaan susu terkemuka dan merupakan perusahaan terbesar di dunia. Nestlé memiliki peluang untuk dikenal di seluruh dunia karena produk-produk berbasis kesehatannya, termasuk di Amerika Serikat.</p> <p>4) Threat: Persaingan dari Danone yang mengeluarkan produk dengan merk yang sama yakni, Kit Kat. persaingan sengit antara pemain utama dalam industri yogurt</p> <p>5) PT Nestlé dapat mengambil tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan operasi bisnis, mempertahankan pangsa pasar, menghadapi persaingan yang ketat, dan memperkenalkan</p>

			pengembangan produk baru.
6.	<p>Perumusan Strategi Bisnis PT. Oasis Waters International Cabang Bali (Indra Mahardika et al., 2023)</p> <p>Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis Vol. 1 No. 3, 2023. Hal. 610-617  <a href="https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb">https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb</a></p> <p>Tipe Penelitian: Kuantitatif Deskriptif</p> <p>Sumber Data: Observasi, wawancara, literatur</p>	Penggunaan matriks IFE dan EFE.	<p>1) Pada Matriks IFE didapatkan nilai sebesar 2,61 yang berarti PT Oasis Waters International memiliki strategi relatif baik untuk mengantisipasi kelemahan internal serta memaksimalkan kekuatan perusahaan.</p> <p>2) pada Matriks EFE didapatkan nilai sebesar 2,54. Ini memberikan gambaran bahwa PT Oasis Waters International mampu mengatasi hambatan serta memiliki kemampuan cukup baik untuk memaksimalkan peluang yang ada</p> <p>3) Pada Matriks Internal Eksternal (IE) diketahui bahwa PT Oasis Waters International terletak di kuadran 5 dimana kuadran ini menjelaskan bahwa perusahaan berada pada masa pertumbuhan dan mampu mengupayakan secara optimal menerapkan strategi penetrasi pasar, menjaga serta mempertahankan dan melakukan pengembangan produk.</p>
7.	<p>Analisis Strategi Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar (Studi Kasus Pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk) (Fitria Rahmadani et al., 2024)</p> <p>Jurnal Manajemen Dan Akuntansi</p>	Studi Literatur	<p>1) PT Indofood dapat memperkuat posisinya di pasar mie instan yang kompetitif dengan terus mengembangkan strategi yang inovatif dan lebih responsif terhadap perubahan tren dan preferensi pelanggan.</p>

	<p>Vol. 1, No. 3, 2024. Hal. 7-15</p> <p>Tipe Penelitian: Interpretatif dan naturalistic</p> <p>Sumber Data: Literatur</p>		<p>2) PT. Indofood Sukses Makmur menunjukkan komitmen yang kuat untuk kualitas, inovasi, dan pertumbuhan yang berkelanjutan.</p>
8.	<p>Strategi Marketing Produk Snackfood pada PT. Sinar Niaga Sejahtera Cabang Makassar (A. St. Fatmawaty et al., 2024)</p> <p>Journal Of Social Science, Humanitis and Humaniora Adpertisi, 2024. <a href="https://jurnal.adpertisi.or.id/index.php/JSSHHA/submissions">https://jurnal.adpertisi.or.id/index.php/JSSHHA/submissions</a></p> <p>Tipe Penelitian: Kualitatif</p> <p>Sumber Data: Data primer, observasi, wawancara, dokumentasi</p>	<p>Penyajian data dengan matriks SWOT</p>	<p>1) PT. Sinar Niaga Sejahtera menerapkan tiga jenis strategi dengan menggunakan media informasi dan aplikasi Mitra SNS, menghubungi langsung konsumen dan adanya partner yang berada di beberapa wilayah di Sulawesi.</p> <p>2)Perusahaan mengatur keluar masuknya produk yakni FIFO dimana produk yang masuk pertama kali akan menjadi produk yang pertama kali dikeluarkan, serta FEFO dimana produk yang akan memasuki tenggat kadaluarsa yang pertama dikeluarkan, memberikan promosi dan diskon yang kompetitif, serta memberikan harga yang terjangkau bagi masyarakat</p>
9.	<p>The Influence of Cultural Factors on International Business PT Mayora Indah Tbk (Devina Wistiasari et al., 2024)</p> <p>Jurnal Ilmu Manajemen Profitability Vol. 8 No. 1, 2024. Hal. 76-84 ISSN: 2714-6332, 2614-3976 (online)</p> <p>Tipe Penelitian: Kualitatif</p>	<p>Analisis Data Sekunder</p>	<p>1) Perusahaan menunjukkan kemampuan melayani pasat Indonesia secara efektif dan memiliki potensi untuk ekspansi lebih jauh, khususnya ke pasar Asia.</p> <p>2) Kekuatan PT Mayora mencakup: Kualitas produk yang tinggi, pengalaman luas dalam operasi bisnis internasional, menawarkan beragam</p>

