

ANALISIS SWOT PERUSAHAAN (Studi Kasus Pada Perusahaan “PT. TOYOTA BOSHOKU INDONESIA”)

Ramadhaniah Shofy Kamilah Putri¹, Daspar²

rskmlhputri@gmail.com¹

Universitas Pelita Bangsa

ABSTRAK

PT. Toyota Boshoku Indonesia yang berada di kawasan industri MM2100 merupakan perusahaan asing yang bergerak dibidang komponen otomotif dengan produk utama yang dihasilkan adalah kursi mobil. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) yang dihadapi oleh PT TBINA, salah satu perusahaan manufaktur terkemuka di Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif berdasarkan data sekunder seperti publikasi industri, serta analisis pasar, studi ini mengidentifikasi berbagai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja perusahaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa PT TBINA memiliki kekuatan pada reputasi merek yang kuat, kualitas produk yang konsisten, serta jaringan distribusi yang luas. Namun, kelemahan seperti keterbatasan inovasi produk dan tingginya persaingan dalam industri menjadi tantangan internal. Di sisi peluang, peningkatan otomotif dan ekspansi pasar internasional memberikan ruang pertumbuhan. Sementara itu, ancaman berasal dari fluktuasi harga bahan baku dan perubahan preferensi konsumen terhadap mobil listrik. Penelitian ini memberikan rekomendasi strategis untuk memperkuat posisi kompetitif PT TBINA di pasar domestik dan global.

Kata Kunci: Analisis SWOT, PT TBINA, Strategi Bisnis, Industri Manufaktur.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, perusahaan sangat membutuhkan suatu hasil kerja yang memiliki nilai produktivits yang baik sehingga nilai perusahaan akan meningkat. Perbaikan kualitas dan kuantitas terus dilakukan oleh perusahaan, baik dengan melakukan pengendalian kualitas langsung kepada produk hasil produksi maupun dengan melakukan kegiatan rutin yang menganalisis pengendalian kualitas tersebut. Kualitas suatu produk merupakan salah satu kriteria yang menjadi pertimbangan pelanggan dalam memilih produk. Kualitas produk juga merupakan indikator penting bagi perusahaan untuk dapat berdiri ditengah ketatnya persaingan dalam dunia industri. Kualitas produk semata-mata ditentukan oleh konsumen sehingga kepuasan konsumen hanya dapat dicapai dengan memberikan kualitas yang baik. Kualitas suatu produk dibangun perusahaan dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan customer karena suatu pabrik industri tidak akan eksis apabila produk yang dibuat atau dipesan tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Mempunyai konsumen yang puas akan produk kita merupakan suatu hal yang penting bagi setiap perusahaan. Untuk membangun kepuasan konsumen, identifikasi faktor-faktor kepuasan pelanggan perlu dilakukan. Menjalankan kualitas suatu produk perlu dilakukan standarisasi yang tepat, agar produk yang dihasilkan sesuai dengan permintaan konsumen.

Dalam menghadapi persaingan yang ketat serta perubahan preferensi konsumen, PT TBINA perlu melakukan evaluasi mendalam terhadap faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerjanya. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan alat strategis yang efektif untuk memahami posisi perusahaan saat ini serta merumuskan strategi pengembangan yang lebih adaptif dan kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh PT TBINA. Dengan memahami kondisi tersebut,

diharapkan perusahaan dapat mengoptimalkan keunggulan kompetitifnya, mengatasi berbagai tantangan, serta menangkap peluang pasar yang ada untuk mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus pada PT TBINA. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis SWOT, yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor-faktor internal (Strengths dan Weaknesses) serta faktor-faktor eksternal (Opportunities dan Threats) yang mempengaruhi kinerja perusahaan.

Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur, yaitu dengan mengkaji berbagai sumber sekunder seperti laporan tahunan perusahaan, artikel bisnis, jurnal akademik, berita industri makanan, serta informasi dari situs resmi PT TBINA. Selain itu, data tambahan diperoleh melalui wawancara tidak langsung dengan beberapa pihak yang memahami operasional perusahaan, serta observasi terhadap perkembangan industri manufaktur di Indonesia.

