

## ANALISIS SWOT PADA PT. DIAN RAYA CIPTA

Intan Apprinella<sup>1</sup>, Daspar<sup>2</sup>

[intanwaisnu@gmail.com](mailto:intanwaisnu@gmail.com)<sup>1</sup> [daspar@pelitabangsa.ac.id](mailto:daspar@pelitabangsa.ac.id)<sup>2</sup>

Universitas Pelita Bangsa

### ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja PT. Dian Raya Cipta, perusahaan yang bergerak di bidang *stamping*, *welding*, serta pembuatan *dies* dan *tooling*. Pendekatan analisis SWOT digunakan guna mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan dalam persaingan industri manufaktur. Berdasarkan hasil analisis, PT. Dian Raya Cipta memiliki sejumlah keunggulan, seperti keahlian teknis yang mumpuni, penggunaan mesin produksi yang cukup modern, serta relasi bisnis dengan beberapa perusahaan otomotif terkemuka. Di sisi lain, tantangan internal yang perlu diperhatikan meliputi ketergantungan pada beberapa klien besar dan keterbatasan dalam kapasitas produksi ketika permintaan meningkat. Peluang ekspansi terbuka lebar seiring pertumbuhan industri otomotif dan elektronik di dalam negeri. Namun demikian, perusahaan juga harus mewaspadai ancaman dari kompetitor, baik lokal maupun internasional, serta naik turunnya harga bahan baku. Hasil dari analisis ini dapat digunakan sebagai dasar dalam penyusunan strategi perusahaan yang lebih kompetitif dan berorientasi jangka panjang.

**Kata Kunci:** Analisis SWOT, Industri Manufaktur, Strategi Perusahaan.

### ABSTRACT

*This study was conducted to evaluate the internal and external factors that affect the performance of PT Dian Raya Cipta, a company engaged in stamping, welding, and manufacturing dies and tooling. The SWOT analysis approach is used to determine the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by the company in the manufacturing industry competition. Based on the results of the analysis, PT Dian Raya Cipta has a number of advantages, such as qualified technical expertise, the use of fairly modern production machinery, and business relationships with several leading automotive companies. On the other hand, internal challenges that need to be considered include dependence on several large clients and limitations in production capacity when demand increases. Expansion opportunities are wide open as the automotive and electronics industries in the country grow. However, the company must also be aware of threats from competitors, both local and international, as well as fluctuating raw material prices. The results of this analysis can be used as a basis for developing a more competitive and long-term oriented company strategy.*

**Keywords:** SWOT Analysis, Manufacturing Industry, Corporate Strategy.

### PENDAHULUAN

Sektor manufaktur merupakan pilar penting dalam pembangunan ekonomi nasional karena perannya dalam meningkatkan nilai tambah, menyerap tenaga kerja, dan memperkuat ekspor. Di antara berbagai subsektor, industri komponen logam dan otomotif memiliki kontribusi besar dalam mendukung proses produksi lintas industri, seperti otomotif, elektronik, dan peralatan berat. Perusahaan yang bergerak dalam kegiatan *stamping*, pengelasan (*welding*), serta pembuatan dan pemeliharaan *dies* dan *tooling* memegang peran sentral dalam menyediakan komponen presisi yang dibutuhkan untuk produksi berskala besar dengan standar kualitas tinggi.

Salah satu pelaku usaha di bidang ini adalah PT Dian Raya Cipta, sebuah perusahaan yang bergerak dalam layanan manufaktur untuk memenuhi kebutuhan industri yang semakin kompleks. Dengan dukungan tenaga ahli yang berpengalaman dan fasilitas produksi yang lengkap, perusahaan ini terus berupaya mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya di tengah tantangan dunia industri yang kian

kompetitif.

Dalam rangka mengevaluasi posisi perusahaan secara menyeluruh dan menentukan arah pengembangan strategis yang tepat, diperlukan suatu metode analisis yang mampu menggambarkan kondisi internal dan eksternal perusahaan secara objektif. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan salah satu pendekatan yang umum digunakan untuk keperluan ini. Melalui analisis SWOT, PT Dian Raya Cipta dapat mengetahui keunggulan yang bisa dikembangkan, mengenali kelemahan yang perlu diperbaiki, serta meninjau peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal. Hasil analisis ini diharapkan dapat menjadi pijakan dalam menyusun strategi perusahaan yang lebih adaptif, berkelanjutan, dan responsif terhadap dinamika industri manufaktur di masa depan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi internal dan eksternal PT. Dian Raya Cipta melalui analisis SWOT. Metode ini dipilih karena mampu menggambarkan secara detail situasi perusahaan berdasarkan data dan informasi yang dikumpulkan dari berbagai sumber.