	<p>Sumber Data: Data sekunder dari situs resmi PT Mayora Indah Tbk, Jurnal Akademik, Makalah penelitian, Buku, Sumber lain</p>	<p>produk, Jaringan distribusi luas, Pemanfaatan teknologi kelas dunia. 3) Perusahaan perlu fokus pada peningkatan inovasi produk, Mengintensifkan promosi di pasar internasional, Perumusan strategi pemasaran yang tepat untuk bisnis internasional 4) Ancaman eksternal berupa persaingan, fluktuasi nilai tukar mata uang, perubahan perdagangan internasional, dan Perubahan regulasi Pemerintah.</p>
--	--	--

Sumber: Olah data penulis

Dari 12 (Dua belas) jurnal yang menjadi referensi penulis terdapat 9 (sembilan) jurnal yang membahas penggunaan analisis SWOT guna mempertahankan keunggulan kompetisi (*competitive advantage*) pada perusahaan *non-cyclical*. Dengan menggunakan teknik analisis SWOT perusahaan dapat memperkirakan posisi perusahaan dalam pasar dan industri yang dijalani, perusahaan dapat menentukan pada kuadran mana posisi perusahaan saat ini ditinjau dari sudut pandang internal; kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Perusahaan juga dapat mengidentifikasi ancaman (*Threats*) dari pihak eksternal sekaligus dapat menemukan peluang (*opportunity*) dari perubahan-perubahan tren lingkungan eksternal. Teknik analisis SWOT juga tidak hanya bermanfaat dalam hal analisa terkait produk, pemasaran, dan profil perusahaan secara makro, namun juga bisa dipergunakan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari internal perusahaan dalam lingkup mikro sebagaimana yang dilakukan pada analisis budaya kerja PT Indomarco Prismaatama (Indomaret) pada table 2 diatas.

## KESIMPULAN

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang mengevaluasi Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threats*) dalam spekulasi bisnis. Proses analisis SWOT umumnya terdiri dari tiga tahapan: pengumpulan data, analisis, dan pengambilan keputusan berdasarkan hasil analisis. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi elemen penting terkait kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu perusahaan atau organisasi. Dengan memahami keempat aspek ini, organisasi diharapkan dapat mengoptimalkan kekuatannya, mengurangi kelemahannya, memitigasi ancaman, dan memanfaatkan peluang di masa depan. Penting untuk diingat bahwa analisis SWOT adalah alat analisis yang dirancang untuk memberikan gambaran tentang situasi saat ini atau yang mungkin dihadapi oleh organisasi.

## DAFTAR PUSTAKA

A. St. Fatmawaty, A. Muh. Arif Bijaksana, & Muh. Nasrun. (2024). Strategi Marketing Produk Snackfood pada PT. Sinar Niaga Sejahtera Cabang Makassa. *Journal Of Social Science*,