Analisis data dilakukan dengan menyusun matriks SWOT untuk mengkategorikan dan memetakan faktor-faktor yang telah diidentifikasi. Selanjutnya, dilakukan penyusunan strategi berdasarkan hasil analisis SWOT untuk memberikan rekomendasi yang relevan bagi pengembangan dan penguatan daya saing PT TBINA.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Latar Belakang Perusahaan

PT Toyota Boshoku Indonesia (TBINA) merupakan salah satu perusahaan manufaktur komponen otomotif yang bergerak di bawah naungan Toyota Boshoku Corporation, Jepang bagian dari grup besar Toyota Group. Perusahaan ini berperan penting dalam memproduksi berbagai komponen interior kendaraan seperti kursi mobil (car seats), door trim, headliner, dan komponen interior lainnya yang digunakan oleh berbagai pabrikan otomotif, khususnya Toyota.

Didirikan dengan tujuan mendukung perkembangan industri otomotif di Indonesia dan kawasan ASEAN, PT TBINA berlokasi strategis di kawasan industri seperti MM2100, dan Karawang International Industrial City (KIIC), yang memudahkan integrasi dengan rantai pasok otomotif nasional dan global. Sebagai bagian dari jaringan Toyota Boshoku global, PT TBINA menerapkan standar kualitas, keselamatan, dan efisiensi produksi yang tinggi, serta selalu mengedepankan prinsip Kaizen (continuous improvement) dalam seluruh aktivitasnya. Perusahaan ini tidak hanya berfokus pada produksi massal, tetapi juga berkomitmen pada riset dan inovasi produk, khususnya dalam mengembangkan produk interior yang ergonomis, ringan, dan ramah lingkungan.

Dalam menghadapi tantangan globalisasi dan transformasi industri otomotif seperti elektrifikasi kendaraan, PT TBINA terus berinovasi agar tetap relevan dan kompetitif. Melalui kolaborasi dengan prinsipal global, investasi pada sumber daya manusia lokal, dan komitmen terhadap keberlanjutan, PT TBINA menegaskan posisinya sebagai salah satu pemain kunci dalam industri manufaktur otomotif di Indonesia.

Analisis SWOT

Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan, maka dapat dibentuk analisis SWOT yang dapat menggambarkan situasi perusahaan saat ini dan strategi yang harus diambil untuk tetap menjalankan usaha tersebut melalui matriks SWOT. Tabel berikut menunjukkan hasil Analisis SWOT PT TBINA.

Table 1.1 Analisis SWOT PT. TBINA

Factor Internal	Keterangan
Strengths (Kekuatan)	<ul style="list-style-type: none"> • Bagian dari Toyota Group global • Penerapan standar kualitas internasional

	<ul style="list-style-type: none"> • Pengalaman selama 37 thn di industri otomotif • Teknologi produksi modern dan otomatisasi • SDM terlatih dan budaya kerja disiplin
Weaknesses (Kelemahan)	<ul style="list-style-type: none"> • Ketergantungan pada prinsipal (Toyota Motor Corp) • Inovasi produk terbatas • Belum maksimal dalam digitalisasi proses • Kurangnya diversifikasi pelanggan • Biaya produksi cukup tinggi
Opportunities (Peluang)	<ul style="list-style-type: none"> • Pertumbuhan kendaraan EV dan hybrid • Dukungan pemerintah terhadap industri otomotif nasional • Tren pasar menuju produk ramah lingkungan • Potensi ekspansi pasar Internasional • Kolaborasi teknologi global
Threats (Ancaman)	<ul style="list-style-type: none"> • Persaingan dari supplier otomotif luar negeri (misalnya China, Thailand, Vietnam) • Fluktuasi harga bahan baku global • Perubahan regulasi otomotif • Krisis ekonomi global atau regional • Ketergantungan pada perkembangan produk Toyota