Pengumpulan data dilakukan melalui dua metode utama, yaitu:

### Studi Lapangan (Field Study)

Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara observasi langsung ke lingkungan operasional PT. Dian Raya Cipta, serta melalui wawancara semi-terstruktur dengan pihak manajemen dan staf yang terlibat dalam proses produksi, pemasaran, dan pengambilan keputusan strategis.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan model SWOT, yang mencakup empat komponen utama, yaitu:

- Strengths (Kekuatan): faktor internal yang menjadi keunggulan perusahaan.
- Weaknesses (Kelemahan): faktor internal yang menjadi hambatan atau kekurangan perusahaan.
- Opportunities (Peluang): faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung pertumbuhan perusahaan.
- Threats (Ancaman): faktor eksternal yang dapat menghambat kinerja atau kelangsungan usaha perusahaan.

Hasil dari keempat aspek tersebut kemudian dianalisis untuk merumuskan strategi yang tepat guna meningkatkan daya saing dan efektivitas operasional PT. Dian Raya Cipta dalam menghadapi tantangan industri ke depan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penyajian Data Umum

PT Dian Raya Cipta adalah perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang stamping, welding, serta pembuatan dan perawatan dies dan tooling, dengan fokus utama pada industri otomotif dan komponen logam presisi. Sejak awal berdirinya, PT Dian Raya Cipta telah menunjukkan komitmen terhadap kualitas dan efisiensi produksi, dengan menerapkan teknologi manufaktur terkini seperti mesin stamping berkapasitas hingga 500 ton, CNC machining, dan sistem welding otomatis berbasis robotik.

Sebagai produsen yang melayani kebutuhan Original Equipment Manufacturer (OEM), PT Dian Raya Cipta tidak hanya mengandalkan proses produksi massal, tetapi juga menyediakan layanan desain komponen dan tooling dengan menggunakan perangkat lunak desain berbasis CAD 2D dan 3D. Perusahaan ini juga memiliki divisi

khusus untuk pembuatan dies, yang merupakan salah satu kunci penting dalam proses stamping presisi. Proses dies dan tooling dikembangkan secara internal untuk memastikan hasil produksi yang sesuai dengan spesifikasi teknis dan standar kualitas tinggi. Selain itu, PT Dian Raya Cipta mampu menjalankan proses welding baik secara manual maupun otomatis, yang memungkinkan mereka menangani permintaan dalam skala besar dengan waktu yang efisien.

Seiring dengan perkembangan industri otomotif dan manufaktur logam di Indonesia, PT Dian Raya Cipta terus mengembangkan kapabilitasnya agar tetap kompetitif di pasar nasional maupun internasional. Melalui investasi berkelanjutan pada sumber daya manusia, teknologi produksi, dan sistem manajemen mutu, perusahaan ini berharap dapat menjawab tantangan global sekaligus memperkuat posisinya sebagai mitra manufaktur terpercaya. Dengan integrasi antara teknologi, sumber daya yang kompeten, dan nilai perusahaan yang kuat, PT Dian Raya Cipta menjadi salah satu contoh perusahaan lokal yang mampu bersaing dalam industri manufaktur berstandar tinggi.

#### **SWOT MATRIX**

<b>SWOT MATRIX</b>	<b>Strenght – S</b>	<b>Weakness – W</b>
<b>Opportunity - O</b>	Strategi S – O	Strategi W – O
<b>Threat – T</b>	Strategi S – T	Strategi W – T

Berikut adalah interpretasi umum dari SWOT Matrix:

##### **1. Kekuatan dan Peluang (S – O)**

Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing perusahaan dengan cara memadukan kekuatan internal yang sudah ada dengan peluang eksternal yang terbuka. Sebagai contoh, sebuah perusahaan manufaktur yang memiliki fasilitas produksi canggih dan tim yang terampil dapat mengambil peluang dari tren industri yang berkembang, seperti peningkatan permintaan untuk produk ramah lingkungan atau komponen teknologi tinggi. Dengan melakukan ini, perusahaan tidak hanya memperkuat posisi mereka di pasar yang ada, tetapi juga dapat memperluas portofolio produk mereka atau memasuki pasar yang sebelumnya tidak terjangkau.