Table 1.2 Analisis SWOT Matrix PT. TBINA

SWOT Matrix	Strengths-S	Weakness-W
	~ Standar kualitas Internasional	~Inovasi produk terbatas
	~Sudah bertahan 37 tahun	~Kurangnya digitalisasi proses
	~Teknologi produksi modern	~Kurangnya diversifikasi pelanggan
	~Budaya kerja disiplin	~Biaya produksi tinggi
Opportunity-O	strategi S-O	strategi W-O
~Pertumbuhan kendaraan hybrid ~Produk ramah lingkungan ~Ekspansi pasar internasional ~Kolaborasi teknologi global	~Mengembangkan produk interior ramah lingkungan untuk EV berbasis teknologi mutakhir Toyota	~Perkuat R&D lokal agar bisa berinovasi mandiri, khususnya untuk interior EV dan eco-material.
	~Memanfaatkan reputasi global dan standar kualitas tinggi untuk ekspansi ke pasar Internasional.	~Investasi pada otomasi dan sistem digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas.
	~Kolaborasi dengan Toyota Global dalam pengembangan komponen interior berbasis tren elektrifikasi.	~Bangun kemitraan riset dengan universitas dan institusi lokal untuk pengembangan bahan baku alternatif
Threats-T	Strategi S-T	strategi W-T
~Persaingan otomotif luar negeri ~Fluktuasi harga bahan baku ~Perubahan regulasi otomotif ~Krisis ekonomi global atau regional	~Diversifikasi pelanggan dan produk di luar Toyota Motor Corp untuk mengurangi ketergantungan	~Audit menyeluruh terhadap rantai pasok dan proses produksi untuk efisiensi biaya
	~Optimalisasi proses manufaktur (Lean Production) untuk menekan biaya dan bersaing dengan supplier luar negeri.	~ Pelatihan SDM agar adaptif terhadap transformasi industri otomotif dan teknologi baru
	~Mengembangkan sistem logistik dan supply chain fleksibel untuk mengurangi dampak fluktuasi harga bahan baku.	~Siapkan rencana kontinjensi untuk menghadapi perubahan regulasi dan krisis ekonomi regional.

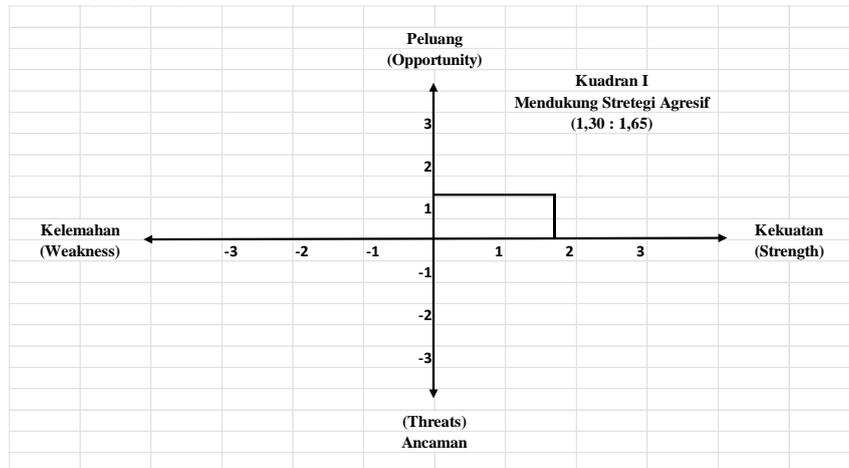
Tabel 1.3 Matriks IFE Analisis SWOT PT.TBINA

Analisis Faktor Internal			
Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1. Bagian dari Toyota Group global	0,30	4,00	1,20
2. Penerapan standar kualitas internasional	0,30	3,50	1,05
3. Pengalaman selama 37 thn di industri otomotif	0,15	4,00	0,60
4. Teknologi produksi modern dan otomatisasi	0,20	3,50	0,70
5. SDM terlatih dan budaya kerja disiplin	0,05	4,00	0,20
Sub Total	1,00		3,75
Kelemahan			
~Ketergantungan pada prinsipal (Toyota Motor Corp)	0,20	2,50	0,50
~Inovasi produk terbatas	0,15	3,00	0,45
~Belum maksimal dalam digitalisasi proses	0,20	2,50	0,50
~Kurangnya diversifikasi pelanggan	0,25	2,00	0,50
~Biaya produksi cukup tinggi	0,20	2,50	0,50
Sub Total	1,00		2,50
Total Skor			1,30