##### **2. Kekuatan dan Ancaman (S – T)**

Analisis ini berfokus pada penggunaan kekuatan internal perusahaan untuk mengatasi atau meminimalkanancaman eksternal yang ada. Dalam hal ini, perusahaan berusaha memanfaatkan keunggulan yang dimiliki untuk menghadapi tantangan atau risiko yang datang dari lingkungan luar. Ancaman ini bisa berasal dari berbagai faktor, seperti persaingan pasar yang ketat, perubahan regulasi, fluktuasi ekonomi, atau disrupti teknologi. Dengan menggunakan kekuatan yang ada, perusahaan dapat mengurangi dampak negatif dari ancaman tersebut, atau bahkan mengubah ancaman menjadi peluang.

##### **3. Kelemahan dan Peluang (W – O)**

Analisis ini berfokus pada cara perusahaan mengatasi kelemahan internalnya dengan memanfaatkan peluang yang ada di lingkungan eksternal. Dalam strategi ini, perusahaan berusaha untuk mengurangi atau mengatasi kelemahan yang dimiliki dengan cara mengambil keuntungan dari peluang yang muncul di pasar atau dalam kondisi eksternal yang menguntungkan. Tujuannya adalah untuk meminimalkan potensi kerugian atau keterbatasan internal yang dapat menghambat pertumbuhan perusahaan, sembari memanfaatkan kondisi eksternal yang memungkinkan perusahaan berkembang lebih cepat.

##### **4. Kelemahan dan Peluang (W – T)**

Analisis ini berfokus pada cara perusahaan mengatasi kelemahan internalnya

dengan menghadapi ancaman eksternal yang ada. Dalam strategi ini, perusahaan berusaha untuk meminimalkan risiko dan dampak negatif yang muncul akibat adanya kelemahan internal, sambil menghadapi tantangan atau ancaman dari luar. Tujuannya adalah untuk mengurangi kerugian atau bahaya yang mungkin terjadi akibat kombinasi kelemahan internal dan ancaman eksternal, sehingga perusahaan dapat bertahan dan menjaga stabilitas

### **Strategi S-O**

1. Memanfaatkan rekam jejak untuk menarik klien luar negri dan ekspansi pasar ekspor
2. Tawarkan jasa pembuatan dies/tool presisi tinggi untuk industry energi baru dan kendaraan Listrik
3. Kembangkan layanan konsultasi teknis/tool improvement untuk pasar industry local yang masih awam dengan tool making
4. Buat layanan “custom dies & tooling” untuk industry manufaktur skala kecil-menengah yang butuh Solusi fleksibel
5. Tawarkan lead time lebih cepat kepada klien yang membutuhkan produksi dalam waktu singkat
6. Posisi sebagai penyedia premium untuk produk dengan spesifikasi tinggi di sektor otomotif
7. Tanggapi peningkatan permintaan dengan cepat, khususnya dari sektor energi terbarukan
8. Investasi dalam teknologi stamping dan welding untuk sektor EV dan komponen presisi tinggi
9. Gunakan srtifikasi untuk masuk ke rantai pasok OEM dan Tier 1 supplier global
10. Manfaatkan relasi klien besar untuk membuka peluang kolaborasi jangka Panjang

### **Strategi W-O**

1. Diversifikasi produk dan target industri baru seperti energi terbarukan atau elektronik presisi.
2. Gunakan peluang dari tren kendaraan listrik dan manufaktur digital untuk menciptakan produk baru seperti komponen EV atau part sensor.
3. Rekrut tenaga muda berpotensi dari kampus teknik dan bentuk kolaborasi riset dengan universitas.
4. adopsi teknologi efisien untuk menurunkan biaya produksi.
5. Bangun jaringan supplier alternatif local agar tidak terpengaruh jika ada gangguan pasokan.
6. Gunakan platform digital dan pameran internasional untuk memperluas branding dan menjangkau pasar ekspor.
7. Implementasikan sistem ERP dan digital workflow untuk meningkatkan kecepatan dan akurasi operasional.
8. Gunakan peluang transformasi industri 4.0 untuk mulai investasi bertahap dalam automasi proses.
9. Ciptakan program magang, kerja sama pendidikan vokasi, dan pelatihan internal untuk menyiapkan generasi penerus.
10. Bangun kehadiran digital (website, media sosial, e-commerce industri) untuk menjaring klien baru.

### **Strategi S-T**

1. Gunakan reputasi sebagai nilai jual untuk bersaing dengan produk impor murah.
2. Gunakan teknologi modern untuk meningkatkan efisiensi
3. Perkuat tim R&D untuk mengimbangi ancaman perkembangan teknologi pesaing.

4. Sesuaikan produk untuk segmen pasar yang lebih niche guna menghindari persaingan langsung
5. Minimalkan ketergantungan supplier dan risiko gangguan pasokan bahan baku.
6. Tanggapi ancaman substitusi produk murah dengan menonjolkan kualitas dan presisi produk.
7. Jaga utilisasi mesin untuk efisiensi, bahkan saat permintaan pasar menurun akibat krisis global.
8. Siapkan adaptasi cepat terhadap perubahan regulasi
9. Hadapi ketatnya regulasi industri dengan menunjukkan kepatuhan dan jaminan mutu internasional.
10. Diversifikasi klien untuk mengurangi ketergantungan

### Strategi W-T

1. Kembangkan lini produk untuk menghindari dampak dari penurunan permintaan di satu sektor industri.
2. Diversifikasi lini produk untuk mengurangi ketergantungan pada satu jenis output.
3. Tingkatkan pelatihan internal untuk memperkuat kemampuan inovasi
4. Otomatisasi proses produksi untuk menurunkan ketergantungan pada tenaga kerja
5. Negosiasi ulang kontrak dengan supplier untuk memastikan harga tetap kompetitif saat terjadi fluktuasi bahan baku.
6. Mitigasi ketergantungan pasar lokal dengan memulai penetrasi ke pasar luar negeri yang lebih stabil.
7. Gunakan digitalisasi untuk menghadapi tekanan efisiensi dan transparansi di era industri 4.0.
8. Automatisasi untuk menjaga daya saing terhadap ancaman produk luar negeri yang lebih murah dan cepat.
9. Hindari krisis SDM dengan merancang sistem transfer pengetahuan dari generasi senior ke junior.
10. Perkuat brand positioning agar tidak tersingkir oleh kompetitor global yang lebih gencar dalam promosi.

Tabel Internal Factor Evaluation (IFE)

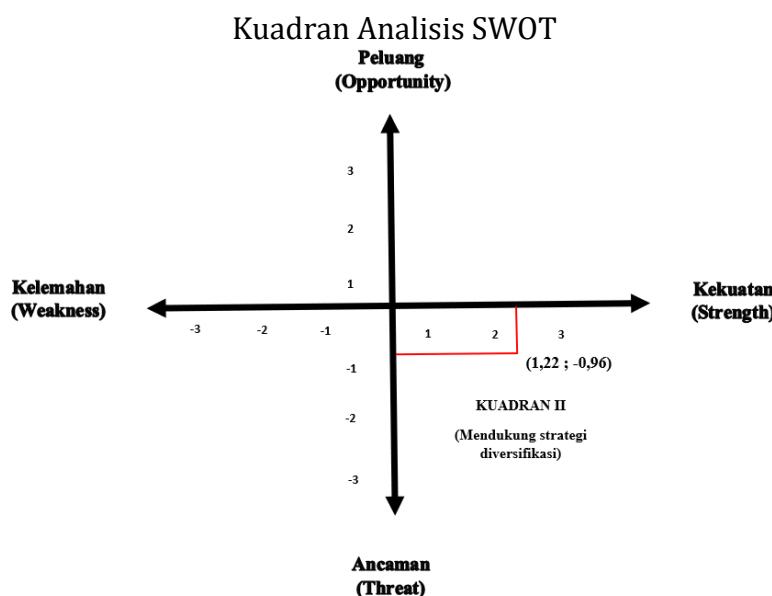
Analisis Faktor Internal			
Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1. Pengalaman dan reputasi industri yang kuat	0,10	4	0,4
2. Teknologi produksi modern dan presisi tinggi	0,10	3	0,3
3. Tenaga ahli dan teknisi profesional	0,08	3	0,24
4. Proses produksi terintegrasi (in-house)	0,08	3	0,24
5. Layanan kustomisasi produk	0,07	3	0,21
6. Kontrol kualitas ketat di setiap tahapan produksi	0,10	4	0,4
7. Kapasitas produksi besar dan scalable	0,08	3	0,24
8. Komitmen terhadap inovasi dan pengembangan teknologi	0,07	3	0,21
9. Sertifikasi standar mutu internasional (mis. ISO)	0,07	4	0,28
10. Portofolio klien dan kemitraan strategis yang kuat	0,05	3	0,15
Sub Total	0,8	33	2,67