Tabel 1.4 Matriks EFE Analisis SWOT PT.TBINA

Analisis Faktor Eksternal			
Peluang	Bobot	Rating	Skor
1. Pertumbuhan kendaraan EV dan hybrid	0,20	3,50	0,70
2. Dukungan pemerintah terhadap industri otomotif nasional	0,15	4,00	0,60
3. Tren pasar menuju produk ramah lingkungan	0,25	3,00	0,75
4. Potensi ekspansi pasar Internasional	0,20	3,50	0,70
5. Kolaborasi teknologi global	0,20	3,00	0,60
Sub Total	1,00		3,75
Ancaman			
1. Persaingan dari supplier otomotif luar negeri (misalnya China, Thailand, Vietnam)	0,30	3,00	0,90
2. Fluktuasi harga bahan baku global	0,25	3,00	0,75
3. Perubahan regulasi otomotif	0,30	2,00	0,15
4. Krisis ekonomi global atau regional	0,15	2,00	0,30
Sub Total	1,00		2,10
Total Skor			1,65

Kuadran Analisis SWOT



Hasil analisis SWOT menempatkan PT TBINA pada kuadran I dalam diagram SWOT, yang berarti perusahaan berada dalam kondisi mendukung strategi agresif (growth-oriented strategy). Skor opportunity (1,65) yang lebih tinggi dibandingkan threat serta kekuatan internal (1,30) menunjukkan bahwa perusahaan memiliki posisi yang kuat secara internal dan terdapat peluang besar di lingkungan eksternal.

KESIMPULAN

Makna Strategis dari Kuadran I:

- PT TBINA memiliki kekuatan internal yang cukup untuk memanfaatkan peluang

eksternal secara optimal.

- Perusahaan berada dalam posisi yang kompetitif dan berpotensi berkembang, terutama dengan tren elektrifikasi kendaraan dan permintaan pasar akan produk ramah lingkungan.

Implikasi Strategi yang Dapat Diterapkan:

1. Strategi Pengembangan Produk (Product Development)
Fokus pada pengembangan produk interior mobil ramah lingkungan dan kompatibel dengan kendaraan listrik (EV), dengan memanfaatkan teknologi tinggi dan reputasi global Toyota Group.
2. Strategi Penetrasi Pasar (Market Penetration)
Memperluas pangsa pasar di kawasan ASEAN melalui ekspansi ekspor komponen interior, khususnya untuk model kendaraan baru Toyota dan afiliasi lainnya.
3. Strategi Aliansi dan Kolaborasi
Menjalin kemitraan dengan institusi riset dan universitas dalam pengembangan material alternatif (eco-material) untuk meningkatkan inovasi lokal.
4. Peningkatan Efisiensi Operasional
Mengintegrasikan otomasi dan digitalisasi dalam proses manufaktur untuk mendukung efisiensi biaya dan kualitas produk.

Kesimpulan Akhir:

PT TBINA saat ini berada pada posisi yang sangat potensial untuk tumbuh dan memperluas bisnisnya. Dengan kekuatan internal yang kuat dan peluang pasar yang besar, perusahaan disarankan untuk menerapkan strategi agresif (growth strategy) seperti inovasi produk, ekspansi pasar, dan penguatan keunggulan teknologi guna menjaga daya saing dan kesinambungan bisnis di industri otomotif global

DAFTAR PUSTAKA

- PT Toyota Boshoku Indonesia. (2023). Company Overview & Sustainability Commitment. [Dokumen internal dan situs perusahaan].
- Toyota Boshoku Corporation. (2023). Toyota Boshoku Group Corporate Profile. Diakses dari: <https://www.toyota-boshoku.com>
- Wawancara dengan Manajer Marketing PT Toyota Boshoku Indonesia, Kawasan Industri MM2100. (April 2025)