<b>Analisis Faktor Internal</b>				
<b>Kelemahan</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>	
1. Ketergantungan pada industri otomotif	0,10	2	0,2	
2. Kurangnya diversifikasi produk	0,08	2	0,16	
3. SDM R&D terbatas	0,10	2	0,2	
4. Biaya produksi relatif tinggi	0,09	2	0,18	
5. Ketergantungan pada supplier tertentu	0,07	1	0,07	
6. Eksposur global dan pemasaran internasional yang minim	0,08	2	0,16	
7. Kurangnya pemanfaatan teknologi digital/otomatisasi				
8. Kesulitan regenerasi tenaga kerja terampil	0,10	2	0,2	
9. Belum adanya sistem manajemen terpadu (ERP/digital workflow)	0,08	1	0,08	
10. Strategi branding dan promosi masih lemah	0,07	1	0,07	
	0,13	1	0,13	
<b>Sub Total</b>	<b>0,9</b>	<b>16</b>	<b>1,45</b>	
<b>Total Skor</b>				<b>1,22</b>

Tabel Eksternal Factor Evaluation (EFE)

<b>Analisis Faktor Eksternal</b>				
<b>Peluang</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>	
1. Pertumbuhan industri otomotif & kendaraan listrik (EV) di Indonesia	0,12	2	0,24	
2. Permintaan tinggi terhadap jasa kustomisasi dan presisi	0,10	2	0,2	
3. Tren relokasi pabrik asing ke asia Tenggara	0,08	2	0,16	
4. Dukungan insentif dari pemerintah untuk industri manufaktur	0,09	2	0,18	
5. Transformasi digital & industri 4.0	0,09	2	0,18	
6. Peningkatan kebutuhan substitusi produk impor	0,08	3	0,24	
7. Peluang ekspor ke pasar regional dan global	0,07	2	0,14	
8. Permintaan dari sektor energi terbarukan & alat berat meningkat	0,07	2	0,14	
9. Kebutuhan layanan modifikasi & maintenance tooling yang terus berulang	0,10	2	0,2	
10. Meningkatnya kolaborasi dengan startup manufaktur atau teknologi	0,10	2	0,2	
<b>Sub Total</b>	<b>0,9</b>	<b>21</b>	<b>1,88</b>	

<b>Analisis Faktor Internal</b>			
<b>Ancaman</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
1. Persaingan harga dari produk impor murah	0,12	4	0,48
2. Fluktuasi harga bahan baku (baja, aluminium, logam lainnya)	0,10	3	0,3
3. Perubahan regulasi lingkungan dan industri	0,08	3	0,24
4. Ketidakstabilan ekonomi global dan nasional	0,10	3	0,3
5. Krisis energi dan kenaikan biaya listrik	0,08	3	0,24
6. Meningkatnya otomatisasi dan digitalisasi pesaing	0,10	4	0,4
7. Ketergantungan pasar pada klien besar	0,10	3	0,3
8. Kekurangan tenaga kerja terampil di sektor manufaktur	0,07	3	0,21
9. Ancaman resesi global atau regional	0,07	3	0,21
10. Meningkatnya kebutuhan green manufacturing / pengurangan emisi	0,08	2	0,16
<b>Sub Total</b>	<b>0,9</b>	<b>31</b>	<b>2,84</b>
<b>Total Skor</b>			<b>-0,96</b>



## KESIMPULAN

PT Dian Raya Cipta berada pada posisi kuadran II yakni harus mendukung strategi diversifikasi dengan menggunakan Strategi S-T yaitu strategi yang digunakan Perusahaan dengan memanfaatkan atau mengoptimalkan kekuatan untuk mengurangi berbagai ancaman yang mungkin melingkupi Perusahaan, dengan cara :

1. Perkuat tim R&D untuk mengimbangi ancaman perkembangan teknologi pesaing.
2. Sesuaikan produk untuk segmen pasar yang lebih niche guna menghindari persaingan langsung
3. Minimalkan ketergantungan supplier dan risiko gangguan pasokan bahan baku.
4. Tanggapi ancaman substitusi produk murah dengan menonjolkan kualitas dan presisi produk.

5. Jaga utilisasi mesin untuk efisiensi, bahkan saat permintaan pasar menurun akibat krisis global.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Azwina, R., Wardani, P., Sitanggang, F., & Silalahi, P. R. (2023). Strategi industri manufaktur dalam meningkatkan percepatan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 44–55.
- Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif. *Jurnal Ekbis*, 9(2), 468–476.
- Satya, V. E. (2018). Strategi Indonesia menghadapi industri 4.0. *Info Singkat*, 10(9), 19–24.
- Wiswasta, I., Agung, I., & Tamba, I. M. (2018). Analisis SWOT. Denpasar: Universitas Mahasaraswati Press.